



พม. Poll

ศูนย์สำรวจความคิดเห็นทางสังคม



NIDA Poll

โพลแห่งแรกในประเทศไทย

สังคมไทย ร่วมใจ สร้างจิตสาธารณะ

พม. Poll ศูนย์สำรวจความคิดเห็นทางสังคม โดยสำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ 1 - 12 กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ร่วมกับศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล” สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ สำรวจความคิดเห็น เรื่อง “สังคมไทย ร่วมใจ สร้างจิตสาธารณะ” ระหว่างวันที่ 14 - 24 พ.ค. 2562 จากประชาชนที่มีอายุ 15 ปี ขึ้นไป ทั่วประเทศ จำนวน 4,800 หน่วยตัวอย่าง กำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ ร้อยละ 95.0

การให้ความสำคัญในการทำ “จิตสาธารณะ” (เต็ม 10 คะแนน)

มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ

7.9

สิ่งที่ประชาชนนึกถึง เมื่อกล่าวถึง “จิตสาธารณะ”

- 54.9% การเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เสียสละเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม โดยไม่หวังผลตอบแทน
- 19.5% การมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคม
- 17.9% การรู้จักหน้าที่ของตนเอง และมีความรับผิดชอบต่อสาธารณะ
- 4.4% การทำประโยชน์เพื่อส่วนรวม
- 3.3% การยกย่องและให้เกียรติผู้อื่น

สิ่งที่เคยทำที่แสดงถึง “จิตสาธารณะ”

- 72.5% การเข้าร่วมกิจกรรม (เช่น เก็บขยะ ปลูกป่า ฯลฯ)
- 54.9% ทำในชีวิตรประจำวัน (เช่น ลูกให้เด็กและคนชราที่นั่ง จูงคนชราข้ามถนน ฯลฯ)
- 23.5% เป็นอาสาสมัคร (เช่น เป็นอาสาแพทย์ อาสาสมัครดูแลเด็ก คนพิการ ฯลฯ)

ความรู้สึกนึกถึงทำ “จิตสาธารณะ”

- 84.2% ภูมิใจ มีความสุข รู้สึกตัวเองมีคุณค่า
- 44.0% รู้สึกได้บุญ
- 22.7% ต้องการชักชวนผู้อื่นมาทำด้วย
- 19.0% ต้องการทำอีกหรือทำบ่อย ๆ
- 11.6% ได้รับการยอมรับ ยกย่องจากสังคม

การเข้าร่วมกิจกรรม “จิตสาธารณะ”

96.3% เคยเข้าร่วมกิจกรรม “จิตสาธารณะ”

- 64.2% เป็นกิจกรรมของหน่วยงาน/ชุมชน
- 59.0% เป็นความสมัครใจ
- 34.2% ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์
- 15.1% ครอบครัวให้การสนับสนุน/ส่งเสริม
- 0.02% ได้พบกลุ่มเพื่อนที่มีแนวคิดเดียวกัน

3.7% ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรม “จิตสาธารณะ”

- 71.9% ไม่มีเวลา
- 21.9% ไม่มีเพื่อนไป
- 10.1% ไม่มีกิจกรรมที่ตรงกับความสนใจ/ทักษะ
- 7.3% ไม่มีทุนทรัพย์
- 3.9% สุขภาพไม่ดี

รูปแบบกิจกรรม “จิตสาธารณะ” ที่สนใจ

- 64.3% ลงแรงเพื่อร่วมกิจกรรมสาธารณะ
- 25.3% บริจาคเงิน/สิ่งของ
- 10.3% ถ่ายทอดความรู้/ภูมิปัญญา
- 0.1% สนใจทำทุกรูปแบบ

กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการทำกิจกรรม “จิตสาธารณะ” ด้วย

37.2%
เด็กและเยาวชน



30.4%
ผู้สูงอายุ



13.8%
คนพิการ



12.1%
คนไร้ที่พึ่ง/
เร่ร่อน/ขอทาน



5.1%
สตรี



แนวทางการส่งเสริมให้ประชาชนมี “จิตสาธารณะ”



- 59.7% ประชาสัมพันธ์/เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับจิตสาธารณะผ่านสื่อต่าง ๆ
- 53.1% องค์กรสร้างความตระหนัก ในการปฏิบัติตนให้เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ
- 51.9% ปลุกฝังค่านิยม จิตสำนึก ให้มีความรับผิดชอบต่อส่วนรวม
- 28.7% สร้างแรงจูงใจโดยการกล่าวชมเชย ยกย่อง หรือสรรเสริญ
- 15.5% สร้างแรงจูงใจโดยการมอบโล่ หรือใบประกาศเกียรติคุณ
- 13.5% สร้างแรงจูงใจโดยการมอบสิทธิพิเศษหรือสวัสดิการพิเศษ
- 11.3% กำหนดเนื้อหาหลักสูตรจิตสาธารณะ ในการเรียนการสอนภาคบังคับ
- 7.9% กำหนดเป็นนโยบายหรือวาระแห่งชาติ

หน่วยงาน/องค์กร/สถาบัน ที่ควรมีส่วนร่วม ในการส่งเสริมให้เกิดแรงจูงใจเพื่อปลูกจิตสำนึกสาธารณะ

- 73.9% ครอบครัว
- 58.5% สถานศึกษา
- 42.3% องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
- 35.5% หน่วยงานภาครัฐ/รัฐวิสาหกิจ
- 35.3% สถาบันทางศาสนา
- 21.3% หน่วยงานภาคเอกชน
- 18.6% องค์กรสื่อมวลชน
- 17.4% องค์กรเอกชนไม่แสวงหาผลกำไร

