



บทนำ

# บทนำ

ในปัจจุบัน สังคมได้ก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ เทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิต การเรียนรู้ และการมีส่วนร่วมทางสังคมของประชาชน โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชนและนิสิตนักศึกษาซึ่งเป็นประชากรกลุ่ม Generation Z ที่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีดิจิทัลและมีความคุ้นเคยกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวัน สื่อสังคมออนไลน์จึงกลายเป็นพื้นที่สำคัญในการสร้างการรับรู้ การสื่อสาร และการขับเคลื่อนกิจกรรมเพื่อสังคมในรูปแบบใหม่

นำสื่อสังคมออนไลน์

การทำกิจกรรมจิตอาสาเป็นกลไกสำคัญในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางสังคมและการพัฒนาจิตสาธารณะของเยาวชน อย่างไรก็ตาม รูปแบบของการทำจิตอาสาได้เปลี่ยนแปลงไปตามบริบทของสังคมดิจิทัล เกิดเป็นแนวคิดของจิตอาสาแบบดิจิทัล ซึ่งเปิดโอกาสให้นิสิตสามารถเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ได้อย่างยืดหยุ่นและสอดคล้องกับวิถีชีวิตในยุคปัจจุบัน ความตั้งใจทำจิตอาสาแบบดิจิทัลจึงเป็นตัวแปรสำคัญที่สามารถใช้ทำนายพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางสังคมของนิสิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา พบว่าแรงจูงใจภายใน เช่น การพัฒนาตนเอง ความสัมพันธ์ทางสังคม และคุณค่าทางอารมณ์ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสา ขณะเดียวกัน ปัจจัยด้านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร อิทธิพลจากเครือข่ายออนไลน์ และการรับรู้แบบอย่างบนสื่อสังคมออนไลน์ มีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นความสนใจและแรงบันดาลใจของนิสิต Generation Z ในการมีส่วนร่วมทางสังคม

แม้ว่าจะมีงานวิจัยจำนวนหนึ่งที่ศึกษาพฤติกรรมจิตอาสาและการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชน แต่การศึกษาที่บูรณาการแรงจูงใจและปัจจัยด้านสื่อสังคมออนไลน์เพื่ออธิบายความตั้งใจทำจิตอาสาแบบดิจิทัลของนิสิต Generation Z ในบริบทของสังคมไทยยังมีอยู่อย่างจำกัด ดังนั้น บทความวิชาการนี้จึงมุ่งศึกษาปัจจัยดังกล่าวเพื่ออธิบายความตั้งใจทำจิตอาสาแบบดิจิทัลของนิสิต Generation Z และเสนอแนวทางในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางสังคมของเยาวชนในยุคดิจิทัล

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการทำจิตอาสาแบบดิจิทัลของนิสิต Generation Z
2. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยด้านสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการทำจิตอาสาแบบดิจิทัลของนิสิต Generation Z
3. เพื่อศึกษาระดับความตั้งใจทำจิตอาสาแบบดิจิทัลของนิสิต Generation Z
4. เพื่อศึกษาผลของแรงจูงใจและปัจจัยด้านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อความตั้งใจทำจิตอาสาแบบดิจิทัลของนิสิต

Generation Z

## แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

คณะผู้วิจัยจึงได้ทำการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อสรุปตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับกรอบแนวคิด แนวคิดได้ดังนี้

## 1. แนวคิดเกี่ยวกับจิตอาสาแบบดิจิทัล

จิตอาสาแบบดิจิทัลหมายถึงการทำกิจกรรมเพื่อสาธารณประโยชน์ผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลและแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยบุคคลสามารถใช้ความรู้และทักษะของตนในการช่วยเหลือสังคมโดยไม่จำเป็นต้องลงพื้นที่จริง กิจกรรมครอบคลุม การเผยแพร่ข้อมูล การสนับสนุนองค์กรเพื่อสังคม การรณรงค์ออนไลน์ และการทำงานร่วมกันผ่านเครือข่ายดิจิทัล ซึ่งสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการมีส่วนร่วมทางสังคมในยุคดิจิทัล (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2564; กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2565)

ในสังคมยุคปัจจุบัน จิตอาสาแบบดิจิทัลมีบทบาทสำคัญในการขยายโอกาสการมีส่วนร่วมของประชาชน เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรเพื่อสังคม และส่งเสริมการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของเยาวชน โดยเฉพาะนิสิต Generation Z ที่คุ้นเคยกับการใช้เทคโนโลยี นอกจากนี้ยังช่วยสร้างการตระหนักรู้และการขับเคลื่อนประเด็นทางสังคม ในวงกว้าง รวมถึงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างบุคคลและองค์กร (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, 2566; Incite Consulting Inc., 2024)

จิตอาสาแบบดิจิทัลยังมีส่วนช่วยส่งเสริมการเรียนรู้เชิงปฏิบัติและการพัฒนาประสบการณ์ของผู้เข้าร่วม โดยเปิดโอกาสให้นิสิตได้นำความรู้จากการศึกษาไปประยุกต์ใช้ในการแก้ไขปัญหาสังคมผ่านสภาพแวดล้อมออนไลน์ ซึ่งช่วยเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม การทำงานร่วมกัน และทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 อันเป็นพื้นฐานสำคัญของการพัฒนาพลเมืองในสังคมดิจิทัล (สำนักงานคณะกรรมการศึกษาขั้นพื้นฐาน, ม.ป.ป.; AlmaShines, 2023)

## 2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำจิตอาสา

แรงจูงใจในการทำจิตอาสาเป็นแรงผลักดันภายในที่กระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อบรรลุเป้าหมาย โดยเชื่อมโยงกับแนวคิดการตั้งเป้าหมายที่มองว่าแรงจูงใจเกี่ยวข้องกับความพยายามของบุคคลในการกำหนดและมุ่งไปสู่เป้าหมายชีวิต ซึ่งสามารถแบ่งเป็นเป้าหมายเชิงเครื่องมือและเป้าหมายสูงสุด รวมถึงผลสืบเนื่องจากการกระทำ (Batson et al., 2003 อ้างถึงใน อนุ เจริญวงศ์ระยับ, 2552; Lewin, 1951)

นักวิชาการไทยอธิบายว่าแรงจูงใจเป็นสภาวะภายในที่กระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อไปสู่จุดหมาย โดยเกิดจากทั้งปัจจัยภายในและภายนอกของบุคคล และเกี่ยวข้องกับความต้องการและการตั้งเป้าหมายในชีวิต (อุบลรัตน์ เพ็งสฤติ, 2542; ลักขณา สริวัฒน์, 2544; เต็มศักดิ์ คทวณิช, 2546)

ในบริบทของการอาสาสมัคร แรงจูงใจสะท้อนเป้าหมายของการช่วยเหลือผู้อื่นทั้งในระดับตนเอง ผู้อื่น กลุ่ม และหลักจริยธรรม โดยพฤติกรรมจิตอาสาถูกมองว่าเป็นการช่วยเหลือที่เกิดขึ้นภายใต้บริบททางสังคมและองค์การ และสามารถวิเคราะห์ได้ทั้งในระดับบุคคลและระดับสังคม (Batson et al., 2003; Penner et al., 2005 อ้างถึงใน อนุ เจริญวงศ์ระยับ, 2552)

อนุ เจริญวงศ์ระยับ (2552) เสนอว่าแรงจูงใจอาสาประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ การให้คุณค่า การเรียนรู้ การพัฒนาอาชีพ ความสัมพันธ์ทางสังคม การปกป้องตนเอง และการตอบสนองความต้องการของตนเอง โดยสรุป แรงจูงใจในการทำจิตอาสาเป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้บุคคลเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคม

### 3. ปัจจัยด้านสื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่อาศัยปฏิสัมพันธ์ทางสังคมในการเผยแพร่ข้อมูล โดยเปิดโอกาสให้ผู้ใช้สามารถสร้าง แบ่งปัน และแลกเปลี่ยนเนื้อหาในรูปแบบข้อความ ภาพ เสียง และวิดีโอได้อย่างรวดเร็ว จากเดิมที่การสื่อสารเป็นแบบทางเดียว สื่อสังคมออนไลน์ได้พัฒนาเป็นการสื่อสารแบบหลายทางที่ผู้ใช้สามารถมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และสร้างเนื้อหาเอง ทำให้ผู้ใช้เปลี่ยนบทบาทจากผู้บริโภคสื่อเป็นผู้ผลิตสื่อ และสามารถมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของสังคม ผ่านการแบ่งปันข้อมูลในเครือข่ายออนไลน์ (ภิเชก ชัยนิรันดร์, 2553)

ลักษณะสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์คือการที่ผู้ใช้เป็นผู้สร้างเนื้อหาเอง หรือที่เรียกว่าเนื้อหาที่ผู้ใช้สร้างขึ้น ซึ่งช่วยให้การเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปอย่างเสรีและมีต้นทุนต่ำ ส่งผลให้บุคคลทั่วไปสามารถถ่ายทอดความคิดเห็น ประสบการณ์ และความรู้ได้อย่างกว้างขวาง อีกทั้งยังทำให้ผู้ใช้บางรายกลายเป็นผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจของสังคม โดยเฉพาะในด้านการสื่อสารและการตลาด (ภิเชก ชัยนิรันดร์, 2553)

สื่อสังคมออนไลน์สามารถแบ่งออกเป็นหลายประเภท ได้แก่ บล็อกและไมโครบล็อก เครือข่ายสังคมออนไลน์ เว็บไซต์แบ่งปันสื่อ ระบบข่าวและบุ๊กมาร์กสังคม และเว็บบอร์ดหรือฟอรัม ซึ่งแต่ละประเภทช่วยส่งเสริมการสื่อสารแบบสองทางและการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ โดยมีลักษณะร่วมคือการเปิดโอกาสให้ผู้ใช้เป็นผู้สร้างและเผยแพร่เนื้อหา (ภิเชก ชัยนิรันดร์, 2553)

### 4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ Generation Z

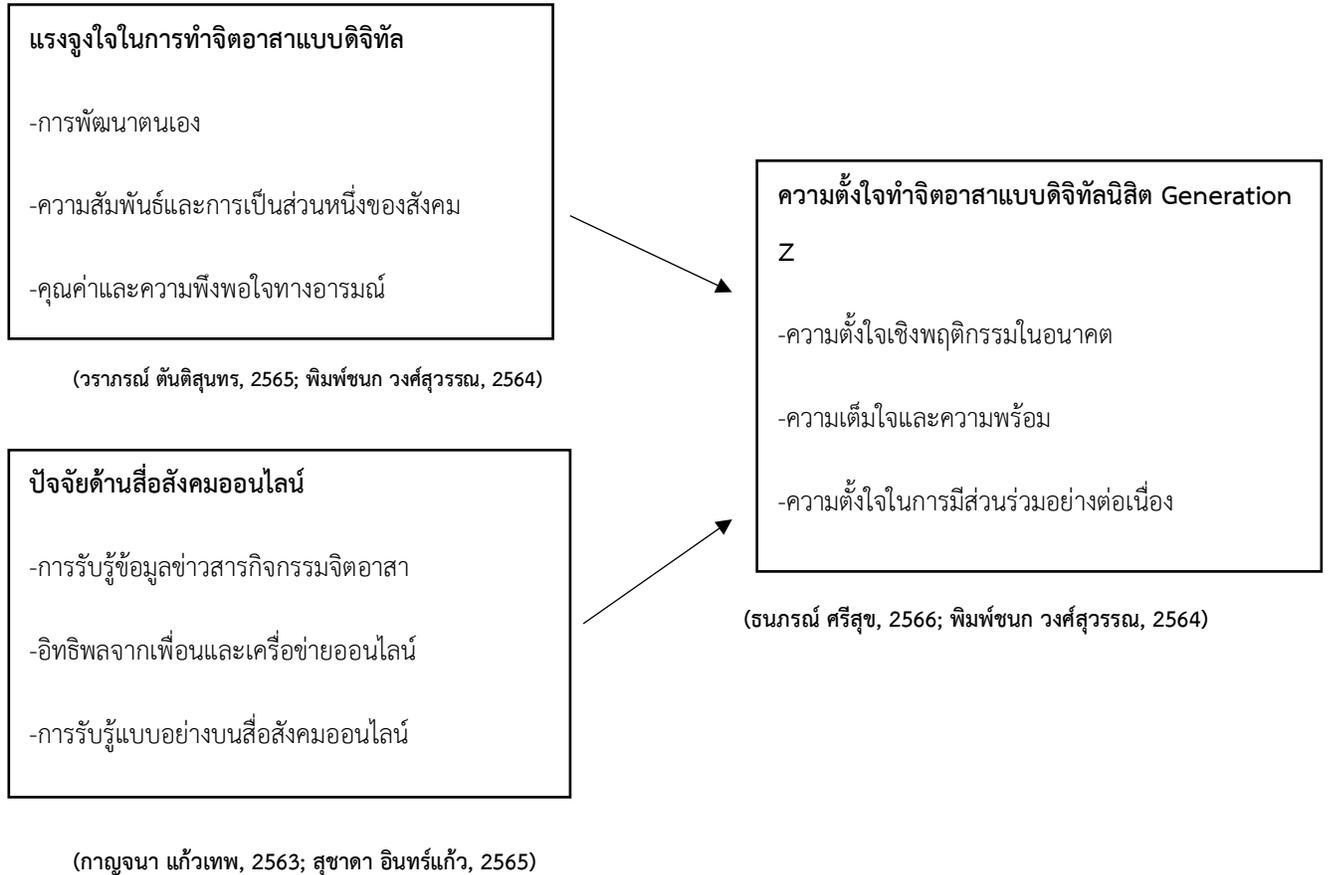
Generation Z หรือ Gen Z คือกลุ่มคนที่เกิดระหว่างปีพ.ศ. ๒๕๓๗-๒๕๕๔ ถ้านับถึงขณะนี้ Gen Z ที่แก่ที่สุดคงกำลังทำงาน แล้วจะกระจุกตัวอยู่ที่เรียนอยู่ในระดับปริญญาตรีและมัธยมปลาย คาดการณ์ว่า ประชากรไทยที่อยู่ในกลุ่มอายุ Gen Z มีราว ๑๖.๕ ล้านคนหรือประมาณ ๒๕% ของประชากร ทั้งหมด

Generation Z (Gen Z) หรือที่บางคนรู้จักกันว่า “digital integrators”, “Digital natives” หรือ “Facebook Generation” ซึ่งเป็นกลุ่มคนรุ่นที่กำลังจะก้าวเข้าโรงเรียนไปจนถึงกลุ่มที่กำลังจะก้าวเข้ารั้วมหาวิทยาลัยหรือกำลังเป็น freshman Gen Z จะมีลักษณะเฉพาะที่ค่อนข้างต่าง จาก Gen ก่อนหน้านี้อาจพบจากข้อสังเกตดังนี้

จากการสำรวจพบว่าเด็กใช้เวลากว่า ๗ ชั่วโมง ๓๘ นาทีเชื่อมโยงกับโลกออนไลน์หาก พิจารณาดูแล้วนั่นคือเวลาที่เด็ก Gen Z มีทั้งหมดนอกเหนือจากเวลาอนและเวลาที่อยู่ในโรงเรียน ด้วยเวลาที่เด็กใช้ ประกอบกับความรู้อยู่ มากมายในโลกออนไลน์หากมองในมุมบวกก็อาจคิดได้ว่า Gen Z อาจเป็น Gen ที่มีทักษะในการค้นหาคำตอบของ ปัญหาได้ดีกว่า Gen ที่ผ่านมาแต่คำถามที่ ยังคงเป็นเครื่องหมายคำถามที่ใหญ่คือความสามารถในการกลั่นกรองข้อมูล หรือการคิดเชิง วิจัยญาณ (critical thinking) ที่พึงมีสำหรับ Gen Z นั้นเด็กเหล่านี้มีทักษะเหล่านี้สมความ คาดหวัง หรือไม่ ซึ่งบางครั้งเทคโนโลยีอาจช่วยเปิดให้เห็นโลกที่ไม่สามารถเดินทางไปถึงได้แต่ในเวลาเดียวกัน มันก็ปิดไม่ให้เห็น โลกรอบข้างที่เพียงละสายตาออกจากจอไปถึงได้ท่ามกลางความเป็นห่วงของผู้ใหญ่ ในปัจจุบันนี้ที่กำลังกังวลว่าเด็ก Gen Z จะกลายเป็นกลุ่มคนที่ก้มหน้าก้มตาอยู่กับเทคโนโลยีจน สูญเสียความสามารถในการมีมนุษย์สัมพันธ์จะทำให้ สังคมในอนาคตกลายเป็นสังคมที่ผู้คนขังตัวเองไม่ ออกมามีปฏิสัมพันธ์ต่อกันและที่สำคัญคือไม่สามารถใช้ชีวิตอยู่ในโลก ความเป็นจริงได้หรือไม่

Generation Z (Gen Z) เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เกิดมาพร้อมกับเทคโนโลยีดิจิทัล จึงมักถูกเรียกว่าเป็น “digital natives” หรือผู้ที่มีความชำนาญด้านเทคโนโลยี คนรุ่นนี้สามารถใช้อุปกรณ์ดิจิทัลแบบเคลื่อนที่และเทคโนโลยีอัจฉริยะเพื่อเชื่อมต่อกับโลกออนไลน์ได้อย่างคล่องแคล่ว โดยเฉพาะผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Twitter และ YouTube อีกทั้งยังมีความสามารถในการเรียนรู้การใช้งานเทคโนโลยีใหม่ ๆ ได้อย่างรวดเร็ว และใช้เครื่องมือค้นหาข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งเรียนรู้สำคัญในชีวิตประจำวัน Gen Z ใช้เวลาอยู่กับโลกออนไลน์เป็นจำนวนมาก ซึ่งส่งผลให้มีทักษะในการค้นหาข้อมูลและการเข้าถึงองค์ความรู้ที่หลากหลาย หากพิจารณาในเชิงบวก การเติบโตในสภาพแวดล้อมดิจิทัลช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแก้ปัญหาและการเรียนรู้ด้วยตนเอง อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อกังวลเกี่ยวกับความสามารถในการกั้นกรองข้อมูลและการคิดเชิงวิจักษณ์ เนื่องจากข้อมูลในโลกออนไลน์มีทั้งที่ถูกต้องและคลาดเคลื่อน นอกจากนี้ การใช้เทคโนโลยีอย่างต่อเนื่องอาจส่งผลต่อรูปแบบการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม โดยผู้ใหญ่ว่าบางส่วนกังวลว่า Gen Z อาจพึ่งพาโลกออนไลน์มากกว่าการสื่อสารแบบเผชิญหน้า ซึ่งอาจกระทบต่อทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ อย่างไรก็ตาม Gen Z ยังคงเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพสูงในการปรับตัวกับสังคมดิจิทัล สามารถใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการเรียนรู้ การทำงาน และการมีส่วนร่วมทางสังคมในยุคปัจจุบัน

ดังนั้นจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง คณะผู้วิจัยสรุปเป็นกรอบแนวคิด ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยนี้พัฒนาขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมจิตอาสาแบบดิจิทัล โดยมุ่งอธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจทำจิตอาสาแบบดิจิทัลของนิสิต Generation Z การวิจัยกำหนดให้ความตั้งใจทำจิตอาสาแบบดิจิทัลเป็นตัวแปรตาม และกำหนดตัวแปรอิสระ 2 ด้าน ได้แก่ แรงจูงใจในการทำจิตอาสาแบบดิจิทัล ซึ่งประกอบด้วยการพัฒนาตนเอง ความสัมพันธ์และการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม และคุณค่าและความพึงพอใจทางอารมณ์ รวมถึงปัจจัยด้านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ข้อมูลข่าวสารกิจกรรมจิตอาสา อิทธิพลจากเพื่อนและเครือข่ายออนไลน์ และการรับรู้แบบอย่างบนสื่อสังคมออนไลน์ โดยปัจจัยทั้งสองด้านคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความตั้งใจทำจิตอาสาแบบดิจิทัล อันประกอบด้วย ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในอนาคต ความเต็มใจและความพร้อม และความตั้งใจในการมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่อง

**สมมติฐานที่ 1:** แรงจูงใจในการทำจิตอาสาแบบดิจิทัลมีผลต่อความตั้งใจทำจิตอาสาแบบดิจิทัลของนิสิต Generation Z

สมมติฐานที่ 1 พัฒนาขึ้นจากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำจิตอาสา ซึ่งอธิบายว่าแรงจูงใจเป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางสังคม

**สมมติฐานที่ 2:** ปัจจัยด้านสื่อสังคมออนไลน์มีผลต่อความตั้งใจทำจิตอาสาแบบดิจิทัลของนิสิต Generation Z

ส่วนสมมติฐานที่ 2 ตั้งอยู่บนแนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์และลักษณะของ Generation Z ซึ่งชี้ให้เห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการรับรู้และพฤติกรรมของเยาวชนในสังคมดิจิทัล

บทสรุป *Obj กับ บทสรุป ไม่สอดคล้องกัน เนื่องจาก obj ที่ได้นำมา  
ตั้งคำถามนอกบทความวิจัยไม่ใช่บทความวิชาการ*

การวิจัยเรื่องแรงจูงใจและปัจจัยด้านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจทำจิตอาสาแบบดิจิทัลของนิสิต Generation Z มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความตั้งใจในการทำจิตอาสาแบบดิจิทัล โดยใช้กรอบแนวคิดที่พัฒนาจากแนวคิดเกี่ยวกับจิตอาสาแบบดิจิทัล แนวคิดแรงจูงใจในการทำจิตอาสา และแนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการมีส่วนร่วมทางสังคมของนิสิตในบริบทของสังคมดิจิทัล

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่าแรงจูงใจในการทำจิตอาสาเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยอธิบายพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของบุคคล โดยเฉพาะแรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเอง ความสัมพันธ์ทางสังคม และคุณค่าทางอารมณ์ ซึ่งมีบทบาทต่อการก่อรูปความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ขณะเดียวกัน สื่อสังคมออนไลน์เป็นปัจจัยร่วมสมัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ข้อมูล การสร้างเครือข่าย และการตัดสินใจของเยาวชน Generation Z ซึ่งเติบโตในสภาพแวดล้อมดิจิทัล

งานวิจัยนี้กำหนดสมมติฐานเพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำจิตอาสาแบบดิจิทัลและปัจจัยด้านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อความตั้งใจทำจิตอาสาแบบดิจิทัลของนิสิต Generation Z โดยสมมติฐานดังกล่าวสะท้อนความเชื่อมโยงเชิงเหตุและผลตามกรอบแนวคิดการวิจัยที่พัฒนาขึ้นจากการสังเคราะห์แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โดยสรุป งานวิจัยนี้มีส่วนช่วยเสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจทำจิตอาสาแบบดิจิทัลของนิสิต Generation Z และสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบกิจกรรมจิตอาสา การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเยาวชน และการพัฒนานโยบายหรือโครงการที่สนับสนุนการสร้างพลเมืองดิจิทัลที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

check วิจัยเชิงบรรณาการให้ถูกต้อง

เดิมศักดิ์ คทวณิช. (2546). จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภิเชก ชัยนรินทร์. (2553). การตลาดแนวใหม่ผ่าน Social Media. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

ลักขณา สรวิวัฒน์. (2544). จิตวิทยาในชีวิตประจำวัน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.

อนุ เจริญวงศ์ระยับ. (2552). แรงจูงใจในการทำงานอาสาสมัคร. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อุบลรัตน์ เพ็งสถิต. (2542). จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2564). รายงานสถานการณ์ดิจิทัลแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ: กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.

สถาบันคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง. (ม.ป.ป.). เครือข่ายสังคมออนไลน์.

Batson, C. D., Ahmad, N., & Tsang, J. (2003). Four motives for community involvement. *Journal of Social Issues*, 58(3), 429–445.

Lewin, K. (1951). *Field theory in social science*. New York: Harper & Row.

Penner, L. A., Dovidio, J. F., Piliavin, J. A., & Schroeder, D. A. (2005). Prosocial behavior: Multilevel perspectives. *Annual Review of Psychology*, 56, 365–392.