

แรงจูงใจและปัจจัยด้านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจทำจิตอาสาแบบดิจิทัล ของนิสิต Generation Z

Motivational factors and social media influence the digital volunteering intentions of Generation Z students. Motivational factors and social media influence the digital volunteering intentions of Generation Z students.

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจและปัจจัยด้านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจทำจิตอาสาแบบดิจิทัลของนิสิต Generation Z การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนิสิต Generation Z ในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน ผลการวิจัยพบว่าแรงจูงใจในการทำจิตอาสาแบบดิจิทัล ได้แก่ การพัฒนาตนเอง ความสัมพันธ์และการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม และคุณค่าทางอารมณ์ รวมทั้งปัจจัยด้านสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารกิจกรรมจิตอาสา อิทธิพลจากเพื่อนและเครือข่ายออนไลน์ และการรับรู้แบบอย่างบนสื่อสังคมออนไลน์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจทำจิตอาสาแบบดิจิทัลของนิสิต Generation Z ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าการส่งเสริมแรงจูงใจร่วมกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างเหมาะสมสามารถช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมในกิจกรรมจิตอาสาแบบดิจิทัล และเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนากิจกรรมเพื่อสังคมในบริบทดิจิทัล

คำสำคัญ: ความตั้งใจทำจิตอาสาแบบดิจิทัล, แรงจูงใจ, สื่อสังคมออนไลน์, Generation Z, นิสิต

Abstract

This research aimed to examine the influence of motivation and social media factors on Generation Z students' intention to participate in digital volunteering. The study employed a quantitative approach using questionnaires to collect data from 400 undergraduate Generation Z students in higher education institutions in Thailand. Data were analyzed using descriptive and inferential statistics. The findings revealed that digital volunteering motivation—self-development, social connection and sense of belonging, and emotional value—as well as social media factors—awareness of volunteering information, peer and online network influence, and role model perception on social media—positively affected students' intention to engage in digital volunteering. The results suggest that promoting motivation together with effective use of social media can enhance Generation Z students' participation in digital

Keyword: digital volunteering, motivation, social media, intention, Generation Z

บทนำ

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

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 เจริญวงศ์ระยัย, 2552; Lewin, 1951)

นักวิชาการไทยอธิบายว่าแรงจูงใจเป็นสภาวะภายในที่กระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อไปสู่จุดหมาย โดยเกิดจากทั้งปัจจัยภายในและภายนอกของบุคคล และเกี่ยวข้องกับความต้องการและการตั้งเป้าหมายในชีวิต (อุบลรัตน์ เพ็ง สติ, 2542; ลักขณา สริวัฒน์, 2544; เต็มศักดิ์ คทวนิช, 2546)

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

อนุ เจริญวงศ์ระยัย (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

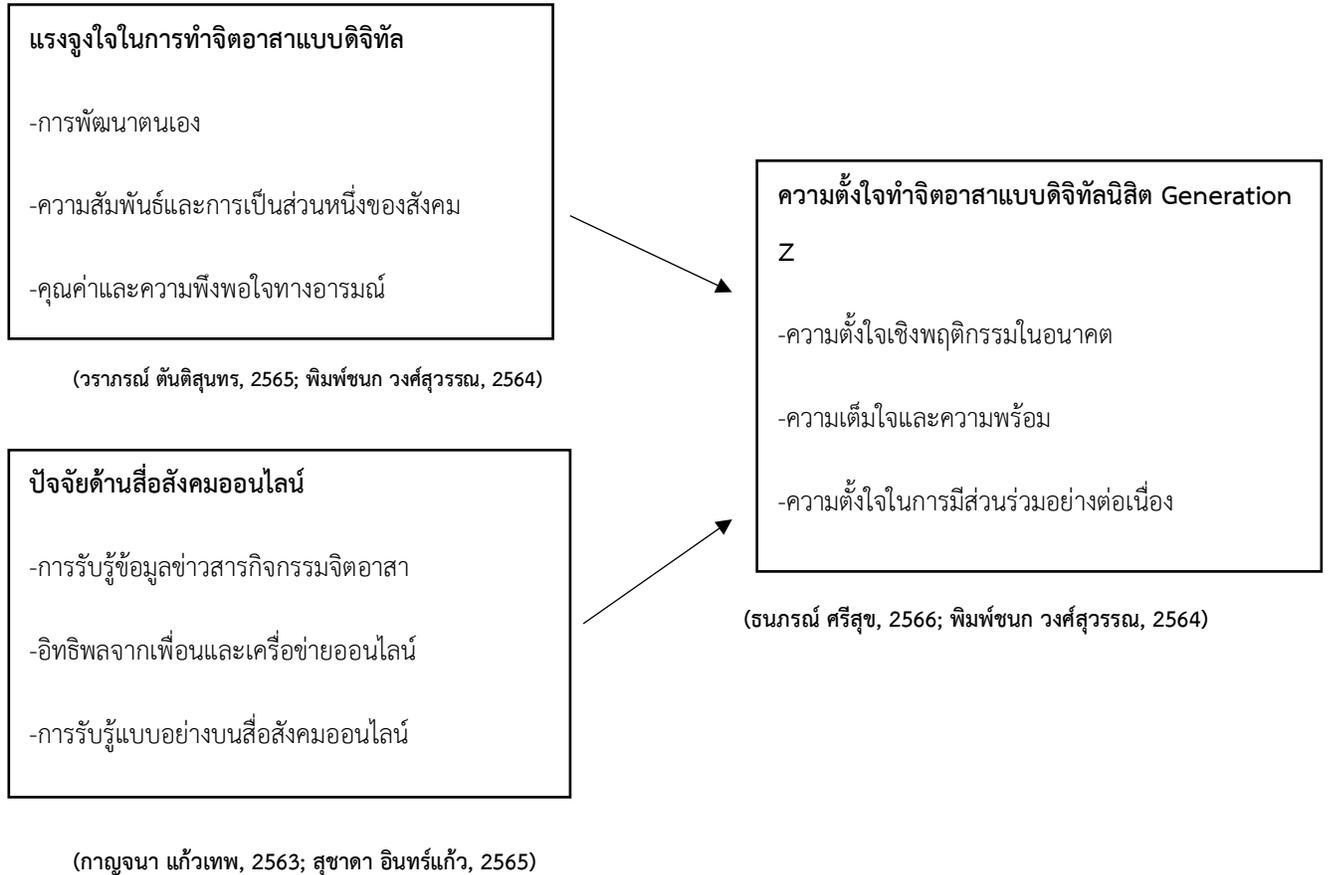
Generation Z หรือ Gen Z คือกลุ่มคนที่เกิดระหว่างปีพ.ศ. ๒๕๓๗-๒๕๕๔ ถ้านับถึงขณะนี้ Gen Z ที่แก่ที่สุดคงกำลังทำงาน แล้วจะกระจุกตัวอยู่ที่เรียนอยู่ในระดับปริญญาตรีและมัธยมปลาย คาดการณ์ว่า ประชากรไทยที่อยู่ในกลุ่มอายุ Gen Z มีราว ๑๖.๕ ล้านคนหรือประมาณ ๒๕% ของประชากร ทั้งหมด

Generation Z (Gen Z) หรือที่บางคนรู้จักกันว่า “digital integrators”, “Digital natives” หรือ “Facebook Generation” ซึ่งเป็นกลุ่มคนรุ่นที่กำลังจะก้าวเข้าโรงเรียนไปจนถึงกลุ่ม ที่กำลังจะก้าวเข้ารั้วมหาวิทยาลัยหรือกำลังเป็น 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 คาดหวังหรือไม่ ซึ่งบางครั้งเทคโนโลยีอาจช่วยเปิดให้เห็นโลกที่ไม่สามารถเดินทางไปถึงได้แต่ในเวลาเดียวกัน มันก็ปิดไม่ให้เห็น โลกรอบข้างที่เพียงละสายตาออกจากจอไปถึงได้ท่ามกลางความเป็นห่วงของผู้ใหญ่ ในปัจจุบันนี้ที่กำลังกังวลว่าเด็ก Gen Z จะกลายเป็นกลุ่มคนที่ก้มหน้าก้มตาอยู่กับเทคโนโลยีจน สูญเสียความสามารถในการมีมนุษย์สัมพันธ์จะทำให้ สังคมในอนาคตกลายเป็นสังคมที่ผู้คนขังตัวเองไม่ ออกมามีปฏิสัมพันธ์ต่อกันและที่สำคัญคือไม่สามารถใช้ชีวิตอยู่ในโลก ความเป็นจริงได้หรือไม่ นั่น

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

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

- เต็มศักดิ์ คทวณิช. (2546). จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภิเชก ชัยนิรันดร์. (2553). การตลาดแนวใหม่ผ่าน Social Media. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ลักขณา สรวิวัฒน์. (2544). จิตวิทยาในชีวิตประจำวัน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- อนุ เจริญวงศ์ระยัย. (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.