



ปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวบนเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ
ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

โดย

นางสาวสุกัญญา คำภาศรี

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ)
สาขาวิชาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2558
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวบนเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ
ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

โดย

นางสาวสุกัญญา คำภาศรี



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ)
สาขาวิชาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2558
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



THE FACTORS INFLUENCING SHARING PERSONAL INFORMATION
ONLINE, AMONG OLDER FACEBOOK USERS IN
THE BANGKOK METROPOLITAN AREA

BY

MISS SUKANYA KAMPASRI



AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE
REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF MASTER OF SCIENCE
(MANAGEMENT INFORMATION SYSTEMS)
MANAGEMENT INFORMATION SYSTEMS
FACULTY OF COMMERCE AND ACCOUNTANCY
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2015
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นางสาวสุกัญญา คำภาศรี

เรื่อง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวบนเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ
ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ)

เมื่อวันที่ 03 ม.ย. 2559

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ


(รองศาสตราจารย์ปัญจราชี ปุณณชัยยะ)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ


(รองศาสตราจารย์ ดร.นิตยา วงศ์ภินันท์วัฒนา)

คณบดี


(ศาสตราจารย์ ดร.ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนาจ)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวบนเฟซบุ๊กของ
ชื่อผู้เขียน	ผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
ชื่อปริญญา	นางสาวสุกัญญา คำภาศรี
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ) ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ พาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ ดร.นิตยา วงศ์ภินันท์วัฒนา
ปีการศึกษา	2558

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวบนเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งได้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อป้องกันโรค (Protection Motivation Theory: PMT) ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ทฤษฎีการควบคุมความเป็นส่วนตัวในการติดต่อสื่อสาร (Communication Privacy Management Theory: CPM) มาสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้ใช้งานเฟซบุ๊กทั้งสิ้น 125 คน โดยใช้การรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเที่ยงของเครื่องมือ (Reliability Analysis) โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค (Cronbach's alpha) และตรวจสอบความตรงของเครื่องมือ (Validity Analysis) โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) และทดสอบสมมติฐานตามแบบจำลองโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) ระยะเวลาดำเนินงาน เดือนมกราคม – กุมภาพันธ์ 2559 มีผลการวิจัย ดังนี้

(1) ปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อการตระหนักรู้ (Awareness) ประกอบด้วย ปัจจัยการรับรู้ภัยคุกคาม (Perceived threats) (2) ปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจ (Intention) ประกอบด้วย ปัจจัยการรับรู้ภัยคุกคาม (Perceived threats) ปัจจัยการตระหนักรู้ (Awareness) และปัจจัยอิทธิพลทางสังคม (Social Influence) (3) ปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อการแบ่งปันข้อมูล (Sharing Personal) ประกอบด้วย ปัจจัยความตั้งใจ (Intention) ปัจจัยความไว้วางใจ (Trust) ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ (Perceived Benefit) และปัจจัยความสามารถในการใช้งาน (Usage Ability)

ผลการวิจัยสรุปได้ว่าปัจจัยการรับรู้ภัยคุกคามมีความสัมพันธ์กับการตระหนักรู้ ในขณะทีการตระหนักรู้ การรับรู้ภัยคุกคาม และอิทธิพลทางสังคมมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจ และปัจจัยความตั้งใจ ความสามารถในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ และความไว้วางใจมีความสัมพันธ์กับการแบ่งปันข้อมูล ตามลำดับ จากผลของการวิจัยนี้จะเป็นแนวทางปฏิบัติการตระหนักรู้ถึงถึงความเป็นส่วนตัวในการแบ่งปันข้อมูลบนเฟซบุ๊ก โดยผู้ที่ดูแลหน่วยงานเกี่ยวกับการดูแลผู้สูงอายุ เพื่อนำไปรณรงค์และป้องกันภัยในลำดับต่อไป

คำสำคัญ: เฟซบุ๊ก ผู้สูงอายุ การแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว



Independent Study Title	THE FACTORS INFLUENCING SHARING PERSONAL INFORMATION ONLINE, AMONG OLDER FACEBOOK USERS IN THE BANGKOK METROPOLITAN AREA
Author	Miss Sukanya Kampasri
Degree	Master of Science Program (Management Information Systems)
Department/Faculty/University	Management Information Systems Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Associate Professor Nitaya Wongpinunwatana, Ph.D.
Academic Years	2015

ABSTRACT

This research aims to study the factors influencing sharing personal information online, among older facebook users in the Bangkok metropolitan area by integrating three models include Protection Motivation Theory (PMT), Theory of Planned Behavior (TPB) and Communication Privacy Management Theory (CPM). This study is based on quantitative research, conducted using questionnaires as data collection device. The focus group consisted of 125 older facebook users. The reliability of the research has been measured using Cornbrash's alpha and validity analysis. Regression analysis has been used as the research hypothesis.

The result shows that (1) Perceived threats has a direct impact on Awareness, (2) Perceived threats, Awareness and Social Influence have a direct impact on Intention and (3) Intention , Trust, Perceived Benefit and Usage Ability have a direct impact on Sharing Personal

The finding also shows that perceived threats is the factor effecting awareness, while the perceived threats, awareness and social influence factor effecting intention and intention , trust, perceived benefit and usage ability effecting satisfaction is sharing personal. The result of this research will make people realize for elderly's

the facebook sharing privacy. Hope this research can be campaigned and defended in following order.

Keywords: Facebook, older, sharing personal information online



กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์ของบุคคลหลายท่าน ซึ่งไม่อาจนำมากล่าวได้ทั้งหมด ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.นิตยา วงศ์ภินันท์วัฒนา ผู้ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาเป็นอย่างสูงที่กรุณารับเป็นที่ปรึกษาและได้สละเวลาให้คำแนะนำเกี่ยวกับแนวคิดในการวิจัย ตลอดจนตรวจแก้ไขความเรียบร้อยในการค้นคว้าอิสระนี้ และขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ปัญจราศี ปุณณชัยยะ กรรมการ ผู้ซึ่งเป็นกรรมการการค้นคว้าอิสระที่ได้ให้คำแนะนำอันเป็นประโยชน์เพื่อให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ โครงการปริญญาโทสาขาวิชาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ที่ถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์แก่ผู้วิจัยตลอดระยะเวลาศึกษาปริญญาโท ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่โครงการปริญญาโทสาขาวิชาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือ ติดต่อประสานงานทั้งการเรียนและการวิจัย และคำปรึกษาอื่นๆ ตลอดระยะเวลา 2 ปี

ขอขอบคุณผู้ที่ MSMIS ทุกท่าน โดยเฉพาะพี่นุ่น พี่ต๋ม พี่ต้น พี่ปิม MSMIS รุ่น 8 ที่ช่วยให้คำปรึกษาทั้งในเรื่องเรียนและงานวิจัย เพื่อน MSMIS รุ่น 9 ทุกคน โดยเฉพาะกลุ่ม Project Management และ Girly Berry ที่ให้กำลังใจในการเรียนการทำวิจัยและช่วยเหลือสนับสนุนกันตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา เพื่อนชมรมนักศึกษาอีสาน มธ. เพื่อนครอบครัวคลับภูทิวและทุกคนที่ช่วยกันแจกแบบสอบถามและให้กำลังใจเสมอมา

ขอขอบพระคุณครอบครัว พ่อ แม่ น้องสาว ญาติพี่น้องและปรัชญาที่คอยสนับสนุนช่วยเหลือในทุกด้านและให้กำลังใจ

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณทุกท่านที่มีความกรุณาตอบแบบสอบถามในการค้นคว้าอิสระนี้ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้

นางสาวสุกัญญา คำภาศรี

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญตาราง	(10)
สารบัญภาพ	(11)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 เหตุผลและความสำคัญของการวิจัย	1
1.2 ประเด็นคำถามในการวิจัย	3
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	4
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม	5
2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	5
2.1.1 ทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อป้องกันโรค (Protection motivation theory: PMT)	5
2.1.2 ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned behavior: TPB)	7
2.1.3 ทฤษฎีการควบคุมความเป็นส่วนตัวในการติดต่อสื่อสาร (Communication Privacy Management Theory: CPM)	8
2.2 งานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้อง	10
2.2.1 การรับรู้ถึงภัยคุกคาม	10
2.2.2 การตระหนัก	10

	(7)
2.2.3 อิทธิพลทางสังคม	11
2.2.4 ความตั้งใจ	11
2.2.5 ความไวใจ	12
2.2.6 การรับรู้ประโยชน์	12
2.2.7 ความสามารถในการใช้งาน	13
2.2.8 การแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว	13
บทที่ 3 กรอบการวิจัยและสมมติฐานการวิจัย	21
3.1 กรอบแนวคิดการวิจัย	21
3.2 นิยามตัวแปร	22
3.3 สมมติฐานงานวิจัย	23
3.3.1 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภัยคุกคามต่อการตระหนัก	23
3.3.2 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภัยคุกคามต่อความตั้งใจ	23
3.3.3 ความสัมพันธ์ระหว่างการตระหนักต่อความตั้งใจ	23
3.3.4 ความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว	24
3.3.5 ความสัมพันธ์ระหว่างความไวใจต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว	24
3.3.6 ความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลทางสังคมต่อความตั้งใจ	24
3.3.7 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว	25
3.3.8 ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการใช้งานต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว	25
บทที่ 4 วิธีการวิจัย	26
4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	26
4.2 การพัฒนาเครื่องมือเพื่อการวิจัย	27
4.3 กระบวนการวิจัย	28
4.4 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลที่จัดเก็บ	32
4.4.1 การสอบทานข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์	32
4.4.2 ตรวจสอบความตรงของแบบสอบถาม (Validity)	32
4.4.3 ตรวจสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม (Reliability)	33
4.4.4 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	33

บทที่ 5 ผลการวิจัย	34
5.1 การทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติ	34
5.1.1 การสอบทานข้อมูลที่ขาดหาย (Missing Data)	34
5.1.2 การทดสอบค่าความเบ้ (Skewness)	34
5.1.3 การสอบทานความสัมพันธ์ของตัววัดที่ใช้วัดตัวแปร (Correlation)	34
5.2 ทดสอบความเที่ยงของเครื่องมือในการวิจัย (Reliability of Instruments)	35
5.3 การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis)	35
5.4 ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	37
5.5 ลักษณะพฤติกรรมและประสบการณ์การใช้ Facebook	38
5.6 ทดสอบสมมติฐานทางสถิติ	40
กลุ่มที่ 1 การทดสอบสมมติฐานด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการตระหนัก	40
กลุ่มที่ 2 การทดสอบสมมติฐานด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจ	41
กลุ่มที่ 3 การทดสอบสมมติฐานด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อแบ่งปันข้อมูล	43
5.7 สรุปผลการวิจัย	47
5.7.1 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภัยคุกคาม กับการตระหนัก	47
5.7.2 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภัยคุกคาม กับความตั้งใจ	47
5.7.3 ความสัมพันธ์ระหว่างการตระหนัก กับความตั้งใจ	47
5.7.4 ความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจ กับการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว	47
5.7.5 ความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว	47
5.7.6 ความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลทางสังคมต่อความตั้งใจ	48
5.7.7 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว	48
5.7.8 ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการใช้งานต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว	48
บทที่ 6 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	49
6.1 สรุปผลงานวิจัย	49
6.2 ประโยชน์ของงานวิจัย	50
6.2.1 ประโยชน์ในด้านทฤษฎี	50
6.2.2 ประโยชน์ด้านการนำไปปฏิบัติ	50
6.3 ข้อจำกัดของงานวิจัย	51

	(9)
6.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต	51
รายการอ้างอิง	52
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก	58
ภาคผนวก ข	64
ประวัติผู้เขียน	84



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1	14
2.2	18
3.1	22
4.1	28
5.1	35
5.2	37
5.3	39
5.4	40
5.5	41
5.6	42
5.7	42
5.8	43
5.9	44
5.10	46

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แบบจำลองการประมวลผลเพื่อตอบสนองการรับรู้ตาม ทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อป้องกันโรค	6
2.2 แบบจำลองทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน	7
2.3 ขอบเขตความเป็นส่วนตัวระหว่างบุคคล	9
3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูล	21
5.1 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระต่อตัวแปรตามการตระหนัก	41
5.2 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระต่อตัวแปรตามความตั้งใจ	43
5.3 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระต่อตัวแปรตามการแบ่งปันข้อมูล	45



บทที่ 1

บทนำ

เป็นบทแรกของงานวิจัย ซึ่งให้เห็นประเด็นสำคัญของเรื่องที่จะศึกษาทั้งในแง่ของความสำคัญของปัญหาและในแง่ของวัตถุประสงค์ของผู้ศึกษา ในบทนี้ผู้วิจัยจะอธิบายถึงคำจำกัดความหรือสัญลักษณ์สำคัญที่ใช้ ตลอดจนข้อจำกัดต่างๆ ที่มีผลโดยตรงต่อขอบเขต วิธีและผลของการศึกษาวิจัย โดยประกอบด้วยหัวข้อ ดังต่อไปนี้

1.1 เหตุผลและความสำคัญของการวิจัย

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) มีความสำคัญจนแทบจะเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต ยิ่งเทคโนโลยีการสื่อสารที่ไร้ขีดจำกัดยิ่งช่วยให้คนติดต่อสื่อสารกันง่ายขึ้น ทำให้เครือข่ายสังคมออนไลน์กลายเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ (Chang et al., 2014; Salehan & Arash Negahban, 2013) ช่องว่างในการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารมีขนาดเล็กลง ด้วยเทคโนโลยีมีการเติบโตมากขึ้น อีกทั้งมีพัฒนาการรูปแบบของเทคโนโลยีที่พกติดตัวผู้ใช้อยู่ตลอดเวลาอย่างสมาร์ทโฟน (Smartphone) ทำให้ผู้ใช้งานมีช่องทางในการติดต่อสื่อสารได้หลายช่องทางจาก application ต่างๆ ของสมาร์ทโฟน (นัชฐภรณ์ อ่อนแก้ว, 2557) สถิติการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตโดยการ ใช้สมาร์ทโฟนของไทยสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตามรายงาน Thailand Internet User Profile 2015 ของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์หรือ ETDA ระบุว่า สมาร์ทโฟน เป็นเครื่องมือหลักในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตร้อยละ 82.1 สองปีซ้อน (ข้อมูลสำรวจปี 2557 - 2558) มีการใช้งานเฉลี่ย 5.7 ชั่วโมงต่อวัน ประกอบกับรายงานของสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ระบุว่าไตรมาสแรกของปี 2557 (ม.ค. - มี.ค. 2557) ประเทศไทยนำเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่และแท็บเล็ตจำนวน 258 รุ่น รวมเป็น 5,209,422 เครื่องข้อมูลของ กสทช.ม.รายละเอียดด้วยว่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ และแท็บเล็ตรุ่นที่ได้รับความนิยมและนำเข้ามาในปี 2557 มี 567,750 เครื่อง (กรุงเทพธุรกิจ, 2557) จากตัวเลขการนำเข้าของสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตที่เติบโตอย่างมากส่งผลให้มีการออนไลน์มีจำนวนเพิ่มขึ้นตาม

เครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึงการที่มนุษย์สามารถเชื่อมโยงถึงกันทำความรู้จักกัน สื่อสารถึงกันได้ผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งหากเป็นเว็บไซต์ที่เรียกว่าเป็นเว็บเครือข่ายสังคมออนไลน์ก็คือเว็บไซต์ที่เชื่อมโยงผู้คนไว้ด้วยกัน โดยเว็บไซต์เหล่านี้จะมีพื้นที่ให้ผู้คนเข้ามาทำความรู้จักกัน มีการให้พื้นที่บริการเครื่องมือต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการสร้างเครือข่าย สร้างเนื้อหาตาม

ความสนใจของผู้ใช้ (กันตพล บันตททอง, 2557) ปัจจุบันมีเว็บไซต์ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์เกิดขึ้นจำนวนมาก Zocial inc. ได้ทำการสำรวจพฤติกรรมคนไทยเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ Social Media ในชีวิตประจำวันพบว่า 5 อันดับของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ยอดนิยมคือ Facebook LINE Instagram Google+ และ Twitter ตามลำดับ (Zocial inc., 2014)

เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook) ได้เปิดให้บริการครั้งแรกปี 2547 (2004) โดย Mark Zuckerberg ซึ่งเปิดให้เข้าใช้เฉพาะนักศึกษาของมหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ดเท่านั้น ต่อมาในปี 2005 ได้อนุญาตให้นักเรียนมัธยมศึกษาสามารถเข้าใช้งานได้ และปี 2006 ก็ได้เปิดให้ทุกคนสามารถเข้าใช้งาน จนตอนนี้เติบโตและเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง จนเป็นที่นิยมทั่วโลก โดยเฟซบุ๊กมีจำนวนผู้ใช้ 1.39 พันล้านคนทั่วโลก เพิ่มขึ้นจากปี 2557 ที่ร้อยละ 16.81 (Zocial inc., 2015) เฟซบุ๊กมีส่วนของการใช้งานที่หลากหลาย ซึ่งโปรไฟล์ (Profile) ของผู้ใช้สามารถโพสต์รายละเอียดข้อมูลส่วนตัวและยังมีความสามารถในการเพิ่มเพื่อน (Add Friend) ข้อความ (Message) รวมถึงการแสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับกิจกรรมของแต่ละคน และเข้าร่วมกลุ่ม (Group) นอกจากนี้ยังมีส่วนอื่นๆอีกมากมาย (Ur, 2007) ในช่วงต้นปี 2553 (2010) Mark Zuckerberg ได้ประกาศต่อสาธารณะว่า “โลกของความเป็นส่วนตัวได้หมดไปแล้ว” (The Age of Privacy is over) ผู้ที่สมัครใช้งานเฟซบุ๊กทุกคนจะถูกเปิดเผยข้อมูลส่วนตัว (User Information) ต่อสาธารณะเป็นค่าเริ่มต้น โดยที่เฟซบุ๊กมีเครื่องมือที่ช่วยกำหนดการตั้งค่าความเป็นส่วนตัวของข้อมูลให้เป็นทางเลือก (ภัททิยา นภาชัยเทพ, 2556) ในประเทศไทยมีจำนวนผู้ใช้เฟซบุ๊กทั้งหมด 35 ล้านบัญชี (ข้อมูล ณ 17 เมษายน 2558) โดยประชากรเฟซบุ๊กเพศชาย มีทั้งหมด 17.11 ล้านบัญชีและประชากรเฟซบุ๊กเพศหญิง มีทั้งหมด 17.14 ล้าน บัญชี ซึ่งจังหวัดที่มีผู้ใช้เฟซบุ๊กมากที่สุดคือ กรุงเทพมหานคร มีจำนวนผู้ใช้ 20 ล้านบัญชี (Zocial inc., 2015)

ในช่วงต้นเดือนสิงหาคมที่ผ่านมาสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์หรือ ETDA ได้แถลงผลการสำรวจพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย 2558 (Thailand Internet User Profile 2015) พบว่าการใช้งานอินเทอร์เน็ตของคนไทยในทุกช่วงของระยะเวลาการใช้งานสูงขึ้นมากกว่าปี 2557 ซึ่งการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เฉลี่ยตามเพศ ร้อยละ 58.3 คือเพศที่สามรองลงมาคือเพศชายและหญิง ร้อยละ 50.4 เมื่อจำแนกช่วงอายุพบว่า Gen ที่มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือ กลุ่ม Gen Y กลุ่ม Gen X กลุ่ม Gen Z และ กลุ่ม Baby Boomer โดยเทียบสัดส่วนในกลุ่ม Baby Boomer มีสัดส่วนที่ร้อยละ 32.5 และจังหวัดที่มีการใช้งานเฟซบุ๊กมากที่สุดคือ กรุงเทพมหานคร 20 ล้านบัญชี (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2558) จะเห็นได้ว่าเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของคนทุกระดับ ทุกเพศและทุกวัย แต่ที่น่าสนใจคือกลุ่มประชากรที่เพิ่มขึ้นเร็วที่สุดในการใช้เว็บเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันคือกลุ่มผู้ใหญ่ (Chakraborty,

Vishik & Rao, 2013) สอดคล้องกับข้อมูลจากการสำรวจผู้สูงอายุไทยกับการใช้เวลาว่างโดยศูนย์สำรวจความเห็น “นิด้าโพล” พบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ ร้อยละ 21.29 ระบุว่า ใช้แอปพลิเคชัน Line ในการติดต่อกับครอบครัว เพื่อนฝูง และรองลงมา ร้อยละ 13.56 ระบุว่า ใช้ Facebook (ศูนย์สำรวจความเห็น “นิด้าโพล”, 2558) เป็นเครื่องมือที่ใช้ติดต่อสื่อสาร แชนร์รูปภาพ และบอกเล่าเรื่องราวต่างๆ ว่ากำลังทำอะไร อยู่ที่ไหน อยู่กับใคร ด้วยความตั้งใจหรือไม่ตั้งใจ หรือแบ่งปันรูปภาพ แสดงข้อมูลที่อยู่ ฐานะ หรือทรัพย์สิน โปสต์ และแท็ก (Tag) เพื่อนๆ จนกลายเป็นพฤติกรรมปกติ บุคคลที่ไม่เคยรู้จักทั่วไปที่ใช้เฟซบุ๊ก และไม่ได้ตั้งใจค่าความเป็นส่วนตัวไว้บุคคลเหล่านั้นก็จะได้รับข้อมูลทุกอย่างบนเฟซบุ๊กด้วย (วรวิสุทธิ์ ภิญโญยา, 2554 อ้างใน ภัททิยา นภัชยเทพ, 2555)

จากการศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กในประเทศไทยยังไม่มีการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวบนเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ และสถิติของผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นและผู้สูงอายุมีพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ต เครื่องข่ายสังคมออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษปัจจัยที่มาจากทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อป้องกันโรค ประกอบด้วย การรับรู้ถึงภัยคุกคาม และการตระหนัก ที่ส่งผลต่อความตั้งใจ ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนของ Fishbien และ Ajzen ที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมโดยปัจจัยที่นำมาใช้ในงานวิจัยนี้คือ อิทธิพลทางสังคม ที่ส่งผลต่อการตั้งใจ ทฤษฎีการควบคุมความเป็นส่วนตัวในการติดต่อสื่อสารของ Petronio ที่อธิบายถึงการบริหารขอบเขตความเป็นส่วนตัวระหว่างบุคคล ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปิดเผยหรือปิดบังข้อมูลความเป็นส่วนตัว และความสามารถในการใช้งาน ซึ่งงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้เพิ่มปัจจัยเข้ามาคือ การรับรู้ประโยชน์

1.2 ประเด็นคำถามในการวิจัย

งานวิจัยนี้ต้องการศึกษาว่าปัจจัยอะไรบ้างที่ส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวบนเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่สำคัญของการศึกษาการตระหนักในความเป็นส่วนตัวของการแบ่งปันข้อมูลบนเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีดังนี้

- เพื่อศึกษาถึงการรับรู้ภัยคุกคามที่มีผลการแบ่งปันข้อมูลบนเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ
- เพื่อศึกษาถึงการตระหนักที่มีผลการแบ่งปันข้อมูลบนเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ

- เพื่อศึกษาถึงความตั้งใจที่มีผลการแบ่งปันข้อมูลบนเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ
- เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลทางสังคมที่มีผลต่อการแบ่งปันข้อมูลบนเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ
- เพื่อศึกษาถึงการรับรู้ประโยชน์ที่มีผลต่อการแบ่งปันข้อมูลบนเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ
- เพื่อศึกษาถึงการใช้งานที่มีผลต่อการแบ่งปันข้อมูลบนเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ
- เพื่อศึกษาถึงความไว้วางใจที่มีผลต่อการแบ่งปันข้อมูลบนเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้มีขอบเขตเพื่อศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูลบนเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ โดยทำการศึกษาผู้สูงอายุที่ใช้เฟซบุ๊กในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยใช้การรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้งานเฟซบุ๊กด้วยแบบสอบถามออนไลน์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทบทวนวรรณกรรมในอดีตโดยได้นำทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางในการวิจัยเพื่อศึกษาถึงการตระหนักค่าความเป็นส่วนตัวในการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวบนเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยมีทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยดังนี้

2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อป้องกันโรค (Protection motivation theory: PMT)

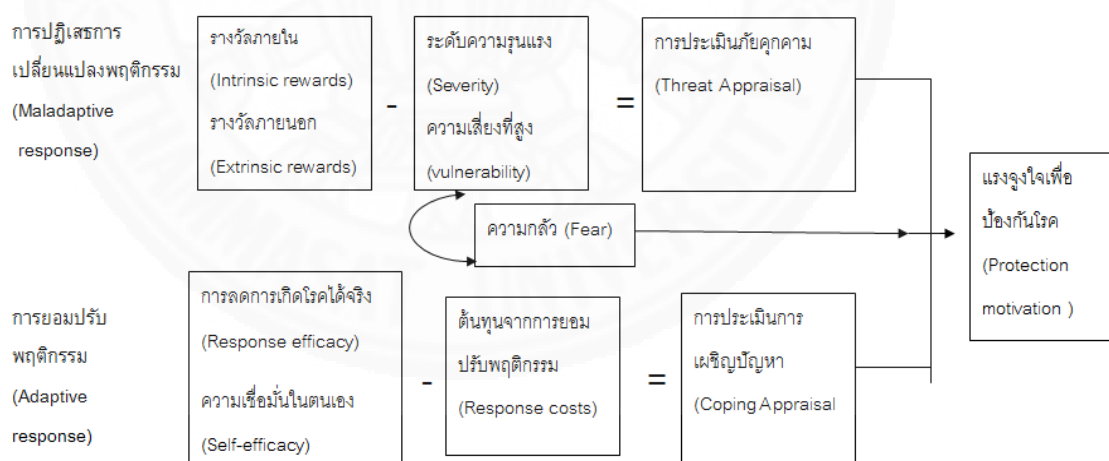
ทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อป้องกันโรค (Protection motivation theory: PMT) ได้มีการนำเสนอครั้งแรกโดย Rogers (1975) และได้รับการปรับปรุงจนเป็นที่น่าสนใจอย่างกว้างขวางในปี 1983 ทฤษฎีนี้เกิดจากแนวคิดที่ว่าโรคเป็นผลต่อเนื่องมาจากพฤติกรรมที่เพิ่มความเสี่ยงในการเกิดโรค และเมื่อเปลี่ยนพฤติกรรมดังกล่าวจะสามารถลดอัตราการเกิดโรคต่อตนเองรวมทั้งบุคคลรอบข้างได้ (ประภาดา ตลิ่งจิต, 2555)

ทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อป้องกันโรคเกิดขึ้นจากการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการรับรู้และการตั้งใจตอบสนองในที่สุด ซึ่งเกิดจากปัจจัยทั้งภายในและภายนอกร่างกายบุคคล ปัจจัยภายในก็คือ บุคลิกภาพของแต่ละบุคคล ส่วนปัจจัยภายนอกคือ ความกลัว Rogers กล่าวว่ากระบวนการรับรู้มี 2 แบบ คือ การประเมินภัยคุกคาม (Threat Appraisal) และการประเมินการเผชิญปัญหา (Coping Appraisal)

การประเมินภัยคุกคาม (Threat Appraisal) จะให้ความสำคัญกับแหล่งที่มาของภัยคุกคามและองค์ประกอบ รวมถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิเสธการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เช่น การหลีกเลี่ยง การปฏิเสธ และความเชื่อที่ว่าเป็นจริง ลักษณะของการปฏิเสธการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Maladaptive response) เช่น การสูบบุหรี่ บุคคลที่สูบบุหรี่รู้ว่าการสูบบุหรี่สามารถทำให้เกิดมะเร็งปอดและอาจก่อให้เกิดโรคต่างๆ ได้ ดังนั้นการรับรู้ถึงภัยคุกคามและความรุนแรงที่จะเกิดขึ้นส่งผลต่อแรงจูงใจให้เกิดความตระหนักถึงอันตรายของโรค ซึ่งแรงจูงใจนี้อาจมาจากประสบการณ์ที่ได้รับผ่านจากบุคคลรอบข้างหรือประสบการณ์ตรงด้วยตนเอง เช่น บุคคลใกล้ตัวเสียชีวิตด้วยโรคมะเร็งจากการสูบบุหรี่ เป็นต้น หลังจากบุคคลได้รับข้อมูลดังกล่าวแล้ว จะเป็นขั้นตอนการประมวลผลเพื่อตอบสนองต่อประสบการณ์ที่ได้รับรู้และส่งผลต่อการเพิ่มโอกาสให้ปฏิเสธการ

เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Maladaptive response) ซึ่งการปฏิเสธการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเกิดจากหลายองค์ประกอบ ได้แก่ พฤติกรรมเสี่ยงที่ทำให้เกิดรางวัลภายใน (Intrinsic rewards) หรือความพอใจส่วนตัว และรางวัลภายนอก (Extrinsic rewards) หรือเป็นที่ชื่นชอบ ชื่นชมจากคนรอบข้าง ส่วนองค์ประกอบที่ยับยั้งการปฏิเสธการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมก็คือ ระดับความรุนแรง (Severity) และความเสียหายที่สูง (vulnerability) จากโรค นอกจากนี้ยังมีปัจจัยรองที่อาจจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมคือ ความกลัว (Fear) กลัวได้ว่าความกลัวไม่ได้ส่งผลโดยตรงต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมแต่ความกลัวส่งผลต่อการประเมินระดับความรุนแรงของอันตรายจากโรค

การประเมินการเผชิญปัญหา (Coping Appraisal) เน้นที่การตอบสนองที่ป้องกันภัยคุกคามที่นำไปสู่การยอมรับพฤติกรรม (Adaptive response) เป็นการประเมินว่าคุณคนนั้น ๆ จะสามารถเปลี่ยนพฤติกรรมได้หรือไม่ โดยมีปัจจัยที่สนับสนุน 2 ข้อคือ ความเชื่อเรื่องการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจะส่งผลต่อการลดการเกิดโรคได้จริง (Response efficacy) และความเชื่อมั่นว่าตนเองจะสามารถเปลี่ยนพฤติกรรมได้ (Self-efficacy) ทั้งนี้การยอมรับพฤติกรรมยังขึ้นอยู่กับผลกระทบทางด้านร่างกายและจิตใจ ซึ่งถือได้ว่าเป็นต้นทุนจากการยอมรับพฤติกรรมนั้นๆ อีกด้วย (Response costs) (Rogers, 1997) ดังแสดงในภาพที่ 2.1



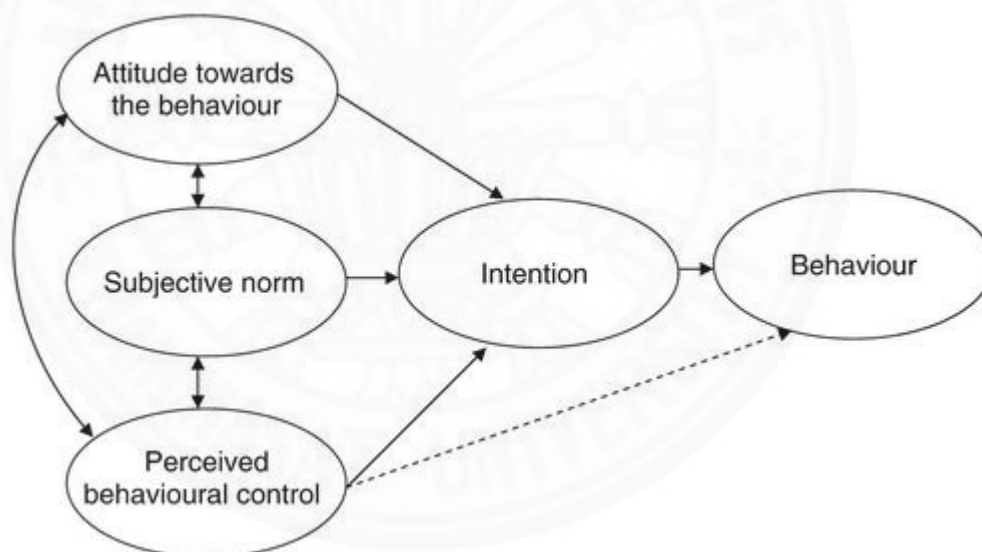
ที่มา: Rogers (1997)

ภาพที่ 2.1 แบบจำลองการประมวลผลเพื่อตอบสนองการรับรู้ตามทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อป้องกันโรค

ตามทฤษฎีข้างต้น เป็นที่ยอมรับกันว่า ประสิทธิภาพในการจูงใจเพื่อป้องกันโรค เริ่มต้นจากการให้ข้อมูลเกี่ยวกับอันตรายของโรค และต่อด้วยการนำเสนอการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม เพื่อป้องกันโรครดังกล่าว ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้สร้างแรงจูงใจเพื่อป้องกันภัยคุกคามที่เกิดจากการแบ่งปันข้อมูลบนเฟซบุ๊ก โดยอาศัยปัจจัยจากการรับรู้ถึงภัยคุกคาม (Perceived threats) เพื่อความคาดหวังให้ผู้ใช้เฟซบุ๊กรับรู้ถึงภัยคุกคามและแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวบนเฟซบุ๊กน้อยลง

2.1.2 ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned behavior: TPB)

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned behavior: TPB) ได้นำเสนอ โดย Ajzen ในปี 1985 เป็นทฤษฎีทางจิตวิทยาสังคม (Social Psychology) ที่พัฒนามาจากทฤษฎี การกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action) โดย Ajzen และ Fishbein (1975) อธิบาย ไว้ว่าความตั้งใจเพื่อแสดงพฤติกรรมของมนุษย์คาดการณ์ได้จากทัศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward the behavior) ความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง (Subjective norms) และการรับรู้ ความสามารถในการควบคุม (Perceived behavioral control) ดังแสดงในภาพที่ 2.2



ที่มา: Ajzen (1991)

ภาพที่ 2.2 แบบจำลองทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน

จากทฤษฎีพบว่า หากบุคคลนั้นมีความเชื่อว่า ถ้าทำพฤติกรรมนั้นแล้วจะได้รับผลทางบวก ก็มีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติที่ดีต่อพฤติกรรมนั้น ในทางตรงกันข้ามหากทำพฤติกรรมนั้นแล้วจะได้รับผลทางลบ ก็จะมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อพฤติกรรมนั้น และเมื่อมีทัศนคติทางบวกก็จะเกิดการตั้งใจ (Intention) ที่จะแสดงต่อพฤติกรรมนั้น

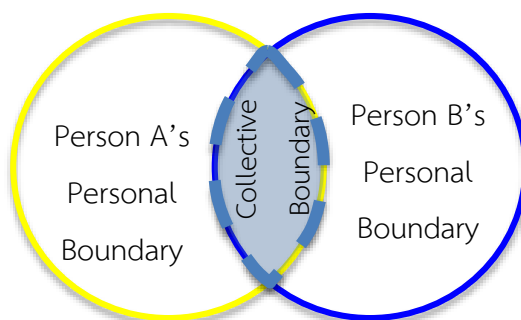
ในด้านความเชื่อของกลุ่มอ้างอิง (Subjective norm) หากบุคคลได้เห็นหรือรับรู้ว่าคุณคนนั้นที่มีความสำคัญต่อเขา ก็จะทำให้มีพฤติกรรมคล้อยตามและทำตามด้วย ซึ่งบุคคลหรือกลุ่มอ้างอิงที่สำคัญแต่ละเรื่องจะขึ้นอยู่กับประเด็นของเรื่องหรือพฤติกรรมที่สอดคล้องกับกลุ่มอ้างอิงนั้น

ประเด็นสุดท้ายในด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุม (Perceived behavioral control) ถ้าบุคคลเชื่อว่า เขามีความสามารถที่จะกระทำในสภาพสถานการณ์นั้นได้ และสามารถควบคุมให้เกิดผลดังที่ตั้งใจ เขาก็มีแนวโน้มที่จะทำพฤติกรรมนั้น

ดังนั้น จากทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน การเสริมสร้างการตระหนักถึงค่าความเป็นส่วนตัวในการแบ่งปันข้อมูลบนเฟซบุ๊กจะเกิดขึ้นได้ เกิดจากการที่บุคคลจะต้องมีความเชื่อว่าภัยคุกคามและการตระหนักจะไม่ก่อให้เกิดโทษกับตนเอง เมื่อบุคคลนั้นมีทัศนคติที่ดีต่อการรับรู้ภัยคุกคามและการตระหนักแล้ว เขาก็จะตั้งใจหรือเจตนาที่จะตระหนักต่อการแบ่งปันข้อมูลบนเฟซบุ๊ก โดยแบ่งปันข้อมูลบนเฟซบุ๊กลดลง หรืออาจกล่าวได้ว่าหากบุคคลมีทัศนคติเชิงลบก็จะมี ความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมแบ่งปันข้อมูลลดลงในที่สุด

2.1.3 ทฤษฎีการควบคุมความเป็นส่วนตัวในการติดต่อสื่อสาร (Communication Privacy Management Theory: CPM)

ทฤษฎีการควบคุมความเป็นส่วนตัวในการติดต่อสื่อสาร (Communication Privacy Management Theory: CPM) ได้นำเสนอโดย Petronio ในปี 2002 อธิบายถึงวิธีการบริหารขอบเขตความเป็นส่วนตัวระหว่างบุคคล โดยความเป็นส่วนตัวและการเปิดเผยข้อมูลอยู่ในความสัมพันธ์ที่สมดุลกัน แต่ไม่ได้อยู่ในส่วนเดียวกัน (Vitak, 2012) สามารถอธิบายเป็นแผนภาพที่ 2.3 ได้ดังนี้



ที่มา: Vitak (2012)

ภาพที่ 2.3 ขอบเขตความเป็นส่วนตัวระหว่างบุคคล

Petronio ได้อธิบายว่าขอบเขตของการเปิดเผยหรือปิดบังข้อมูลความเป็นส่วนตัวของบุคคลนั้นเกิดจากทุกคนเชื่อว่าตนเองมีสิทธิความเป็นเจ้าของที่จะควบคุมข้อมูลส่วนตัวเหล่านั้น และสามารถควบคุมข้อมูลส่วนตัวของพวกเขาโดยผ่านกฎเกณฑ์ของแต่ละคน เมื่อบุคคลนั้นได้รับการบอกเล่าหรือเข้าถึงข้อมูลส่วนตัวนั้นได้ก็จะกลายเป็นเจ้าของข้อมูลร่วมกัน ซึ่งลำดับต่อไปก็จะมีข้อตกลงร่วมกันเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ความเป็นส่วนตัวเพื่อบอกต่อกับคนอื่น และสุดท้ายเมื่อไม่มีการทำตามข้อตกลงก็จะมีแนวโน้มส่งผลให้พื้นที่ความเป็นส่วนตัวไม่สามารถปิดบังได้ ข้อมูลส่วนตัวถูกเปิดเผยในที่สุด

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปิดเผยหรือปิดบังข้อมูลความเป็นส่วนตัว ได้แก่ วัฒนธรรม (Culture) เพศ (Gender) แรงจูงใจ (Motivation) บริบท (Context) และอัตราส่วนระหว่างผลดีหรือผลเสีย (Risk/benefit ratio) โดยปัจจัยด้านวัฒนธรรมอธิบายว่า ความแตกต่างทางวัฒนธรรมจะสร้างความเชื่อในการเปิดเผยข้อมูลที่แตกต่างกัน ปัจจัยด้านเพศ ค่านิยมเกี่ยวกับผู้หญิงและผู้ชายจะมีความเชื่อว่าผู้หญิงจะมีการเปิดเผยข้อมูลมากกว่าผู้ชาย และมุมมองของการเปิดเผยหรือปิดบังข้อมูลก็จะแตกต่างกัน ปัจจัยด้านแรงจูงใจ จะขึ้นอยู่กับความชื่นชอบ ความน่าสนใจ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่จะสร้างแรงจูงใจในการแบ่งปันข้อมูลร่วมกัน โดยจะเปิดเผยหรือปิดบังข้อมูลตามขอบเขตที่ตนเองสร้างไว้ เช่น ผู้ใช้เฟซบุ๊กเป็นผู้กำหนดบนเฟซบุ๊กของตนเองได้ว่าจะตั้งค่าให้ใครเห็นข้อมูลของตนเองได้บ้าง โดยทุกคนจะเห็นข้อมูลเหล่านั้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลนั้นยอมรับเป็นเพื่อนกัน อย่างไรก็ตามเมื่อผู้ใช้ไม่พอใจในความสัมพันธ์นั้นก็สามารถกำหนดสิทธิ์การเข้าถึงข้อมูลนั้นโดยการบล็อก (Block) หรือเลิกเป็นเพื่อนกันบนเฟซบุ๊ก (Unfriend) ส่วนปัจจัยด้านบริบท สามารถอธิบายได้ว่าสภาพการณ์หรือสถานการณ์จะส่งผลต่อการสร้างขอบเขตในความเป็นส่วนตัว แต่เมื่อบุคคลมีส่วนที่เกี่ยวข้องกัน ทำ

กิจกรรมร่วมกัน หรือต่างอยู่ในบริบทเดียวกันก็มีแนวโน้มที่เปิดเผยข้อมูลที่เกิดจากความรู้สึกที่ว่าเป็นเรื่องปกติและสามารถควบคุมได้ และปัจจัยด้านอัตราส่วนระหว่างผลดีหรือผลเสียจะเป็นตัวกำหนดถึงการเปิดเผยหรือปกปิดข้อมูลข้อมูลส่วนตัว โดยบุคคลเหล่านั้นจะมีการคำนึงถึงปัจจัยหลายๆ ด้านว่าการกระทำนั้นจะส่งผลดีหรือผลเสียหลังจากการเปิดเผยข้อมูลเสมอ (Petronio, 2002)

2.2 งานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อป้องกันโรค (Protection motivation theory: PMT) ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned behavior: TPB) และทฤษฎีการควบคุมความเป็นส่วนตัวในการติดต่อสื่อสาร (Communication Privacy Management Theory: CPM) ผู้วิจัยจึงได้เลือกปัจจัยที่จะนำมาใช้ในงานวิจัยนี้ดังนี้

2.2.1 การรับรู้ถึงภัยคุกคาม

การรับรู้ถึงภัยคุกคาม (Perceived threats) หมายถึง การรับรู้ถึงความรุนแรงโอกาสเสี่ยงสิ่งที่กำลังคุกคาม และสิ่งที่กระทบกระเทือนจิตใจได้ง่าย (ประภาดา ตลิ่งจิต, 2555) Bredemeier, Berenbaum and Spielberg (2012) พบว่าการรับรู้ภัยคุกคามเริ่มจากกระบวนการคิดวิตกกังวลที่รับรู้ถึงสิ่งที่ไม่พึงประสงค์ที่จะเข้ามาในชีวิต (Bredemeier, Berenbaum and Spielberg, 2012) ซึ่งการรับรู้ความรุนแรงของคนที่มีการประสบการณ์เกี่ยวกับภัยคุกคามจะเชื่อเสมอว่าพวกเขาจะได้รับอันตราย และส่งผลต่อการเปิดเผยข้อมูลน้อยลง (Lee , Im and Taylor, 2008; Beldad et.al, 2012; Krasnova et al., 2010; Petrorio, 2002; Qian & Scott, 2007; Youn, 2005; ภัททิยา นภัชยเทพ, 2556)

2.2.2 การตระหนัก

พจนานุกรมไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๒ ให้ความหมายไว้ว่า การตระหนัก หมายถึง รู้ประจักษ์ชัด รู้ชัดแจ้ง ซึ่งรวมถึงความรู้สึกนึกคิดของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งหรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง โดยมีสภาพแวดล้อมในสังคม หรือสิ่งเร้าภายนอกเป็นปัจจัยทำให้บุคคลเกิดการตระหนักและเกิดเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกในสิ่งนั้น (สุนทรียา หวังชัย, 2544; Zho, 2010) หากข้อมูลส่วนบุคคลถูกเปิดเผยไปยังโลกออนไลน์ในปริมาณมาก ผู้ที่เป็นเจ้าของข้อมูลอาจพบเจอกับเหตุการณ์เชิงลบต่อตนเองมากขึ้น ในทำนองเดียวกัน การตระหนักยังช่วยผู้ใช้งานรับรู้ถึงภัยอันตรายที่อาจเกิดได้จากการโพสต์ชีวิตประจำวันหรือเปิดเผยข้อมูลลงบนเฟซบุ๊ก ถ้าหากผู้ใช้งานไม่มีการ

ตระหนักอาจก่อให้เกิดภัยอันตรายต่อผู้ใช้งานได้ (Malandrino, Scarano and Spinelli, 2012; Breward, 2007; Dinev and Hart, 2006)

2.2.3 อิทธิพลทางสังคม

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๒ ได้ให้ความหมายไว้ว่า อิทธิพล หมายถึง อำนาจที่สามารถบังคับดลให้ผู้อื่นต้องคล้อยตามหรือทำตาม และคำว่า สังคม หมายถึง คนจำนวนหนึ่งที่มีความสัมพันธ์ต่อเนื่องกันตามระเบียบ กฎเกณฑ์ โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญร่วมกัน ดังนั้น อิทธิพลทางสังคม หมายถึง ความเข้าใจของบุคคลที่เกิดจากทัศนคติรวมถึงความชื่นชอบส่วนตัว โดยเกิดจากการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective norm) (Verkasalo et al., 2010) สอดคล้องกับ ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned behavior หรือ TPB) ที่อธิบายว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ส่งผลต่อการแสดงออกของพฤติกรรม (Ajzen, 1991) ซึ่งบุคคลจะรับรู้และเข้าใจถึงพฤติกรรมของกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อตนเองแล้วมีแนวโน้มที่จะส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมนั้น (Rimal & Real, 2003; Pan and Jordan-Marsh, 2010; Mouakket, 2015)

ตามแนวคิดทฤษฎีอิทธิพลทางสังคม (Social Influence Theory) Zhou (2011) พบว่าพฤติกรรมของแต่ละบุคคลได้รับผลกระทบจากกระบวนการทางสังคม 3 ประการ คือ

Compliance การปฏิบัติตามกันเป็นผลมาจากการกระทำของแต่ละบุคคลที่กระทำไปเพื่อให้สอดคล้องกับความคิดเห็นของบุคคลอื่นที่มีความสำคัญต่อตัวผู้กระทำ เช่น ผู้ใช้งานมักจะคล้อยตามความเห็นของผู้นำกลุ่ม (Board Leaders)

Identification เป็นผลมาจากลักษณะเอกลักษณ์ของแต่ละสังคม เช่น ผู้ใช้งานอาจจะได้รับอิทธิพล ความรู้สึก คุณค่า จากสังคมและสมาชิกในสังคม

Internalization เป็นผลมาจากคนแต่ละคนจะยอมรับอิทธิพลใดๆ เนื่องจากรู้สึกว่าคุณค่าของตนเองสอดคล้องกับสมาชิกของคนในสังคมนั้นๆ เช่น ผู้ใช้งานอาจจะยอมรับทัศนคติของสังคมนั้นๆ มาเป็นความเชื่อของตนเอง

สรุปได้ว่า อิทธิพลทางสังคม หมายถึง การคล้อยตามกลุ่มบุคคลที่อยู่ในสังคมที่ตนเองยอมรับ รวมถึงเอกลักษณ์ ลักษณะ ค่านิยมที่เป็นที่ยอมรับจากสมาชิกในกลุ่มสังคมนั้นๆ ซึ่งพฤติกรรมของบุคคลที่จะแสดงออกมาจากทัศนคติและการรับรู้ของตนเอง

2.2.4 ความตั้งใจ

ความตั้งใจ (Intention) หมายถึง ความมุ่งมั่น เจตนาที่เกิดจากทัศนคติ บรรทัดฐานของแต่ละคน และการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมตนเอง (Mouakket, 2015; Ramirez-Correa, Rondan-Cataluña and Arenas-Gaitán, 2015) ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned behavior หรือ TPB) ได้อธิบายสมมติฐานของการตั้งใจว่า การตั้งใจที่แสดงออกพฤติกรรมเป็นผลมา

จากทัศนคติ ความเชื่อของกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุม (Ajzen, 1991) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chang et al.(2015) ที่กล่าวว่าความสัมพันธ์ระหว่างการตั้งใจและพฤติกรรมของมนุษย์จะมีเหตุผลในการตัดสินใจบนพื้นฐานของข้อมูลที่พวกเขาถืออยู่ ดังนั้นการตั้งใจจะเกิดจากพฤติกรรมของแต่ละคนเป็นตัวกำหนดว่าจะทำหรือไม่ ซึ่งเป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นจากกระบวนการรับรู้ อารมณ์ และประสบการณ์ โดยทฤษฎีการควบคุมความเป็นส่วนตัวในการติดต่อสื่อสาร (Communication Privacy Management Theory หรือ CPM) อธิบายว่าแต่ละบุคคลเป็นเจ้าของข้อมูลส่วนตัว และการควบคุมข้อมูลเป็นสิทธิของแต่ละบุคคลว่าจะเปิดเผยหรือปกปิดข้อมูลส่วนตัว (Petronio, 2002) สอดคล้องกับ Shin & Kang พบว่าผู้ใช้เฟซบุ๊กมีความตระหนักถึงความเป็นส่วนตัว จึงไม่เปิดเผยข้อมูลที่เชื่อว่าการเปิดเผยข้อมูลนั้นๆ เป็นอันตรายและก่อให้เกิดความไม่เป็นส่วนตัว (ภัททิตยา นภัชยเทพ, 2556; Shin & Kang, 2014)

2.2.5 ความไว้วางใจ

ความไว้วางใจ (Trust) คือความรู้สึกที่เชื่อมั่น เชื่อถือในผู้อื่น รวมทั้งความกล้าที่จะแลกเปลี่ยนและแบ่งปันข้อมูล ความไว้วางใจเพื่อนที่อยู่ในเฟซบุ๊กจึงเป็นสิ่งหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการเปิดเผยข้อมูล เช่น ผู้ใช้เฟซบุ๊กแชร์รูปภาพ วิดีโอ เปิดเผยข้อมูล เช่น งานอดิเรก สิ่งที่ตนเองสนใจ ความเชื่อเกี่ยวกับศาสนา รวมถึงทัศนคติที่มีต่อสังคม ก็เพราะความไว้วางใจเป็นสิ่งแรกที่ทำให้ผู้ใช้เฟซบุ๊กยอมเปิดเผยข้อมูล อย่างไรก็ตามความไว้วางใจสามารถลดลงได้หรือมีแนวโน้มที่จะไม่ไว้วางใจได้ เมื่อผู้ใช้รับรู้ได้ถึงภัยคุกคามจากการแบ่งปันข้อมูล เพราะความไว้วางใจมีอิทธิพลจากกระบวนการรับรู้ หากรับรู้ได้ถึงภัยคุกคามก็จะส่งผลให้ความไว้วางใจลดลง (Taddei & Contena, 2013) สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตที่พบว่าสถาบันทางการแพทย์ สุขภาพ แม้กระทั่งการซื้อขายหรือทำธุรกรรมผ่านระบบอินเทอร์เน็ตโดยใช้เว็บไซต์เป็นสื่อกลาง ผู้ป่วย หรือลูกค้าจะยอมเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของตนเองต่อเมื่อมีความไว้วางใจในเว็บไซต์ดังกล่าว (Bansal, Zahedi and Gefen, 2010)

2.2.6 การรับรู้ประโยชน์

การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Benefit) คือ ผู้บริโภคมีความเชื่อว่า พวกเขาสามารถทำธุรกรรมออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพดีขึ้น โดยการรับรู้ประโยชน์ เช่น เวลา และประหยัดค่าใช้จ่าย ซึ่งมีการพิจารณาความเสี่ยงจากผู้บริโภคเป็นอย่างดีก่อนการซื้อสินค้าออนไลน์ (Loiacono, 2014) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Tanadi, Samad & Gharleghi (2015) กล่าวว่า การรับรู้ประโยชน์ของการซื้อสินค้าออนไลน์ ลูกค้าจะวัดประโยชน์จากระดับความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์ และการรับรู้ประโยชน์ที่ได้จากการซื้อสินค้าออนไลน์ รวมถึงความเชื่อของผู้บริโภคที่มีความรู้สึกว่าการทำธุรกรรมออนไลน์นี้ดีกว่าการทำธุรกรรมแบบอื่น ซึ่งการรับรู้ประโยชน์เป็นผลที่เกิดจากการบูรณาการคุณค่าของแต่ละบุคคล ประโยชน์ที่ได้รับจะขึ้นอยู่กับความแตกต่างของเหตุผลแม้จะเป็นเรื่อง

เดียวกัน เช่น การบริการลูกค้า การแข่งขัน การลดต้นทุน และการขยายกำลังผลิต (Singletary, 2003) ในทำนองเดียวกันการรับรู้ประโยชน์ถือได้ว่าเป็นแรงจูงใจอย่างหนึ่งสำหรับการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น ผู้ใช้เฟซบุ๊กจะโพสต์ด้านอารมณ์ข้ามขั้นของตนเองเพื่อแบ่งปันต่อเพื่อน หรืออาจจะจะมีการจัดการเข้าถึงในบางเรื่อง กล่าวได้ว่าการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของแต่ละบุคคลจะมาจาก การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Krasnova et al., 2010; Wilson and Proudfoot, 2014; Sharma and Crossler, 2014)

2.2.7 ความสามารถในการใช้งาน

ความสามารถในการใช้งานคือ วิธีการที่ดีในการใช้เครื่องมือคอมพิวเตอร์ที่ตอบสนองตามความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้ รวมไปถึงความปลอดภัยในการป้องกันข้อมูล (Kisekka, Bagchi-Sen and Rao, 2013; Strater & Lipford, 2008) ซึ่งการใช้งานระบบคอมพิวเตอร์ และการออกแบบเว็บ เป็นตัวกำหนดการใช้งานวัดคุณภาพว่าผู้ใช้ใช้งานง่ายหรือไม่ รวมไปถึงการรับรู้ของผู้ใช้ในการยอมรับ การเรียนรู้ได้ การมีประสิทธิภาพ และความพึงพอใจในการใช้เทคโนโลยี (Shultz and Hand, 2015)

2.2.8 การแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว

การแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว คือการแสดงข้อมูลหรือตัวตนโดยคนอื่นสามารถเข้าถึงข้อมูลหรือใช้ข้อมูลร่วมกันได้ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น เฟซบุ๊กหรือสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเฟซบุ๊กถือได้ว่าเป็นสื่อลำดับแรกที่ใช้แบ่งปันข้อมูลหรือเปิดเผยข้อมูล ตัวอย่างของการแบ่งปันข้อมูล เช่น รูปภาพ วิดีโอรวมถึงสิ่งที่ตนเองสนใจ อย่างไรก็ตามการแบ่งปันข้อมูลขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคลและสถานการณ์ (McEwan, 2013; Bosch, 2009; Joinson et al., 2010) โดยปกติมนุษย์จะมีการกำหนดระดับของการแบ่งปันข้อมูล แลกเปลี่ยนข้อมูล หรือความสัมพันธ์กับผู้อื่นไว้ไม่เท่ากัน ซึ่งความสัมพันธ์ถือได้ว่าเป็นตัวกำหนดขอบเขตและการเปิดเผยตนเองกับผู้อื่นขึ้นก็ขึ้นอยู่กับความไว้วางใจ โดยส่วนใหญ่แล้วจะมีการแบ่งปันข้อมูลกับคนใกล้ชิด และเพื่อนสนิท (Christofides, Muise and Desmarais, 2009)

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งสามารถสรุปปัจจัยภายในงานวิจัย และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในงานวิจัย ได้ดังตารางที่ 2.1 และ 2.2

ตารางที่ 2.1

สรุปทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแต่ละปัจจัย

ทฤษฎี งานวิจัยที่อ้างอิง	การรับรู้ถึง ภัยคุกคาม (PT)	ความ ตั้งใจ (IN)	การ ตระหนัก (AW)	อิทธิพล ทางสังคม (SI)	ความไว้วางใจ (TR)	การรับรู้ ประโยชน์ (PB)	ความสามารถ ในการใช้งาน (US)	การแบ่งปัน ข้อมูลส่วนตัว (SP)
Protection motivation theory	✓			✓				✓
Theory of Planned behavior		✓	✓	✓				✓
Communication Privacy Management Theory		✓						✓
Bansal, Zahedi and Gefen (2010)					✓			
Bosch (2009)								✓
Bredemeier, Berenbaum and Spielberg (2012)	✓							
Chang et al. (2015)		✓						

ตารางที่ 2.1

สรุปทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแต่ละปัจจัย (ต่อ)

ทฤษฎี งานวิจัยที่อ้างอิง	การรับรู้ถึงภัยคุกคาม (PT)	ความตั้งใจ (IN)	การตระหนักรู้ (AW)	อิทธิพลทางสังคม (SI)	ความไว้วางใจ (TR)	การรับรู้ประโยชน์ (PB)	ความสามารถในการใช้งาน (US)	การแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว (SP)
Christofides, Muise and Desmarais (2009)								✓
Joinson et al. (2010)								✓
Kisekka, Bagchi-Sen and Rao (2013)							✓	
Loiacono (2014)						✓		
Malandrino, Scarano and Spinelli (2012)			✓					
McEwan (2013)								✓

ตารางที่ 2.1

สรุปทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแต่ละปัจจัย (ต่อ)

ทฤษฎี งานวิจัยที่อ้างอิง	การรับรู้ถึงภัยคุกคาม (PT)	ความตั้งใจ (IN)	การตระหนักรู้ (AW)	อิทธิพลทางสังคม (SI)	ความไว้วางใจ (TR)	การรับรู้ประโยชน์ (PB)	ความสามารถในการใช้งาน (US)	การแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว (SP)
Mouakket (2015)		✓						
Ramirez-Correa, Rondan-Cataluña and Arenas-Gaitán (2015)		✓						
Rimal & Real (2003)				✓				
Shin & Kang (2014)		✓						
Shultz and Hand (2015)							✓	
Singletary (2003)						✓		

ตารางที่ 2.1

สรุปทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแต่ละปัจจัย (ต่อ)

ทฤษฎี งานวิจัยที่อ้างอิง	การรับรู้ถึงภัยคุกคาม (PT)	ความตั้งใจ (IN)	การตระหนักรู้ (AW)	อิทธิพลทางสังคม (SI)	ความไว้วางใจ (TR)	การรับรู้ประโยชน์ (PB)	ความสามารถในการใช้งาน (US)	การแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว (SP)
Taddei & Contena (2013)					✓			
Tanadi, Samad & Gharleghi (2015)						✓		
Verkasalo et al. (2010)				✓				
Wilson and Proudfoot (2014)						✓		
Zho (2010)			✓					
ประภาดา ตีลังจิต (2555)	✓							
ภัททิยา นภัชยเทพ (2556)	✓							
สุนทรียา หวังชัย (2544)			✓					

ตารางที่ 2.2

ตารางสรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ที่ได้จากทฤษฎีและงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎี /วิจัยที่อ้างอิง	(PT -> AW)	(PT -> IN)	(AW -> IN)	(IN -> SP)	(TR -> SP)	(SI -> IN)	(PB -> SP)	(US -> SP)
Protection motivation theory				✓				
Theory of Planned behavior		✓	✓					
Bansal, Zahedi & Gefen (2015)					✓			
Beldad et.al (2012)		✓						
Breward (2007)			✓					
Dinev and Hart (2006)			✓					
Kisekka, Bagchi-Sen & Rao (2013)								✓
Krasnova et al. (2010)		✓					✓	

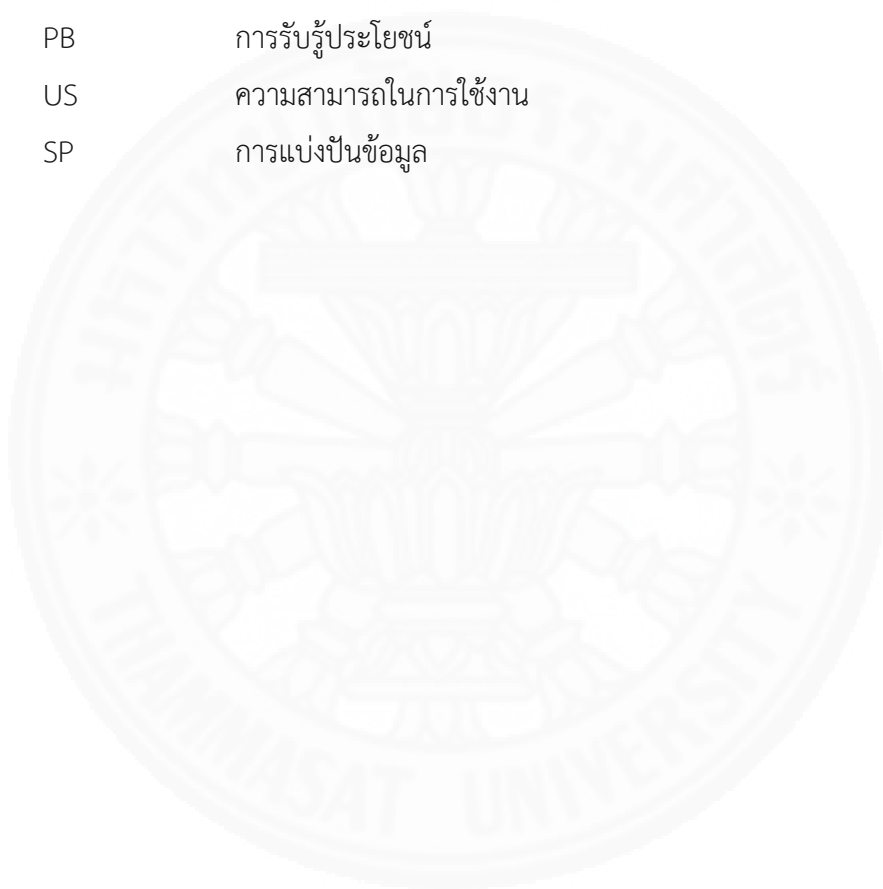
ตารางที่ 2.2

ตารางสรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ที่ได้จากทฤษฎีและงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ทฤษฎี /วิจัยที่อ้างอิง	(PT -> AW)	(PT -> IN)	(AW -> IN)	(IN -> SP)	(TR -> SP)	(SI -> IN)	(PB -> SP)	(US -> SP)
Lee , Im and Taylor (2008)	✓							
Mouakket (2015)						✓		
Pan and Jordan-Marsh (2010)						✓		
Petrorio (2002)	✓							
Qian & Scott (2007)	✓							
Sharma and Crossler (2014)							✓	
Strater & Lipford (2008)								✓
Youn (2005)	✓							
ภัทธิตยา นภัชยเทพ (2556)				✓				

หมายเหตุ รายการสัญลักษณ์และคำย่อ

สัญลักษณ์/คำย่อ	คำเต็ม/คำจำกัดความ
PT	การรับรู้ถึงภัยคุกคาม
IN	ความตั้งใจ
AW	การตระหนัก
SI	อิทธิพลทางสังคม
TR	ความไว้วางใจ
PB	การรับรู้ประโยชน์
US	ความสามารถในการใช้งาน
SP	การแบ่งปันข้อมูล



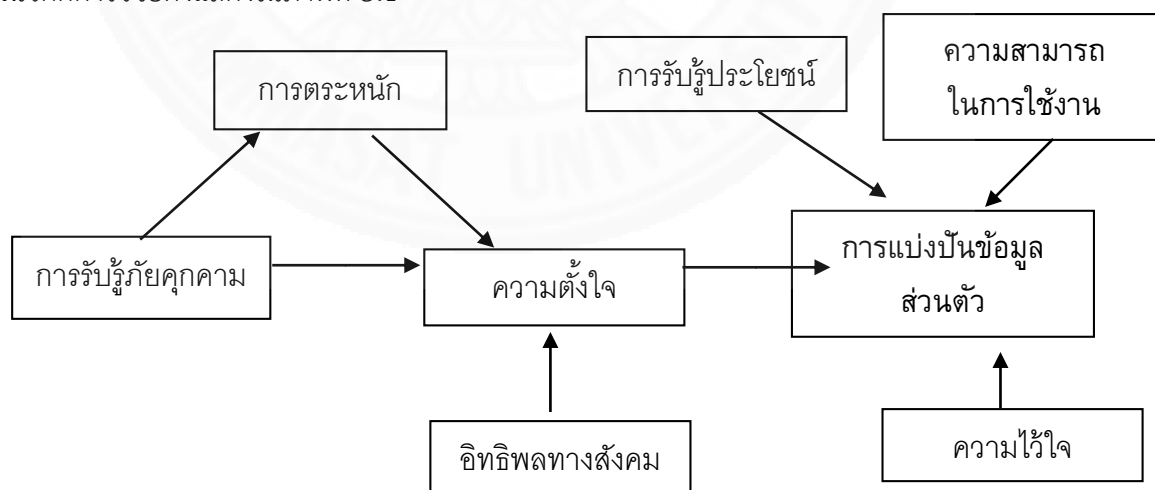
บทที่ 3

กรอบการวิจัยและสมมติฐานการวิจัย

งานวิจัยนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูลบนเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในบทนี้ผู้วิจัยจะอธิบายถึงกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย ตลอดจนคำนิยามตัวแปร และสมมติฐานของการศึกษาวิจัย โดยประกอบด้วยหัวข้อ ดังต่อไปนี้

3.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูลบนเฟซบุ๊ก ผู้วิจัยทำการศึกษาปัจจัยที่มาจากทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อป้องกันโรค ประกอบด้วย การรับรู้ถึงภัยคุกคาม และการตระหนัก ที่ส่งผลต่อความตั้งใจ ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนของ Fishbien และ Ajzen ที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมโดยปัจจัยที่นำมาใช้ในงานวิจัยนี้คือ อิทธิพลทางสังคม ที่ส่งผลต่อการตั้งใจ ทฤษฎีการควบคุมความเป็นส่วนตัวในการติดต่อสื่อสารของ Petronio ที่อธิบายถึงการบริหารขอบเขตความเป็นส่วนตัวระหว่างบุคคลโดยปัจจัยที่นำมาใช้ใน งานวิจัยนี้คือ ความสามารถในการใช้งานและ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปิดเผยหรือปิดบังข้อมูลความเป็นส่วนตัว งานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้เพิ่มปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ตามงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีตโดยมีกรอบแนวคิดการวิจัยดังแสดงในภาพที่ 3.1



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูล

3.2 นิยามตัวแปร

ตารางที่ 3.1

ตารางแสดงรายการคำนิยามแต่ละปัจจัย

ลำดับ	ปัจจัย	คำนิยาม
1	การรับรู้ถึงภัยคุกคาม	การรับรู้ถึงความกลัว ความรุนแรง และการรับรู้ถึงสิ่งที่กระทบกระเทือนจิตใจได้ง่าย (ภักทิยา นภัชยเทพ, 2556)
2	ความตั้งใจ	ความเป็นไปได้ที่ตัวบุคคลจะแสดงออกถึงพฤติกรรมที่ได้กำหนดไว้และแสดงพฤติกรรมนั้นออกมา (Chang et al., 2015)
3	การตระหนัก	ความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งหรือเหตุการณ์ใด เหตุการณ์หนึ่ง โดยมีสภาพแวดล้อมในสังคม หรือสิ่งเร้าภายนอกเป็นปัจจัยทำให้บุคคลเกิดเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกในสิ่งนั้น (สุนทรียา หวังชัย, 2544)
4	อิทธิพลทางสังคม	การคล้อยตามกลุ่มบุคคลที่อยู่ในสังคมที่ตนเองยอมรับ รวมถึงเอกลักษณ์ ลักษณะ ค่านิยมที่เป็นที่ยอมรับจากสมาชิกในกลุ่มสังคมนั้นๆ ซึ่งพฤติกรรมของบุคคลที่จะแสดงออกมาจากทัศนคติและการรับรู้ของตนเอง (Zhou, 2011)
5	ความไวใจ	ความรู้สึกที่เชื่อมั่น เชื่อถือในผู้อื่น รวมทั้งความกล้าที่จะแลกเปลี่ยนและแบ่งปันข้อมูล ความไวใจเพื่อนที่อยู่ในเฟซบุ๊ก จึงเป็นสิ่งหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการเปิดเผยข้อมูล (Taddei & Contena, 2013)
6	การรับรู้ประโยชน์	แรงจูงใจอย่างหนึ่งในการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น ผู้ใช้เฟซบุ๊กจะโพสต์ด้านอารมณ์ข้างขันของตนเองเพื่อแบ่งปันต่อเพื่อน ให้เกิดความเพลิดเพลิน (Singletary, 2003)
7	ความสามารถในการใช้งาน	วิธีการที่ดีในการใช้เครื่องมือคอมพิวเตอร์ที่ตอบสนองตามความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้ รวมไปถึงความปลอดภัยในการป้องกันข้อมูล (Kisekka, Bagchi-Sen and Rao, 2013)

ตารางที่ 3.1

ตารางแสดงรายการค่านิยามแต่ละปัจจัย (ต่อ)

8	การแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว	การแสดงผลหรือตัวตนโดยคนอื่นสามารถเข้าถึงข้อมูลหรือใช้ข้อมูลร่วมกันได้ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น เฟซบุ๊กหรือสื่อสังคมออนไลน์ (McEwan, 2013)
---	-------------------------	--

3.3 สมมติฐานงานวิจัย

3.3.1 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภัยคุกคามต่อการตระหนัก

ปัจจุบันภัยจากการใช้เฟซบุ๊กเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก เช่น ภัยจากการถูกล่อลวงจากการติดต่อสื่อสาร หรือภัยจากการเปิดเผย การแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว ดังนั้นสังคมควรรับรู้และเกิดการตระหนักถึงความสำคัญของการเปิดเผยข้อมูล เพื่อป้องกันภัยจากความเสียหาย การรับรู้ภัยคุกคามหรือความเสี่ยงจากการแบ่งปันข้อมูลทำให้ผู้ใช้ เฟซบุ๊กบางคนเลือกที่จะไม่เปิดเผยข้อมูลใดๆ เนื่องจากมีความตระหนักถึงความเป็นส่วนตัว และรับรู้ถึงความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น (Lee , Im and Taylor, 2008; Petrorio, 2002; Qian & Scott, 2007; Youn, 2005) จึงสามารถตั้งสมมติฐานได้ว่า

สมมติฐาน 1 การรับรู้ภัยคุกคาม ส่งผลทางบวกต่อการตระหนัก

3.3.2 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภัยคุกคามต่อความตั้งใจ

เมื่อมีการรับรู้ความเสี่ยงหรือภัยคุกคามที่น้อย คนจะเกิดการแบ่งปันข้อมูลร่วมกัน หากมีการรับรู้ภัยคุกคามหรือความเสี่ยงมาก ก็จะทำให้ไม่เกิดการแบ่งปันข้อมูล (Beldad et al, 2012) ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อป้องกันโรค (Protection motivation theory: PMT) ที่อธิบายว่า แรงจูงใจเพื่อป้องกันโรคเกิดจากการประเมินการรับรู้ของเหตุการณ์ที่อาจก่อให้เกิดอันตราย ระดับความรุนแรงของภัยคุกคาม และมีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้น (Roger, 1997) เมื่อผู้ใช้เฟซบุ๊กรับรู้ถึงภัยคุกคามที่จะเกิดขึ้นทำให้ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลน้อยลง (Krasnova et al., 2010) จึงสามารถตั้งสมมติฐานได้ว่า

สมมติฐาน 2 การรับรู้ภัยคุกคามส่งผลทางลบต่อความตั้งใจ

3.3.3 ความสัมพันธ์ระหว่างการตระหนักต่อความตั้งใจ

Breward (2007) ให้ความหมายของการตระหนักในความเป็นส่วนตัวว่า เป็นสิ่งที่สะท้อนความรู้และความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อความเสี่ยงในการแบ่งปันข้อมูลออนไลน์ร่วมกัน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการควบคุมความเป็นส่วนตัวในการติดต่อสื่อสาร (Communication Privacy

Management Theory: CPM) ที่กล่าวว่าทุกคนมีความตระหนักในความเป็นส่วนตัวแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับความรู้ของบุคคลนั้น ซึ่งบุคคลสามารถควบคุมข้อมูลเหล่านั้นได้ เนื่องจากเป็นสิทธิที่จะเปิดเผยหรือปกปิดข้อมูลส่วนตัว (Petronio, 2002) นอกจากนี้ Dinev and Hart (2006) ยังพบว่า การตระหนักความเป็นส่วนตัวทำให้ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลลดลง จึงสามารถตั้งสมมติฐานได้ว่า

สมมติฐาน 3 การตระหนักส่งผลทางลบต่อความตั้งใจ

3.3.4 ความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว

เมื่อผู้ใช้เฟซบุ๊กได้รับประโยชน์จากการเปิดเผยข้อมูล จะทำให้ผู้ใช้ตั้งใจเปิดเผยหรือแบ่งปันข้อมูลมากยิ่งขึ้น ในทางตรงกันข้ามหากเสียประโยชน์ก็จะมี การเปิดเผยข้อมูลน้อยลง (Joinson & Paine, 2007 อ้างถึงใน ภัททิยา นภัชยเทพ, 2556) สอดคล้องกับทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อป้องกันโรค ซึ่งสามารถประยุกต์ใช้ได้ว่า หากผู้ใช้รับรู้ถึงภัยคุกคาม (Perceived threats) ที่จะเกิดขึ้น ก็จะส่งผลต่อผู้ใช้ที่จะมีการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวบนเฟซบุ๊กน้อยลง จึงสามารถตั้งสมมติฐานได้ว่า

สมมติฐาน 4 ความตั้งใจ ส่งผลต่อทางบวกต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว

3.3.5 ความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว

ความไว้วางใจถือเป็นปัจจัยที่สำคัญมากสำหรับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ผู้ใช้ เฟซบุ๊กส่วนใหญ่มีความเชื่อใจและไว้วางใจว่าเฟซบุ๊กจะไม่เปิดเผยข้อมูลและเก็บข้อมูลเป็นความลับ ทำให้ผู้ใช้เฟซบุ๊กเปิดเผยข้อมูลมากขึ้น (Dwyer, Hiltz & Passerini, 2007 อ้างถึงใน ภัททิยา นภัชยเทพ, 2556) ดังเช่นในการตลาดแบบดั้งเดิม จะมีการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวเฉพาะบุคคลที่มีความคุ้นเคยและสนิทสนมกัน หรือมั่นใจว่ามีการลงโทษถ้าหากข้อมูลนั้นได้ถูกละเมิด เช่น ผู้ป่วยมั่นใจในแพทย์ที่จะเก็บข้อมูลสุขภาพเป็นความลับ เพราะด้วยกฎหมายและจรรยาบรรณของแพทย์ (Bansal, Zahedi & Gefen, 2015) จึงสามารถตั้งสมมติฐานได้ว่า

สมมติฐาน 5 ความไว้วางใจ ส่งผลทางบวกต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว

3.3.6 ความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลทางสังคมต่อความตั้งใจ

Pan and Jordan-Marsh (2010) ชี้ให้เห็นว่า อิทธิพลทางสังคมคือสิ่งที่บุคคลใช้ในการตัดสินใจในการแสดงพฤติกรรมบางอย่าง และยังส่งผลเชิงบวกและมีผลโดยตรงต่อพฤติกรรม ความตั้งใจและการยอมรับ สอดคล้องกับ Mouakket (2015) ที่กล่าวว่า ในบริบทของเครือข่ายสังคมออนไลน์ บุคคลส่วนใหญ่จะมีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อเป็นไปตามกลุ่มบุคคล และยังพบอีกว่าผู้ใช้เฟซบุ๊กที่ตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่องส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากแรงกดดันจากเพื่อน จึงสามารถตั้งสมมติฐานได้ว่า

สมมติฐาน 6 อิทธิพลทางสังคม ส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจ

3.3.7 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว

การรับรู้ประโยชน์ถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับการแบ่งปันข้อมูล เมื่อผู้ใช้มีการรับรู้ประโยชน์ของการแบ่งปันข้อมูลสูง ผู้ใช้จะมีแนวโน้มที่จะเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล เช่น ผู้ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีมีแรงจูงใจที่จะเปิดเผยข้อมูลส่วนตัว โดยการรับรู้ประโยชน์และความเสี่ยงมีผลในด้านบวกและด้านลบต่อการตั้งใจเปิดเผยข้อมูลส่วนตัว (Sharma and Crossler, 2014) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Krasnova et al. (2010) ที่กล่าวว่า เมื่อผู้ใช้มีการแบ่งปันสถานที่กับเพื่อนบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อที่ประโยชน์ด้านความเพลิดเพลิน ซึ่งประโยชน์ด้านนี้เป็นตัวผลักดันให้มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัว จึงสามารถตั้งสมมติฐานได้ว่า

สมมติฐาน 7 การรับรู้ประโยชน์ส่งผลทางบวกต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว

3.3.8 ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการใช้งานต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว

การใช้งานเป็นวิธีการในการใช้งานคอมพิวเตอร์เพื่อให้ตรงกับความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้ โดยมีการเก็บรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ความเป็นส่วนตัวโดยผลการวิจัยในอดีตชี้ให้เห็นว่าโดยทั่วไปภายใต้การใช้ประโยชน์จากคุณสมบัติความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยของข้อมูลขึ้นอยู่กับการใช้ประโยชน์ที่ได้รับประกอบการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัว (Strater & Lipford, 2008) Kisekka, Bagchi-Sen and Rao (2013) กล่าวว่า จากการศึกษางานวิจัยในอดีตเกี่ยวกับเรื่องการใช้เทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือยังมีความแตกต่างในความต้องการออกแบบสมาร์ตโฟนระหว่างผู้สูงอายุและวัยรุ่นที่ซับซ้อนต่างกัน ด้วยเหตุผลนี้ความซับซ้อนในการจัดการความเป็นส่วนตัวจากการป้องกันข้อมูลบนเฟซบุ๊กจึงเป็นตัวขัดขวางการป้องกันข้อมูลของผู้สูงอายุได้ ซึ่งเฟซบุ๊กมีตัวจัดการการตั้งค่าให้เลือกสำหรับการจัดการความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้ อย่างไรก็ตาม ถ้าผู้ใช้สามารถเปลี่ยนความเป็นส่วนตัวและการรักษาความปลอดภัยตามที่ต้องการจากตั้งค่า และมีความมั่นใจในความปลอดภัยพวกเขาจะเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของพวกเขาเพื่อสาธารณะในที่สุด จึงสามารถตั้งสมมติฐานได้ว่า

สมมติฐาน 8 ความสามารถในการใช้งานส่งผลทางบวกต่อการแบ่งปันข้อมูล

ส่วนตัว

บทที่ 4

วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูลบนเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับในส่วนนี้จะกล่าวถึงการวิจัยประกอบด้วย ประชากร กลุ่มตัวอย่าง การสุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และวิธีวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ที่เป็นสมาชิกเฟซบุ๊กประเทศไทยที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยงานวิจัยนี้จะกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป และเนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ดังนั้นในการคำนวณหากลุ่มตัวอย่างจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability sampling) ด้วยวิธีการกำหนดตัวอย่างจากการประมาณค่าเฉลี่ยประชากร กรณีไม่ทราบจำนวนประชากรดังสูตรต่อไปนี้ (กัลยา วาณิชบัญชา, 2552)

$$n_0 = \frac{Z^2 \sigma^2}{E^2}$$

กำหนดให้ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร
 Z = ค่าระดับความเชื่อมั่นที่มีระดับนัยสำคัญ 0.05 เท่ากับ 0.196
 σ = ค่าความแปรปรวน สำหรับ Likert Scale 5 ระดับ อ้างอิงจากงานวิจัยที่ใกล้เคียงกัน คือ 1.07 (Kisilevich and Mansmann, 2010)
 E = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ เกิดจากผลคูณของ ผลต่างของความผิดพลาด (Acceptable Margin of Error) กับค่าเฉลี่ย (Lowest Mean) โดยอ้างอิงจากงานวิจัยที่ใกล้เคียง คือ 3 (Kisilevich and Mansmann, 2010)

แทนค่าตามสูตรได้ผลดังนี้

$$n_0 = \frac{(1.96)^2 (1.07)^2}{(0.05 * 3)^2} = 195.48$$

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยนี้เท่ากับ 196 คน โดยได้เพิ่มขนาดของตัวอย่างเป็นทั้งสิ้น 200 ตัวอย่าง เพื่อลดความคลาดเคลื่อนและสร้างความเชื่อมั่นในการเก็บข้อมูลของงานวิจัยนี้ จึงใช้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเป็นจำนวน 200 ตัวอย่างโดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)

4.2 การพัฒนาเครื่องมือเพื่อการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ด้วยการใช้การตอบแบบสอบถามออนไลน์ของผู้ใช้งานเฟซบุ๊กจำนวน 200 ชุด โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกแบบสอบถามเอง (Self-Administered Questionnaire) ผู้วิจัยจะกระจายแบบสอบถามผ่าน Social Network โดยใช้การสร้างแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทางเว็บไซต์ Google และกระจายแบบสอบถามตามหน่วยงานที่ดูแลผู้สูงอายุ โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพมีลักษณะเป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check list)

ส่วนที่ 2: คำถามเกี่ยวกับประสบการณ์การใช้ Facebook

ส่วนที่ 3: คำถามเกี่ยวกับปัจจัยของการวิจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูล เช่น การรับรู้ภัยคุกคาม การตระหนัก การตั้งใจ ความไว้วางใจ อิทธิพลทางสังคม การรับรู้ประโยชน์ ความสามารถในการใช้งานและการแบ่งปันข้อมูล

คำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) ตามรูปแบบของ Likert's scale มีการกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับ (ความคิดเห็น)	คะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วย	4
ปานกลาง	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

4.3 กระบวนการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ด้วยการให้การตอบแบบสอบถามออนไลน์ของผู้ใช้งานเฟซบุ๊กจำนวน 200 ชุด โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกแบบสอบถามเอง (Self-Administered Questionnaire) ผู้วิจัยจะกระจายแบบสอบถามผ่าน Social Network โดยให้การสร้างแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทางเว็บไซต์ Google และกระจายแบบสอบถามตามหน่วยงานที่ดูแลผู้สูงอายุ ซึ่งงานวิจัยในครั้งนี้ได้มีการทำ Pre-Test เพื่อวิเคราะห์แบบสอบถามเบื้องต้นและปรับปรุงคำถามให้มีความเหมาะสมจำนวน 2 ครั้ง ครั้งที่ 1 จำนวน 20 ชุดคำถามและครั้งที่ 2 จำนวน 30 ชุดคำถาม

ในงานวิจัยนี้กำหนดคำถามโดยนำคำถามมาจากงานวิจัยในอดีต และนำมาประยุกต์ใช้ในบริบทของปัจจัยในการการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวบนเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อสร้างเป็นแบบสอบถามที่เหมาะสมสำหรับงานวิจัยนี้ ตามตารางที่ 4.1

ตาราง 4.1

คำถามที่ใช้ในแบบสอบถาม

คำถามที่ใช้ในแบบสอบถาม
ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
1.เพศ <input type="radio"/> ชาย <input type="radio"/> หญิง
2.อายุ <input type="radio"/> ต่ำกว่า 60 ปี <input type="radio"/> ระหว่าง 61-65 ปี <input type="radio"/> ระหว่าง 66-70 ปี <input type="radio"/> มากกว่า 71 ปี
3.ระดับการศึกษา <input type="radio"/> ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. <input type="radio"/> อนุปริญญา/ปวส. <input type="radio"/> ปริญญาตรี <input type="radio"/> ปริญญาโท <input type="radio"/> สูงกว่าปริญญาโท

ตาราง 4.1

คำถามที่ใช้ในแบบสอบถาม (ต่อ)

5.	จุดประสงค์ที่ท่านใช้เฟซบุ๊ก (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) <input type="checkbox"/> เพื่อติดตามข่าวสารที่ทันสมัย <input type="checkbox"/> เพื่อติดต่อเพื่อน <input type="checkbox"/> เพื่อคลายเหงา/คลายเครียด <input type="checkbox"/> เพื่อให้ดูทันสมัย <input type="checkbox"/> เพื่อใช้เป็นที่แสดงความเป็นตัวเอง/ปลดปล่อย <input type="checkbox"/> อื่นๆ(โปรดระบุ).....	
ส่วนที่ 3: คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่คาดว่าจะส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวบนเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล		
ปัจจัย	คำถามที่ใช้ในแบบสอบถาม	อ้างอิง
การรับรู้ภัยคุกคาม	มีความเสี่ยงสูงที่ผู้ให้บริการเฟซบุ๊กจะนำข้อมูลส่วนตัวของท่านไปใช้ในวัตถุประสงค์ที่ไม่เหมาะสม มีความเสี่ยงสูงเมื่อท่านมีการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวบนเฟซบุ๊ก ท่านรู้สึกไม่สบายใจเมื่อเพื่อนเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวที่ท่านไม่ต้องการเปิดเผยบนกระดานข้อความของท่าน เช่น รูปภาพและวิดีโอของท่าน เป็นต้น	ปรับปรุงจาก ภัททิยา นภัชชัยเทพ (2556)
การตระหนักรู้	ท่านรู้สึกไม่สบายใจในการเขียนข้อมูลส่วนตัวของท่านบนกระดานเฟซบุ๊กของเพื่อน ท่านมีความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยของข้อมูลขณะที่ใช้เฟซบุ๊ก ท่านรู้สึกไม่สบายใจหากมีบุคคลที่ท่านไม่รู้จักเข้ามาใช้เฟซบุ๊กของท่าน ท่านมักจะเปิดเผยความรู้สึกบนเฟซบุ๊ก	ปรับปรุงจาก สุนทรียา หวังชัย (2544)

ตาราง 4.1

คำถามที่ใช้ในแบบสอบถาม (ต่อ)

การตั้งใจ	ท่านมักจะแสดงความคิดเห็นส่วนตัวบนเฟซบุ๊ก	ปรับปรุงจาก Chang et al. (2015)
	ท่านใส่ข้อมูลที่ระบุตัวตนของท่านในเฟซบุ๊ก	
	ท่านมักจะแบ่งปันข้อมูลกับบุคคลที่ท่านสนิทเกี่ยวกับตัวท่านโดยปราศจากการลั้งเล	
	ท่านมักจะเปิดเผยข้อมูลทุกอย่างกับคนที่ท่านสนิท	
	เฟซบุ๊กเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เชื่อถือได้	
ความไว้วางใจ	ประสิทธิภาพด้านความปลอดภัยของเฟซบุ๊กถือได้ว่าตรงกับความต้องการของท่าน	ปรับปรุงจาก Taddei & Contena (2013)
	ท่านเชื่อใจเพื่อนในเฟซบุ๊กของท่าน	
	ท่านเชื่อใจเพื่อนของเพื่อนในเฟซบุ๊กของท่าน	
	ท่านเชื่อใจเฟซบุ๊กที่ท่านใช้อยู่	
อิทธิพลทางสังคม	ส่วนใหญ่เพื่อนของท่านแนะนำให้ใช้งานเฟซบุ๊ก	ปรับปรุงจาก Zhou (2011)
	ส่วนใหญ่เพื่อนของท่านใช้งานเฟซบุ๊ก	
	คนทั่วไปที่ท่านรู้จักก็ใช้งานเฟซบุ๊ก	
	เฟซบุ๊กสร้างความเพลิดเพลินให้กับท่าน	
	เฟซบุ๊กสามารถคลายเหงาให้ท่านได้	
การรับรู้ประโยชน์	การใช้เฟซบุ๊กทำให้ท่านแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับเพื่อนและครอบครัวได้สะดวกมากขึ้น	ปรับปรุงจาก Singletary (2003)
	เฟซบุ๊กเพิ่มช่องทางการสื่อสารของท่าน	
	การใช้งานเฟซบุ๊กทำให้ท่านประหยัดเวลาในการสื่อสาร	
	ท่านเข้าใจลักษณะการใช้งานเฟซบุ๊กเป็นอย่างดี เช่น การ log in การ log out การตั้งค่าต่างๆ	
	ท่านเข้าใจฟังก์ชันการทำงานของเฟซบุ๊ก เช่น สามารถโพสต์สเตตัส รูปภาพ วิดีโอได้	

ตาราง 4.1

คำถามที่ใช้ในแบบสอบถาม (ต่อ)

ความสามารถในการใช้งาน	ท่านสามารถตั้งค่าความเป็นส่วนตัวในเฟซบุ๊กของท่านได้เป็นอย่างดี	ปรับปรุงจาก Kisekka, Bagchi-Sen and Rao (2013)
	เฟซบุ๊กมีการใช้ไอคอนที่เข้าใจง่าย เช่น	
	เฟซบุ๊กใช้คำศัพท์ที่มีความเข้าใจง่าย	
การแบ่งปันข้อมูล	ท่านมีการอัปเดตรายละเอียดข้อมูล สแตตัสในชีวิตประจำวันบนเฟซบุ๊กของท่าน	ปรับปรุงจาก McEwan (2013)
	ท่านมีการโพสต์ข้อความ แบ่งปันความคิดเห็นบนเฟซบุ๊กของท่าน	
	ท่านมีการบอกตำแหน่งที่อยู่ปัจจุบัน (Check in) บนเฟซบุ๊กของท่าน	
	ท่านมีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวท่านในกระดานข้อความของเพื่อน เพื่อให้ผู้ใช้คนอื่นเห็นความสัมพันธ์ของท่านกับเพื่อน	

4.4 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลที่จัดเก็บ

ขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

4.4.1 การสอบทานข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์ โดยการสอบทานข้อมูลที่ขาดหาย (Missing Data) ของแบบสอบถามจำนวน 200 ชุด และการสอบทานการกระจายข้อมูลแบบปกติ (Univariate outlier) โดยทำการทดสอบจากค่าความเบ้ Skewness ที่มากกว่า +3 หรือน้อยกว่า -3 เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาด้วยการใช้สถิติการแจกแจงความถี่ (Frequency)

4.4.2 ตรวจสอบความตรงของแบบสอบถาม (Validity) ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) โดยใช้การหมุนแกนในลักษณะของ Varimax rotation และมีการ

พิจารณาลดข้อคำถามโดยคัดเลือกตัดเฉพาะข้อคำถามที่มีค่าน้ำหนักตัวประกอบ (Factor Analysis) ต่ำกว่า 0.5 และข้อคำถามที่ไม่เกาะกลุ่มภายในปัจจัยเดียวกัน

4.4.3 ตรวจสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม (Reliability) โดยการใช้ค่าสัมประสิทธิ์ของ Cronbach's Alpha ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 และสามารถอธิบายได้ดังนี้ เมื่อค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเข้าใกล้ 1 แสดงว่า มีความน่าเชื่อถือได้สูงหรือค่อนข้างสูง หรือ เมื่อค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเข้าใกล้ 0.5 แสดงว่า มีความน่าเชื่อถือได้ปานกลางหรือ เมื่อค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเข้าใกล้ 0 แสดงว่า มีความน่าเชื่อถือได้ค่อนข้างน้อย โดยงานวิจัยนี้ใช้เกณฑ์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาที่สูงที่สุด แต่ไม่น้อยกว่า 0.7 ซึ่งถือเป็นเกณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับงานวิจัยแบบ Basic Research

4.4.4 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างด้วยการคำนวณค่าร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

4.4.5 การทดสอบสมมติฐานทางการวิจัย ซึ่งงานวิจัยนี้ได้้นำการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple regression) และ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) มาวิเคราะห์และพยากรณ์ค่าตัวแปรตามจากตัวแปรอิสระ โดยงานวิจัยนี้ใช้ค่า p-value ที่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05 เป็นตัวกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Significant level)

บทที่ 5

ผลการวิจัย

ในบทนี้จะแสดงผลการศึกษาที่ได้จากการเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างในเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวบนเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล งานวิจัยนี้ได้รวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการกระจายแบบสอบถามผ่านเว็บไซต์ชุมชนขนาดใหญ่ เช่น Facebook Line เป็นต้น และกระจายตามหน่วยงานที่ดูแลผู้สูงอายุ คือ มูลนิธิบ้านบางแค ชมรมผู้สูงอายุบางแค ในการเก็บแบบสอบถาม โดยกระจายแบบสอบถามทั้งหมด 200 ชุด และได้รับแบบสอบถามกลับมาเป็นแบบสอบถามที่ตอบครบถ้วนสมบูรณ์ จำนวน 125 ชุด ซึ่งสามารถนำไปวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุปทางด้านสถิติ ได้ผลดังนี้

5.1 การทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติ

5.1.1 การสอบทานข้อมูลที่ขาดหาย (Missing Data)

จากการสอบทานข้อมูลที่ขาดหาย (Missing Data) ของแบบสอบถามจำนวน 125 ชุด พบว่าไม่มีข้อมูลใดที่ขาดหาย เนื่องจากผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามออนไลน์ โดยกำหนดให้ผู้ตอบแบบสอบถามจำเป็นต้องตอบในทุกข้อคำถาม

5.1.2 การทดสอบค่าความเบ้ (Skewness)

จากการสอบทานการกระจายตัวของข้อมูล โดยใช้ค่า skewness ทหารด้วยค่า Standard error of skewness เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาว่าข้อมูลมีการกระจายในลักษณะปกติหรือไม่ ซึ่งผลที่ได้เป็นค่าอยู่ระหว่าง -3 ถึง 3 และมีบางตัวแปรที่มีค่ามากกว่า 3 และน้อยกว่า -3 ซึ่งค่านั้นมีค่าไม่แตกต่างกันมาก ผู้วิจัยจึงยังคงใช้ตัวแปรนี้เพื่อทำการทดสอบทางสถิติในขั้นตอนต่อไปดังแสดงตารางที่ ข.1 ภาคผนวก ข.

5.1.3 การสอบทานความสัมพันธ์ของตัววัดที่ใช้วัดตัวแปร (Correlation)

จากการสอบทานความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation) ได้ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าค่าสหสัมพันธ์ของแต่ละตัวแปรมีค่าต่ำกว่า 0.7 ซึ่งต่ำกว่าที่จะเกิดภาวะ Multicollinearity ดังแสดงตารางที่ ข.2 ภาคผนวก ข.

5.2 ทดสอบความเที่ยงของเครื่องมือในการวิจัย (Reliability of Instruments)

งานวิจัยได้ตรวจสอบความเที่ยงของเครื่องมือ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนแบค (Cronbach's Alpha) โดยใช้เกณฑ์ 0.70 ซึ่งถือว่าเป็นเกณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับงานวิจัยแบบ Basic Research ได้ผลดังตารางที่ 5.1 โดยรายละเอียดการทดสอบความเที่ยงของเครื่องมือวิจัยแต่ละปัจจัย แสดงในตาราง ข.3 - ข.10 ภาคผนวก ข.

ตารางที่ 5.1

การวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

ตัวแปร	Cronbach's Alpha	N of Items
การรับรู้ภัยคุกคาม (Perceived threats)	0.837	3
การตระหนักรู้ (Awareness)	0.840	3
อิทธิพลทางสังคม (Social Influence)	0.794	3
ความตั้งใจ (Intention)	0.843	5
ความไว้วางใจ (Trust)	0.899	5
การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Benefit)	0.910	5
ความสามารถในการใช้งาน (Usage Ability)	0.925	5
การแบ่งปันข้อมูล (Sharing Personal)	0.872	4

5.3 การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis)

งานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์ตัวแปร (Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มและลดจำนวนตัวแปรให้อยู่ในกลุ่มหรือปัจจัยเดียวกัน โดยใช้วิธีการทางสถิติที่เรียกว่า Principle Component Factor Analysis และใช้วิธีการหมุนแกนในลักษณะ Varimax Rotation งานวิจัยนี้ใช้เกณฑ์ในการตัดสินจำนวนปัจจัยทางสถิติ โดยใช้ค่า Eigen ที่มีสูงกว่า 1 นอกจากนี้ยังกำหนดค่า Factor Loading ของตัววัดในปัจจัยว่าต้องมีค่าสูงกว่า 0.50 และตัววัดจะต้องไม่มีค่า Factor Loading สูงในปัจจัยมากกว่า 1 ปัจจัย โดยการวิเคราะห์แยกตัวแปรแยกตามกลุ่มปัจจัย 3 กลุ่มได้แก่

กลุ่มที่ 1 ประกอบด้วย การรับรู้ภัยคุกคาม และการตระหนัก รวม 2 ปัจจัย ดังแสดงในตารางที่ ข.11 ภาคผนวก ข. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยพบว่า มีค่า KMO เท่ากับ 0.743 โดยสามารถจัดกลุ่มตัววัดออกมาได้เป็น 2 ปัจจัย และทุกตัววัดมีค่า Factor Loading มากกว่า 0.5

กลุ่มที่ 2 ประกอบด้วย ความตั้งใจ และอิทธิพลทางสังคม รวม 2 ปัจจัย โดยปัจจัยแรกเพิ่มมาจากกลุ่มที่ 1 และทำการสกัดกลุ่มปัจจัยเพิ่ม ดังแสดงในตารางที่ ข.12 ภาคผนวก ข. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยพบว่า มีค่า KMO เท่ากับ 0.772 โดยสามารถจัดกลุ่มตัววัดออกมาได้เป็น 4 ปัจจัย และทุกตัววัดมีค่า Factor Loading มากกว่า 0.5

กลุ่มที่ 3 ประกอบด้วย ความไว้วางใจ การรับรู้ประโยชน์ ความสามารถในการใช้งาน และการแบ่งปันข้อมูล รวม 4 ปัจจัย โดยปัจจัยแรกเพิ่มมาจากกลุ่มที่ 2 และทำการสกัดกลุ่มปัจจัยเพิ่ม ดังแสดงในตารางที่ ข.13 ภาคผนวก ข. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยพบว่า มีค่า KMO เท่ากับ 0.875 โดยสามารถจัดกลุ่มตัววัดออกมาได้เป็น 5 ปัจจัย และทุกตัววัดมีค่า Factor Loading มากกว่า 0.5

ผลจากค่าสถิติ แสดงให้เห็นว่าค่า Factor Loading ของตัววัดทุกตัวมีค่ามากกว่า 0.50 และค่า KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) ที่ได้จากการวิเคราะห์กลุ่มตัวแปรทั้ง 3 กลุ่ม มีค่าสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด คือ 0.50 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าข้อมูลที่น่ามาใช้ในการวิเคราะห์ Factor Analysis มีความเหมาะสม (Malhotra, 2007) จากนั้นทำการบันทึกค่าตัวแปรที่ได้จากการวิเคราะห์ตัวแปร (Factor Score) เพื่อใช้เป็นตัวแปรอิสระในการวิเคราะห์การถดถอยในขั้นตอนต่อไป และงานวิจัยนี้ได้จัดทำสรุปค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของตัวแปรที่จะนำไปใช้ในการทดสอบสมมติฐานทางสถิติต่อไป ดังแสดงในตาราง ข.1 ภาคผนวก ข.

5.4 ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

จากค่าสถิติงานวิจัย พบว่าประชากรส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง (ร้อยละ 72) อายุระหว่าง 60-65 ปี (ร้อยละ 97) จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 50.4) มีอาชีพรับราชการ/พนักงานของรัฐ (ร้อยละ 60) และมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาท (ร้อยละ 49.6) เป็นจำนวนมากที่สุด ดังตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2

ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะ	จำนวน	ร้อยละ
1.เพศ		
ชาย	35	28
หญิง	90	72
รวม	125	100
2.อายุ		
ระหว่าง 60-65 ปี	218	97
ระหว่าง 66-70 ปี	5	2
มากกว่า 71 ปี	2	1
รวม	125	100
3.ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	10	8
อนุปริญญา/ปวส.	10	8
ปริญญาตรี	63	50.4
ปริญญาโท	35	28
สูงกว่าปริญญาโท	7	5.6
รวม	125	100

ตารางที่ 5.2

ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

4.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	9	7.2
10,001 – 20,000 บาท	9	7.2
20,001 – 30,000 บาท	24	19.2
30,001 – 40,000 บาท	21	16.8
มากกว่า 40,001 บาท	62	49.6
รวม	125	100
5.อาชีพ		
พนักงานบริษัทเอกชน	10	8
รับจ้างอิสระ	6	5
รับราชการ/พนักงานของรัฐ	75	60
รัฐวิสาหกิจ	5	4
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	12	10
อื่นๆ	17	14
รวม	125	100

5.5 ลักษณะพฤติกรรมและประสบการณ์การใช้ Facebook

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าประชากรทุกคนเคยใช้งาน Facebook โดยส่วนใหญ่ใช้งาน Facebook ทุกวัน (ร้อยละ 65.6) ระยะเวลาในการใช้ Facebook แต่ละครั้งน้อยกว่า 30 นาที (ร้อยละ 46.4) และจุดประสงค์ที่ใช้ใช้งาน Facebook บ่อยที่สุดคือ เพื่อติดตามข่าวสารที่ทันสมัย (ร้อยละ 34) ดังตารางที่ 5.3

ตารางที่ 5.3

ลักษณะพฤติกรรมและประสิทธิภาพการใช้ Facebook

ลักษณะ	จำนวน	ร้อยละ
1.ประสบการณ์ในการใช้งาน Facebook		
เคยใช้งาน	125	100
รวม	125	100
2.ปริมาณการใช้งาน Facebook		
ทุกวัน	82	65.6
5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	12.0
2-4 ครั้งต่อสัปดาห์	19	15.2
1 ครั้งต่อสัปดาห์	9	7.2
รวม	125	100
3.ระยะเวลาในการใช้ Facebook แต่ละครั้ง		
น้อยกว่า 30 นาที	58	46.4
30-60 นาที	48	38.4
61-90 นาที	6	4.8
91-120 นาที	2	1.6
มากกว่า 120 นาที	11	8.8
รวม	125	100
4.จุดประสงค์ในการใช้เฟซบุ๊ก		
เพื่อติดตามข่าวสารที่ทันสมัย	103	41
เพื่อติดต่อเพื่อน	84	34
เพื่อคลายเหงา/คลายเครียด	43	17
เพื่อให้ดูทันสมัย	6	2
เพื่อใช้เป็นทีแสดงความเป็นตัวเอง/ปลดปล่อย	3	1
อื่นๆ	11	4
รวม	250	100

5.6 ทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

งานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย (Simple Linear Regression Analysis) และการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยแยกวิเคราะห์สถิติเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 การทดสอบสมมติฐานด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการตระหนัก

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ การรับรู้ภัยคุกคาม กับตัวแปรตาม การตระหนัก พบว่ามีความสัมพันธ์โดยตรงกับตัวแปรตาม โดยผลการวิเคราะห์ความถดถอยได้แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระกำหนดตัวแปรตาม ที่ระดับนัยสำคัญ $p = 0.000$ ($F_{1,123} = 19.481$) ดังแสดงในตารางที่ 5.4

ตารางที่ 5.4

ค่าสถิติการวิเคราะห์การถดถอย (Regression) ของการตระหนัก

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	19.711	1	19.711	19.481	0.000**
Residual	124.452	123	1.012		
Total	144.164	124			

** $p < 0.05$

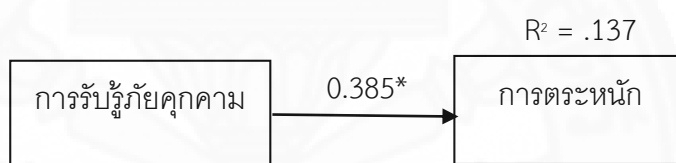
เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดของตัวแปรอิสระ จะพบว่าการรับรู้ภัยคุกคามเป็นตัวกำหนดการตระหนัก ที่ระดับนัยสำคัญ $p = 0.000$ โดยความผันแปรของตัวแปรตามเท่ากับร้อยละ 13.70 ($R^2 = .137$) และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ (B) เท่ากับ 0.385 ดังแสดงในตารางที่ 5.5 และภาพที่ 5.1

ตารางที่ 5.5

ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบปกติ (Coefficient) ของการตระหนักรู้

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.205	0.331		6.665	0.000
การรับรู้ภัยคุกคาม	0.385	0.087	0.370	4.414	0.000**
R = 0.370, R ² = 0.137, Std. Error of the estimate = 1.00589					

** p < 0.05



ภาพที่ 5.1 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระต่อตัวแปรตามการตระหนักรู้

กลุ่มที่ 2 การทดสอบสมมติฐานด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจ

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ 3 ตัวแปร การรับรู้ภัยคุกคาม การตระหนักรู้ และอิทธิพลทางสังคม กับตัวแปรตามความตั้งใจ พบว่ามีความสัมพันธ์โดยตรงกับตัวแปรตาม โดยผลการวิเคราะห์ความถดถอยได้แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระกำหนดตัวแปรตาม ที่ระดับนัยสำคัญ $p = 0.000$ ($F_{3,121} = 10.708$) ดังแสดงในตารางที่ 5.6

ตารางที่ 5.6

ค่าสถิติการวิเคราะห์การถดถอย (Regression) ของความตั้งใจ

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	25.863	3	8.621	10.708	0.000**
Residual	97.417	121	0.805		
Total	123.280	124			

** $p < 0.05$

เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดของตัวแปรอิสระ จะพบว่าการรับรู้ภัยคุกคาม อิทธิพลทางสังคม และการตระหนักเป็นตัวกำหนดความตั้งใจ ที่ระดับนัยสำคัญ $p = 0.008$ $p = 0.001$ และ $p = 0.024$ ตามลำดับ โดยความผันแปรของตัวแปรตามเท่ากับร้อยละ 21.00 ($R^2 = .210$) และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ (B) เท่ากับ -0.226 0.297 และ -0.184 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 5.7 และภาพที่ 5.2

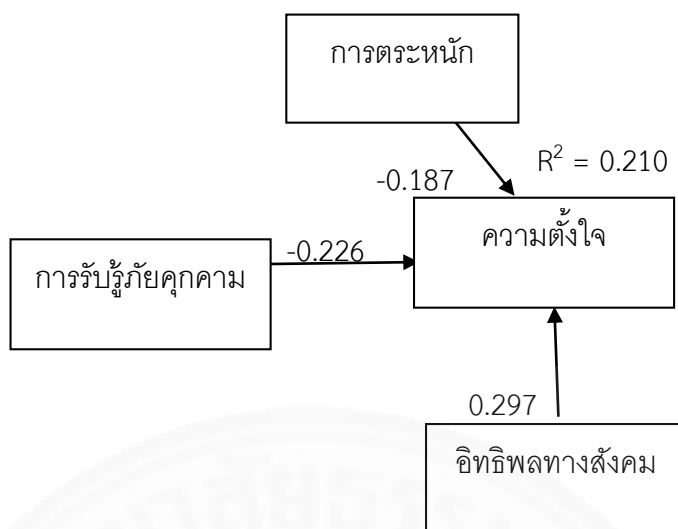
ตารางที่ 5.7

ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบปกติ (Coefficient) ของความตั้งใจ

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.274	.472		6.939	0.000
การรับรู้ภัยคุกคาม	-0.226	0.084	-0.235	-2.697	0.008**
อิทธิพลทางสังคม	0.297	0.090	0.268	3.308	0.001**
การตระหนัก	-0.184	0.081	-0.199	-2.283	0.024**

$R = 0.458$, $R^2 = 0.210$, Std. Error of the estimate = 0.89727

** $p < 0.05$



ภาพที่ 5.2 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระต่อตัวแปรตามความตั้งใจ

กลุ่มที่ 3 การทดสอบสมมติฐานด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อแบ่งปันข้อมูล

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ 4 ตัวแปร ความตั้งใจ การรับรู้ประโยชน์ ความสามารถในการใช้งาน ความไว้วางใจ กับตัวแปรตามการแบ่งปันข้อมูล พบว่ามีความสัมพันธ์โดยตรงกับตัวแปรตาม โดยผลการวิเคราะห์ความถดถอยได้แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระกำหนดตัวแปรตาม ที่ระดับนัยสำคัญ $p = 0.000$ ($F_{4,120} = 30.138$) ดังแสดงในตารางที่ 5.8

ตารางที่ 5.8

ค่าสถิติการวิเคราะห์การถดถอย (Regression) ของการแบ่งปันข้อมูล

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	63.421	4	15.855	30.138	0.000**
Residual	63.129	120	0.526		
Total	126.550	124			

** $p < 0.05$

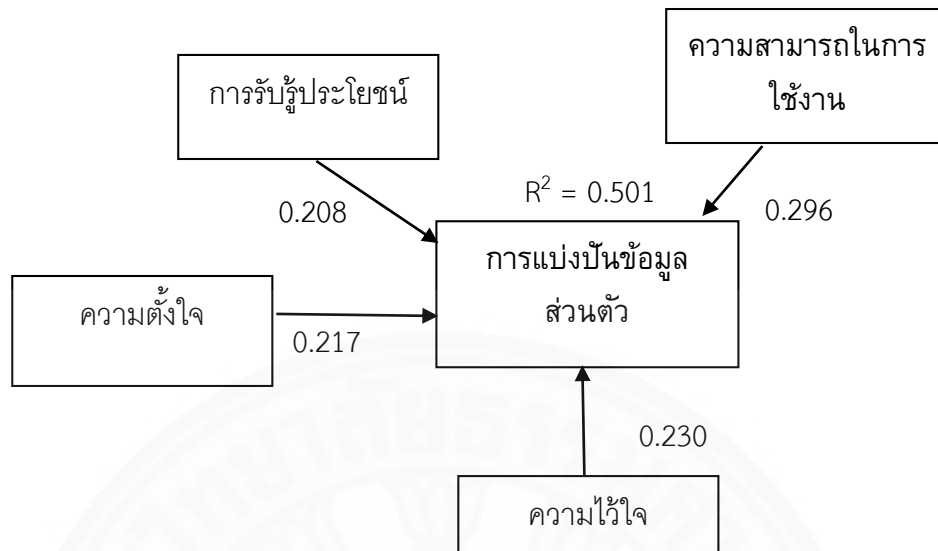
เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดของตัวแปรอิสระ จะพบว่าความตั้งใจ ความไว้วางใจ การรับรู้ประโยชน์ และความสามารถในการทำงานเป็นตัวกำหนดการแบ่งปันข้อมูล ที่ระดับนัยสำคัญ $p = 0.015$ $p = 0.012$ $p = 0.014$ และ $p = 0.000$ ตามลำดับ โดยความผันแปรของตัวแปรตามเท่ากับร้อยละ 50.10 ($R^2 = .501$) และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ (B) เท่ากับ -0.226 0.297 และ -0.184 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 5.9 และภาพที่ 5.3

ตารางที่ 5.9

ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบปกติ (Coefficient) ของการแบ่งปันข้อมูล

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-0.301	0.312		-0.964	0.337
ความตั้งใจ	0.217	0.088	0.214	2.472	0.015**
ความไว้วางใจ	0.230	0.090	0.223	2.552	0.012**
การรับรู้ประโยชน์	0.208	0.084	0.184	2.485	0.014**
ความสามารถในการทำงาน	0.296	0.076	0.301	3.871	0.000**
R = 0.708, $R^2 = 0.501$, Std. Error of the estimate = 0.72531					

** $p < 0.05$



ภาพที่ 5.3 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระต่อตัวแปรตามการแบ่งปันข้อมูล

จากการวิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Regression Analysis) ผู้วิจัยสามารถสรุปสมมติฐานของงานวิจัยได้ ดังตารางที่ 5.10

ตารางที่ 5.10

สรุปผลการวิเคราะห์การถดถอยของปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวบนเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐาน	สมมติฐานงานวิจัย	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1	การรับรู้ภัยคุกคาม ส่งผลทางบวกต่อการตระหนัก	สนับสนุน
สมมติฐานที่ 2	การรับรู้ภัยคุกคามส่งผลทางลบต่อความตั้งใจ	สนับสนุน
สมมติฐานที่ 3	การตระหนักส่งผลทางลบต่อความตั้งใจ	สนับสนุน
สมมติฐานที่ 4	ความตั้งใจ ส่งผลต่อทางบวกต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว	สนับสนุน
สมมติฐานที่ 5	ความไว้วางใจ ส่งผลทางบวกต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว	สนับสนุน
สมมติฐานที่ 6	อิทธิพลทางสังคม ส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจ	สนับสนุน
สมมติฐานที่ 7	การรับรู้ประโยชน์ส่งผลทางบวกต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว	สนับสนุน
สมมติฐานที่ 8	ความสามารถในการใช้งานส่งผลทางบวกต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว	สนับสนุน

5.7 สรุปผลการวิจัย

5.7.1 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภัยคุกคาม กับการตระหนัก

ผลการวิเคราะห์สถิติแสดงให้เห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภัยคุกคาม ส่งผลต่อการตระหนัก ซึ่งสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้กล่าวไว้ว่า การรับรู้ภัยคุกคามหรือความเสี่ยงจากการแบ่งปันข้อมูลทำให้ผู้ใช้เฟซบุ๊กบางคนเลือกที่จะไม่เปิดเผยข้อมูลใดๆ เนื่องจากมีความตระหนักถึงความเป็นส่วนตัว และรับรู้ถึงความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น (Lee , Im and Taylor, 2008; Petrorio, 2002; Qian & Scott, 2007; Youn, 2005)

5.7.2 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภัยคุกคาม กับความตั้งใจ

ผลการวิเคราะห์สถิติแสดงให้เห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภัยคุกคาม ส่งผลต่อความตั้งใจ ซึ่งสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้กล่าวไว้ว่า เมื่อมีการรับรู้ความเสี่ยงหรือภัยคุกคามที่น้อย คนจะเกิดการแบ่งปันข้อมูลร่วมกัน หากมีการรับรู้ภัยคุกคามหรือความเสี่ยงมาก ก็จะทำให้ไม่เกิดการแบ่งปันข้อมูล (Beldad et.al, 2012) ซึ่งปัจจุบันการเข้าถึงข้อมูลความรู้ การป้องกันได้มากขึ้น เกิดการป้องกัน ระมัดระวังทำให้ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลน้อยลงอีกด้วย

5.7.3 ความสัมพันธ์ระหว่างการตระหนัก กับความตั้งใจ

ผลการวิเคราะห์สถิติแสดงให้เห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างการตระหนัก ส่งผลต่อความตั้งใจ ซึ่งสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้กล่าวไว้ว่า การตระหนักในความเป็นส่วนตัวเป็นสิ่งที่สะท้อนความรู้และความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อความเสี่ยงในการแบ่งปันข้อมูลออนไลน์ร่วมกัน (Breward, 2007) ซึ่งทุกคนสามารถสร้างขอบเขตความเป็นส่วนตัวได้ เมื่อมีการตระหนักความเป็นส่วนตัวก็จะส่งผลทำให้มีการแบ่งปันข้อมูลลดลง

5.7.4 ความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจ กับการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว

ผลการวิเคราะห์สถิติแสดงให้เห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจ ส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว ซึ่งสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้กล่าวไว้ว่า เมื่อผู้ใช้เฟซบุ๊กได้รับประโยชน์จากการเปิดเผยข้อมูล จะทำให้ผู้ใช้ตั้งใจเปิดเผยหรือแบ่งปันข้อมูลมากยิ่งขึ้น ในทางตรงกันข้ามหากเสียประโยชน์ก็จะมี การเปิดเผยข้อมูลน้อยลง (Joinson & Paine, 2007 อ้างถึงใน ภัททิยา นภัชยเทพ, 2556)

5.7.5 ความสัมพันธ์ระหว่างความไวใจต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว

ผลการวิเคราะห์สถิติแสดงให้เห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างความไวใจ ส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว ซึ่งสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้กล่าวไว้

ว่า ความไว้วางใจถือเป็นปัจจัยที่สำคัญมากสำหรับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ผู้ใช้เฟซบุ๊กส่วนใหญ่มีความเชื่อใจและไว้วางใจว่าเฟซบุ๊กจะไม่เปิดเผยข้อมูลและเก็บข้อมูลเป็นความลับ ทำให้ผู้ใช้เฟซบุ๊กเปิดเผยข้อมูลมากขึ้น (Dwyer, Hiltz & Passerini, 2007 อ้างถึงใน ภัททิยา นภัชชัยเทพ, 2556)

5.7.6 ความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลทางสังคมต่อความตั้งใจ

ผลการวิเคราะห์สถิติแสดงให้เห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลทางสังคมส่งผลต่อความตั้งใจ ซึ่งสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้กล่าวไว้ว่า ในบริบทของเครือข่ายสังคมออนไลน์ บุคคลส่วนใหญ่จะมีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อเป็นไปตามกลุ่มบุคคล และยังพบอีกว่าผู้ใช้เฟซบุ๊กที่ตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่องส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากแรงกดดันจากเพื่อน (Mouakket, 2015)

5.7.7 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว

ผลการวิเคราะห์สถิติแสดงให้เห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว ซึ่งสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้กล่าวไว้ว่า การรับรู้ประโยชน์ถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับการแบ่งปันข้อมูล เมื่อผู้ใช้มีการรับรู้ประโยชน์ของการแบ่งปันข้อมูลสูง ผู้ใช้จะมีแนวโน้มที่จะเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล (Kisekka, et al., 2013)

5.7.8 ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการใช้งานต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว

ผลการวิเคราะห์สถิติแสดงให้เห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการใช้งานส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว ซึ่งสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้กล่าวไว้ว่า เฟซบุ๊กมีตัวจัดการการตั้งค่าให้เลือกสำหรับการจัดการความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้ ซึ่งผู้ใช้งานต้องเป็นคนตั้งค่าการใช้งานเอง ผู้ใช้สามารถเปลี่ยนความเป็นส่วนตัวและการรักษาความปลอดภัยตามที่ต้องการจากตั้งค่า และมีความมั่นใจในความปลอดภัย พวกเขา ก็จะเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของพวกเขาเพื่อสาธารณะในที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตที่กล่าวว่า การใช้ประโยชน์จากคุณสมบัติความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยของข้อมูลขึ้นอยู่กับการใช้ประโยชน์ที่ได้รับประกอบการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัว (Strater & Lipford, 2008)

บทที่ 6

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

ในบทนี้จะกล่าวถึงผลสรุปของการวิจัย ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัย ข้อจำกัดในการวิจัย และข้อเสนอแนะงานวิจัยในอนาคต

6.1 สรุปผลงานวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูลบนเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งได้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อป้องกันโรค (Protection motivation theory: PMT) ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned behavior: TPB) และทฤษฎีการควบคุมความเป็นส่วนตัวในการติดต่อสื่อสาร (Communication Privacy Management Theory: CPM) มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยมีปัจจัยทั้งหมด 8 ปัจจัย ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูลบนเฟซบุ๊ก และแต่ละปัจจัยมีระดับในการส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูลบนเฟซบุ๊กมากน้อยเพียงใด โดยปัจจัยทั้ง 8 ได้แก่ การรับรู้ถึงภัยคุกคาม การตระหนัก ความตั้งใจ อิทธิพลทางสังคม ความไวใจ การรับรู้ประโยชน์ ความสามารถในการใช้งาน และการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว โดยกำหนดสมมติฐานของงานวิจัยไว้ทั้งสิ้น 8 สมมติฐาน

กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้ เป็นผู้ใช้งานเฟซบุ๊กด้วยตนเอง และได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 200 คน ในการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ โดยการประกาศข้อความบนเว็บไซต์ออนไลน์ ได้แก่ Facebook.com และ Line และได้กระจายแบบสอบถามตามหน่วยงานที่ดูแลผู้สูงอายุ มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 125 ชุด จากนั้นได้ทำการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ซึ่งจะแบ่งการวิเคราะห์โดยพิจารณาจากกรอบแนวคิดการวิจัย จากนั้นได้ใช้การถดถอยพหุคูณ ในการทดสอบสมมติฐาน โดยเมื่อพิจารณาจากกรอบการวิจัยแล้ว สามารถแบ่งวิเคราะห์ได้ 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) การทดสอบสมมติฐานด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการตระหนัก 2) การทดสอบสมมติฐานด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจ 3) การทดสอบสมมติฐานด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูล

จากผลการวิเคราะห์ทางสถิติพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 60-65 ปี การศึกษาระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาท มีอาชีพรับราชการ/พนักงานของรัฐมากที่สุด มีการใช้งานเฟซบุ๊กทุกวัน โดยใช้เวลาน้อยกว่า 30

นาทีในการเล่นต่อครั้งมากที่สุด ส่วนใหญ่ใช้งานเฟซบุ๊กเพื่อติดตามข่าวสารที่ทันสมัย โดยผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวบนเฟซบุ๊กนั้นขึ้นอยู่กับ การรับรู้ประโยชน์ ความสามารถในการใช้งาน ความไวใจ และความตั้งใจ ซึ่งการที่จะเกิดความตั้งใจของผู้ใช้งานนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยเรื่อง การรับรู้ภัยคุกคาม การตระหนัก และอิทธิพลทางสังคมของผู้ใช้งานเฟซบุ๊ก

6.2 ประโยชน์ของงานวิจัย

งานวิจัยนี้ได้บูรณาการและพัฒนารอบแนวคิดสำหรับปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวบนเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้อง โดยก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติดังนี้

6.2.1 ประโยชน์ในด้านทฤษฎี

งานวิจัยนี้พัฒนารอบแนวคิดการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวบนเฟซบุ๊ก จากทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อป้องกันโรค ประกอบด้วย การรับรู้ถึงภัยคุกคาม และการตระหนัก ผนวกทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนของ Fishbien และ Ajzen ที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรม โดยปัจจัยที่นำมาใช้ในงานวิจัยนี้คือ อิทธิพลทางสังคม และทฤษฎีการควบคุมความเป็นส่วนตัวในการติดต่อสื่อสารของ Petronio ที่อธิบายถึงการบริหารขอบเขตความเป็นส่วนตัวระหว่างบุคคลโดยปัจจัยที่นำมาใช้ในงานวิจัยนี้คือ ความสามารถในการใช้งาน โดยผู้วิจัยได้เพิ่มปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ต่อยอดจากงานวิจัยในอดีตที่ผ่านมา ซึ่งงานวิจัยนี้ได้พิสูจน์ว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวบนเฟซบุ๊ก ประกอบด้วย 8 ปัจจัย คือ การรับรู้ถึงภัยคุกคาม การตระหนัก ความตั้งใจ อิทธิพลทางสังคม ความไวใจ การรับรู้ประโยชน์ ความสามารถในการใช้งาน และการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว ซึ่งจะเห็นว่าทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อป้องกันโรค ซึ่งเป็นทฤษฎีเกี่ยวกับสุขภาพ ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ที่เป็นทฤษฎีทางด้านจิตวิทยาสังคม และทฤษฎีการควบคุมความเป็นส่วนตัวในการติดต่อสื่อสาร สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับเทคโนโลยีได้

6.2.2 ประโยชน์ด้านการนำไปปฏิบัติ

เมื่อพิจารณาผลของการวิจัยแสดงให้เห็นว่าผู้สูงอายุที่ใช้งานเฟซบุ๊กจะมีการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวก็ต่อเมื่อเกิดการรับรู้ประโยชน์ มีความสามารถในการใช้งาน เกิดความไวใจ และความตั้งใจ ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจคือ การรับรู้ภัยคุกคาม และการตระหนัก เมื่อมีการรับรู้ความเสี่ยงหรือภัยคุกคามที่น้อย ก็จะทำให้เกิดการแบ่งปันข้อมูลร่วมกัน หากมีการรับรู้ภัยคุกคามหรือความเสี่ยงมาก ก็จะทำให้ไม่เกิดการแบ่งปันข้อมูล และเมื่อผู้ใช้เฟซบุ๊กรับรู้ถึงภัยคุกคามที่จะเกิดขึ้นทำให้

ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลน้อยลง รวมไปถึงปัจจัยอิทธิพลทางสังคมก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดความตั้งใจ กล่าวคือผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะมีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อเป็นไปตามกลุ่มบุคคล ดังนั้นบุตรหลาน หรือผู้ที่ดูแลหน่วยงานเกี่ยวกับการดูแลผู้สูงอายุสามารถทำการรณรงค์เกี่ยวกับภัยคุกคามทางเทคโนโลยีจากการแบ่งปันข้อมูลบนเฟซบุ๊ก ให้ผู้สูงอายุเกิดการรับรู้ถึงภัยที่เกิดจากการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว หรือสื่อประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ช่วยกันบอกกล่าวถึงลักษณะการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวที่ต้องมีการคำนึงถึงภัยคุกคาม เพื่อเสริมสร้างแนวทางการปฏิบัติการตระหนักถึงความสำคัญถึงความเป็นส่วนตัวในการแบ่งปันข้อมูลบนเฟซบุ๊ก และป้องกันภัยที่เกิดจากเครือข่ายสังคมออนไลน์อีกด้วย

6.3 ข้อจำกัดของงานวิจัย

งานวิจัยนี้ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูลบนเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุโดยศึกษาเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเท่านั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามในงานวิจัยนี้ส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 60-65 ปี การศึกษาระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาท มีอาชีพรับราชการ/พนักงานของรัฐ ทำให้ผลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวอาจจะไม่สามารถอธิบายปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูลบนเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุแทนประชากรทั้งหมดได้

6.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ความตั้งใจ ความไว้วางใจ การรับรู้ประโยชน์ และความสามารถในการใช้งานมีความสัมพันธ์กับการแบ่งปันข้อมูลได้เพียงห้าสิบเปอร์เซ็นต์ ซึ่งเป็นค่าค่อนข้างน้อย อาจจะเป็นเพราะปัจจัยที่นำมาศึกษาอย่างไม่เพียงพอ ทางผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่า อาจจะมีปัจจัยอื่นเข้ามาเกี่ยวข้อง ผู้วิจัยที่ต้องการทำการศึกษาต่ออาจจะสามารถนำปัจจัยอื่นเข้ามาศึกษาเพิ่มเติมเพื่อหาความสัมพันธ์ได้

รายการอ้างอิง

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- Vitak, J. (2012). "When Contexts Collapse: Managing Self-Presentation Across Social Media". Retrieved 31 May, 2015, From <http://www.slideshare.net/summersocialwebshop/jessica-vitak-when-contexts-collapse-managing-selfpresentation-across-social-media>
- Zocial, inc. (2015). Social Network, One of Human Daily Routine! Social Network อีกหนึ่งกิจวัตรประจำวันที่คนไทยขาดไม่ได้. ดึงข้อมูลวันที่ 19 ธันวาคม, 2558, จาก <http://www.zocialinc.com/blog/dayinalife-with-socialnetwork/>
- Zocial, inc. (2558). ประเทศไทยมีจุดขึ้น!! Facebook ไทยเติบโตอย่างไรใน AEC 2015. ดึงข้อมูลวันที่ 18 ธันวาคม, 2558, จาก http://www.zocialinc.com/blog/facebook_population_2015/
- ศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล”. (2558). “ผู้สูงอายุไทยกับการใช้เวลาว่าง”. ดึงข้อมูลวันที่ 20 พฤษภาคม, 2558, จาก http://nidapoll.nida.ac.th/top_news-%E0%B8%9C%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%AA%E0%B8%B9%E0%B8%87%E0%B8%AD%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%B8%E0%B9%84%E0%B8%97%E0%B8%A2%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%83%E0%B8%8A%E0%B9%89%E0%B9%80%E0%B8%A7%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%A7%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%87-68-236.html#.VnjWiLZ97cs
- เอกชัย สารธรรม. (2557). ไทยใช้มือถือ 100 ล้านเลขหมาย!. ดึงข้อมูลวันที่ 18 ธันวาคม, 2558, จาก <http://www.bangkokbiznews.com/mobile/view/blog/575982>

วิทยานิพนธ์

นัชฐภรณ์, อ่อนแก้ว. (2015). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อสินค้าหรือบริการที่มีการโฆษณาผ่านบัญชีอย่างเป็นทางการของไลน์ (Line official account) ของผู้บริโภค: [กรุงเทพฯ] : คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, [2558] [2015].

กันตพล บันทัดทอง. (2557). พฤติกรรม การใช้ เครือข่าย สังคม ออนไลน์ และ ความ พึงพอใจ ของ กลุ่ม คน ผู้ สูงอายุ ใน เขต กรุงเทพมหานคร : Social Network Usage Behavior and Bangkok Older Person's Satisfaction: [กรุงเทพฯ]: คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ประภาดา ตลิ่งจิต. (2012). แนวทางในการเสริมสร้างความตระหนักถึงการปฏิบัติตามระเบียบการควบคุมภายในและการรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของสหกรณ์ไทย : case study research of Thai cooperative: [กรุงเทพฯ] : คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2555 [2012].

ภัททิยา นภัชยเทพ. (2013). อิทธิพลที่มีผลต่อระดับการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้เฟซบุ๊ก: [กรุงเทพฯ]: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2556 [2013].

สุนทรียา หวังชัย. (2544). ความตระหนักของประชาชนในสิทธิความเป็นพลเมือง ต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารสาธารณะ ตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 = Public awareness of civil rights in acquiring public information under the Official Information Act, B.E. 2540: [กรุงเทพฯ]: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.

หนังสือ

กัลยา วาณิชบัญญัติ. (2011). สถิติสำหรับงานวิจัย: [กรุงเทพฯ] : ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554 [2011] พิมพ์ครั้งที่ 6.

Artical

- Ajzen, I. (2011). Theory of planned behavior. *Handb Theor Soc Psychol Vol One, 1*, 438.
- Bansal, G., & Gefen, D. (2010). The impact of personal dispositions on information sensitivity, privacy concern and trust in disclosing health information online. *Decision Support Systems, 49*(2), 138-150.
- Bansal, G., Zahedi, F. M., & Gefen, D. (2016). Do context and personality matter? Trust and privacy concerns in disclosing private information online. *Information & Management, 53*, 1-21. doi: 10.1016/j.im.2015.08.001
- Beldad, A., van der Geest, T., de Jong, M., & Steehouder, M. (2012). Shall I tell you where I live and who I am? Factors influencing the behavioral intention to disclose personal data for online government transactions. *International journal of human-computer interaction, 28*(3), 163-177.
- Bosch, T. E. (2009). Using online social networking for teaching and learning: Facebook use at the University of Cape Town. *Communicatio: South African Journal for Communication Theory and Research, 35*(2), 185-200.
- Bredemeier, K., Berenbaum, H., & Spielberg, J. M. (2012). Worry and perceived threat of proximal and distal undesirable outcomes. *Journal of Anxiety Disorders, 26*, 425-429. doi: 10.1016/j.janxdis.2012.01.001
- Breward, M. (2007). *Perceived Privacy and Perceived Security and Their Effects on Trust, Risk, and User Intentions*. Paper presented at the Management of eBusiness, 2007. WCMeb 2007. Eighth World Congress on the.
- Chakraborty, R., Vishik, C., & Rao, H. R. (2013). Privacy preserving actions of older adults on social media: Exploring the behavior of opting out of information sharing. *Decision Support Systems, 55*(4), 948-956.
- Chang, C.-C., Hung, S.-W., Cheng, M.-J., & Wu, C.-Y. (2015). Exploring the intention to continue using social networking sites: The case of Facebook. *Technological Forecasting and Social Change, 95*, 48-56.

- Christofides, E., Muise, A., & Desmarais, S. (2012). Hey mom, what's on your Facebook? Comparing Facebook disclosure and privacy in adolescents and adults. *Social Psychological and Personality Science*, 3(1), 48-54.
- Dinev, T., & Hart, P. (2006). An extended privacy calculus model for e-commerce transactions. *Information Systems Research*, 17(1), 61-80.
- Hanna, K., Sarah, S., Ksenia, K., & Thomas, H. (2010). Online social networks: why we disclose. *Journal of Information Technology (Palgrave Macmillan)*, 25(2), 109-125.
- Joinson, A. N., & Paine, C. B. (2007). Self-disclosure, privacy and the Internet. *The Oxford handbook of Internet psychology*, 2374252.
- Joinson, A. N., Reips, U.-D., Buchanan, T., & Schofield, C. B. P. (2010). Privacy, trust, and self-disclosure online. *Human-Computer Interaction*, 25(1), 1-24.
- Kisekka, V., Bagchi-Sen, S., & Rao, H. R. (2013). Extent of private information disclosure on online social networks: An exploration of Facebook mobile phone users. *Computers in Human Behavior*, 29(6), 2722-2729.
- Krasnova, H., Kolesnikova, E., & Guenther, O. (2009). "It Won't Happen To Me!": Self-Disclosure in Online Social Networks. *Amcis 2009 Proceedings*, 343.
- Lee, D. H., Im, S., & Taylor, C. R. (2008). Voluntary self-disclosure of information on the Internet: A multimethod study of the motivations and consequences of disclosing information on blogs. *Psychology & Marketing*, 25(7), 692-710.
- Loiacono, E. T. (2015). Self-Disclosure Behavior on Social Networking Web Sites. *International Journal of Electronic Commerce*, 19(2), 66-94.
- Malandrino, D., Scarano, V., & Spinelli, R. (2013). Impact of Privacy Awareness on Attitudes and Behaviors Online. *SCIENCE*, 2(2), pp. 65-82.
- McEwan, B. (2013). Sharing, caring, and surveilling: an actor-partner interdependence model examination of Facebook relational maintenance strategies. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(12), 863-869.
- Mouakket, S. (2015). Factors influencing continuance intention to use social network sites: The Facebook case. *Computers in Human Behavior*, 53, 102-110.
- Norman, P., Boer, H., & Seydel, E. R. (2005). Protection motivation theory.

- Pan, S., & Jordan-Marsh, M. (2010). Internet use intention and adoption among Chinese older adults: from the expanded technology acceptance model perspective. *Computers in Human Behavior, 26*(5), 1111-1119.
- Petronio, S., & Durham, W. T. (2008). Communication privacy management theory. *Engaging theories in interpersonal communication: Multiple perspectives, 309-322*.
- Qian, H., & Scott, C. R. (2007). Anonymity and self-disclosure on weblogs. *Journal of Computer-Mediated Communication, 12*(4), 1428-1451.
- Ramirez-Correa, P. E., Rondan-Cataluña, F. J., & Arenas-Gaitán, J. (2015). Predicting behavioral intention of mobile Internet usage. *Telematics and Informatics, 32*, 834-841. doi: 10.1016/j.tele.2015.04.006
- Rimal, R. N., & Real, K. (2003). Understanding the influence of perceived norms on behaviors. *Communication Theory, 13*(> 2), 184-203.
- Salehan, M., & Negahban, A. (2013). Social networking on smartphones: When mobile phones become addictive. *Computers in Human Behavior, 29*(6), 2632-2639.
- Sharma, S., & Crossler, R. E. (2014). Disclosing too much? Situational factors affecting information disclosure in social commerce environment. *Electronic Commerce Research and Applications, 13*(5), 305-319.
- Shin, W., & Kang, H. (2016). Adolescents' privacy concerns and information disclosure online: The role of parents and the Internet. *Computers in Human Behavior, 54*, 114-123. doi: 10.1016/j.chb.2015.07.062
- Shultz, S., & Hand, M. W. (2015). Usability: A Concept Analysis. *Journal of Theory Construction & Testing, 19*(2).
- Strater, K., & Lipford, H. R. (2008). *Strategies and struggles with privacy in an online social networking community*. Paper presented at the Proceedings of the 22nd British HCI Group Annual Conference on People and Computers: Culture, Creativity, Interaction-Volume 1.
- Taddei, S., & Contena, B. (2013). Privacy, trust and control: Which relationships with online self-disclosure? *Computers in Human Behavior, 29*(3), 821-826.

- Tanadi, T., Samadi, B., & Gharlegi, B. (2015). The Impact of Perceived Risks and Perceived Benefits to Improve an Online Intention among Generation-Y in Malaysia. *Asian Social Science*, 11(26), p226.
- Verkasalo, H., López-Nicolás, C., Molina-Castillo, F. J., & Bouwman, H. (2010). Analysis of users and non-users of smartphone applications. *Telematics and Informatics*, 27(3), 242-255.
- Wilson, D., Proudfoot, J., & Valacich, J. (2014). Saving Face on Facebook: Privacy Concerns, Social Benefits, and Impression Management.
- Youn, S. (2005). Teenagers' perceptions of online privacy and coping behaviors: a risk-benefit appraisal approach. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 49(1), 86-110.
- Zhou, T. (2011). Understanding online community user participation: a social influence perspective. *Internet Research*, 21(1), 67-81.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ตัวอย่างแบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวบนเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ
ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาอิสระโครงการปริญญาโท สาขาวิชาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวบนเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้จะไม่มีการนำเสนอหรือเปิดเผยเป็นรายบุคคล ข้อมูลที่ได้จะนำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ในการแสดงความคิดเห็น และตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง ความคิดเห็นของท่านมีความสำคัญยิ่งต่อการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทางผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

คำอธิบายเพิ่มเติม

เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook) ได้เปิดให้บริการครั้งแรกปี 2547 (2004) โดย Mark Zuckerberg ซึ่งเปิดให้เข้าใช้เฉพาะนักศึกษาของมหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ดเท่านั้น เฟซบุ๊กมีส่วนของการใช้งานที่หลากหลาย ซึ่งโปรไฟล์ (Profile) ของผู้ใช้สามารถโพสต์ รายละเอียดข้อมูลส่วนตัวและยังมีความสามารถในการเพิ่มเพื่อน (Add Friend) ข้อความ (Message) รวมถึงการแสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับกิจกรรมของแต่ละคน และเข้าร่วมกลุ่ม (Group)

การแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว หมายถึง การแสดงข้อมูลหรือตัวตนโดยคนอื่นสามารถเข้าถึงข้อมูลหรือใช้ข้อมูลร่วมกันได้ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น เฟซบุ๊กหรือสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเฟซบุ๊กถือได้ว่าเป็นสื่อลำดับแรกที่ใช้แบ่งปันข้อมูลหรือเปิดเผยข้อมูล ตัวอย่างของการแบ่งปันข้อมูล เช่น รูปภาพ วิดีโอรวมถึงสิ่งที่ตนเองสนใจ

แบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วย 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับประสบการณ์การใช้ Facebook

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่คาดว่าจะส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวบนเฟซบุ๊ก
ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ส่วนที่ 3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับประสบการณ์การใช้ Facebook

1.	<p>ท่านอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล</p> <p><input type="radio"/> อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล</p> <p><input type="radio"/> ไม่ได้อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล (จบแบบสอบถาม)</p>
2.	<p>ท่านเคยใช้เฟซบุ๊กหรือไม่</p> <p><input type="radio"/> เคยใช้เฟซบุ๊กด้วยตนเอง</p> <p><input type="radio"/> ไม่เคยใช้เฟซบุ๊ก (จบแบบสอบถาม)</p>
3.	<p>ปริมาณในการใช้เฟซบุ๊ก</p> <p><input type="checkbox"/> ทุกวัน <input type="checkbox"/> 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์</p> <p><input type="checkbox"/> 2-4 ครั้งต่อสัปดาห์ <input type="checkbox"/> 1 ครั้งต่อสัปดาห์</p> <p><input type="checkbox"/> น้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์</p>
4.	<p>ระยะเวลาในการใช้เฟซบุ๊กแต่ละครั้ง</p> <p><input type="checkbox"/> น้อยกว่า 30 นาที <input type="checkbox"/> 30-60 นาที</p> <p><input type="checkbox"/> 61-90 นาที <input type="checkbox"/> 91-120 นาที</p> <p><input type="checkbox"/> มากกว่า 120 นาที</p>
5.	<p>จุดประสงค์ที่ท่านใช้เฟซบุ๊ก (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)</p> <p><input type="checkbox"/> เพื่อติดตามข่าวสารที่ทันสมัย</p> <p><input type="checkbox"/> เพื่อติดต่อเพื่อน</p> <p><input type="checkbox"/> เพื่อคลายเหงา/คลายเครียด</p> <p><input type="checkbox"/> เพื่อให้ดูทันสมัย</p> <p><input type="checkbox"/> เพื่อใช้เป็นที่แสดงความเป็นตัวเอง/ปลดปล่อย</p> <p><input type="checkbox"/> อื่นๆ(โปรดระบุ).....</p>

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่คาดว่าจะส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวบนเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ
ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

คำชี้แจง โปรดเลือกคำตอบที่ตรงกับตัวท่าน หรือเติมข้อความลงในช่องว่างตามความเป็นจริง

ลำดับ	คุณมีความคิดเห็นกับปัจจัยเหล่านี้หรือไม่อย่างไร	1	2	3	4	5
		(1) ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง - (5) เห็นด้วย อย่างยิ่ง				
การรับรู้ภัยคุกคาม						
1.	มีความเสี่ยงสูงที่ผู้ให้บริการเฟซบุ๊กจะนำข้อมูลส่วนตัวของท่านไปใช้ในวัตถุประสงค์ที่ไม่เหมาะสม					
2.	มีความเสี่ยงสูงเมื่อท่านมีการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวบนเฟซบุ๊ก					
3.	ท่านรู้สึกไม่สบายใจเมื่อเพื่อนเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวที่ท่านไม่ต้องการเปิดเผยบนกระดานข้อความของท่าน เช่น รูปภาพและวิดีโอของท่าน เป็นต้น					
การตระหนัก						
4.	ท่านรู้สึกไม่สบายใจในการเขียนข้อมูลส่วนตัวของท่านบนกระดานเฟซบุ๊กของเพื่อน					
5.	ท่านมีความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยของข้อมูลขณะที่ใช้เฟซบุ๊ก					
6.	ท่านรู้สึกไม่สบายใจหากมีบุคคลที่ท่านไม่รู้จักเข้ามาใช้เฟซบุ๊กของท่าน					
การตั้งใจ						
7.	ท่านมักจะเปิดเผยความรู้สึกบนเฟซบุ๊ก					
8.	ท่านมักจะแสดงความคิดเห็นส่วนตัวบนเฟซบุ๊ก					
9.	ท่านใส่ข้อมูลที่ระบุตัวตนของท่านในเฟซบุ๊ก					
10.	ท่านมักจะแบ่งปันข้อมูลกับบุคคลที่ท่านสนิทเกี่ยวกับตัวท่านโดยปราศจากการลังเล					
11.	ท่านมักจะเปิดเผยข้อมูลทุกอย่างกับคนที่ท่านสนิท					

ลำดับ	คุณมีความคิดเห็นกับปัจจัยเหล่านี้อย่างไร	1	2	3	4	5
		(1) ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง - (5) เห็นด้วยอย่างยิ่ง				
ความไว้วางใจ						
12.	เฟซบุ๊กเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เชื่อถือได้					
13.	ประสิทธิภาพด้านความปลอดภัยของเฟซบุ๊กถือได้ว่าตรงกับความต้องการของท่าน					
14.	ท่านเชื่อใจเพื่อนในเฟซบุ๊กของท่าน					
15.	ท่านเชื่อใจเพื่อนของเพื่อนในเฟซบุ๊กของท่าน					
16.	ท่านเชื่อใจเฟซบุ๊กที่ท่านใช้อยู่					
อิทธิพลทางสังคม						
17.	ส่วนใหญ่เพื่อนของท่านใช้งานเฟซบุ๊ก					
18.	ส่วนใหญ่เพื่อนของท่านแนะนำให้ใช้งานเฟซบุ๊ก					
19.	คนทั่วไปที่ท่านรู้จักก็ใช้งานเฟซบุ๊ก					
การรับรู้ประโยชน์						
20.	เฟซบุ๊กสร้างความเพลิดเพลินให้กับท่าน					
21.	เฟซบุ๊กสามารถคลายเหงาให้ท่านได้					
22.	การใช้เฟซบุ๊กทำให้ท่านแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับเพื่อนและครอบครัวได้สะดวกมากขึ้น					
23.	เฟซบุ๊กเพิ่มช่องทางการสื่อสารของท่าน					
24.	การใช้งานเฟซบุ๊กทำให้ท่านประหยัดเวลาในการสื่อสาร					
ความสามารถในการใช้งาน						
25.	ท่านเข้าใจลักษณะการใช้งานเฟซบุ๊กเป็นอย่างดี เช่น การ log in การ log out การตั้งค่าต่างๆ					
26.	ท่านเข้าใจฟังก์ชันการทำงานของเฟซบุ๊ก เช่น สามารถโพสต์สเตตัส รูปภาพ วิดีโอได้					
27.	ท่านสามารถตั้งค่าความเป็นส่วนตัวในเฟซบุ๊กของท่านได้เป็นอย่างดี					

ลำดับ	คุณมีความคิดเห็นกับปัจจัยเหล่านี้อย่างไร	1	2	3	4	5
		(1) ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง - (5) เห็นด้วยอย่างยิ่ง				
28.	เฟซบุ๊กมีการใช้ไอคอนที่เข้าใจง่าย เช่น 					
29.	เฟซบุ๊กใช้คำศัพท์ที่มีความเข้าใจง่าย					
การแบ่งปันข้อมูล						
30.	ท่านมีการอัปเดตรายละเอียดข้อมูล สแตตัสในชีวิตประจำวันบนเฟซบุ๊กของท่าน					
31.	ท่านมีการโพสต์ข้อความ แบ่งปันความคิดเห็นบนเฟซบุ๊กของท่าน					
32.	ท่านมีการบอกตำแหน่งที่อยู่ปัจจุบัน (Check in) บนเฟซบุ๊กของท่าน					
33.	ท่านมีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวท่านในกระดานข้อความของเพื่อน เพื่อให้ผู้ใช้คนอื่นเห็นความสัมพันธ์ของท่านกับเพื่อน					

ส่วนที่ 3: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.เพศ

- ชาย หญิง

2.อายุ

- ต่ำกว่า 60 ปี ระหว่าง 61-65 ปี
 ระหว่าง 66-70 ปี มากกว่า 71 ปี

3.ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. อนุปริญญา/ปวส.
 ปริญญาตรี ปริญญาโท สูงกว่าปริญญาโท

4.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท 10,001 – 20,000 บาท
 20,001 – 30,000 บาท 30,001 – 40,000 บาท
 มากกว่า 40,001 บาท

5. อาชีพ

- พนักงานบริษัทเอกชน
 รับจ้างอิสระ
 รับราชการ/พนักงานของรัฐ
 รัฐวิสาหกิจ
 ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ
 อื่นๆ โปรดระบุ.....

ภาคผนวก ข

ตารางที่ ข.1

ข้อมูลสถิติของตัวแปร

ตัวแปร	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Skewness	Kurtosis
มีความเสี่ยงสูงที่ผู้ให้บริการเฟซบุ๊กจะนำข้อมูลส่วนตัวของท่านไปใช้ในวัตถุประสงค์ที่ไม่เหมาะสม	1	5	3.42	1.207	-0.337	-0.699
มีความเสี่ยงสูงเมื่อท่านมีการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวบนเฟซบุ๊ก	1	5	3.70	1.225	-0.618	-0.569
ท่านรู้สึกไม่สบายใจเมื่อเพื่อนเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวที่ท่านไม่ต้องการเปิดเผยบนกระดานข้อความของท่าน เช่น รูปภาพและวิดีโอของท่าน เป็นต้น	1	5	3.83	1.148	-0.671	-0.523
ท่านรู้สึกไม่สบายใจในการเขียนข้อมูลส่วนตัวของท่านบนกระดานเฟซบุ๊กของเพื่อน	1	5	3.34	1.225	-0.179	-0.768

ตารางที่ ข.1

ข้อมูลสถิติของตัวแปร (ต่อ)

ตัวแปร	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Skewness	Kurtosis
ท่านมีความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยของข้อมูลขณะที่ใช้เฟซบุ๊ก	1	5	3.55	1.167	-0.390	-0.748
ท่านรู้สึกไม่สบายใจหากมีบุคคลที่ท่านไม่รู้จักเข้ามาใช้เฟซบุ๊กของท่าน	1	5	3.94	1.318	-0.975	-0.224
ท่านมักจะเปิดเผยความรู้สึกบนเฟซบุ๊ก	1	5	2.29	1.217	0.602	-0.630
ท่านมักจะแสดงความคิดเห็นส่วนตัวบนเฟซบุ๊ก	1	5	2.63	1.241	0.271	-0.937
ท่านใส่ข้อมูลที่ระบุตัวตนของท่านในเฟซบุ๊ก	1	5	2.74	1.245	0.160	-0.907
ท่านมักจะแบ่งปันข้อมูลกับบุคคลที่ท่านสนิทเกี่ยวกับตัวท่านโดยปราศจากการลั้งเล	1	5	3.34	1.338	-0.392	-0.923
ท่านมักจะเปิดเผยข้อมูลทุกอย่างกับคนที่ท่านสนิท	1	5	3.01	1.317	-0.166	-1.012

ตารางที่ ข.1

ข้อมูลสถิติของตัวแปร (ต่อ)

ตัวแปร	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Skewness	Kurtosis
เฟซบุ๊กเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เชื่อถือได้	1	5	2.71	1.106	0.048	-0.567
ประสิทธิภาพด้านความปลอดภัยของเฟซบุ๊กถือได้ว่าตรงกับความต้องการของท่าน	1	5	2.83	1.127	0.131	-0.525
ท่านเชื่อใจเพื่อนในเฟซบุ๊กของท่าน	1	5	2.88	1.161	0.018	-0.615
ท่านเชื่อใจเพื่อนของเพื่อนในเฟซบุ๊กของท่าน	1	5	2.35	1.240	0.669	-0.493
ท่านเชื่อใจเฟซบุ๊กที่ท่านใช้อยู่	1	5	2.98	1.160	-0.016	-0.617
ส่วนใหญ่เพื่อนของท่านใช้งานเฟซบุ๊ก	1	5	3.62	1.091	-0.321	-0.764
ส่วนใหญ่เพื่อนของท่านแนะนำให้ใช้งานเฟซบุ๊ก	1	5	3.08	1.044	-0.076	-0.581
คนทั่วไปที่ท่านรู้จักก็ใช้งานเฟซบุ๊ก	1	5	3.58	1.079	-0.514	-0.369

ตารางที่ ข.1

ข้อมูลสถิติของตัวแปร (ต่อ)

ตัวแปร	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Skewness	Kurtosis
เฟซบุ๊กสร้างความ เพลิดเพลินให้กับท่าน	1	5	3.70	1.078	-0.601	-0.179
เฟซบุ๊กสามารถคลาย เหงาให้ท่านได้	1	5	3.74	1.009	-0.452	-0.449
การใช้เฟซบุ๊กทำให้ท่าน แลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสารกับเพื่อนและ ครอบครัวได้สะดวกมาก ขึ้น	1	5	3.90	1.038	-0.843	0.295
เฟซบุ๊กเพิ่มช่องทางการ สื่อสารของท่าน	1	5	4.05	.991	-1.058	0.831
การใช้งานเฟซบุ๊กทำให้ ท่านประหยัดเวลาในการ สื่อสาร	1	5	3.83	1.105	-0.790	-0.046
ท่านเข้าใจลักษณะการ ใช้งานเฟซบุ๊กเป็นอย่างดี เช่น การ log in การ log out การตั้งค่าต่างๆ	1	5	3.26	1.245	-0.236	-0.798
ท่านเข้าใจฟังก์ชันการ ทำงานของเฟซบุ๊ก เช่น สามารถโพสต์สเตตัส รูปภาพ วิดีโอได้	1	5	3.37	1.208	-0.270	-0.779

ตารางที่ ข.1

ข้อมูลสถิติของตัวแปร (ต่อ)

ตัวแปร	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Skewness	Kurtosis
ท่านสามารถตั้งค่าความเป็นส่วนตัวในเฟซบุ๊กของท่านได้เป็นอย่างดี	1	5	3.21	1.334	-0.141	-1.185
เฟซบุ๊กมีการใช้ไอคอนที่เข้าใจง่าย เช่น	1	5	3.57	1.050	-0.246	-0.465
เฟซบุ๊กใช้คำศัพท์ที่มีความเข้าใจง่าย	1	5	3.54	0.988	-0.280	-0.335
ท่านมีการอัปเดตรายละเอียดข้อมูล สแตตัสในชีวิตประจำวันบนเฟซบุ๊กของท่าน	1	5	2.74	1.219	0.331	-0.726
ท่านมีการโพสต์ข้อความแบ่งปันความคิดเห็นบนเฟซบุ๊กของท่าน	1	5	2.91	1.171	0.204	-0.710
ท่านมีการบอกตำแหน่งที่อยู่ปัจจุบัน (Check in) บนเฟซบุ๊กของท่าน	1	5	2.45	1.188	0.390	-0.634
ท่านมีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวท่านในกระดานข้อความของเพื่อน เพื่อที่ผู้ใช้คนอื่นเห็นความสัมพันธ์ของท่านกับเพื่อน	1	5	2.86	1.173	0.116	-0.561

ตารางที่ ข.2

ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Matrix)

	PT1	PT2	PT3	AW1	AW2	AW3	IN1	IN2	IN3	IN4
PT1	1.000									
PT2	0.768	1.000								
PT3	0.518	0.601	1.000							
AW1	0.233	0.289	0.299	1.000						
AW2	0.245	0.341	0.353	0.706	1.000					
AW3	0.215	0.263	0.297	0.548	0.673	1.000				
IN1	-0.194	-0.337	-0.254	-0.272	-0.266	-0.235	1.000			
IN2	-0.202	-0.253	-0.270	-0.261	-0.254	-0.197	0.663	1.000		
IN3	-0.285	-0.348	-0.251	-0.146	-0.154	-0.172	0.375	0.521	1.000	
IN4	-0.134	-0.072	-0.084	-0.115	-0.202	-0.148	0.356	0.590	0.528	1.000
IN5	-0.170	-0.204	-0.132	-0.297	-0.292	-0.158	0.472	0.559	0.469	0.639
TR1	-0.065	-0.117	-0.045	-0.057	-0.188	-0.107	0.392	0.474	0.395	0.415
TR2	-0.030	-0.030	0.078	-0.063	-0.021	0.014	0.371	0.394	0.462	0.359
TR3	-0.159	-0.173	-0.088	-0.186	-0.183	-0.063	0.396	0.523	0.485	0.483
TR4	-0.144	-0.165	-0.066	-0.139	-0.191	-0.193	0.392	0.452	0.432	0.405
TR5	-0.079	-0.050	0.045	-0.198	-0.258	-0.196	0.302	0.369	0.314	0.411
SI1	-0.047	-0.050	0.038	-0.172	-0.143	-0.101	0.218	0.234	0.192	0.100
SI2	-0.072	0.006	0.005	0.035	-0.070	-0.154	0.223	0.247	0.171	0.252
SI3	0.006	0.028	0.073	0.024	0.017	0.061	0.129	0.252	0.182	0.193
PB1	-0.101	-0.183	-0.080	-0.197	-0.196	-0.275	0.367	0.394	0.254	0.304
PB2	-0.099	-0.162	-0.129	-0.187	-0.163	-0.255	0.332	0.353	0.284	0.275
PB3	-0.010	-0.031	-0.055	-0.219	-0.172	-0.199	0.126	0.314	0.253	0.223
PB4	-0.071	-0.041	-0.007	-0.200	-0.211	-0.183	0.169	0.329	0.272	0.328
PB5	-0.085	-0.055	-0.092	-0.237	-0.246	-0.301	0.210	0.331	0.208	0.284
US1	-0.129	-0.144	-0.127	-0.102	-0.190	-0.166	0.274	0.439	0.368	0.285
US2	-0.130	-0.176	-0.135	-0.103	-0.162	-0.157	0.229	0.408	0.279	0.282
US3	-0.020	-0.085	-0.061	-0.123	-0.219	-0.176	0.246	0.373	0.257	0.254
US4	-0.096	-0.138	-0.061	-0.090	-0.100	-0.073	0.313	0.446	0.301	0.351
US5	0.011	-0.008	0.002	-0.087	-0.028	-0.073	0.139	0.287	0.293	0.143
SP1	-0.099	-0.269	-0.141	-0.133	-0.180	-0.236	0.443	0.484	0.315	0.292
SP2	-0.070	-0.193	-0.143	-0.108	-0.147	-0.213	0.442	0.560	0.327	0.323
SP3	-0.145	-0.230	-0.122	-0.179	-0.221	-0.229	0.362	0.518	0.271	0.331
SP4	-0.153	-0.253	-0.191	-0.298	-0.316	-0.319	0.406	0.430	0.284	0.266

ตารางที่ ข.2

ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Matrix) (ต่อ)

	IN5	TR1	TR2	TR3	TR4	TR5	SI1	SI2	SI3	PB1	PB2	PB3
PT1												
PT2												
PT3												
AW1												
AW2												
AW3												
IN1												
IN2												
IN3												
IN4												
IN5	1.000											
TR1	0.406	1.000										
TR2	0.463	0.731	1.000									
TR3	0.586	0.639	0.650	1.000								
TR4	0.497	0.651	0.632	0.708	1.000							
TR5	0.385	0.655	0.601	0.566	0.589	1.000						
SI1	0.098	0.262	0.328	0.180	0.166	0.286	1.000					
SI2	0.170	0.244	0.224	0.201	0.302	0.341	0.544	1.000				
SI3	0.167	0.230	0.380	0.275	0.195	0.372	0.576	0.567	1.000			
PB1	0.229	0.314	0.224	0.248	0.230	0.401	0.376	0.372	0.275	1.000		
PB2	0.208	0.278	0.259	0.165	0.184	0.346	0.420	0.334	0.343	0.854	1.000	
PB3	0.107	0.290	0.274	0.184	0.179	0.286	0.406	0.335	0.343	0.585	0.535	1.000
PB4	0.173	0.270	0.224	0.187	0.137	0.317	0.495	0.331	0.351	0.572	0.537	0.836
PB5	0.084	0.191	0.197	0.135	0.226	0.217	0.367	0.361	0.293	0.615	0.603	0.765
US1	0.259	0.483	0.457	0.284	0.383	0.317	0.425	0.343	0.352	0.299	0.300	0.377
US2	0.262	0.412	0.318	0.313	0.327	0.259	0.285	0.283	0.279	0.270	0.213	0.326
US3	0.210	0.484	0.340	0.271	0.316	0.358	0.355	0.341	0.257	0.335	0.269	0.371
US4	0.259	0.406	0.320	0.268	0.310	0.322	0.340	0.304	0.324	0.292	0.280	0.373
US5	0.102	0.349	0.393	0.204	0.253	0.349	0.372	0.255	0.332	0.309	0.305	0.369
SP1	0.343	0.386	0.396	0.359	0.446	0.275	0.226	0.270	0.186	0.388	0.356	0.239
SP2	0.361	0.472	0.465	0.419	0.438	0.390	0.352	0.369	0.347	0.465	0.465	0.317
SP3	0.302	0.412	0.424	0.338	0.358	0.371	0.277	0.211	0.228	0.394	0.348	0.221
SP4	0.309	0.398	0.391	0.402	0.444	0.436	0.394	0.318	0.299	0.510	0.480	0.233

ตารางที่ ข.2

ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Matrix) (ต่อ)

	PB4	PB5	US1	US2	US3	US4	US5	SP1	SP2	SP3	SP4
PT1											
PT2											
PT3											
AW1											
AW2											
AW3											
IN1											
IN2											
IN3											
IN4											
IN5											
TR1											
TR2											
TR3											
TR4											
TR5											
SI1											
SI2											
SI3											
PB1											
PB2											
PB3											
PB4	1.000										
PB5	0.803	1.000									
US1	0.415	0.349	1.000								
US2	0.376	0.276	0.830	1.000							
US3	0.420	0.308	0.792	0.833	1.000						
US4	0.470	0.361	0.686	0.724	0.744	1.000					
US5	0.410	0.334	0.644	0.590	0.612	0.668	1.000				
SP1	0.251	0.296	0.546	0.554	0.490	0.521	0.366	1.000			
SP2	0.323	0.356	0.492	0.496	0.477	0.441	0.348	0.752	1.000		
SP3	0.276	0.273	0.377	0.390	0.323	0.331	0.240	0.589	0.608	1.000	
SP4	0.332	0.362	0.411	0.457	0.456	0.423	0.356	0.567	0.584	0.686	1.00

ตารางที่ ข.3

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนแบคกลุ่มปัจจัยการรับรู้ภัยคุกคาม

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.837	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PT1 มีความเสี่ยงสูงที่ผู้ให้บริการเฟซบุ๊กจะนำข้อมูลส่วนตัวของท่านไปใช้ในวัตถุประสงค์ที่ไม่เหมาะสม	7.54	4.509	0.723	0.750
PT2 มีความเสี่ยงสูงเมื่อท่านมีการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวบนเฟซบุ๊ก	7.26	4.208	0.788	0.682
PT3 ท่านรู้สึกไม่สบายใจเมื่อเพื่อนเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวที่ท่านไม่ต้องการเปิดเผยบนกระดานข้อความของท่าน เช่น รูปภาพ และวิดีโอของท่าน เป็นต้น	7.13	5.225	0.595	0.869

ตารางที่ ข.4

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนแบคกลุ่มปัจจัยการตระหนัก

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.840	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
AW1 ท่านรู้สึกไม่สบายใจในการเขียนข้อมูลส่วนตัวของท่านบนกระดาน เฟซบุ๊กของเพื่อน	7.49	5.171	0.680	0.801
AW2 ท่านมีความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยของข้อมูลขณะที่ใช้เฟซบุ๊ก	7.28	5.010	0.783	0.707
AW3 ท่านรู้สึกไม่สบายใจหากมีบุคคลที่ท่านไม่รู้จักเข้ามาใช้เฟซบุ๊กของท่าน	6.90	4.884	0.659	0.827

ตารางที่ ข.5

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนแบคกลุ่มปัจจัยความตั้งใจ

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.843	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
IN1 ท่านมักจะเปิดเผยความรู้สึกบน เฟซบุ๊ก	11.71	17.562	0.570	0.831
IN2 ท่านมักจะแสดงความคิดเห็นส่วนตัวบนเฟซบุ๊ก	11.37	15.912	0.747	0.784
IN3 ท่านใส่ข้อมูลที่ระบุตัวตนของท่านในเฟซบุ๊ก	11.26	17.260	0.584	0.828
IN4 ท่านมักจะแบ่งปันข้อมูลกับบุคคลที่ท่านสนิทเกี่ยวกับตัวท่านโดยปราศจากการลั้งเล	10.66	15.935	0.668	0.806
IN5 ท่านมักจะเปิดเผยข้อมูลทุกอย่างกับคนที่ท่านสนิท	10.99	15.992	0.677	0.803

ตารางที่ ข.6

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนแบคกลุ่มปัจจัยความไว้วางใจ

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.899	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
TR1 เฟซบุ๊กเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เชื่อถือได้	11.04	15.797	0.788	0.869
TR2 ประสิทธิภาพด้านความปลอดภัยของ เฟซบุ๊กถือได้ว่าตรงกับความต้องการของท่าน	10.92	15.816	0.765	0.874
TR3 ท่านเชื่อใจเพื่อนในเฟซบุ๊กของท่าน	10.87	15.693	0.750	0.877
TR4 ท่านเชื่อใจเพื่อนของเพื่อนในเฟซบุ๊กของท่าน	11.40	15.129	0.755	0.876
TR5 ท่านเชื่อใจเฟซบุ๊กที่ท่านใช้อยู่	10.78	16.127	0.695	0.889

ตารางที่ ข.7

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนแบคกลุ่มปัจจัยอิทธิพลทางสังคม

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.794	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SI1 ส่วนใหญ่เพื่อนของท่านใช้งาน เฟซบุ๊ก	6.66	3.531	0.633	0.723
SI2 ส่วนใหญ่เพื่อนของท่านแนะนำให้ใช้งานเฟซบุ๊ก	7.20	3.710	0.626	0.731
SI3 คนทั่วไปที่ท่านรู้จักก็ใช้งานเฟซบุ๊ก	6.70	3.520	0.650	0.704

ตารางที่ ข.8

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนแบคกลุ่มปัจจัยการรับรู้ประโยชน์

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.910	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PB1 เฟซบุ๊กสร้างความเพลิดเพลินให้กับท่าน	15.51	13.074	0.751	0.895
PB2 เฟซบุ๊กสามารถคลายเหงาให้ท่านได้	15.48	13.671	0.724	0.900
PB3 การใช้เฟซบุ๊กทำให้ท่านแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับเพื่อนและครอบครัวได้สะดวกมากขึ้น	15.32	13.106	0.786	0.887
PB4 เฟซบุ๊กเพิ่มช่องทางการสื่อสารของท่าน	15.17	13.334	0.798	0.885
PB5 การใช้งานเฟซบุ๊กทำให้ท่านประหยัดเวลาในการสื่อสาร	15.38	12.545	0.808	0.883

ตารางที่ ข.9

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนแบคกลุ่มปัจจัยความสามารถในการทำงาน

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.925	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
US1 ท่านเข้าใจลักษณะการใช้งาน เฟซบุ๊กเป็นอย่างดี เช่น การ log in การ log out การตั้งค่าต่างๆ	13.68	16.332	0.845	0.899
US2 ท่านเข้าใจฟังก์ชันการทำงานของเฟซบุ๊ก เช่น สามารถโพสต์ สเตตัส รูปภาพ วิดีโอได้	13.58	16.504	0.858	0.896
US3 ท่านสามารถตั้งค่าความเป็นส่วนตัวใน เฟซบุ๊กของท่านได้เป็นอย่างดี	13.74	15.599	0.856	0.898
US4 เฟซบุ๊กมีการใช้ไอคอนที่เข้าใจง่าย เช่น	13.38	18.188	0.793	0.911
US5 เฟซบุ๊กใช้คำศัพท์ที่มีความเข้าใจง่าย	13.41	19.421	0.688	0.929

ตารางที่ ข.10

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนแบคกลุ่มปัจจัยการแบ่งปันข้อมูล

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.872	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SP1 ท่านมีการอัปเดตรายละเอียดข้อมูล สเดตส์ในชีวิตประจำวันบนเฟซบุ๊กของท่าน	8.22	9.369	0.734	0.834
SP2 ท่านมีการโพสต์ข้อความแบ่งปันความคิดเห็นบนเฟซบุ๊กของท่าน	8.05	9.514	0.754	0.826
SP3 ท่านมีการบอกตำแหน่งที่อยู่ปัจจุบัน (Check in) บนเฟซบุ๊กของท่าน	8.51	9.607	0.721	0.839
SP4 ท่านมีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวท่านในกระดานข้อความของเพื่อน เพื่อที่ผู้ใช้คนอื่นเห็นความสัมพันธ์ของท่านกับเพื่อน	8.10	9.813	0.699	0.848

ตารางที่ ข.11

การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ของตัวแปรการรับรู้ภัยคุกคาม การตระหนัก

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.743
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	344.800
	df	15
	Sig.	0.000

ตัววัด	การตระหนัก	การรับรู้ภัยคุกคาม
ท่านมีความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยของข้อมูลขณะที่ใช้เฟซบุ๊ก	0.891	
ท่านรู้สึกไม่สบายใจในการเขียนข้อมูลส่วนตัวของท่านบนกระดานเฟซบุ๊กของเพื่อน	0.843	
ท่านรู้สึกไม่สบายใจหากมีบุคคลที่ท่านไม่รู้จักเข้ามาใช้เฟซบุ๊กของท่าน	0.834	
มีความเสี่ยงสูงเมื่อท่านมีการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวบนเฟซบุ๊ก		0.904
มีความเสี่ยงสูงที่ผู้ให้บริการเฟซบุ๊กจะนำข้อมูลส่วนตัวของท่านไปใช้ในวัตถุประสงค์ที่ไม่เหมาะสม		0.893
ท่านรู้สึกไม่สบายใจเมื่อเพื่อนเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวที่ท่านไม่ต้องการเปิดเผยบนกระดานข้อความของท่าน เช่น รูปภาพและวิดีโอของท่าน เป็นต้น		0.753
Eigen Value	3.122	1.444
Variance (%)	52.027	24.059
Cronbach's Alpha	0.837	0.840

ตารางที่ ข.12

การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ของตัวแปรความตั้งใจ และอิทธิพลทางสังคม

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.772
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	385.013
	df	28
	Sig.	0.000

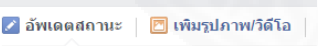
ตัววัด	ความตั้งใจ	อิทธิพลทางสังคม
ท่านมักจะแสดงความคิดเห็นส่วนตัวบนเฟซบุ๊ก	0.834	
ท่านมักจะเปิดเผยข้อมูลทุกอย่างกับคนที่ท่านสนิท	0.814	
ท่านมักจะแบ่งปันข้อมูลกับบุคคลที่ท่านสนิทเกี่ยวกับตัวท่านโดยปราศจากการลั้งเล	0.800	
ท่านใส่ข้อมูลที่ระบุตัวตนของท่านในเฟซบุ๊ก	0.719	
ท่านมักจะเปิดเผยความรู้สึกบนเฟซบุ๊ก	0.760	
ส่วนใหญ่เพื่อนของท่านใช้งานเฟซบุ๊ก		0.842
คนทั่วไปที่ท่านรู้จักก็ใช้งานเฟซบุ๊ก		0.840
ส่วนใหญ่เพื่อนของท่านแนะนำให้ใช้งานเฟซบุ๊ก		0.814
Eigen Value	3.478	1.738
Variance (%)	43.478	21.726
Cronbach's Alpha	0.843	0.794

ตารางที่ ข.13

การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ของตัวแปรความไวใจ การรับรู้ประโยชน์ ความสามารถในการใช้งาน และการแบ่งปันข้อมูล

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.875
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1.890E3
	df	171
	Sig.	0.000

ตัววัด	ความสามารถ ในการใช้งาน	ความไวใจ	การรับรู้ ประโยชน์	การแบ่งปัน ข้อมูล
ท่านเข้าใจฟังก์ชันการทำงานของเฟซบุ๊ก เช่น สามารถโพสต์สเตตัส รูปภาพ วิดีโอได้	0.858			
ท่านสามารถตั้งค่าความเป็นส่วนตัวในเฟซบุ๊กของท่านได้เป็นอย่างดี	0.845			
ท่านเข้าใจลักษณะการใช้งานเฟซบุ๊กเป็นอย่างดี เช่น การ log in การ log out การตั้งค่าต่างๆ	0.829			
เฟซบุ๊กมีการใช้ไอคอนที่เข้าใจง่าย เช่น 	0.809			
เฟซบุ๊กใช้คำศัพท์ที่มีความเข้าใจง่าย	0.725			
ท่านเชื่อใจเพื่อนในเฟซบุ๊กของท่าน		0.824		
ประสิทธิภาพด้านความปลอดภัยของเฟซบุ๊ก ถือได้ว่าตรงกับความต้องการของท่าน		0.808		
เฟซบุ๊กเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เชื่อถือได้		0.801		
ท่านเชื่อใจเพื่อนของเพื่อนในเฟซบุ๊กของท่าน		0.798		
ท่านเชื่อใจเฟซบุ๊กที่ท่านใช้อยู่		0.759		

ตารางที่ ข.13

การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ของตัวแปรความไว้วางใจ การรับรู้ประโยชน์ ความสามารถในการใช้งาน และการแบ่งปันข้อมูล (ต่อ)

ตัววัด	ความสามารถ ในการใช้งาน	ความไว้วางใจ	การรับรู้ ประโยชน์	การแบ่งปัน ข้อมูล
การใช้งานเฟซบุ๊กทำให้ท่านประหยัดเวลาในการสื่อสาร			0.854	
การใช้เฟซบุ๊กทำให้ท่านแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับเพื่อนและครอบครัวได้สะดวกมากขึ้น			0.849	
เฟซบุ๊กเพิ่มช่องทางการสื่อสารของท่าน			0.843	
เฟซบุ๊กสร้างความเพลิดเพลินให้กับท่าน			0.755	
เฟซบุ๊กสามารถคลายเหงาให้ท่านได้			0.744	
ท่านมีการบอกตำแหน่งที่อยู่ปัจจุบัน (Check in) บน เฟซบุ๊กของท่าน				0.770
ท่านมีการอัปเดตรายละเอียดข้อมูล สแตตัสในชีวิตประจำวันบนเฟซบุ๊กของท่าน				0.735
ท่านมีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวท่านในกระดานข้อความของเพื่อน เพื่อที่ผู้ใช้คนอื่นเห็นความสัมพันธ์ของท่านกับเพื่อน				0.727
ท่านมีการโพสต์ข้อความ แบ่งปันความคิดเห็นบน เฟซบุ๊กของท่าน				0.719
Eigen Value	8.453	2.514	1.991	1.385
Variance (%)	44.489	13.231	10.477	7.289
Cronbach's Alpha	0.925	0.910	0.899	0.872

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวสุกัญญา คำภาศรี
วันเดือนปีเกิด	20 พฤศจิกายน 2531
ตำแหน่ง	บรรณารักษ์ปฏิบัติการ ฝ่ายบริหารจัดการทรัพยากร สารสนเทศ
วุฒิการศึกษา	ศิลปศาสตรบัณฑิต (ศศ.บ.) สาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ประสบการณ์ทำงาน	2554 – ปัจจุบัน: บรรณารักษ์ปฏิบัติการ หอสมุดแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

