

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวบนเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สุกัญญา คำภาศรี*

หอสมุดแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

*Correspondence: kiawkoi99@gmail.com

doi: 10.14456/jisb.2017.10

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวบนเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งได้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อป้องกันโรค ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน และทฤษฎีการควบคุมความเป็นส่วนตัวในการติดต่อสื่อสาร มาสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากผู้ใช้งานเฟซบุ๊กทั้งสิ้น 125 คน จากแบบสอบถามออนไลน์

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า (1) การรับรู้ภัยคุกคามส่งผลโดยตรงต่อการตระหนัก (2) การรับรู้ภัยคุกคาม การตระหนัก และอิทธิพลทางสังคมส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจ (3) ความตั้งใจ ความไว้วางใจ การรับรู้ประโยชน์ และความสามารถในการใช้งานส่งผลโดยตรงต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว

คำสำคัญ: เฟซบุ๊ก ผู้สูงอายุ การแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว

The Factors Influencing sharing personal information online among older Facebook users in the Bangkok Metropolitan Area

Sukanya Kampasri*

Thammasat University Libraries

*Correspondence: kiawkoi99@gmail.com

doi: 10.14456/jisb.2017.10

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 sample consisted of 125 older Facebook users.

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

Keywords: Facebook, Older, Sharing personal information online

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and communication technology หรือ ICT) มีความสำคัญจนแทบจะเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต ยิ่งเทคโนโลยีการสื่อสารที่ไร้ขีดจำกัดยิ่งช่วยให้คนติดต่อสื่อสารกันง่ายขึ้น ทำให้เครือข่ายสังคมออนไลน์กลายเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ (Chang et al., 2015; Salehan and Negahban, 2013) และเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของคนทุกระดับ ทุกเพศและทุกวัย แต่ที่น่าสนใจคือกลุ่มประชากรที่เพิ่มขึ้นเร็วที่สุดในการใช้เว็บเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันคือกลุ่มผู้ใหญ่ สอดคล้องกับข้อมูลจากการสำรวจผู้สูงอายุไทยกับการใช้เวลาว่าง โดยศูนย์สำรวจความเห็น “นิด้าโพล” พ.ศ. 2558 พบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ ร้อยละ 21.29 ระบุว่า ใช้แอปพลิเคชัน Line ในการติดต่อกับครอบครัว เพื่อนฝูง และรองลงมา ร้อยละ 13.56 ระบุว่า ใช้ Facebook เป็นเครื่องมือที่ใช้ติดต่อสื่อสาร แชรรูปภาพ และบอกเล่าเรื่องราวต่างๆ ว่ากำลังทำอะไร อยู่ที่ไหน อยู่กับใคร ด้วยความตั้งใจหรือไม่ตั้งใจ หรือแบ่งปันรูปภาพ แสดงข้อมูลที่อยู่ ฐานะ หรือทรัพย์สิน โพสต์ และแท็ก (Tag) เพื่อนๆ จนกลายเป็นพฤติกรรมปกติ บุคคลที่ไม่เคยรู้จักทั่วไปที่ใช้เฟซบุ๊ก และไม่ได้ตั้งใจค่าความเป็นส่วนตัวไว้บุคคลเหล่านั้นก็จะได้รับข้อมูลทุกอย่างบนเฟซบุ๊กด้วย (วารวิสุทธิ ภิญาญา, 2554 อ้างใน ภัททิยา ภาชาชัยเทพ, 2556) ยิ่งผู้ใช้ขาดความระมัดระวังในเรื่องความปลอดภัย ก็อาจจะก่อให้เกิดอันตรายได้ จากข้อมูลของศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล” ที่ระบุว่าจำนวนผู้ใช้เฟซบุ๊กที่เป็นผู้สูงอายุมีจำนวนมากขึ้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยอะไรบางที่ส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวส่วนตนบนเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวส่วนตนบนเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ การรับรู้ภัยคุกคาม ความตั้งใจ การตระหนัก อิทธิพลทางสังคม ความไวใจ การรับรู้ประโยชน์ ความสามารถในการใช้งาน และการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวส่วนตน

2. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้ได้นำทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อป้องกันโรค (Protection motivation theory หรือ PMT) ซึ่งอธิบายว่าบุคคลจะได้รับประสบการณ์จากบุคคลรอบข้างหรือประสบการณ์ตรงได้ด้วยตนเอง และเกิดการประมวลผลเพื่อตอบสนองต่อประสบการณ์ที่ได้รับ นำไปสู่แรงจูงใจที่จะปฏิเสธการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือการยอมรับพฤติกรรม เช่น การสูบบุหรี่ บุคคลที่สูบบุหรี่รู้ว่าการสูบบุหรี่สามารถทำให้เกิดมะเร็งปอดและอาจก่อให้เกิดโรคต่างๆ ได้ เมื่อบุคคลใกล้ตัวเสียชีวิตด้วยโรคมะเร็งจากการสูบบุหรี่ ก็จะทำให้เกิดพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการปฏิเสธที่จะสูบบุหรี่ในที่สุด จากทฤษฎีข้างต้น เป็นที่ยอมรับว่า ประสิทธิภาพในการจูงใจเพื่อป้องกันโรคเริ่มต้นจากการให้ข้อมูลเกี่ยวกับอันตรายของโรค และต่อด้วยการนำเสนอการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อป้องกันโรคดีกว่า ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้สร้างแรงจูงใจเพื่อป้องกันภัยคุกคามที่เกิดจากการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวบนเฟซบุ๊ก โดยอาศัยปัจจัยจากการรับรู้ถึงภัยคุกคาม (Perceived threats) เพื่อความคาดหวังให้ผู้ใช้เฟซบุ๊กรับรู้ถึงภัยคุกคามและแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวบนเฟซบุ๊กน้อยลง

นอกจากนี้งานวิจัยยังนำทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of planned behavior หรือ TPB) ซึ่งอธิบายถึงพฤติกรรมของบุคคลว่า หากบุคคลมีทัศนคติที่ดีต่อการทำพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งก็จะเกิดเจตนาหรือตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมนั้น ถ้าบุคคลได้เห็นหรือรับรู้ว่าคุณค่าที่มีความสำคัญต่อเขาหรือกลุ่มอ้างอิงได้ทำพฤติกรรมนั้นก็จะมีแนวโน้มที่จะคล้อยตาม และบุคคลเชื่อว่ามีความสามารถที่จะกระทำพฤติกรรมในสภาพการณ์นั้น และสามารถควบคุมให้เกิดผลดังตั้งใจ บุคคลนั้นก็จะมีแนวโน้มที่จะทำพฤติกรรมนั้น ดังนั้น จากทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน การแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวบนเฟซบุ๊กจะเกิดขึ้นได้ เกิดจากการที่บุคคลจะต้องมีความเชื่อว่าภัยคุกคามและการตระหนักจะไม่ก่อให้เกิดโทษกับตนเอง เมื่อบุคคลนั้นมีทัศนคติที่ดีต่อการรับรู้ภัยคุกคามและการตระหนักแล้ว เขาก็จะตั้งใจหรือเจตนาที่จะตระหนักต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวบนเฟซบุ๊ก โดยแบ่งปันข้อมูลบนเฟซบุ๊กลดลง หรืออาจกล่าวได้ว่าหากบุคคลมีทัศนคติเชิง

ลบก็จะมีความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวลดลงในที่สุด และอีกหนึ่งทฤษฎีที่งานวิจัยนี้ได้นำมาศึกษาคือ ทฤษฎีการควบคุมความเป็นส่วนตัวในการติดต่อสื่อสาร (Communication privacy management theory หรือ CPM) ซึ่งอธิบายว่า ทุกคนเชื่อว่าตนเองมีสิทธิความเป็นเจ้าของที่จะควบคุมข้อมูลส่วนตัวด้วยกฎเกณฑ์ของแต่ละคน และเมื่อบุคคลนั้นได้รับการบอกเล่าหรือเข้าถึงข้อมูลส่วนตัวนั้นได้ก็จะกลายเป็นเจ้าของข้อมูลร่วมกัน และมีข้อตกลงร่วมกันเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ความเป็นส่วนตัวเพื่อบอกต่อกับคนอื่น และสุดท้ายเมื่อไม่มีการทำตามข้อตกลงก็จะมีแนวโน้มส่งผลให้พื้นที่ความเป็นส่วนตัวไม่สามารถปิดบังได้ ข้อมูลส่วนตัวถูกเปิดเผยในที่สุด (Petronio, 2008) โดยความเป็นส่วนตัวและการเปิดเผยข้อมูลอยู่ในความสัมพันธ์ที่สมดุลกัน แต่ไม่ได้อยู่ในส่วนเดียวกัน (Vitak, 2012) นอกจากนี้งานวิจัยได้ศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในอดีต โดยมีปัจจัยดังนี้

การรับรู้ถึงภัยคุกคาม (Perceived threats) หมายถึง การรับรู้ถึงความรุนแรง โอกาสเสี่ยง สิ่งที่กำลังคุกคาม และสิ่ง ที่กระทบกระเทือนจิตใจได้ง่าย อนึ่ง Bredemeier et al. (2012) พบว่าการรับรู้ภัยคุกคามเริ่มจากกระบวนการคิดวิตกกังวลที่รับรู้ถึงสิ่งที่ไม่พึงประสงค์ที่จะเข้ามาในชีวิต ซึ่งการรับรู้ความรุนแรงของคนที่มีความประสพการณ์เกี่ยวกับภัยคุกคาม จะเชื่อเสมอว่าพวกเขาจะได้รับอันตราย และส่งผลต่อการเปิดเผยข้อมูลน้อยลง (ภักทิยา นภาชัยเทพ, 2556)

ความตั้งใจ (Intention) หมายถึง ความมุ่งมั่น เจตนาที่เกิดจากทัศนคติ บรรทัดฐานของแต่ละคน และการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมตนเอง (Mouakket, 2015; Ramirez-Correa et al., 2015) ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ได้อธิบายว่า การตั้งใจส่งผลต่อการแสดงออกของพฤติกรรมนั้นเป็นผลมาจากทัศนคติ ความเชื่อของกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chang et al. (2015) ที่กล่าวว่าความสัมพันธ์ระหว่างการตั้งใจ และ พฤติกรรมของมนุษย์จะมีเหตุผลในการตัดสินใจบนพื้นฐานของข้อมูลที่พวกเขา มีอยู่

การตระหนัก (Awareness) หมายถึง รู้ประจักษ์ชัด รู้ชัดแจ้ง ซึ่งรวมถึงความรู้สึกนึกคิดของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งหรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง โดยมีสภาพแวดล้อมในสังคม หรือสิ่งเร้าภายนอกเป็นปัจจัยทำให้บุคคลเกิดการตระหนัก และเกิดเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกในสิ่งนั้น (สุนทรียา หวังชัย, 2544; Zhou, 2011) หากข้อมูลส่วนบุคคลถูกเปิดเผยไปยังโลกออนไลน์ในปริมาณมาก ผู้ที่เป็นเจ้าของข้อมูลอาจพบเจอกับเหตุการณ์เชิงลบต่อตนเองมากขึ้น ในทำนองเดียวกัน การตระหนักยังช่วยผู้ใช้งานรับรู้ถึงภัยอันตรายที่อาจเกิดได้จากการโพสต์ชีวิตประจำวันหรือเปิดเผยข้อมูลลงบนเฟซบุ๊ก ถ้าหากผู้ใช้งานไม่มีการตระหนักอาจก่อให้เกิดภัยอันตรายต่อผู้ใช้งานได้

อิทธิพลทางสังคม (Social influence) หมายถึง ความขึ้นชอบส่วนตัวซึ่งเกิดจากการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective norm) (Verkasalo et al., 2010) สอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนที่อธิบายว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงเป็นหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อการแสดงออกของพฤติกรรม (Ajzen, 1991) ซึ่งบุคคลจะรับรู้และเข้าใจถึงพฤติกรรมของกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อตนเองแล้วมีแนวโน้มที่จะส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมนั้น (Rimal and Real, 2003)

ความไว้วางใจ (Trust) คือ ความรู้สึกที่เชื่อมั่น เชื่อถือในผู้อื่น รวมทั้งความกล้าที่จะแลกเปลี่ยนและแบ่งปันข้อมูล ความไว้วางใจเพื่อนที่อยู่ในเฟซบุ๊กจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการเปิดเผยข้อมูล เช่น ผู้ใช้เฟซบุ๊กแชร์รูปภาพ วิดีโอเปิดเผยข้อมูล เช่น งานอดิเรก สิ่งที่ตนเองสนใจ ความเชื่อเกี่ยวกับศาสนา รวมถึงทัศนคติที่มีต่อสังคม ก็เพราะความไว้วางใจเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้ใช้เฟซบุ๊กยอมเปิดเผยข้อมูล อย่างไรก็ตามความไว้วางใจสามารถลดลงได้หรือมีแนวโน้มที่จะไม่ไว้วางใจได้ เมื่อผู้ใช้รับรู้ถึงภัยคุกคามจากการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว ส่งผลให้ความไว้วางใจลดลง (Taddei and Contena, 2013) สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตที่พบว่าสถาบันทางการแพทย์ สุขภาพ แม้กระทั่งการซื้อขายหรือทำธุรกรรมผ่านระบบอินเทอร์เน็ตโดยใช้เว็บไซต์เป็นสื่อกลาง ผู้ป่วย หรือลูกค้าจะยอมเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของตนเองต่อเมื่อมีความไว้วางใจในเว็บไซต์ดังกล่าว (Bansal et al., 2010)

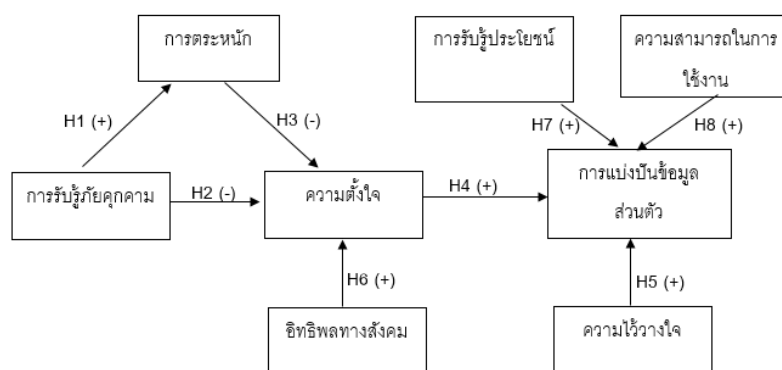
การรับรู้ประโยชน์ (Perceived benefit) คือ ผู้บริโภคมีความเชื่อว่า พวกเขาสามารถทำธุรกรรมออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพดีขึ้น โดยการรับรู้ประโยชน์ในเรื่องต่างๆ เช่น เวลา และการประหยัดค่าใช้จ่าย ซึ่งผู้บริโภคมีการพิจารณาความเสี่ยงเป็นอย่างดีก่อนการซื้อสินค้าออนไลน์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Tanadi et al. (2015) กล่าวว่า การรับรู้ประโยชน์ของการซื้อสินค้าออนไลน์ ลูกค้าน่าจะวัดประโยชน์จากระดับความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์และการรับรู้ประโยชน์ที่ได้จากการซื้อสินค้าออนไลน์ รวมถึงความเชื่อของผู้บริโภคที่มีความรู้สึกว่าการทำธุรกรรมออนไลน์นี้ดีกว่าการทำธุรกรรมแบบอื่น ซึ่งการรับรู้ประโยชน์เป็นผลที่เกิดจากการบูรณาการคุณค่าของแต่ละบุคคล ประโยชน์ที่ได้รับจะขึ้นอยู่กับความแตกต่างของเหตุผลแม้จะเป็นเรื่องเดียวกัน เช่น การบริการลูกค้า การแข่งขัน การลดต้นทุน และการขยายกำลังผลิต ในทำนองเดียวกันการรับรู้ประโยชน์ถือได้ว่าเป็นแรงจูงใจอย่างหนึ่งสำหรับการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น ผู้ใช้เฟซบุ๊กจะโพสต์ด้านอารมณ์เข้าขั้นของตนเองเพื่อแบ่งปันต่อเพื่อน หรืออาจจะมีการจัดการเข้าถึงในบางเรื่อง กล่าวได้ว่าการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของแต่ละบุคคลจะมาจากการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Wilson et al., 2014)

ความสามารถในการใช้งาน (Application usability) คือ วิธีการที่ดีในการใช้เครื่องมือคอมพิวเตอร์ที่ตอบสนองตามความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้ รวมไปถึงความปลอดภัยในการป้องกันข้อมูล (Kisekka et al., 2013) ซึ่งความสามารถในการใช้งานระบบคอมพิวเตอร์และการออกแบบเว็บ เป็นตัววัดคุณภาพว่าผู้ใช้ใช้งานง่ายหรือไม่ รวมไปถึงการรับรู้ของผู้ใช้ในการยอมรับ การเรียนรู้ได้ การมีประสิทธิภาพ และความพึงพอใจในการใช้เทคโนโลยี

การแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวส่วนตัว (Sharing personal information) คือ การแสดงข้อมูลหรือตัวตนโดยคนอื่นสามารถเข้าถึงข้อมูลหรือใช้ข้อมูลร่วมกันได้ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น เฟซบุ๊กหรือสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเฟซบุ๊กถือได้ว่าเป็นสื่อลำดับแรกที่ใช้แบ่งปันข้อมูลหรือเปิดเผยข้อมูล ตัวอย่างของการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว เช่น รูปภาพ วิดีโอรวมถึงสิ่งที่ตนเองสนใจ อย่างไรก็ตามการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคลและสถานการณ์ (McEwan, 2013; Bosch, 2009; Joinson et al., 2007) โดยปกติมนุษย์จะมีการกำหนดระดับของการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว แลกเปลี่ยนข้อมูล หรือความสัมพันธ์กับผู้อื่นไว้ไม่เท่ากัน ซึ่งความสัมพันธ์ที่เกิดจากความไว้วางใจถือได้ว่าเป็นตัวกำหนดขอบเขตและการเปิดเผยตนเองกับผู้อื่น โดยส่วนใหญ่แล้วจะมีการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวกับคนใกล้ชิดและเพื่อนสนิท

3. กรอบแนวคิดในการวิจัยและสมมติฐานการวิจัย

จากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแสดงให้เห็นว่า การรับรู้ถึงภัยคุกคาม การตระหนัก และอิทธิพลทางสังคม ส่งผลต่อการตั้งใจ ซึ่งส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวอีกต่อหนึ่ง ในขณะที่การรับรู้ประโยชน์และความสามารถในการใช้งาน และความไว้วางใจส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวส่วนตัว อนึ่งงานวิจัยนี้ได้เพิ่มปัจจัยการรับรู้ประโยชน์เพิ่มเติมจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีต ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวส่วนตัวบนเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ

ปัจจุบันภัยจากการใช้เฟซบุ๊กเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก เช่น ภัยจากการถูกล้วงจากการติดต่อสื่อสาร หรือภัยจากการเปิดเผย การแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว ดังนั้นสังคมควรรับรู้และเกิดการตระหนักถึงความสำคัญของการเปิดเผยข้อมูล เพื่อป้องกันภัยจากความเสียหาย การรับรู้ภัยคุกคามหรือความเสี่ยงจากการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวทำให้ผู้ใช้เฟซบุ๊กบางคนเลือกที่จะไม่เปิดเผยข้อมูลใดๆ เนื่องจากมีความตระหนักถึงความเป็นส่วนตัว และรับรู้ถึงความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น (Lee et al., 2008; Petrorio, 2008; Qian and Scott, 2007; Youn, 2005) จึงสามารถตั้งสมมติฐานได้ว่า

สมมติฐาน 1: การรับรู้ภัยคุกคาม ส่งผลต่อการตระหนัก

เมื่อมีการรับรู้ความเสี่ยงหรือภัยคุกคามที่น้อย คนจะเกิดการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวร่วมกัน หากมีการรับรู้ภัยคุกคามหรือความเสี่ยงมาก ก็จะทำให้ไม่เกิดการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว (Beldad et al., 2012) ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีแรงจูงใจ เพื่อป้องกันโรคที่อธิบายว่า แรงจูงใจเพื่อป้องกันโรคเกิดจากการประเมินการรับรู้ของเหตุการณ์ที่อาจก่อให้เกิดอันตรายระดับความรุนแรงของภัยคุกคาม และมีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้น เมื่อผู้ใช้เฟซบุ๊กรับรู้ถึงภัยคุกคามที่จะเกิดขึ้นทำให้ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวน้อยลง สามารถตั้งสมมติฐานได้ว่า

สมมติฐาน 2: การรับรู้ภัยคุกคามส่งผลทางลบต่อความตั้งใจ

Breward (2007) ให้ความหมายของการตระหนักในความเป็นส่วนตัวว่า เป็นสิ่งที่สะท้อนความรู้และความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อความเสี่ยงในการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการควบคุมความเป็นส่วนตัวในการติดต่อสื่อสาร ที่กล่าวว่าทุกคนมีความตระหนักในความเป็นส่วนตัวแตกต่างกันขึ้นอยู่กับความรับรู้ของบุคคลนั้น ซึ่งบุคคลสามารถควบคุมข้อมูลเหล่านั้นได้ เนื่องจากเป็นสิทธิที่จะเปิดเผยหรือปกปิดข้อมูลส่วนตัว (Petrinio, 2008) นอกจากนี้ Dinev and Hart (2006) ยังพบว่า การตระหนักความเป็นส่วนตัวทำให้ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวลดลง จึงสามารถตั้งสมมติฐานได้ว่า

สมมติฐาน 3: การตระหนักส่งผลทางลบต่อความตั้งใจ

เมื่อผู้ใช้เฟซบุ๊กได้รับประโยชน์จากการเปิดเผยข้อมูล จะทำให้ผู้ใช้ตั้งใจเปิดเผยหรือแบ่งปันข้อมูลมากยิ่งขึ้น ในทางตรงกันข้ามหากเสียประโยชน์ก็จะมี การเปิดเผยข้อมูลน้อยลง (Joinson and Paine, 2007 อ้างถึงใน ภัททิยานภชาชัยเทพ, 2556) สอดคล้องกับทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อป้องกันโรค ซึ่งสามารถประยุกต์ใช้ได้ว่า หากผู้ใช้รับรู้ถึงภัยคุกคามที่จะเกิดขึ้น ก็จะส่งผลต่อผู้ใช้ที่จะมีการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวส่วนตนบนเฟซบุ๊กน้อยลง จึงสามารถตั้งสมมติฐานได้ว่า

สมมติฐาน 4: ความตั้งใจส่งผลทางบวกต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว

ความไว้วางใจถือเป็นปัจจัยที่สำคัญมากสำหรับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ผู้ใช้เฟซบุ๊กส่วนใหญ่มีความเชื่อใจและไว้วางใจว่าเฟซบุ๊กจะไม่เปิดเผยข้อมูลและเก็บข้อมูลเป็นความลับ ทำให้ผู้ใช้เฟซบุ๊กเปิดเผยข้อมูลมากขึ้น (Dwyer et al., 2007 อ้างถึงใน ภัททวิทยา นภาศัยเทพ, 2556) ดังเช่นในการตลาดแบบดั้งเดิม จะมีการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวส่วนตัวเฉพาะบุคคลที่มีความคุ้นเคยและสนิทสนมกัน หรือมั่นใจว่ามีการลงทะเบียนหากข้อมูลนั้นได้ถูกละเมิด เช่น ผู้ป่วยมั่นใจในแพทย์ที่จะเก็บข้อมูลสุขภาพเป็นความลับ เพราะด้วยกฎหมายและจรรยาบรรณของแพทย์ จึงสามารถตั้งสมมติฐานได้ว่า

สมมติฐาน 5: ความไว้วางใจส่งผลทางบวกต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวส่วนตัว

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

สมมติฐาน 6: อิทธิพลทางสังคมส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจ

การรับรู้ประโยชน์ถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว เมื่อผู้ใช้มีการรับรู้ประโยชน์ของการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวสูง ผู้ใช้จะมีแนวโน้มที่จะเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล (Kisekka et al., 2013) เช่น ผู้ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีมีแรงจูงใจที่จะเปิดเผยข้อมูลส่วนตัว โดยการรับรู้ประโยชน์และความเสี่ยงมีผลในด้านบวกและด้านลบต่อการตั้งใจเปิดเผยข้อมูลส่วนตัว (Sharma and Crossler, 2014) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ที่กล่าวว่า ผู้ใช้ส่วนใหญ่มีการแบ่งปันสถานที่กับเพื่อนบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อความเพลิดเพลิน ซึ่งสิ่งนี้เป็นตัวผลักดันให้มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัว จึงสามารถตั้งสมมติฐานได้ว่า

สมมติฐาน 7: การรับรู้ประโยชน์ส่งผลทางบวกต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว

Kisekka et al. (2013) กล่าวว่า การออกแบบสมาร์ตโฟนระหว่างผู้สูงอายุและวัยรุ่นควรมีลักษณะที่แตกต่างกัน ในทำนองเดียวกันอาจกล่าวได้ว่า ความซับซ้อนในการจัดการความเป็นส่วนตัวด้วยการป้องกันข้อมูลบนเฟซบุ๊กเป็นตัวขัดขวางการป้องกันข้อมูลของผู้สูงอายุได้ กล่าวคือถ้าเฟซบุ๊กมีตัวจัดการการตั้งค่าสำหรับการจัดการความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้ และถ้าผู้ใช้สามารถตั้งค่าความเป็นส่วนตัวและการรักษาความปลอดภัยตามที่ต้องการได้ ผู้ใช้จะมีความมั่นใจในความปลอดภัย และจะเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของพวกเขาเพื่อสาธารณะในที่สุด จึงสามารถตั้งสมมติฐานได้ว่า

สมมติฐาน 8: ความสามารถในการใช้งานส่งผลทางบวกต่อการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว

4. วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ด้วยการให้การตอบแบบสอบถามออนไลน์ของผู้ใช้งานเฟซบุ๊กจำนวน 200 ชุด ซึ่งมีผู้ตอบกลับจำนวน 125 ชุด โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกแบบสอบถามเอง (Self-administered questionnaire) ที่กระจายผ่าน Social network และกระจายผ่านหน่วยงานที่ดูแลผู้สูงอายุ ได้แก่ มูลนิธิบ้านบางแค ชมรมผู้สูงอายุบางแค ซึ่งกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่เป็นสมาชิกเฟซบุ๊กประเทศไทยที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป งานวิจัยนี้ได้นำแบบสอบถามที่พัฒนามาจากงานวิจัยในอดีต (ประกอบด้วย ภัททิยา นภัชยเทพ, 2556; สุนทรียา หวังชัย, 2544; Chang et al., 2015; Taddei and Contena, 2013; Zhou, 2011; Kisekka, Bagchi-Sen et al., 2013; McEwan, 2013) ไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง 2 ครั้ง กลุ่มละ 20 คนเพื่อวิเคราะห์แบบสอบถามเบื้องต้นและปรับปรุงข้อคำถามให้มีความเหมาะสมก่อนนำไปกระจายให้กลุ่มตัวอย่างที่กล่าวมาข้างต้น

5. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

5.1 การทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติ

ข้อมูลที่เก็บจากกลุ่มตัวอย่างถูกนำมาสอบถามหาข้อมูลที่ขาดหาย (Missing data) พบว่าไม่มีข้อมูลใดที่ขาดหาย เนื่องจากผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามออนไลน์ โดยกำหนดให้ผู้ตอบแบบสอบถามจำเป็นต้องตอบในทุกข้อคำถาม และได้มีการสอบถามการกระจายตัวของข้อมูลโดยใช้ค่า Skewness หาค่าด้วยค่า Standard error of skewness เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาว่าข้อมูลมีการกระจายในลักษณะปกติหรือไม่ ซึ่งผลที่ได้มีค่าระหว่าง -3 ถึง 3 และมีบางตัวแปรที่มีค่ามากกว่า 3 และน้อยกว่า -3 ไม่มากนัก ดังนั้นผู้วิจัยจึงตัดสินใจไม่ทำการแปลงข้อมูลให้มีการกระจายในลักษณะปกติ

งานวิจัยได้ตรวจสอบความเที่ยงของเครื่องมือ ด้วย Cronbach's alpha โดยใช้เกณฑ์ 0.70 ซึ่งถือว่าเป็นเกณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับงานวิจัยแบบ Basic research นอกจากนี้ยังได้ทดสอบความตรงของแบบสอบถาม ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor analysis) โดยใช้เกณฑ์ที่ข้อคำถามที่จับกลุ่มกันเป็นแต่ละตัวแปรต้องมีค่า Factor loading ไม่น้อยกว่า 0.5 และตัววัดจะต้องไม่มีค่า Factor Loading สูงในปัจจัยมากกว่า 1 ปัจจัย โดยการวิเคราะห์แยกตัวแปรตามกลุ่มปัจจัย 3 กลุ่มได้แก่

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

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน น้ำหนักองค์ประกอบและ Cronbach's alpha ของ
ตัวแปรการรับรู้ภัยคุกคามและตัวแปรการตระหนัก

องค์ประกอบข้อความ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	น้ำหนักองค์ประกอบ
1. การตระหนัก (%Variance = 52.027: Cronbach's alpha = 0.837)			
ท่านมีความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยของข้อมูลขณะที่ใช้เฟซบุ๊ก	3.55	1.167	0.891
ท่านรู้สึกไม่สบายใจในการเขียนข้อมูลส่วนตัวของท่านบนกระดานเฟซบุ๊กของเพื่อน	3.34	1.225	0.843
ท่านรู้สึกไม่สบายใจหากมีบุคคลที่ท่านไม่รู้จักเข้ามาใช้เฟซบุ๊กของท่าน	3.94	1.318	0.834
2. การรับรู้ภัยคุกคาม (%Variance = 24.059: Cronbach's alpha = 0.840)			
มีความเสี่ยงสูงเมื่อท่านมีการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวส่วนตัวบนเฟซบุ๊ก	3.70	1.225	0.891
มีความเสี่ยงสูงที่ผู้ให้บริการเฟซบุ๊กจะนำข้อมูลส่วนตัวของท่านไปใช้ในวัตถุประสงค์ที่ไม่เหมาะสม	3.42	1.207	0.843
ท่านรู้สึกไม่สบายใจเมื่อเพื่อนเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวที่ท่านไม่ต้องการเปิดเผยบนกระดานข้อความของท่าน เช่น รูปภาพและวิดีโอของท่าน เป็นต้น	3.83	1.148	0.834

กลุ่มที่ 2 ประกอบด้วย ความตั้งใจ และอิทธิพลทางสังคม รวม 2 ปัจจัย ดังแสดงในตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยพบว่า มีค่า KMO เท่ากับ 0.772 โดยสามารถจัดกลุ่มตัววัดออกมาได้เป็น 2 ปัจจัย และทุกตัววัดมีค่า Factor Loading มากกว่า 0.5

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน น้ำหนักองค์ประกอบและ Cronbach's alpha ของ ตัวแปรความตั้งใจและตัวแปรอิทธิพลทางสังคม

องค์ประกอบข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	น้ำหนักองค์ประกอบ
1. ความตั้งใจ (%Variance = 43.478: Cronbach's alpha = 0.843)			
ท่านมักจะแสดงความคิดเห็นส่วนตัวบนเฟซบุ๊ก	2.63	1.241	0.834
ท่านมักจะเปิดเผยข้อมูลทุกอย่างกับคนที่ท่านสนิท	3.01	1.317	0.814
ท่านมักจะแบ่งปันข้อมูลกับบุคคลที่ท่านสนิทเกี่ยวกับตัวท่านโดยปราศจากการลั้งเล	3.34	1.338	0.800
ท่านใส่ข้อมูลที่ระบุตัวตนของท่านในเฟซบุ๊ก	2.74	1.245	0.719
ท่านมักจะเปิดเผยความรู้สึกบนเฟซบุ๊ก	2.29	1.217	0.760
2. อิทธิพลทางสังคม (%Variance = 21.726: Cronbach's alpha = 0.794)			
ส่วนใหญ่เพื่อนของท่านใช้งานเฟซบุ๊ก	3.62	1.091	0.842
คนทั่วไปที่ท่านรู้จักก็ใช้งานเฟซบุ๊ก	3.58	1.079	0.840
ส่วนใหญ่เพื่อนของท่านแนะนำให้ใช้งานเฟซบุ๊ก	3.08	1.044	0.814

กลุ่มที่ 3 ประกอบด้วย ความไว้วางใจ การรับรู้ประโยชน์ ความสามารถในการใช้งาน และการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวรวม 4 ปัจจัย ดังแสดงในตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยพบว่า มีค่า KMO เท่ากับ 0.875 โดยสามารถจัดกลุ่มตัววัดออกมาได้เป็น 4 ปัจจัย และทุกตัววัดมีค่า Factor Loading มากกว่า 0.5

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน น้ำหนักองค์ประกอบและ Cronbach's alpha ของตัวแปร ความไว้วางใจ ตัวแปรการรับรู้ประโยชน์ ตัวแปรความสามารถในการทำงาน และตัวแปรการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว

องค์ประกอบข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	น้ำหนักองค์ประกอบ
1. ความสามารถในการใช้งาน (%Variance = 44.489: Cronbach's alpha = 0.925)			
ท่านเข้าใจฟังก์ชันการทำงานของเฟซบุ๊ก เช่น สามารถโพสต์สเตตัสรูปภาพ วิดีโอได้	3.37	1.208	0.858
ท่านสามารถตั้งค่าความเป็นส่วนตัวในเฟซบุ๊กของท่านได้เป็นอย่างดี	3.21	1.334	0.845
ท่านเข้าใจลักษณะการใช้งานเฟซบุ๊กเป็นอย่างดี เช่น การ log in การ log out การตั้งค่าต่างๆ	3.26	1.245	0.829
เฟซบุ๊กมีการใช้ไอคอนที่เข้าใจง่าย เช่น 	3.57	1.050	0.809
เฟซบุ๊กใช้คำศัพท์ที่มีความเข้าใจง่าย	3.54	0.988	0.725
2. ความไว้วางใจ (%Variance = 13.231: Cronbach's alpha = 0.910)			
ท่านเชื่อใจเพื่อนในเฟซบุ๊กของท่าน	2.88	1.161	0.824
ประสิทธิภาพด้านความปลอดภัยของเฟซบุ๊กถือว่าตรงกับความต้องการของท่าน	2.83	1.127	0.808
เฟซบุ๊กเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เชื่อถือได้	2.71	1.106	0.801
ท่านเชื่อใจเพื่อนของเพื่อนในเฟซบุ๊กของท่าน	2.35	1.240	0.798
ท่านเชื่อใจเฟซบุ๊กที่ท่านใช้อยู่	2.98	1.160	0.759
3. การรับรู้ประโยชน์ (%Variance = 10.477: Cronbach's alpha = 0.899)			
การใช้งานเฟซบุ๊กทำให้ท่านประหยัดเวลาในการสื่อสาร	3.83	1.105	0.854
การใช้เฟซบุ๊กทำให้ท่านแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับเพื่อนและครอบครัวได้สะดวกมากขึ้น	3.90	1.038	0.849
เฟซบุ๊กเพิ่มช่องทางการสื่อสารของท่าน	4.05	0.991	0.843
เฟซบุ๊กสร้างความเพลิดเพลินให้กับท่าน	3.70	1.078	0.755
เฟซบุ๊กสามารถคลายเหงาให้ท่านได้	3.74	1.009	0.744
4. การแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว (%Variance = 7.289: Cronbach's alpha = 0.872)			
ท่านมีการบอกตำแหน่งที่อยู่ปัจจุบัน (Check in) บนเฟซบุ๊กของท่าน	2.45	1.188	0.770
ท่านมีการอัปเดตรายละเอียดข้อมูล สเตตัสในชีวิตประจำวันบนเฟซบุ๊กของท่าน	2.74	1.219	0.735
ท่านมีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวท่านในกระดานข้อความของเพื่อน เพื่อให้ผู้อื่นเห็นความสัมพันธ์ของท่านกับเพื่อน	2.86	1.173	0.727
ท่านมีการโพสต์ข้อความ แบ่งปันความคิดเห็นบนเฟซบุ๊กของท่าน	2.91	1.171	0.719

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

5.2 การวิเคราะห์ผลการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย (Simple linear regression analysis) และการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) โดยใช้ค่า p-value ที่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05 เป็นตัวกำหนดนัยสำคัญทางสถิติ โดยแยกวิเคราะห์สถิติเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระการรับรู้ภัยคุกคามกับตัวแปรตามการตระหนักรู้ ผลการวิเคราะห์ความถดถอยแสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระกำหนดตัวแปรตาม การตระหนักรู้ ที่ระดับนัยสำคัญ $p = 0.000$ ($F_{1,123} = 19.481$) ซึ่งสามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามได้ร้อยละ 13.70 ($R^2 = 0.137$) เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดของตัวแปรอิสระ จะพบว่า การรับรู้ภัยคุกคามเป็นตัวกำหนดการตระหนักรู้ ที่ระดับนัยสำคัญ $p = 0.000$ ดังแสดงในตารางที่ 4 และ 5 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lee et al. (2008), Petrorio (2008), Qian and Scott (2007) และ Youn (2005) ที่กล่าวว่า สังคมควรรับรู้และเกิดการตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการเปิดเผยข้อมูล เพื่อป้องกันภัยจากความเสียหาย เนื่องจากการใช้งานเฟซบุ๊กที่เพิ่มมากขึ้น การรับรู้ภัยคุกคามหรือความเสี่ยงจากการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว ทำให้ผู้ใช้เฟซบุ๊กบางคนเลือกที่จะไม่เปิดเผยข้อมูลใดๆ เนื่องจากมีความตระหนักรู้ถึงความความเป็นส่วนตัว และรับรู้ถึงความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยของการรับรู้ภัยคุกคามกับการตระหนักรู้

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			

** $p < 0.05$

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ของการถดถอยของการรับรู้ภัยคุกคามกับการตระหนักรู้

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

** $p < 0.05$

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ 3 ปัจจัย ประกอบด้วย การรับรู้ภัยคุกคาม การตระหนัก และ อิทธิพลทางสังคม กับตัวแปรตามความตั้งใจ พบว่าตัวแปรอิสระกำหนดตัวแปรตาม ที่ระดับนัยสำคัญ $p = 0.000$ ($F_{3,121} = 10.708$) ซึ่งสามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามได้ร้อยละ 21.00 ($R^2 = 0.210$) เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดของตัวแปรอิสระ จะพบว่า การรับรู้ภัยคุกคาม อิทธิพลทางสังคม และการตระหนักเป็นตัวกำหนดความตั้งใจ ที่ระดับนัยสำคัญ $p = 0.008$ $p = 0.001$ และ $p = 0.024$ ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 6 และ 7 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Breward, 2007) ที่ให้ความหมายของการตระหนักในความเป็นส่วนตัวว่า เป็นสิ่งที่สะท้อนความรู้และความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อความเสี่ยงในการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวออนไลน์ร่วมกัน สอดคล้องกับ Dinev and Hart (2006) ที่กล่าวว่า การตระหนักความเป็นส่วนตัวทำให้ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวลดลง นอกจากนี้ Mouakket (2015) ยังพบว่าในบริบทของเครือข่ายสังคมออนไลน์ บุคคลส่วนใหญ่จะมีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อเป็นไปตามกลุ่มบุคคล และยังพบอีกว่าผู้ใช้เฟซบุ๊กที่ตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่องส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากแรงกดดันจากเพื่อน

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์การถดถอยของการรับรู้ภัยคุกคาม การตระหนัก อิทธิพลทางสังคมกับความตั้งใจ

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			

** $p < 0.05$

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ของการถดถอยของการรับรู้ภัยคุกคาม การตระหนัก อิทธิพลทางสังคมกับความตั้งใจ

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

** $p < 0.05$

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ 4 ปัจจัย ประกอบด้วย ความตั้งใจ การรับรู้ประโยชน์ ความสามารถในการใช้งาน ความไวใจ กับตัวแปรตามการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว พบว่าตัวแปรอิสระกำหนดตัวแปรตาม ที่ระดับนัยสำคัญ $p = 0.000$ ($F_{4,120} = 30.138$) ซึ่งสามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามได้ร้อยละ 50.10 ($R^2 = .0501$) เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดของตัวแปรอิสระ จะพบว่าความตั้งใจ ความไวใจ การรับรู้ประโยชน์ และ ความสามารถในการใช้งานเป็นตัวกำหนดการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว ที่ระดับนัยสำคัญ $p = 0.015$ $p = 0.012$ $p = 0.014$ และ $p = 0.000$ ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 8 และ 9 ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Kisekka et al. (2013) ที่

กล่าวว่า โทรศัพท์มือถือควรมีความแตกต่างในการออกแบบสมาร์ตโฟนระหว่างผู้สูงอายุและวัยรุ่นหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าความซับซ้อนในการจัดการความเป็นส่วนตัวของข้อมูลบนเฟซบุ๊กจึงเป็นตัวขัดขวางการป้องกันข้อมูลของผู้สูงอายุได้ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Dwyer et al. (2007 อ้างถึงใน ภัททิยา นภัชยเทพ, 2556) ที่พบว่า ความไว้วางใจถือเป็นปัจจัยที่สำคัญมากสำหรับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ส่งผลให้ผู้ใช้เฟซบุ๊กเปิดเผยข้อมูลมากขึ้นเนื่องจากเกิดความเชื่อใจและไว้วางใจว่าเฟซบุ๊กจะไม่เปิดเผยข้อมูลและเก็บข้อมูลเป็นความลับ

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์การถดถอยของความตั้งใจ การรับรู้ประโยชน์ ความสามารถในการใช้งาน ความไว้วางใจกับการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว

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

ตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ของการถดถอยความตั้งใจ การรับรู้ประโยชน์ ความสามารถในการใช้งาน ความไว้วางใจ กับของการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว

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**
ความสามารถในการใช้งาน	0.296	0.076	0.301	3.871	0.000**

R = 0.708, R² = 0.501, Std. Error of the estimate = 0.72531

** p < 0.05

6. สรุปผลการวิจัย

6.1 อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า กรอบแนวคิดการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวบนเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนี้

1. เมื่อผู้ใช้เฟซบุ๊กรับรู้ถึงความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น ผู้ใช้เฟซบุ๊กบางคนเลือกที่จะไม่เปิดเผยข้อมูลใดๆ เนื่องจากมีความตระหนักถึงความเป็นส่วนตัว ซึ่งเป็นไปตามผลการวิจัยของ Lee et al. (2008), Petrorio (2008), Qian and Scott (2007) และ Youn (2005)

2. เมื่อผู้ใช้งานเฟซบุ๊กรับรู้ความเสี่ยงในการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวร่วมกัน เกิดการตระหนักถึงความเป็นส่วนตัวจะส่งผลให้แบ่งปันข้อมูลส่วนตัวลดลง นอกจากนี้ยังพบว่าในบริบทของเครือข่ายสังคมออนไลน์ บุคคลส่วนใหญ่จะมีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ตามกลุ่มบุคคล และยังพบอีกว่าผู้ใช้เฟซบุ๊กที่ตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่องส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากแรงกดดันจากเพื่อน ซึ่งเป็นไปตามผลการวิจัยของ Breward (2007), Dinev and Hart (2006) และ Mouakket (2015)

3. ผู้สูงอายุที่ใช้งานเฟซบุ๊กจะมีการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวก็ต่อเมื่อเกิดการรับรู้ประโยชน์ มีความสามารถในการใช้งาน เกิดความไว้วางใจ และความตั้งใจ เมื่อผู้ใช้เฟซบุ๊กได้รับประโยชน์จากการเปิดเผยข้อมูล ยิ่งทำให้ผู้ใช้ตั้งใจเปิดเผยหรือแบ่งปันข้อมูลมากยิ่งขึ้น ในทางตรงกันข้ามหากเสียประโยชน์ก็จะมีการเปิดเผยข้อมูลน้อยลง ซึ่งเป็นไปตามผลการวิจัยของ Dwyer, Hiltz and Passerini (2007, อ้างถึงใน ภัททิยา นภาชัยเทพ, 2556)

6.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

เมื่อพิจารณาผลของการวิจัยแสดงให้เห็นว่าผู้สูงอายุที่ใช้งานเฟซบุ๊กจะมีการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวก็ต่อเมื่อเกิดการรับรู้ประโยชน์ มีความสามารถในการใช้งาน เกิดความไว้วางใจ และความตั้งใจ ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจคือ การรับรู้ภัยคุกคาม และการตระหนัก เมื่อมีการรับรู้ความเสี่ยงหรือภัยคุกคามที่น้อย ก็จะมีการแบ่งปันข้อมูลส่วนตน หากมีการรับรู้ภัยคุกคามหรือความเสี่ยงมาก ก็จะทำให้ไม่เกิดการแบ่งปันข้อมูล และเมื่อผู้ใช้เฟซบุ๊กรับรู้ถึงภัยคุกคามที่จะเกิดขึ้นทำให้ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลน้อยลง รวมไปถึงปัจจัยอิทธิพลทางสังคมก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดความตั้งใจ กล่าวคือผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะมีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อเป็นไปตามกลุ่มบุคคล ดังนั้นบุตรหลานหรือผู้ที่ดูแลหน่วยงานเกี่ยวกับการดูแลผู้สูงอายุสามารถทำการรณรงค์เกี่ยวกับภัยคุกคามทางเทคโนโลยีจากการแบ่งปันข้อมูลบนเฟซบุ๊ก ให้ผู้สูงอายุเกิดการรับรู้ถึงภัยที่เกิดจากการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว หรือสื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ช่วยกันบอกกล่าวถึงลักษณะการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวที่ต้องมีการคำนึงถึงภัยคุกคาม เพื่อเสริมสร้างแนวทางปฏิบัติการตระหนักถึงความเป็นส่วนตัวในการแบ่งปันข้อมูลบนเฟซบุ๊ก และป้องกันภัยที่เกิดจากเครือข่ายสังคมออนไลน์อีกด้วย

6.3 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยต่อเนื่อง

เพื่อให้เกิดประโยชน์ในด้านการสร้างองค์ความรู้ใหม่ ผู้วิจัยขอเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ความตั้งใจ ความไว้วางใจ การรับรู้ประโยชน์ และความสามารถในการใช้งานพบว่าตัวแปรอิสระสามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามได้ร้อยละ 50.10 ซึ่งเป็นค่าค่อนข้างน้อย อาจจะเป็นเพราะปัจจัยที่นำมาศึกษายังไม่เพียงพอ ทางผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่าอาจจะมีปัจจัยอื่นเข้ามาเกี่ยวข้อง ผู้วิจัยที่ต้องการศึกษาต่อสามารถนำปัจจัยอื่นเข้ามาศึกษาเพิ่มเติมเพื่อหาความสัมพันธ์ได้

2. งานวิจัยนี้ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูลบนเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุโดยศึกษาเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเท่านั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามในงานวิจัยนี้ส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 60-65 ปี มีอาชีพราชการ/พนักงานของรัฐ ทำให้ผลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวอาจไม่สามารถอธิบายปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูลบนเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุแทนประชากรทั้งหมดได้ ดังนั้นงานวิจัยต่อเนื่องควรเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีความหลากหลาย หรืออาจจะศึกษาปัจจัยด้านการแบ่งปันข้อมูลในงานวิจัยเชิงคุณภาพต่อไป

บรรณานุกรม

- ภักทิยา นภัชยเทพ. (2556). *อิทธิพลที่มีผลต่อระดับการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้เฟซบุ๊ก*: [กรุงเทพฯ]: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรวิสุทธิ์ ภิญโญยาง. (2554). "ก้าวผ่านการตลาดไร้ขอบเขตกับ Mobile Marketing". 10 กลยุทธ์ออนไลน์เขย่าโลก. กรุงเทพมหานคร: บริษัท โปรวิชั่น จำกัด.
- สุนทรียา หวังชัย. (2544). *ความตระหนักของประชาชนในสิทธิความเป็นพลเมือง ต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารสาธารณะตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 = Public awareness of civil rights in acquiring public information under the Official Information Act, B.E. 2540*: [กรุงเทพฯ]: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.
- Ajzen, I. (2011). Theory of planned behavior. *Handb Theor Soc Psychol*, 1(1), 438.
- Bansal, G., and 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.
- Beldad, A., van der Geest, T., de Jong, M., and 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., and Spielberg, J. M. (2012). Worry and perceived threat of proximal and distal undesirable outcomes. *Journal of Anxiety Disorders*, 26, 425-429
- 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.
- Chang, C. C., Hung, S. W., Cheng, M. J., and 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.
- Dinev, T., and Hart, P. (2006). An extended privacy calculus model for e-commerce transactions. *Information Systems Research*, 17(1), 61-80.
- Dwyer, C., Hiltz, S., & Passerini, K. (2007). Trust and privacy concern within social networking sites: A comparison of Facebook and MySpace. *AMCIS 2007 proceedings*, 339.
- Joinson, A. N., & Paine, C. B. (2007). Self-disclosure, privacy and the Internet. *The Oxford handbook of Internet psychology*, 237-252. Great Britain: Oxford University Press.
- Kisekka, V., Bagchi-Sen, S., and 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.
- Lee, D. H., Im, S., and 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.

- 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.
- Pan, S., and Jordan-Marsh, M. (2010). Internet use intention and adoption among Chinese older adults: จาก the expanded technology acceptance model perspective. *Computers in Human Behavior*, 26(5), 1111-1119.
- Petronio, S., and Durham, W. T. (2008). Communication privacy management theory. *Engaging theories in interpersonal communication: Multiple perspectives*, 309-322.
- Qian, H., and 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., and Arenas-Gaitán, J. (2015). Predicting behavioral intention of mobile Internet usage. *Telematics and Informatics*, 32, 834-841.
- Rimal, R. N., and Real, K. (2003). Understanding the influence of perceived norms on behaviors. *Communication Theory*, 13(2), 184-203.
- Salehan, M., and Negahban, A. (2013). Social networking on smartphones: When mobile phones become addictive. *Computers in Human Behavior*, 29(6), 2632-2639.
- Sharma, S., and 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.
- Taddei, S., and 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., and Gharlegghi, 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), 226.
- Verkasalo, H., López-Nicolás, C., Molina-Castillo, F. J., and Bouwman, H. (2010). Analysis of users and non-users of smartphone applications. *Telematics and Informatics*, 27(3), 242-255.
- 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>.
- Wilson, D., Proudfoot, J., and Valacich, J. (2014). Saving Face on Facebook: Privacy Concerns, Social Benefits, and Impression Management. *International Conference on Information Systems, Auckland*, 35, 1-18.
- 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.