ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่องของผู้ใช้งานในประเทศไทย

อเนก อภิวันทนันท์

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

***Correspondence:** anek-api64@tbs.tu.ac.th

doi: 10.14456/jisb.2025.2

วันที่รับบทความ: 10 พ.ค. 2568 วันแก้ไขบทความ: 5 มิ.ย. 2568 วันตอบรับบทความ: 13 มิ.ย. 2568

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง โดยมีการประยุกต์ใช้ทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี และแนวคิดที่ศึกษาเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวเกี่ยวกับการใช้ระบบงานมาเป็นแนวทางในการสร้างกรอบแนวคิดการวิจัย งานวิจัยนี้ศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กจำนวน 185 คน ด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์และนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ตามทฤษฎีและกรอบแนวคิดการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า ประสบการณ์ที่ไม่ดีเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวและความตระหนักรู้เกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวส่งผลทางตรงต่อความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวและส่งอิทธิพลทางอ้อมต่อการรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว โดยเมื่อผู้ใช้งานที่เคยพบเจอการถูกละเมิดความเป็นส่วนตัวและขาดความเข้าใจเกี่ยวกับความสำคัญของข้อมูลส่วนบุคคล จะนำไปสู่การละเลยในการป้องกันการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลในรูปแบบต่าง ๆ อีกทั้งความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวส่งผลทางตรงต่อการรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว นอกจากนี้ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ความคาดหวังด้านการเรียนรู้ และอิทธิพลทางสังคมส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ: ทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี; แนวคิดที่ศึกษาเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวเกี่ยวกับการใช้ระบบงาน; เฟซบุ๊ก; ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว

Citation

Apiwanthanan, A. (2025). Factors Affecting Intention of Thai users to Continue using Facebook Application [ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่องของผู้ใช้งานในประเทศไทย]. *Journal of Information Systems in Business*, *11*(1), 6-23.

Factors Affecting Intention of Thai users to Continue using Facebook Application

Anek Apiwanthanan*

Thammasat Business School, Thammasat University

***Correspondence:** anek-api64@tbs.tu.ac.th doi: 10.14456/jisb.2025.2

Abstract

The objective of this research is to study the factors affecting the intention to continuance usage of Facebook application. This is quantitative research and applies. The unified of acceptance and use of technology (UTAUT) and APCO (Antecedent-Privacy Concern-Outcome) framework to develop the research model. This research study with 185 participants who have experience in using Facebook application. The collected data shall be computed by statistical software to determine the relationships of factors from the above theory and framework. The research results show that privacy invasion experiences and privacy awareness directly affect privacy concern and indirectly affect perceived privacy risk. When users who have experience of invasion and lack of understanding in personal information will result in ignorance for protection against personal information in different ways. In addition, performance expectancy, effort expectancy and social influence directly affects intention to continuance usage of Facebook application.

Keywords: The unified of acceptance and use of technology (UTAUT); APCO (Antecedent-Privacy Concern-Outcome); Facebook; Privacy Concern

1. บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย

เฟซบุ๊กถือได้ว่าเป็นแพลตฟอร์มบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์อันดับต้น ๆ ของโลกที่สามารถให้ผู้ใช้งานสามารถแนะนำตัวเอง แสดงความเห็น แสดงความรู้สึก ติดต่อกับเพื่อนทั้งในรูปแบบ ข้อความ ภาพ เสียง และ วิดีโอ ได้อย่างอิสระภายใต้พื้นที่ของตัวเองและสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้งานคนอื่นผ่านระบบอินเทอร์เน็ต รวมไปถึงเชิงธุรกิจที่ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถเข้าถึงกันได้ ซึ่งจากรายงานของ DataReportal ใน “Digital 2022: Thailand” พบว่าแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กเป็นแอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์ที่มียอดการใช้งานมากที่สุดในแต่ละเดือนอยู่ที่ร้อยละ 93.3 (Kemp, 2022)

อย่างไรก็ตาม แอปพลิเคชันเฟซบุ๊กในปัจจุบันเริ่มไม่เป็นที่นิยมในกลุ่มผู้ใช้วัยรุ่นที่มีช่วงอายุต่ำกว่า 18 ปี โดยมีสถิติในปี 2563 เผยว่า การใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กสำหรับกลุ่มผู้ใช้ที่มีช่วงอายุต่ำกว่า 18 ปี ลดลงประมาณร้อยละ 13 ในขณะที่กลุ่มผู้ใช้อายุ 20 – 30 ปียังคงมีการใช้งานที่สม่ำเสมอ (Iqbal, 2023) เนื่องจากกลุ่มผู้ใช้งานวัยรุ่นมองว่าเฟซบุ๊กเป็นพื้นที่ของผู้สูงอายุคอนเทนต์ต่าง ๆ บนเฟซบุ๊กน่าเบื่อ อีกทั้งกลุ่มผู้ใช้วัยรุ่นมองว่าระบบการจัดการข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้งานยังบริหารจัดการไม่ดีเท่าที่ควร รวมถึงแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กเป็นแพลตฟอร์มบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ผู้ใช้งานต้องทำการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลในการเข้าใช้งานหรือเพื่อปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ดังนั้นเฟซบุ๊กจึงมีการเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้งานเป็นจำนวนมาก ซึ่งอาจนำไปสู่การละเมิดความเป็นส่วนตัวเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลโดยผู้ไม่หวังดีในการนำข้อมูลส่วนบุคคลไปใช้ในทางผิดกฎหมายหรือประโยชน์ของตัวเองโดยมิได้รับอนุญาต

ปัจจุบันรูปแบบการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลมีจำนวนมากและหลากหลายยิ่งขึ้น โดยตัวอย่างรูปแบบการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลจากผู้ใช้เฟซบุ๊ก ได้แก่ การหลอกขโมยข้อมูลส่วนบุคคลผ่านอีเมลปลอมหรือลิงก์ปลอมที่มีการโพสต์ไว้บนเฟซบุ๊ก (Phishing) การหลอกให้ติดตั้งโปรแกรมมัลแวร์ (Malicious software) การขโมยบัญชีผู้ใช้และปลอมตัวเป็นเจ้าของบัญชีเพื่อเข้าไปหลอกลวงเหยื่อให้เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลหรือขอยืมทรัพย์สิน เช่น เงิน เป็นต้น โดยรูปแบบเหล่านี้มักจะนำไปสู่ความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นได้ เช่น การถูกนำข้อมูลไปใช้ในทางที่ผิดกฎหมายการโจรกรรมทางการเงิน การถูกปลอมแปลงตัวตน หรือถูกนำไปทำการตลาด เป็นต้นนอกจากนี้ยังมีกรณีการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้จากการที่ บริษัท เคมบริดจ์ แอนะลีติกาทำการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้งานเฟซบุ๊กเพื่อประโยชน์ในทางการเมืองในปี 2016 (ธิติมา อุรุพีพัฒนพงศ์, 2561) ประเด็นดังกล่าวนี้ทำให้ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กอาจตระหนักรู้ถึงความเสี่ยงและมีความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวมากขึ้น ซึ่งอาจนำไปสู่ความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษางานวิจัยในอดีตของ Wu et al. (2014) ที่ศึกษาความตั้งใจยอมรับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่อง พบว่า ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ความคาดหวังด้านการเรียนรู้และอิทธิพลทางสังคมส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจในการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ถูกใช้อย่างแพร่หลายและยังสามารถใช้ในการติดต่อสื่อสารกับคนรอบข้างหรือแม้กระทั่งในทางธุรกิจ อีกทั้งเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีรูปแบบที่เข้าใจง่ายต่อผู้ใช้งานจะทำให้ความตั้งใจในการใช้งานต่อเนื่องเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้งานและตอบสนองความคาดหวังแก่ผู้ใช้งานอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้งานวิจัยของตฤณธวัช วงษ์ประเสริฐ และ กุลทิพย์ ศาสตระรุจิ (2559) ได้ทำการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการใช้งานเฟซบุ๊กของวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มประชากรมีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก 7 วันต่อสัปดาห์ มีการเข้าใช้งานมากกว่า 10 ครั้งต่อวัน โดยส่วนใหญ่เป็นการเข้าใช้งานผ่านโทรศัพท์มือถือ และกลุ่มประชากรโดยรวมมีทัศนคติที่ชอบใช้งานเฟซบุ๊กในการแสดงความชื่นชอบหัวข้อ รูปภาพ วิดีโอ หรือโพสต์ต่าง ๆ ของเพื่อน ๆ จากงานวิจัยในอดีตที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยพบว่างานวิจัยในอดีตยังขาดการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวและการรับรู้ความเสี่ยงด้านข้อมูลส่วนบุคคลจากการใช้แอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาถึง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง โดยนำเอาปัจจัยด้านความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวดังกล่าวมาใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยงด้านข้อมูลส่วนบุคคลจากการใช้แอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก โดยตั้งเป็นคำถามวิจัยว่า

"ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ความคาดหวังด้านการเรียนรู้และอิทธิพลทางสังคม ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่องหรือไม่ อย่างไร"

ทั้งนี้ผลการวิจัยที่ได้จากการศึกษาจะช่วยทำให้ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กเกิดความตระหนักรู้เกี่ยวกับความสำคัญของข้อมูลส่วนบุคคล ทั้งในด้านการป้องกันการสูญเสียและเพื่อรายงานไปยังผู้พัฒนาเฟซบุ๊กเพื่อปรับเปลี่ยนและพัฒนารูปแบบในการป้องกันและลดความเสี่ยงในการละเมิดความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้ให้น้อยลง ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ใช้งานเกิดความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่องมากยิ่งขึ้น

2. วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้ได้ประยุกต์ใช้แนวคิด UTAUT (The unified theory of acceptance and use of technology model) ซึ่งเป็นการศึกษาพฤติกรรมการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่องแต่เนื่องจากการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กมีลักษณะที่มีความเสี่ยงด้านข้อมูลส่วนบุคคลค่อนข้างสูง ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำแนวคิด APCO (Antecedent – Privacy Concern – Outcome) มาใช้เพื่ออธิบายการยอมรับและความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่องซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

2.1 ทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (The unified theory of acceptance and use of technology: UTAUT)

ทฤษฎี UTAUT ถูกพัฒนาขึ้นโดย Venkatesh et al. (2003) เป็นการศึกษาและจำลองรูปแบบของพฤติกรรมการยอมรับผ่านการบูรณาการทฤษฎีต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ดังนั้นในงานวิจัยนี้จึงได้นำเอาทฤษฎี UTAUT มาใช้ในการศึกษาการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของผู้ใช้งาน (Venkatesh et al., 2003)

ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) หมายถึง ระดับความเชื่อมั่นของผู้ใช้งานซึ่งคาดหวังว่าการใช้ระบบงานจะช่วยให้ประสิทธิภาพในงานเพิ่มมากขึ้น (Venkatesh et al., 2003) ซึ่งส่งผลทางบวกต่อปัจจัยความตั้งใจใช้ระบบงาน (Behavior Intention)

ความคาดหวังด้านการเรียนรู้ (Effort Expectancy) หมายถึง ระดับความเชื่อมั่นของผู้ใช้งาน ซึ่งคาดหวังว่าการใช้ระบบงานจะไม่ซับซ้อน ใช้งานได้ง่าย สามารถเรียนรู้ปรับตัวที่จะใช้งานระบบและไม่ต้องใช้ความพยายามที่สูงจนเกินไปในการใช้งานระบบ (Venkatesh et al., 2003) ซึ่งส่งผลทางบวกต่อปัจจัยความตั้งใจใช้ระบบงาน (Behavior Intention)

อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) หมายถึง สภาพแวดล้อมทางสังคมที่ส่งผลต่อระดับการรับรู้ของผู้ใช้งานในการยอมรับการใช้ระบบงาน เช่น ครอบครัว เพื่อน ผู้เชี่ยวชาญ เป็นต้น (Venkatesh et al., 2003) ซึ่งส่งผลทางบวกต่อปัจจัยความตั้งใจใช้ระบบงาน (Behavior Intention)

ความตั้งใจใช้ระบบงาน (Behavioral Intention) หมายถึง ระดับความเชื่อมั่นของผู้ใช้งานที่มีความคาดหวังในการใช้ระบบงานในอนาคต (Venkatesh et al., 2003) ซึ่งส่งผลทางบวกต่อปัจจัยการใช้ระบบงาน (Use Behavior)

2.2 แนวคิด APCO (Antecedent-Privacy Concern-Outcome)

แนวคิด APCO (Antecedent-Privacy Concern-Outcome) เป็นแนวคิดที่ศึกษาเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวเกี่ยวกับการใช้ระบบงาน ซึ่งศึกษาทั้งในเรื่องของความกังวลที่เกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวของรูปแบบต่าง ๆ โดยมีปัจจัยที่เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นก่อน (Antecedent) และส่งผลต่อความกังวลที่เกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว (Privacy Concern) ในฐานะตัวแปรตาม

ประสบการณ์เกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว (Privacy Experiences) หมายถึง เหตุการณ์ที่แต่ละบุคคลเคยประสบหรือเคยตกเป็นเหยื่อของการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลส่งผลต่อความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวของข้อมูล (Smith et al., 2011) ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว

ความตระหนักรู้เกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว (Privacy Awareness) หมายถึง ระดับของความตระหนักรู้ในหลักปฏิบัติขององค์กรที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคซึ่งส่งผลต่อความกังวลของผู้บริโภคที่เป็นเจ้าของข้อมูล (Malhotra et al., 2004) ส่งผลโดยตรงต่อความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว

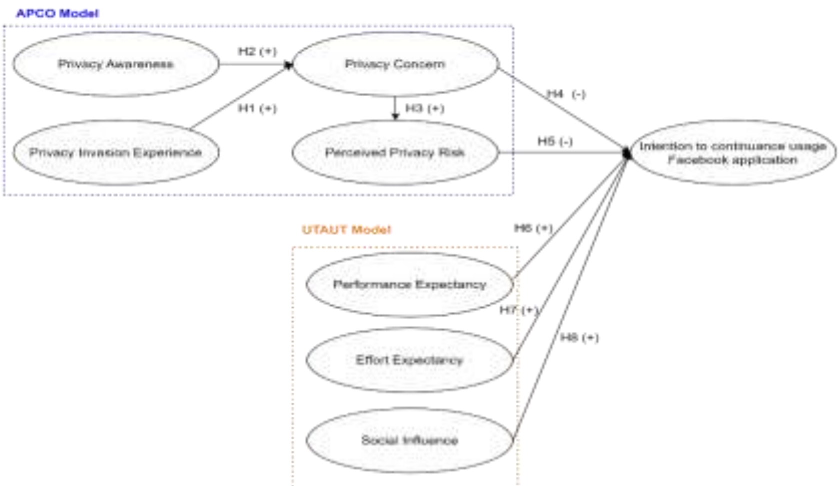
ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว (Privacy Concern) หมายถึง ความกังวลที่อาจก่อให้เกิดความสูญเสียข้อมูลความเป็นส่วนตัวของบุคคลที่เป็นเจ้าของข้อมูล (Smith et al., 2011) ซึ่งก่อตัวจากคุณลักษณะส่วนบุคคลในการชี้วัดผลที่ตามมาจากการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลจากเจ้าของข้อมูล (Xu et al., 2008) โดยได้รับอิทธิพลจากตัวแปรต้น ได้แก่ ประสบการณ์เกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว (Privacy Experiences) และความตระหนักรู้ กี่ยวกับความเป็นส่วนตัว (Privacy Awareness) นอกเหนือจากนี้ ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวยังส่งผลโดยตรงต่อความเสี่ยงหรือต้นทุน (Risks/Costs)

ความเสี่ยงหรือต้นทุน (Risks/Costs) หมายถึง ระดับความเชื่อในแต่ละบุคคลที่มีต่อความเป็นไปได้ที่จะเกิดความสูญเสียจากการเปิดเผยข้อมูลให้กับองค์กร (Smith et al., 2011) ซึ่งได้รับอิทธิพลจากความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว (Privacy Concern)

3. วิธีการวิจัย

3.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง (ภาพที่ 1) แสดงให้เห็นความสัมพันธ์จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ประสบการณ์ที่ไม่ดีเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว (Privacy Invasion Experiences) และความตระหนักรู้เกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว(Privacy Awareness) ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง (Intention to continuance usage Facebook application) ผ่านความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว (Privacy Concern) และการรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว (Perceived privacy risk) อีกทั้ง ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวและการรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวยังส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) ความคาดหวังด้านการเรียนรู้ (Effort Expectancy) อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่องเช่นกัน



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง

3.2 สมมติฐานงานวิจัย

ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ที่ไม่ดีเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวกับความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว

งานวิจัยของ Degirmenci (2020) พบว่า ประสบการณ์เกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวส่งผลต่อความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวในการขอเข้าถึงข้อมูลความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้งานผ่านโมบายแอปพลิเคชัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chatterjee et al. (2023) พบว่า ประสบการณ์เกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวส่งผลต่อความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้งานสมาร์ตโฟนในการทำธุรกรรมการเงิน และงานวิจัยของ Ioannou et al. (2020) พบว่าประสบการณ์เกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวส่งผลต่อความกังวลที่เกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวทางออนไลน์ของนักท่องเที่ยว จึงนำไปสู่สมมติฐานที่ว่า

H1: *ประสบการณ์ที่ไม่ดีเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวส่งผลทางบวกต่อความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว*

ความสัมพันธ์ระหว่างความตระหนักรู้เกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวกับความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว

งานวิจัยของ Gabel et al. (2020) พบว่า ปัจจัยความตระหนักรู้ความเป็นส่วนตัวในรูปแบบให้การศึกษาแก่บุคคลในการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลและให้การศึกษาแก่บุคคลเกี่ยวกับผลกระทบทางลบที่อาจเกิดขึ้นจากการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลส่งผลต่อความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Omrani and Soulié (2018) พบว่า การตระหนักถึงภัยคุกคามด้านความเป็นส่วนตัวหรือแนวทางปฏิบัติที่ไม่ดีส่งผลเชิงบวกต่อความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวออนไลน์ จึงนำไปสู่สมมติฐานที่ว่า

H2: *ความตระหนักรู้เกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวส่งผลทางบวกต่อความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว*

ความสัมพันธ์ระหว่างความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวกับการรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว

งานวิจัยของ Lankton and Tripp (2013) พบว่า ความกังวลเกี่ยวกับข้อมูลความเป็นส่วนตัวส่งผลต่อการรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก นอกจากนี้งานวิจัยของ Chatterjee et al. (2023) พบว่า ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้งานจากการใช้สมาร์ตโฟนในการทำธุรกรรมการเงินส่งผลต่อการรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Menard and Bott (2020) พบว่าความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตส่งผลต่อการรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต จึงนำไปสู่สมมติฐานที่ว่า

H3: *ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวส่งผลทางบวกต่อการรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว*

ความสัมพันธ์ระหว่างความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวกับความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง

งานวิจัยของ Ku et al. (2013) พบว่า ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวส่งผลทางลบต่อความตั้งใจใช้งานเว็บไซต์เครือข่ายสังคมอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้งานวิจัยของ Degirmenci (2020) พบว่า ความกังวลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้งานโมบายแอปพลิเคชันส่งผลทางลบต่อความตั้งใจในการขอเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลอย่างมีนัยสำคัญ จึงนำไปสู่สมมติฐานที่ว่า

H4: *ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวส่งผลทางลบต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง*

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวกับความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง

งานวิจัยของ Raman and Aashish (2021) แสดงให้เห็นว่า การรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวส่งผลทางลบต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินบนโทรศัพท์มือถืออย่างต่อเนื่องซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Shao et al. (2019)

ที่กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวส่งผลทางลบต่อความตั้งใจในการใช้บริการชำระเงินบนโทรศัพท์มือถืออย่างต่อเนื่อง จึงนำไปสู่สมมติฐานที่ว่า

H5: *การรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวส่งผลทางลบต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง*

ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังด้านประสิทธิภาพกับความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง

งานวิจัยของ Chen et al. (2021) พบว่า ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพส่งผลต่อความตั้งใจในการเรียนผ่านช่องทางออนไลน์ของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาอย่างต่อเนื่องอีกทั้งงานวิจัยของ Tam et al. (2020) พบว่า ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพส่งผลต่อความตั้งใจใช้โมบายแอปอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นแนวทางผู้ให้บริการพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานด้านประสิทธิภาพ จึงนำไปสู่สมมติฐานที่ว่า

H6: *ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง*

ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังด้านการเรียนรู้กับความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง

งานวิจัยของ Tam et al. (2020) พบว่า ความคาดหวังด้านการเรียนรู้ส่งผลต่อความตั้งใจใช้โมบายแอปพลิเคชันอย่างต่อเนื่อง โดยการใช้งานต้องไม่ซับซ้อนและช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถที่จะเรียนรู้การใช้งานได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Tian and Wu (2022) ที่พบว่าความคาดหวังด้านการเรียนรู้ส่งผลต่อความตั้งใจใช้โมบายแอปพลิเคชันเพื่อสุขภาพอย่างต่อเนื่องในผู้สูงอายุที่เป็นโรคเรื้อรัง จึงนำไปสู่สมมติฐานที่ว่า

H7: *ความคาดหวังด้านการเรียนรู้ส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง*

ความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลทางสังคมกับความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง

งานวิจัยของ Wu et al. (2014) พบว่า อิทธิพลทางสังคมส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจในการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งงานวิจัยของ Tian and Wu (2022) แสดงให้เห็นว่า อิทธิพลทางสังคมส่งผลต่อความตั้งใจใช้โมบายแอปพลิเคชันสุขภาพอย่างต่อเนื่องในผู้สูงอายุที่เป็นโรคเรื้อรัง เนื่องจากผู้สูงอายุอาจได้รับแรงบันดาลใจจากผู้มีอิทธิพลในสังคมสำหรับการใช้โมบายแอปพลิเคชันเพื่อสุขภาพอย่างต่อเนื่อง เช่น คุณหมอ ดารา ผู้สูงอายุ จึงนำไปสู่สมมติฐานที่ว่า

H8: *อิทธิพลทางสังคมส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง*

4. ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ (Online Questionnaire)เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้แก่ กลุ่มบุคคลทั่วไปที่มีประสบการณ์ใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการวิเคราะห์ค่าอำนาจในการทดสอบ (Power Analysis) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป G*Power Version 3.1 (Faul et al., 2009) ซึ่งเป็นเครื่องมือในการคำนวณและกำหนดตามสถิติการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยกำหนดค่าพารามิเตอร์ ดังนี้

$f2$ คือ ค่าขนาดอิทธิพล (Effect Size) เป็นค่าสถิติที่ใช้บอกขนาดความต่างเมื่อผลการทดสอบสมมติฐานต่างกันอย่างมีนัยสำคัญเท่ากับ 0.15

α คือ ค่าความเชื่อมั่นที่ระดับนัยสำคัญ (Level of Significant) หรือความน่าจะเป็นของความคลาดเคลื่อนในการทดสอบ (Error probability) โดยกำหนดที่ระดับ 0.05 (α = 0.05)

$1-\beta$ คือ ค่าอำนาจการทดสอบ (Power of Test) โดยกำหนดให้ผลต่างของความผิดพลาดเท่ากับ 0.05 และความน่าจะเป็นในการตัดสินใจที่ถูกต้องเท่ากับ 0.95 ($1-\beta$ = 0.95)

Number of Predictors คือ จำนวนตัวแปร เท่ากับ 7

จากผลการคำนวณ ทำให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 153 รายเป็นอย่างน้อย

ทั้งนี้งานวิจัยนี้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยแบบสอบถามในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ผ่านการใช้กูเกิลฟอร์ม (Google Form) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติครบถ้วนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ในงานวิจัยและผ่านการสอบถามแล้ว มีจำนวนทั้งสิ้น 185 ราย

งานวิจัยนี้นำการวิเคราะห์การถดถอยเชิงชั้น (Hierarchical regression) มาวิเคราะห์และพยากรณ์ค่าตัวแปรตามจากตัวแปรอิสระ เพื่อหาค่าอิทธิพลทางตรง (Direct Effect)และอิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) เพื่อตอบสมมติฐานการวิจัย โดยงานวิจัยนี้ใช้ค่า p-value ที่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05 เป็นตัวกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Significant Level)

5. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

5.1 การสอบทานคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างตามงานวิจัยนี้เป็นประชาชนทั่วไปที่เคยใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กดังนั้นเพื่อคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามที่มีคุณสมบัติตามงานวิจัย จึงมีข้อคำถามสำหรับสอบทานคุณสมบัติดังกล่าวไว้ในแบบสอบถาม โดยจากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 200 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 15 คน เป็นผู้ที่ไม่เคยใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติครบถ้วนภายหลังการคัดกรองจึงมีทั้งสิ้น 185 คน

5.2 การสอบทานข้อสมมติฐานทางสถิติ

ข้อมูลที่ได้ทำการจัดเก็บจากกลุ่มตัวอย่างถูกนำไปประมวลผลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อตรวจสอบการขาดหายของข้อมูล (Missing data) ข้อมูลสุดโต่ง (Outliners)การกระจายแบบปกติ (Normal) โดยวัดจากการทดสอบการดูความเบ้ (Skewness) ที่มากกว่า +3 หรือน้อยกว่า -3 ความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง (Linearity) ภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity)และภาวะร่วมเส้นตรง (Singularity) ซึ่งจากการตรวจสอบพบว่าข้อมูลไม่มีส่วนใดขาดหาย ไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ และไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรง ถือว่าผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนดไว้ทั้งหมด

5.3 การประเมินความเที่ยงและความตรงของแบบสอบถาม (Reliability and Validity Assessment)

งานวิจัยนี้มีข้อคำถามในการวัดปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่องทั้งหมด 8 ปัจจัย ได้แก่ ประสบการณ์ที่ไม่ดีเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว 3 คำถามความตระหนักรู้เกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว 4 คำถาม ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว 3 คำถามการรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว 4 คำถาม ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ 3 คำถามความคาดหวังด้านการเรียนรู้ 4 คำถาม อิทธิพลทางสังคม 3 คำถาม และความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง 4 คำถาม รวมทั้งหมด 28 คำถาม

งานวิจัยนี้ทดสอบความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม โดยวิธีการทางสถิติเพื่อทดสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม (Reliability) จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคตามเกณฑ์ โดยค่าสัมประสิทธิ์ที่เป็นที่ยอมรับควรมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 ซึ่งถือเป็นเกณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับงานวิจัยนี้ พบว่า ค่าสถิติของแต่ละตัวแปรและข้อคำถามผ่านเกณฑ์การทดสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม ยกเว้นปัจจัยอิทธิพลทางสังคม ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคเท่ากับ 0.633 ซึ่งต่ำกว่า 0.7 ทั้งนี้จากการค้นคว้าข้อมูลอ้างอิงเพิ่มเติม พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ระหว่าง 0.5 ถึง 0.75 ยังมีความน่าเชื่อถือในระดับปานกลาง (Hinton et al., 2014)

งานวิจัยนี้ได้ทำการทดสอบความตรงของแบบสอบถาม (Construct Validity)ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis หรือ EFA) เพื่อดูการจับกลุ่มของตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันด้วยวิธีการหมุนแกนในลักษณะของ Varimax Rotationซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) ในแต่ละปัจจัยไม่ต่ำกว่า 0.5 หากมี

ข้อคำถามมีค่าน้ำหนักตัวประกอบต่ำกว่า 0.5 จะพิจารณาลดข้อคำถามและตัดข้อคำถามที่ไม่เกาะกลุ่มในปัจจัยเดียวกันออก พบว่า ทุกข้อคำถามมีน้ำหนักองค์ประกอบเป็นไปตามเกณฑ์ ดังที่แสดงตามตารางที่ 1และจะต้องไม่มีค่าน้ำหนักขององค์ประกอบสูงในปัจจัยมากกว่า 1 ปัจจัย นอกจากนี้ทำการตรวจสอบค่า KMO (Kaiser-Mayer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) ซึ่งเป็นค่าสถิติที่สามารถบอกสัดส่วนของความแปรปรวนในตัวแปรที่อาจเกิดจากปัจจัยพื้นฐานได้ หากพบว่าค่า KMO เข้าใกล้ 1สามารถสรุปได้ว่าการวิเคราะห์ปัจจัยมีความเหมาะสม แต่หากค่าน้อยกว่า 0.50 ผลของการวิเคราะห์ถือว่าไม่มีความเหมาะสม และทำการทดสอบ Bartlett's test of sphericity เพื่อทดสอบว่าข้อมูลไม่ได้มีลักษณะเป็นเมทริกซ์เอกลักษณ์ (Identity Matrix) ที่ค่าระดับนัยสำคัญต่ำกว่า 0.05

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน น้ำหนักองค์ประกอบ และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของตัวแปรทั้งหมด

ปัจจัย		ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	น้ำหนักองค์ประกอบ
ปัจจัยที่ 1: ประสบการณ์ที่ไม่ดีเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว (% of variance = 5.576, Cronbach's alpha = 0.710)				
PIE1	ท่านพบว่ามีโอกาสตกเป็นเหยื่อของการถูกละเมิดความเป็นส่วนตัวจากการใช้แอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก	4.02	0.875	0.764
PIE2	ท่านพบว่าความเป็นส่วนตัวบนแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กถูกละเมิดโดยบุคคลหรือองค์กรอื่น	3.92	0.896	0.813
PIE3	ท่านพบว่าข้อมูลส่วนบุคคลบนแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กของท่านเคยถูกนำไปใช้ต่อ โดยไม่ได้รับอนุญาต	3.31	1.169	0.793
ปัจจัยที่ 2: ความตระหนักรู้เกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว (% of variance = 7.616, Cronbach's alpha = 0.820)				
PA1	ท่านเข้าใจถึงปัญหาและแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล	3.94	0.861	0.812
PA2	ท่านติดตามข่าวสารที่เกี่ยวกับปัญหาและการละเมิดความเป็นส่วนตัว	3.83	0.846	0.812
PA3	ท่านพร้อมรับมือต่อการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลอยู่สม่ำเสมอ	3.65	0.932	0.802
PA4	ท่านเข้าใจถึงความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นจากการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล	4.15	0.777	0.754
ปัจจัยที่ 3: ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว (% of variance = 3.931, Cronbach's alpha = 0.819)				
PC1	ท่านมีความวิตกกังวลต่อความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลที่ถูกจัดเก็บตามที่ต่าง ๆ	4.10	0.828	0.837
PC2	ท่านมีความกังวลว่าผู้ที่จัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคลอาจนำข้อมูลส่วนบุคคลของท่านไปใช้ต่อเพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจ	4.23	0.768	0.769

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน น้ำหนักองค์ประกอบ และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ของตัวแปรทั้งหมด (ต่อ)

ปัจจัย		ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	น้ำหนักองค์ประกอบ
ปัจจัยที่ 3: ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว (% of variance = 3.931, Cronbach's alpha = 0.819)				
PC3	ท่านมีความกังวลว่าวิธีการเก็บข้อมูลส่วนบุคคลของท่านอาจถูกเข้าถึงโดยบุคคลอื่นที่ไม่ได้รับอนุญาต	4.34	0.713	0.760
ปัจจัยที่ 4: การรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว (% of variance = 6.090, Cronbach's alpha = 0.825)				
PPR1	ท่านรู้สึกสูญเสียการควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลเมื่อทำการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก	3.97	0.843	0.649
PPR2	ท่านคิดว่ามีโอกาสที่ข้อมูลส่วนบุคคลที่เปิดเผยผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กจะถูกนำไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต	4.29	0.691	0.788
PPR3	ท่านคิดว่าข้อมูลส่วนบุคคลที่มีการเปิดเผยผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอาจถูกขายให้กับบุคคลที่สาม	4.16	0.782	0.824
PPR4	ท่านคิดว่ามีโอกาสที่ข้อมูลส่วนบุคคลจะถูกนำไปใช้อย่างไม่เหมาะสม	4.29	0.722	0.675
ปัจจัยที่ 5: ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ (% of variance = 4.365, Cronbach's alpha = 0.716)				
PE1	ท่านคิดว่าการใช้แอปพลิเคชันเฟซบุ๊กจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการแลกเปลี่ยนข้อมูล	3.91	0.839	0.848
PE2	ท่านคิดว่าการใช้แอปพลิเคชันเฟซบุ๊กทำให้การแลกเปลี่ยนข้อมูลกับผู้อื่นมีความรวดเร็วมากขึ้น	4.09	0.782	0.700
PE3	ท่านคิดว่าการใช้แอปพลิเคชันเฟซบุ๊กทำให้การแลกเปลี่ยนข้อมูลเป็นไปอย่างถูกต้อง	3.34	0.982	0.707
ปัจจัยที่ 6: ความคาดหวังด้านการเรียนรู้ (% of variance = 6.206, Cronbach's alpha = 0.814)				
EE1	ท่านเชื่อมั่นว่าการเรียนรู้การใช้แอปพลิเคชันเฟซบุ๊กเป็นเรื่องที่ง่าย	4.11	0.780	0.843
EE2	ท่านเชื่อว่าการใช้แอปพลิเคชันเฟซบุ๊กเป็นเรื่องที่ง่าย	4.18	0.736	0.810
EE3	ท่านเชื่อว่าการใช้แอปพลิเคชันเฟซบุ๊กไม่มีความซับซ้อน	3.79	0.868	0.732
EE4	ท่านเชื่อว่าท่านสามารถเรียนรู้การใช้แอปพลิเคชันเฟซบุ๊กได้อย่างรวดเร็ว	4.21	0.715	0.746
ปัจจัยที่ 7: อิทธิพลทางสังคม (% of variance = 4.226, Cronbach's alpha = 0.633)				
SI1	คนสำคัญรอบข้างท่านคิดว่าแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กเป็นสิ่งที่ดี	3.46	0.821	0.716
SI2	คนรอบข้างท่านคิดว่าแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กทำให้ดูทันสมัย	3.30	1.013	0.817
SI3	ผู้คนรอบตัวท่านส่วนมากใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก	4.19	0.863	0.608

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน น้ำหนักองค์ประกอบ และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ของตัวแปรทั้งหมด (ต่อ)

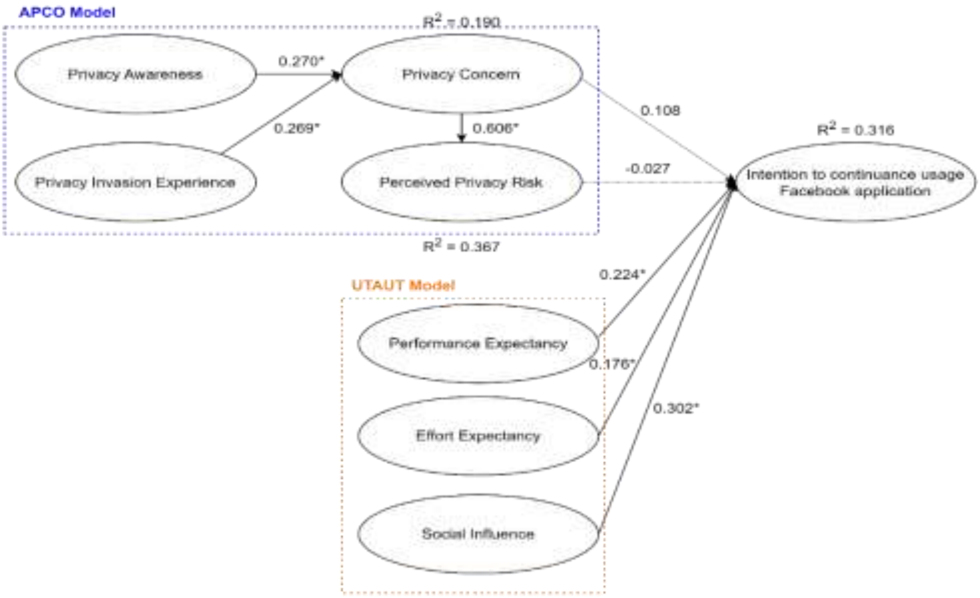
ปัจจัย		ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	น้ำหนักองค์ประกอบ
ปัจจัยที่ 8: ความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง (% of variance = 8.173, Cronbach's alpha = 0.740)				
ITCU1	ท่านตั้งใจจะใช้แอปพลิเคชันเฟซบุ๊กมากกว่าที่จะเลิกใช้	3.64	0.951	0.789
ITCU2	ท่านวางแผนจะใช้แอปพลิเคชันเฟซบุ๊กต่อไปในอนาคต เช่น เดือนหน้า หรือ สองสามเดือนข้างหน้า เป็นต้น	4.21	0.817	0.735
ITCU3	ท่านตั้งใจจะใช้แอปพลิเคชันเฟซบุ๊กเมื่อมีโอกาสเพื่อติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น	3.83	1.001	0.642
ITCU4	ท่านตั้งใจจะใช้แอปพลิเคชันเฟซบุ๊กในชีวิตประจำวันเสมอ	3.77	1.029	0.834

5.4 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 60.5) ช่วงอายุเฉลี่ยตั้งแต่ 21 ปีขึ้นไป โดยช่วงอายุที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ ช่วงอายุ 21 – 30 ปี (ร้อยละ 61.6) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงสุดส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า (ร้อยละ 77.3) และมีค่าเฉลี่ยในการใช้เฟซบุ๊กต่อวันที่มากที่สุด คือ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง (ร้อยละ 47) และผู้ใช้งานเฟซบุ๊กมีวัตถุประสงค์ในการใช้เฟซบุ๊ก ได้แก่ ติดตามข่าวสาร เขียนข้อความคุยกับเพื่อน แสดงความเห็นโพสต์คนอื่น ซื้อของออนไลน์ โพสต์เล่าเรื่องตัวเอง เล่นเกมส์ และอื่น ๆ ตามลำดับ อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างมีการใช้งานแอปพลิเคชันเครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ ไลน์ อินสตาแกรม เฟซบุ๊กทวิตเตอร์และอื่น ๆ ตามลำดับ

5.5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

งานวิจัยนี้ทดสอบสมมติฐานการวิจัยจากกรอบแนวคิดการวิจัยด้วยการวิเคราะห์การถดถอยแบบเชิงชั้น (Hierarchical Regression) ผลลัพธ์ที่ได้แสดงในภาพที่ 2 โดยสามารถวิเคราะห์ผลทางสถิติได้ดังนี้



**p-value < 0.05*

ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง

5.5.1 ความสัมพันธ์ระหว่างความตระหนักรู้เกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวและประสบการณ์ที่ไม่ดีเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวต่อความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว

ผลทางสถิติแสดงให้เห็นว่าประสบการณ์ที่ไม่ดีเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวและความตระหนักรู้เกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวส่งอิทธิพลต่อความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวโดยมีความผันแปรของตัวแปรตามเท่ากับร้อยละ 19 (R2 = 0.190) ซึ่งมีรายละเอียดของอิทธิพลในแต่ละปัจจัย ดังนี้

1) ความสัมพันธ์ระหว่างตระหนักรู้เกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวต่อความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว ในการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ที่กล่าวว่าความตระหนักรู้เกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวส่งผลทางบวกต่อความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวผลทางสถิติแสดงให้เห็นว่าความตระหนักรู้เกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวส่งผลทางบวกต่อความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวโดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.270 และ p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของGabel et al. (2020) ที่พบว่า ปัจจัยความตระหนักรู้ความเป็นส่วนตัวในรูปแบบให้การศึกษาแก่บุคคลในการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลและให้การศึกษาแก่บุคคลเกี่ยวกับผลกระทบทางลบที่อาจเกิดขึ้นจากการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลส่งผลต่อความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวออนไลน์

2) ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ที่ไม่ดีเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวกับความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวในการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ที่กล่าวว่าประสบการณ์ที่ไม่ดีเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวส่งผลทางบวกต่อความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว ผลทางสถิติแสดงให้เห็นว่าประสบการณ์ที่ไม่ดีเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวส่งผลทางบวกต่อความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวโดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.269 และ p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของDegirmenci (2020) ที่พบว่า ประสบการณ์เกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวส่งผลต่อความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวในการขอเข้าถึงข้อมูลความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้งานผ่านโมบายแอปพลิเคชัน

5.5.2 ความสัมพันธ์ระหว่างความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวต่อการรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว ในการทดสอบสมมติฐานที่ 3 ที่กล่าวว่าความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวส่งผลทางบวกต่อการรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว ผลทางสถิติแสดงให้เห็นว่า

ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวส่งผลทางบวกต่อการรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวโดยมีความผันแปรของตัวแปรตามเท่ากับร้อยละ 36.7 (R2 = 0.367) และมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.606 และ p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lankton and Tripp (2013) ที่พบว่า ความกังวลเกี่ยวกับข้อมูลความเป็นส่วนตัวส่งผลต่อการรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

5.5.3 ความสัมพันธ์ระหว่างความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว การรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ความคาดหวังด้านการเรียนรู้และอิทธิพลทางสังคม ต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง

ผลทางสถิติแสดงให้เห็นว่าความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว การรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยว กับความเป็นส่วนตัว ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ความคาดหวังด้านการเรียนรู้และอิทธิพลทางสังคม ส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่องโดยมีความผันแปรของตัวแปรตามเท่ากับร้อยละ 31.6 (R2 = 0.316) ซึ่งมีรายละเอียดของอิทธิพลในแต่ละปัจจัย ดังนี้

1) ความสัมพันธ์ระหว่างความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่องในการทดสอบสมมติฐานที่ 4 ที่กล่าวว่า ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวส่งผลทางลบต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง ผลทางสถิติแสดงให้เห็นว่า ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวไม่ส่งผลทางลบต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.108 และ p-value เท่ากับ 0.169ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ku et al. (2013) ที่พบว่า ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวส่งผลทางลบต่อความตั้งใจใช้งานเว็บไซต์เครือข่ายสังคมอย่างต่อเนื่อง โดยสาเหตุที่ผลของงานวิจัยไม่สอดคล้องกับงานวิจัยดังกล่าวอาจเป็นผลมาจากความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ของงานวิจัยนี้อยู่ในช่วงอายุ 21 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 94.6 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดซึ่งกลุ่มบุคคลในช่วงอายุข้างต้นมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับการจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคลของเฟซบุ๊กในระดับต่ำแม้จะมีกรณีการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้งานเฟซบุ๊กก็ตาม (ธิติมา อุรพีพัฒนพงศ์, 2561)

2) ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่องในการทดสอบสมมติฐานที่ 5 ที่กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวส่งผลทางลบต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่องผลทางสถิติแสดงให้เห็นว่า การรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวไม่ส่งอิทธิพลเชิงลบต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ -0.027และ p-value เท่ากับ 0.739 ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Raman and Aashish (2021) แสดงให้เห็นว่า การรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวส่งผลทางลบต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินบนโทรศัพท์มือถืออย่างต่อเนื่อง โดยเหตุผลที่ผลของงานวิจัยฉบับนี้ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยที่ได้กล่าวถึงในสมมติฐานการวิจัยที่ 5 อาจเป็นไปได้จากความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กมุ่งเน้นการใช้งานในด้านข้อมูล เช่น การติดตามข่าวสาร แลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันกับผู้อื่น และในด้านความเพลิดเพลิน เช่น ซื้อของออนไลน์ เล่นเกมส์ และอื่น ๆ ซึ่งไม่ได้มีการแชร์ข้อมูลส่วนบุคคล และแม้ว่าผู้ใช้งานอาจรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวจากการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลในการใช้งานจากกรณีข้อบกพร่องของเฟซบุ๊ก (ธิติมา อุรพีพัฒนพงศ์, 2561) แต่เมื่อผู้ใช้งานพิจารณาจากประโยชน์ที่จะได้รับซึ่งมีมูลค่ามากกว่าความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้น ดังนั้น ผู้ใช้งานจึงยอมรับความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นจากการใช้งานเฟซบุ๊ก (Dinev and Hart, 2006)

3) ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังด้านประสิทธิภาพต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง ในการทดสอบสมมติฐานที่ 6 ที่กล่าวว่าความคาดหวังด้านประสิทธิภาพส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง ผลทางสถิติแสดงให้เห็นว่าความคาดหวังด้านประสิทธิภาพส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.224 และ p-value 0.002 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chen et al. (2021) ที่พบว่า ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพส่งผลต่อความตั้งใจในการเรียนผ่านช่องทางออนไลน์ของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาอย่างต่อเนื่อง และ Tam et al. (2020) ที่พบว่าความคาดหวังด้านประสิทธิภาพส่งผลต่อความตั้งใจใช้โมบายแอปพลิเคชันอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นแนวทางผู้ให้บริการพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานด้านประสิทธิภาพ

4) ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังด้านการเรียนรู้ต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่องในการทดสอบสมมติฐานที่ 7 ที่กล่าวว่าความคาดหวังด้านการเรียนรู้ส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง ผลทางสถิติแสดงให้เห็นว่าความคาดหวังด้านการเรียนรู้ส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.176 และ p-value เท่ากับ 0.012 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Tam et al. (2020) ที่พบว่า ความคาดหวังด้านการเรียนรู้ส่งผลต่อความตั้งใจใช้โมบายแอปพลิเคชันอย่างต่อเนื่อง โดยการใช้งานต้องไม่ซับซ้อนและช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถที่จะเรียนรู้การใช้งานได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งจะทำให้อัตราการยอมรับการใช้งานระบบเพิ่มมากขึ้น

5) ความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลทางสังคมต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่องในการทดสอบสมมติฐานที่ 8 ที่กล่าวว่าอิทธิพลทางสังคมส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซ บุ๊กอย่างต่อเนื่อง ผลทางสถิติแสดงให้เห็นว่า อิทธิพลทางสังคมส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.302 และ p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wu et al. (2014) ที่พบว่า อิทธิพลทางสังคมส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจในการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่อง ซึ่งเมื่อบุคคลรอบข้างที่ส่งผลกระทบต่อบุคคลมีการยอมรับการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผู้ใช้งานจะได้รับผลกระทบและเกิดการยอมรับการใช้งาน

จากผลการวิเคราะห์ทางสถิติด้วยการถดถอยแบบเชิงชั้น (Hierarchical Regression) นั้น ผู้วิจัยสามารถสรุปผลของแต่ละสมมติฐานของงานวิจัยได้ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิจัยจากสมมติฐานของงานวิจัย

สมมติฐาน	**สมมติฐานงานวิจัย**	**ผลการทดสอบ**
H1	ประสบการณ์ที่ไม่ดีเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวส่งผลทางบวกต่อความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว	สนับสนุน
H2	ความตระหนักรู้เกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวส่งผลทางบวกต่อความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว	สนับสนุน
H3	ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวส่งผลทางบวกต่อการรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว	สนับสนุน
H4	ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวส่งผลทางลบต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง	ไม่สนับสนุน
H5	การรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวส่งผลทางลบต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง	ไม่สนับสนุน
H6	ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง	สนับสนุน

ตารางที่ 2 ผลการวิจัยจากสมมติฐานของงานวิจัย (ต่อ)

สมมติฐาน	สมมติฐานงานวิจัย	ผลการทดสอบ
H7	ความคาดหวังด้านการเรียนรู้ส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง	สนับสนุน
H8	อิทธิพลทางสังคมส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง	สนับสนุน

6. สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

6.1 สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้ ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันแเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในลักษณะของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ (Online Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและประยุกต์ใช้ทฤษฎี UTAUT (The unified theory of acceptance and use of technology model) ร่วมกับ แนวคิด APCO (Antecedent – Privacy Concern – Outcome) มาเป็นแนวทางในการสร้างกรอบแนวคิดการวิจัย โดยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากร คือ กลุ่มบุคคลทั่วไปที่มีประสบการณ์ใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติจากแบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 185 ชุด ซึ่งเป็นข้อมูลที่มีการคัดกรองและเหมาะสมกับข้อตกลงทางสถิติที่เป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลตามกระบวนการวิจัยด้วยการถดถอยแบบเชิงชั้น (Hierarchical Regression) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติและเว็บเพจ Danielsoper เพื่อพิสูจน์สมมติฐานการวิจัย

ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 60.5) โดยช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ระหว่าง 21-30 ปี ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และมีค่าเฉลี่ยในการใช้เฟซบุ๊กอยู่ที่น้อยกว่า 1 ชั่วโมงในแต่ละวันนอกจากนั้นกลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กสูงสุดสามอันดับแรก ได้แก่อันดับที่ 1 ติดตามข่าวสาร อันดับที่ 2 เขียนข้อความคุยกับเพื่อน และอันดับที่ 3 แสดงความเห็นโพสต์คนอื่น

ผลการวิเคราะห์ทางสถิติเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง พบว่า ประสบการณ์ที่ไม่ดีเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวและความตระหนักรู้เกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว ส่งผลต่อความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว จากผลการวิจัยพบอีกว่า ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวส่งผลต่อการรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว นอกจากนี้ผลการวิจัยยังแสดงให้เห็นว่าความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ความคาดหวังด้านการเรียนรู้ และอิทธิพลทางสังคมส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวและการรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตาม จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวและความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่องไม่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากผู้ใช้งานส่วนใหญ่ใช้งานเฟซบุ๊กในการติดตามข่าวสารเป็นหลัก ซึ่งไม่จำเป็นต้องเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลทำให้ไม่มีความกังวลเกี่ยวกับการใช้งานเฟซบุ๊ก อีกทั้ง ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวกับความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่องไม่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากผู้ใช้งานยอมรับความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นจากการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก เนื่องจากผู้ใช้งานพิจารณาประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้งานนั้นเทียบเท่าหรือมากกว่าความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้น

6.2 ข้อเสนอแนะในเชิงปฏิบัติ

ผู้ให้บริการเฟซบุ๊กและองค์กรสามารถนำงานวิจัยไปประยุกต์ใช้ได้ ดังนี้

1) ผู้ให้บริการต้องพิจารณาถึงการขยายขนาดกลุ่มผู้ใช้งานในหลายช่วงอายุเนื่องจากปัจจุบันผู้คนเริ่มหันมาสนใจเรื่องเทคโนโลยีมากขึ้นและแอปพลิเคชันต้องอาศัยจำนวนผู้ใช้งานเพื่อเกิดผลกระทบของเครือข่าย (Network Effect) ซึ่งเฟซบุ๊กถือเป็นแอปพลิเคชันอันดับต้น ๆ ที่คนมักสนใจใช้งาน เนื่องจากได้รับอิทธิพลจากสภาพแวดล้อมด้านต่าง ๆ เช่น ครอบครัว เพื่อนและดารา เป็นต้น อีกทั้งแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กยังช่วยส่งเสริมความทันสมัยให้กับผู้ใช้งานซึ่งอาจส่งผลให้ผู้ที่ไม่เคยมีประสบการณ์ใช้งานเกิดความสนใจในการหันมาใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กมากขึ้น

2) ผู้ให้บริการเฟซบุ๊กควรคำนึงถึงการเพิ่มรูปแบบการใช้งานเฟซบุ๊กในด้านใหม่ ๆ เช่น ด้านข้อมูล ด้านการศึกษาและด้านอื่น ๆ ที่จะช่วยผู้ใช้งานเฟซบุ๊กรู้สึกถึงการใช้งานที่มีประสิทธิภาพตามที่ผู้ใช้งานคาดหวัง นอกจากนั้นผู้ให้บริการเฟซบุ๊กควรพัฒนาเทคโนโลยีในการศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้งาน เช่น ปัญญาประดิษฐ์ในการเรียนรู้เพื่อเก็บข้อมูล ประวัติการเข้าชมเนื้อหาหรือการใช้งานต่าง ๆ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการนำเสนอเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งานเฟซบุ๊กในครั้งถัดไปซึ่งจะช่วยกระตุ้นให้ผู้ใช้งานเกิดความพึงพอใจและการใช้งานที่ต่อเนื่องมากขึ้น

3) ผู้ให้บริการต้องพิจารณาถึงฟีเจอร์การใช้งานบางส่วน เช่น การติดตามข่าวสารการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับผู้อื่น การแสดงความเห็นให้มีความไม่ซับซ้อนจนเกินไป เพื่อให้เกิดความง่ายในการเรียนรู้ที่จะใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กสำหรับบุคคลทุกเพศและทุกวัย เพื่อให้ผู้ใช้งานเกิดการตอบสนองได้อย่างรวดเร็วและเปิดใจที่จะยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก

4) ผู้ให้บริการต้องให้ความสำคัญกับการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้งาน โดยมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ รวมถึงต้องมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ในการให้ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบต่าง ๆ ของการละเมิดความเป็นส่วนตัว เพื่อให้ผู้ใช้งานเกิดความเข้าใจและตระหนักรู้เกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว ซึ่งหากประชาชนขาดความตระหนักรู้และความเข้าใจถึงผลเสียที่จะเกิดขึ้นจากการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล จะนำไปสู่ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้จะส่งผลให้การรับรู้ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัวที่มากขึ้น เนื่องจากผู้ใช้งานอาจรับรู้ว่ามีโอกาสในการสูญเสียข้อมูลส่วนบุคคลเมื่อทำการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก

6.3 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยต่อเนื่อง

เพื่อประโยชน์ในด้านการสร้างองค์ความรู้ใหม่ ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังต่อไปนี้

1) การวิจัยครั้งนี้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 21 – 40 ปีซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มเจเนอเรชันแซด และ เจเนอเรชันวาย ซึ่งอาจมีความแตกต่างกันในด้านความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวและการรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวจากกลุ่มคนเจเนอเรชันเอกซ์และ กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ (ณัฐพล ม่วงทำ, 2563) จึงขอเสนอแนะงานวิจัยต่อเนื่องว่าควรศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยดังกล่าวในกลุ่มคนหลากหลายช่วงอายุ

2) การวิจัยครั้งนี้ พบว่า ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวและการรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาถึงผลประโยชน์จากการใช้งานที่มีมากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น ดังนั้น งานวิจัยต่อเนื่องควรศึกษากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 21 – 40 ปี ในงานวิจัยอื่นที่มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้งานเพื่อยืนยันผลวิจัยของปัจจัยความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวและการรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานด้านเครือข่ายสังคมออนไลน์

3) การวิจัยครั้งนี้ พบว่า ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ความคาดหวังด้านการเรียนรู้ และอิทธิพลทางสังคมส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่องดังนั้น งานวิจัยในอนาคตจึงขอเสนอแนะงานวิจัยต่อเนื่องในการศึกษาแอปพลิเคชันเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น แอปพลิเคชันไลน์และอินสตาแกรม ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันที่มีการเก็บข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้งานไว้เป็นจำนวนมาก และเป็นที่นิยมใช้งานกันในปัจจุบันเพื่อขยายผลการวิจัย

บรรณานุกรม

ตฤณธวัช วงษ์ประเสริฐ และ กุลทิพย์ ศาสตระรุจิ. (2559). ทัศนคติและพฤติกรรมการใช้งานเฟซบุ๊ก (Facebook) ของวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร. *วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม นิด้า, 3*(2), 29-46. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jcin/article/view/78532

ณัฐพล ม่วงทำ (21 กันยายน 2563). *Insight* ทุก *Generation 2021* ตั้งแต่ *Baby Boomer, Gen X, Gen Y, Gen Z* ถึง *Alpha.* การตลาดวันละตอน EverydayMarketing. https://www.everydaymarketing.co/trend-insight/insight-all-generation-2021-baby-boomer-gen-x-gen-y-gen-z-alpha-from-tcdc-report/

ธิติมา อุรพีพัฒนพงศ์. (21 มีนาคม 2561). *เฟซบุ๊กฉาว กรณี 'เคมบริดจ์ แอนะลีติกา' ดูดข้อมูลผู้ใช้ เพื่อวิเคราะห์ตลาดการเมือง*. THE MOMENTUM. จาก https://themomentum.co/cambridge-analytica-scandal-and-facebook/

Chatterjee, S., Chaudhuri, R., Vrontis, D., & Hussain, Z. (2023). Usage of smartphone for financial transactions: from the consumer privacy perspective. *Journal of Consumer Marketing*, *40*(2), 193-208. from https://doi.org/10.1108/JCM-03-2021-4526

Chen, M., Wang, X., Wang, J., Zuo, C., Tian, J., & Cui, Y. (2021). Factors affecting college students' continuous intention to use online course platform. *SN Computer Science*, 2, 1-11. https://doi.org/10.1007/s42979-021-00498-8

Daniel, S. (n.d.a). *Indirect Effect Calculator for Mediation Models.* https://www.danielsoper.com/statcalc/calculator.aspx?id=32

Daniel, S. (n.d.b). *Sobel Test Calculator for the Significance of Mediation.* https://www.danielsoper.com/statcalc/calculator.aspx?id=31

Degirmenci, K. (2020). Mobile users' information privacy concerns and the role of app permission requests. *International Journal of Information Management*, *50*, 261-272. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.05.010

Dinev, T., & Hart, P. (2006). An extended privacy calculus model for e-commerce transactions. *Information systems research, 17*(1), 61-80. from https://doi.org/10.1287/isre.1060.0080

Faul, F., Erdfelder, E., Buchner, A., & Lang, A.-G. (2009). Statistical power analyses using G*Power 3.1: Tests for correlation and regression analyses. *Behavior Research Methods*, *41*(4), 1149-1160. https://doi.org/10.3758/BRM.41.4.1149

Gabel, M., Foege, J. N., & Nüesch, S. (2020). Privacy Awareness under Scrutiny: Field Experimental Evidence on Health Data Protection in Underserved Communities. *ICIS 2020 Proceedings.7.* https://aisel.aisnet.org/icis2020/is_health/is_health/7

Hinton, P., McMurray, I., & Brownlow, C. (2014). *SPSS explained.* Routledge. https://doi.org/10.4324/9781315797298

Ioannou, A., Tussyadiah, I., & Lu, Y. (2020). Privacy concerns and disclosure of biometric and behavioral data for travel. *International Journal of Information Management*, *54*, 102122. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102122

Iqbal, M. (2023, May 2). *Facebook Revenue and Usage Statistics*. https://www.businessofapps.com/data/facebook-statistics/

Kemp, S. (2022, February 15). *DIGITAL 2022: THAILAND.* https://datareportal.com/reports/digital-2022-thailand

Ku, Y. C., Chen, R., & Zhang, H. (2013). Why do users continue using social networking sites? An exploratory study of members in the United States and Taiwan. *Information & Management*, *50*(7), 571-581. https://doi.org/10.1016/j.im.2013.07.011

Lankton, N. K., & Tripp, J. F. (2013). A Quantitative and Qualitative Study of Facebook Privacy using the Antecedent-Privacy Concern-Outcome Macro Model. In *AMCIS.* https://core.ac.uk/download/pdf/301360298.pdf

Malhotra, N. K., Kim, S. S., & Agarwal, J. (2004). Internet users' information privacy concerns (IUIPC): The construct, the scale, and a causal model. *Information systems research, 15*(4), 336-355. https://doi.org/10.1287/isre.1040.0032

Menard, P., & Bott, G. J. (2020). Analyzing IOT users' mobile device privacy concerns: Extracting privacy permissions using a disclosure experiment. *Computers & Security*, *95*, 101856. https://doi.org/10.1016/j.cose.2020.101856

Omrani, N., & Soulié, N. (2018). Individual, Contextual and Macro Antecedents of Online Privacy Concern: The Case of Data Collection in Europe. *Available at SSRN 3168714.* http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3168714

Raman, P., & Aashish, K. (2021). To continue or not to continue: A structural analysis of antecedents of mobile payment systems in India. *International Journal of Bank Marketing*, *39*(2), 242-271. https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2020-0167

Shao, Z., Zhang, L., Li, X., & Guo, Y. (2019). Antecedents of trust and continuance intention in mobile payment platforms: The moderating effect of gender. *Electronic Commerce Research and Applications*, *33*, 100823. from https://doi.org/10.1016/j.elerap.2018.100823

Smith, H. J., Dinev, T., & Xu, H. (2011). Information privacy research: an interdisciplinary review. *MIS quarterly*, 989-1015. https://doi.org/10.2307/41409970

Tam, C., Santos, D., & Oliveira, T. (2020). Exploring the influential factors of continuance intention to use mobile Apps: Extending the expectation confirmation model. *Information Systems Frontiers*, *22*, 243-257. https://doi.org/10.1007/s10796-018-9864-5

Tian, X. F., & Wu, R. Z. (2022). Determinants of the mobile health continuance intention of elders with chronic diseases: an integrated framework of ECM-ISC and UTAUT. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 19*(16), 9980. https://doi.org/10.3390/ijerph19169980.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS quarterly*, 425-478. https://doi.org/10.2307/30036540

Wu, C. C., Huang, Y., & Hsu, C.-L. (2014). Benevolence trust: a key determinant of user continuance use of online social networks. *Information Systems and e-Business Management*, *12*, 189-211. https://doi.org/10.1007/s10257-013-0216-1