



อิทธิพลที่มีผลต่อระดับการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้เฟซบุ๊ก

โดย

นางสาวภัททิยา นภัชชัยเทพ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ  
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พ.ศ. 2556

## บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตระหนักรู้ถึงความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้เฟซบุ๊ก และศึกษาความไว้วางใจที่มีผลต่อระดับการเปิดเผยข้อมูล รวมถึงศึกษาอิทธิพลที่มีผลต่อระดับการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้เฟซบุ๊ก

งานวิจัยนี้ใช้ทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อป้องกันโรค ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ทฤษฎีหน้าตา โจฮารี ทฤษฎีการควบคุมความเป็นส่วนตัวในการติดต่อสื่อสาร และโมเดลการควบคุมการเข้าถึงข้อมูลและจำกัดการควบคุม มาประยุกต์เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ซึ่งงานวิจัยนี้ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ และนำไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 230 ชุด จากนั้นนำไปวิเคราะห์สมการถดถอย (Regression Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า เมื่อผู้ใช้เฟซบุ๊กรับรู้ถึงภัยคุกคาม หรือเคยมีประสบการณ์ที่ไม่ดีจากการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัว จะทำให้ความตั้งใจที่จะเปิดเผยข้อมูลลดลง แม้ผู้ใช้เฟซบุ๊กจะมีความตระหนักรู้ในความเป็นส่วนตัว แต่ก็ยังตั้งใจที่จะเปิดเผยข้อมูล หากมีความไว้วางใจมากก็จะเปิดเผยมากขึ้น

ประโยชน์ของงานวิจัยนี้ ส่งเสริมให้มีการเปิดเผยภัยคุกคามเฟซบุ๊กจากผู้มีประสบการณ์ ให้ผู้ใช้เฟซบุ๊กเปิดเผยน้อยลง อีกทั้งยังเป็นแนวทางให้องค์กรบรรณารักษ์หรือจัดทำนโยบายโดยเสริมสร้างให้บุคลากรเปิดเผยข้อมูลหรือความรู้สึกที่เกี่ยวกับองค์กรในแง่บวก เพื่อไม่ให้ภาพลักษณ์ขององค์กรเสียหาย นอกจากนี้ธุรกิจควรสร้างความไว้วางใจให้ผู้ใช้เฟซบุ๊ก เพื่อให้เปิดเผยข้อมูลส่วนตัวมากขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจการขายสินค้าผ่านเฟซบุ๊ก เนื่องจากการเปิดเผยข้อมูลในเฟซบุ๊กทำให้ทราบว่ามีกลุ่มลูกค้ามีทัศนคติหรือความชื่นชอบอย่างไรบ้าง

## Abstract

The objectives of this research are to study the awareness of the privacy in using Facebook, trust that affects the level of disclosure and the level of disclosure of personal information on Facebook.

This research uses Protection Motivation Theory, Theory of Planned Behavior, Johari Window Theory, Communication Privacy Management Theory and Restricted Access/ Limited Control to develop a conceptual framework. The data was gathered by using online questionnaires on Facebook. There are 230 respondents participating in this research. The data were analyzed by using Regression Analysis to determine the relationship between independent variables and dependent variables via SPSS Statistic Software

The research results indicate that Facebook users will disclose less personal information when they aware of the threat or experience terribly feedback from disclosing their personal information. In addition the level of disclosure of privacy information depends on the level of their trust.

The benefit of this research is to promote the disclosure of bad experience of Facebook users in revealing personal information on Facebook. Moreover this research can also guide the organization to create a campaign by supporting their staffs to expose their positive attitude toward the organization in order to build organization reputation. In addition, businesses should reinforce the trust so that Facebook users will disclose more personal information. These disclosure will benefit the business on selling products through Facebook because they can see customers or Facebook users' attitudes toward the organization, or know their customers' personality, or contents towards the products.