

ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

Factors Affecting the Behavior of Online Social Networks

นักสกร กรวยสวัสดิ์¹

Napassakorn Kruaysawat

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นการวิเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในปัจจุบัน จำนวน 12 บทความ โดยการวิเคราะห์ความถี่ของปัจจัยต่างๆ ที่กล่าวถึงในบทความ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในปัจจุบัน ได้แก่ ลักษณะทางสังคมและบรรทัดฐานของกลุ่มผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ลักษณะส่วนบุคคล แรงจูงใจและความสามารถของบุคคล ทศนคติเกี่ยวกับความไว้วางใจ ความปลอดภัยของระบบและความเป็นส่วนตัว คุณค่าทางด้านความบันเทิง การได้รับประโยชน์จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ นอกจากนี้ยังได้นำเสนอผลกระทบที่เกิดจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ ด้านทศนคติ ด้านความเป็นส่วนตัว และด้านความปลอดภัยของข้อมูล

Abstract

This article analyzes the research on factors affecting the behavior of online social networking in the current number of 12 articles by analyzing the frequency of various factors. The article discusses the factors that affect the behavior of the current online social networks such as social and norms of social network users online, personal characteristics, motivation and the ability of individual, attitudes about trust, system security and privacy, entertainment value, to benefit from the use of social networking online. It also presents the effects of using online social networks such as the attitude, the private and safety data.

คำสำคัญ: เครือข่ายสังคมออนไลน์ การแลกเปลี่ยนความรู้

Keywords: Online Social Networks, Knowledge Sharing

บทนำ

ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตเป็นที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย มีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย สามารถใช้งานได้ง่ายและสะดวกรวดเร็ว การใช้งานอินเทอร์เน็ตสามารถแบ่งออกเป็น 2 ยุค ได้แก่ ยุคแรกเรียกว่า Web 1.0 ซึ่งมีลักษณะการนำเสนอข้อมูลทางเดียว เนื่องจาก

ผู้จัดทำเว็บไซต์จะทำหน้าที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหรือนำเสนอเนื้อหา ให้กับผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเพียงอย่างเดียว ผู้ใช้งานไม่สามารถโต้ตอบข้อมูลบนเว็บไซต์ได้ ต่อมาในยุคที่สอง เรียกว่า Web 2.0 เป็นการเน้นให้อินเทอร์เน็ตมีศักยภาพในการใช้งานมากขึ้น ผู้ใช้สามารถมีส่วนร่วมในการโต้ตอบข้อมูลที่อยู่บนเว็บไซต์ สามารถสร้างข้อมูล

¹ บรรณารักษ์ ห้องสมุดและสารสนเทศวิทยาเขตหนองคาย มหาวิทยาลัยขอนแก่น

หรือเนื้อหาเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันได้ทั้งระดับปัจเจกบุคคล และระดับกลุ่ม การเติบโตของอินเทอร์เน็ตในยุคนี้ทำให้เกิดเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นสังคมออนไลน์ที่ช่วยให้คนสามารถทำความรู้จักกัน เปิดเผยข้อมูลส่วนตัว รูปภาพ วิดีโอ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและความสนใจร่วมกัน (Cheung, Chiu, & Lee, 2010) จากสถิติพบว่าปัจจุบันมีคนกว่า 100 ล้านคนทั่วโลกที่ติดต่อผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีการใช้ Facebook, MySpace, LinkedIn และเครือข่ายอื่นๆ ซึ่งแต่ละคนสามารถที่จะสร้าง Profile ของตนเอง และสามารถเชื่อมต่อกับ Profile ของบุคคลอื่นเพื่อใช้ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันได้ (Cheung & Lee, 2010) เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้รับความนิยมสูงสุดไม่เพียงเฉพาะในกลุ่มของนักศึกษามหาวิทยาลัยเท่านั้น แม้แต่บรรดาผู้นำองค์กรชั้นนำของโลก กลุ่มคนทำงานที่มีหลากหลายวัย ต่างก็ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กันอยู่เป็นประจำ

คำว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์มีผู้ให้ความหมายไว้หลากหลาย แต่ในบทความนี้จะใช้ความหมายของ อติเทพ บุตรราช (2553) ซึ่งได้ให้นิยามคำว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง กลุ่มคนที่รวมกันเป็นสังคมและมีการทำกิจกรรมร่วมกันบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งอยู่ในรูปแบบของเว็บไซต์มีการแพร่ขยายออกไปเรื่อยๆ โดยใช้รูปแบบของการติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีการสร้างเครือข่ายชุมชนเสมือนบนเครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการติดต่อสื่อสาร การทำกิจกรรมต่างๆ รวมทั้งการใช้ประโยชน์ทางด้านการศึกษา ธุรกิจ และความบันเทิง คนในสังคมปัจจุบันส่วนใหญ่จะใช้ชีวิตอยู่กับสังคมออนไลน์เพิ่มมากขึ้น มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อบอกเล่าเรื่องราว ประสบการณ์ รูปภาพ และวิดีโอ ที่ผู้ใช้จัดทำขึ้นเอง หรือพบเจอจากสื่อต่างๆ แล้วนำมาแบ่งปันให้กับเพื่อนและผู้คนที่อยู่ในเครือข่ายของตนได้ทราบผ่านทางเว็บไซต์ของเครือข่ายสังคมออนไลน์ นอกจากนั้นเว็บไซต์ที่ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ยังสามารถแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม (สุภาภรณ์ เพชรสุภา, 2554) ได้แก่ (1) กลุ่มเว็บไซต์เผยแพร่ "ตัวตน" เป็นเว็บไซต์

ที่มีลักษณะใช้นำเสนอตัวตน และเผยแพร่เรื่องราวของตนเองผ่านทางอินเทอร์เน็ต หรือผู้ใช้สามารถเขียน Blog สร้างอัลบั้มรูปของตัวเอง สร้างกลุ่มเพื่อนในห้องเรียน และสร้างเครือข่ายเพื่อการเรียนรู้ขึ้นมาได้ ตัวอย่างเว็บไซต์ประเภทนี้คือ myspace.com, hi5.com และ facebook.com เป็นต้น (2) กลุ่มเว็บไซต์เผยแพร่ "ผลงาน" อาจจะเป็นผลงานของกลุ่มหรือผลงานของตัวเอง โดยสามารถนำเสนอในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นวิดีโอ รูปภาพ หรือเสียงอาจารย์สอนที่ได้จากการบันทึกในชั้นเรียน เป็นต้น ตัวอย่างเว็บไซต์ประเภทนี้เช่น YouTube.com, Yahoo VDO, Google VDO, Flickr.com, Multiply.com เป็นต้น (3) กลุ่มเว็บไซต์ที่มีความสนใจเกี่ยวกับเรื่องเดียวกัน อาจเป็นลักษณะ Online Bookmarking หรือ Social Bookmarking โดยมีแนวคิดที่ว่า แทนที่เราจะทำ Bookmark เว็บไซต์ที่เราชอบ หรือบทความรายงานที่เกี่ยวข้องกับการเรียน เก็บไว้ในเครื่องของเราคนเดียว เราก็สามารถทำ Bookmark เก็บไว้บนเว็บไซต์แทน เพื่อเป็นการแบ่งให้เพื่อนๆ คนอื่นเข้ามาดูได้ด้วย และเราก็สามารถดูได้ว่าเว็บไซต์ใดที่ได้รับความนิยมมาก หรือเป็นที่น่าสนใจ โดยดูจากจำนวนตัวเลขที่เว็บไซต์นั้นถูก Bookmark เอาไว้จากสมาชิกคนอื่นๆ ตัวอย่างเว็บไซต์นี้ ได้แก่ Delicious, Digg, Zickr, Duocore.tv เป็นต้น (4) กลุ่มเว็บไซต์ที่ใช้สำหรับการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม การทำงานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่เปิดโอกาสให้สมาชิกทุกคนในกลุ่มสามารถเข้ามานำเสนอข้อมูล ความคิดหรือต่อยอด เรื่องราวต่างๆ ได้ ตัวอย่างเว็บไซต์นี้ ได้แก่ WikiPedia ซึ่งเป็นสารานุกรมต่อยอดที่อนุญาตให้ใครก็ได้เข้ามาช่วยกันเขียน และแก้ไขบทความต่างๆ ได้ตลอดเวลา ทำให้เกิดเป็นสารานุกรมออนไลน์ขนาดใหญ่ที่รวบรวมความรู้ ข่าวสาร และเหตุการณ์ต่างๆ ไว้มากมาย จากที่กล่าวมาทั้งหมดจะเห็นได้เว็บไซต์ที่ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีการพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่องเพื่อประโยชน์ในการใช้งานในด้านต่างๆ และสามารถแลกเปลี่ยนความรู้ร่วมกันได้อย่างสะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

ในขณะนี้ Facebook จัดเป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในโลกและมีรายงานผลตัวเลขที่น่าสนใจเกี่ยวกับ Facebook พบว่าผู้ที่ใช้งาน Facebook มากกว่า 50% ไม่ได้เป็นนักศึกษา กลุ่มอายุที่มีการใช้งานที่เติบโตรวดเร็วมากที่สุดคือ กลุ่มคนอายุ 30 ปีขึ้นไป เฉลี่ยเวลาในการใช้งาน 20 นาทีต่อครั้ง มีผู้ใช้งานมากกว่า 15 ล้านคนที่อพยพสถานะอย่างน้อยวันละหนึ่งครั้ง และในแต่ละเดือนมีการอัปโหลดคลิปวิดีโอมากกว่า 5 ล้านคลิปวิดีโอ (ตัวเลขน่าสนใจจาก Facebook, 2554) ซึ่งจากสถิติที่กล่าวมาแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนในสังคมปัจจุบันที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และเริ่มเข้ามามีบทบาทหรือเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของคนวัยทำงานที่ใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะในปัจจุบันสามารถใช้งานผ่านโทรศัพท์มือถือได้ จึงทำให้สถิติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

ดังนั้นในการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จึงสามารถกล่าวได้ว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของคนในทุกระดับ ทุกเพศและทุกวัย นอกจากนั้นการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ยังมีผลกระทบในหลายๆ ด้าน บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะการใช้

เครือข่ายสังคมออนไลน์ ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนในสังคมปัจจุบัน

กรอบการวิเคราะห์เอกสาร

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาวิเคราะห์เอกสาร โดยคัดเลือกบทความวิจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) จากฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์ ScienceDirect และ Emerald Management Database โดยใช้คำค้น คือ Social Network ร่วมกับ Knowledge Sharing, Behavior, และ Facebook เกณฑ์ในการคัดเลือกบทความ คือ เป็นบทความที่อยู่ในวารสารที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ Computers in Human Behavior, International Journal of Human-Computer Studies, Interacting with Computers, Information & Management, Decision Support Systems, The Learning organization, Online Information Review เป็นต้น ที่ตีพิมพ์ระหว่างปี ค.ศ. 2006-2011 เป็นบทความที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จากการสืบค้นเอกสารมีบทความจำนวน 12 บทความที่เกี่ยวข้องกับเรื่องดังกล่าว (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 บทความที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

บทความ	วารสาร	วัตถุประสงค์	วิธีการศึกษา
Stutzman et al. (2011)	Computers in Human Behavior	เพื่อศึกษาผู้ใช้งานบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีการเปิดเผยข้อมูลและทัศนคติเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว	เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ใช้กลุ่มตัวอย่างจากนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัย North Carolina ที่ใช้ Facebook จำนวน 122 คน ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติความเป็นส่วนตัวและพฤติกรรมการเปิดเผยข้อมูล ในการศึกษาใช้กรอบแนวคิด Communications Privacy Management (CPM) และทฤษฎี Interpersonal Theory
Lin and Lu (2011)	Computers in Human Behavior	เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้มีการเข้าร่วมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่อง	ใช้แบบสอบถามออนไลน์โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 402 คน ในการศึกษา ใช้ทฤษฎี Motivation Theory และแนวคิด Network Externalities
Chiu et al. (2011)	Online Information Review	เพื่อศึกษาเบื้องหลังแรงจูงใจของบุคคลที่ตั้งใจจะแลกเปลี่ยนความรู้ผ่านชุมชนเสมือนอย่างต่อเนื่อง	ใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 270 คน ของชุมชนเสมือนที่เป็นกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ โดยการบูรณาการทฤษฎี Expectancy Disconfirmation Theory และ Justice Theory

บทความ	วารสาร	วัตถุประสงค์	วิธีการศึกษา
Cheung et al. (2010)	Computers in Human Behavior	เพื่อศึกษาองค์ประกอบที่ทำให้นักเรียนใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook)	ใช้แบบสอบถามออนไลน์เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 182 คน ซึ่งใช้แนวคิดและทฤษฎีต่อไปนี้ในการศึกษา We-Intention, Social Influence Theory, Use and Gratifications Paradigm และ Social Presence Theory
Shin (2010)	Interacting with Computers	เพื่อพัฒนารูปแบบการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์บนพื้นฐานของความไว้วางใจซึ่งประกอบไปด้วยทัศนคติส่วนบุคคลและความตั้งใจที่จะใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 323 คน จากผู้ใช้ Facebook และ MySpace ในการศึกษานี้ใช้ทฤษฎี Theory of Reasoned Action เพื่อศึกษาถึงความรู้สึกลดภัย ความไว้วางใจ และความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์
Amichai-Hamburger and Vinitzky (2010)	Computers in Human Behavior	เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้ facebook กับพฤติกรรมการใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์	เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม โดยใช้ กลุ่มตัวอย่างจากนักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยอิสราเอล ที่ใช้ Facebook จำนวน 237 คน
Cheung and Lee (2010)	Decision Support Systems	เพื่อพัฒนารูปแบบการวิจัยของความตั้งใจที่จะมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์	เป็นการวิจัยเชิงสำรวจใช้แบบสอบถามออนไลน์ที่โพสต์ไว้ใน Facebook โดยมียกกลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนที่ใช้ Facebook วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 389 ชุด ใช้ทฤษฎีอิทธิพลทางสังคมในการศึกษา ได้แก่ Subjective Norm, Group Norm และ Social Identity
Mital et al. (2010)	The Learning Organization	เพื่อศึกษาถึงความไว้วางใจในการสื่อสารสารสนเทศ และผลกระทบของการแลกเปลี่ยนสารสนเทศกับความไว้วางใจในการเปิดเผยสารสนเทศผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์	ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 131 คน โดยใช้แบบสอบถามวัดประเภทของการแลกเปลี่ยนสารสนเทศและความไว้วางใจ ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์
Ross et al. (2009)	Computers in Human Behavior	เพื่อศึกษาธรรมชาติของการใช้ Facebook สำหรับองค์ประกอบลักษณะและความสามารถที่มีอิทธิพลต่อการใช้ Facebook	ใช้การวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัย Southwestern Ontario จำนวน 97 คน
Chow and Chan (2008)	Information & Management	เพื่อพัฒนาความเข้าใจของทุนทางสังคมในการแลกเปลี่ยนความรู้ขององค์กร	ศึกษาจากผู้จัดการบริษัทในประเทศฮ่องกงจำนวน 136 แห่ง วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 190 ชุด ในการศึกษาใช้ทฤษฎี Theory of Reasoned Action และองค์ประกอบของทุนทางสังคม
Hsu et al. (2007)	International Journal of Human-Computer Studies	เพื่อศึกษาลักษณะพฤติกรรม การแลกเปลี่ยนความรู้ในชุมชนเสมือน โดยประยุกต์จากทฤษฎีความรู้ทางสังคม (Social cognitive theory) ซึ่งประกอบไปด้วยมุมมองส่วนบุคคลและสิ่งแวดล้อม	เป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ที่โพสต์เข้าไปในชุมชนเสมือนกลุ่มต่างๆ วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 274 ชุด
Chiu et al. (2006)	Decision Support Systems	เพื่อสร้างรูปแบบที่ใช้ศึกษาเบื้องหลังแรงจูงใจของการแลกเปลี่ยนความรู้ของคนในชุมชนเสมือน โดยการบูรณาการทฤษฎีทุนทางสังคมและทฤษฎีความรู้ทางสังคม	ใช้วิธีการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญของกลุ่ม Blueshop ซึ่งเป็นชุมชนเสมือนกลุ่มหนึ่ง ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญทางด้าน IT วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 310 ชุด

วิธีการศึกษา ใช้การวิเคราะห์เอกสารใน 3 ประเด็นหลัก คือ ลักษณะการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ นอกจากนั้นยังศึกษาถึงผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยวิเคราะห์บทความต่างๆ ในส่วนของบทคัดย่อ ผลการศึกษา และสรุปผลการศึกษา โดยใช้เครื่องมือคือแบบบันทึกความถี่ เพื่อบันทึกจำนวนปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความถี่ที่กล่าวถึงในบทความมากที่สุดในแต่ละประเด็น

ลักษณะการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในปัจจุบันมีลักษณะการแลกเปลี่ยนข้อมูลหรือแลกเปลี่ยนความรู้ในรูปแบบต่างๆ เพิ่มมากขึ้น โดยส่วนใหญ่เน้นที่ปริมาณของความรู้แต่ไม่มีคุณภาพ (Chiu et al., 2006) และข้อมูลที่มีการแลกเปลี่ยนกันส่วนมากจะเป็นข้อมูลส่วนบุคคล การแลกเปลี่ยนรูปภาพ วิดีโอ การส่งข้อความ และการพูดคุยกัน (Nosko et al., 2010) นอกจากนั้น Ross, et al. (2009) กล่าวว่า Facebook ถือเป็นเครื่องมือทางสังคมที่สำคัญและเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ช่วยให้คนในสังคมมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน เนื่องจากในยุคปัจจุบัน

เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาทกับการดำเนินชีวิตประจำวันของคนในสังคม เช่น การทำงาน การศึกษา การใช้บริการต่างๆ ล้วนต้องอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศ ดังนั้น การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในปัจจุบันจึงไม่ใช่เรื่องแปลกใหม่อีกต่อไป แต่กลายเป็นสิ่งจำเป็นที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการติดต่อ สื่อสาร การแลกเปลี่ยนข้อมูล การแลกเปลี่ยนความรู้ของคนในสังคมยุคปัจจุบัน

ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนในปัจจุบันนิยมเปิดเผยข้อมูลส่วนตัว จากการศึกษานี้ของ Nosko, et al. (2010) พบว่าอายุและสถานภาพมีผลต่อการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวบนสังคมเครือข่ายออนไลน์เป็นอย่างมาก เนื่องจากผู้ใช้ที่มีอายุมากมักจะเปิดเผยข้อมูลส่วนตัว ซึ่งตรงข้ามกับบุคคลที่มีอายุน้อยก็จะเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวมากกว่า และเพศไม่ได้มีผลต่อการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวแต่อย่างใด

จากการวิเคราะห์เอกสาร สามารถสรุปปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนในปัจจุบัน (ตารางที่ 2) ได้ดังนี้

ตารางที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ปัจจัย	จำนวนบทความ ที่กล่าวถึง
ลักษณะทางสังคมและบรรทัดฐานของกลุ่มผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์	5
ลักษณะส่วนบุคคล แรงจูงใจและความสามารถของบุคคลในการแลกเปลี่ยนความรู้	3
ทัศนคติเกี่ยวกับความไว้วางใจ ความปลอดภัยของระบบและความเป็นส่วนตัว	3
คุณค่าทางด้านความบันเทิง	3
การได้รับประโยชน์จากการใช้	1

1. ลักษณะทางสังคมและบรรทัดฐานของกลุ่มผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการสื่อสารและการติดต่อกับเพื่อน ซึ่งลักษณะสังคมในปัจจุบันส่งเสริมและสนับสนุนให้นักเรียนมีการรวมกลุ่มกัน ทำงานร่วมกันมากขึ้นทำให้เกิดการใช้ประโยชน์จาก

Facebook เนื่องจากสามารถโพสต์ข้อความหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลให้เพื่อน ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว นอกจากนั้นยังสามารถพูดคุยกันได้แบบ Real Time กับเพื่อนที่อยู่ในสถานะออนไลน์ได้เช่นเดียวกับ MSN ลักษณะทางสังคมสามารถสร้างความรู้สึกรักการเป็นเจ้าของเมื่อใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และเป็นสมาชิกของชุมชนออนไลน์นั้นๆ

(Cheung, et al., 2010) นอกจากนั้น ยังช่วยอธิบาย พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ การสร้าง ตัวตนทางสังคม ทำให้มีจำนวนของผู้ใช้งานเครือข่าย ในปัจจุบันเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้เกิดบรรทัดฐานทางสังคม ที่คนนิยมแลกเปลี่ยนความรู้ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ กันอย่างกว้างขวาง (Cheung, & Lee, 2010; Chow, & Chan, 2008; Lin, & Lu, 2011) ผลการศึกษาของ Chiu, et al. (2006) พบว่าบรรทัดฐานของกลุ่มผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ยังเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างความไว้วางใจ (Trust) ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับความสัมพันธ์ในสังคม ของการแลกเปลี่ยนความรู้ร่วมกัน

2. ลักษณะส่วนบุคคล แรงจูงใจและความ สามารถของบุคคล เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ Amichai-Hamburger & Vinitzky (2010) ศึกษาพบว่า ลักษณะส่วนบุคคลมีความ สำคัญอย่างมากต่อการเลือกใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในด้านการ ตลาดเพื่อที่จะช่วยหาแนวทางใหม่ๆ สำหรับการเรียนรู้ การเข้าใจคุณลักษณะและความแตกต่างของลูกค้าแต่ละ กลุ่มได้ ซึ่งตรงกันข้ามกับผลการวิจัยของ Ross, et al. (2009) ที่ศึกษาพบว่า ปัจจัยของลักษณะส่วนบุคคลไม่มี อิทธิพลต่อการใช้ Facebook เนื่องจากเหตุผลของการ ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่ได้เกิดจากลักษณะ ส่วนบุคคล แต่เกิดจากการได้รับแรงจูงใจจากบุคคล อื่นๆ หรือจากเพื่อนในการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคม ออนไลน์ นอกจากนั้นความสามารถของแต่ละบุคคล ก็ส่งผลต่อพฤติกรรมการแลกเปลี่ยนความรู้ (Hsu, et al., 2007) เนื่องจากในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ผู้ใช้ จำเป็นต้องมีความรู้ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี คอมพิวเตอร์และสามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ จึงจะสามารถ ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ทักษะเกี่ยวกับความไว้วางใจ ความปลอดภัย ของระบบและความเป็นส่วนตัวก็ส่งผลต่อความตั้งใจ ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และการแลกเปลี่ยน ความรู้ Shin (2010) ศึกษาพบว่า ทักษะด้านความไว้วางใจ มีความสัมพันธ์กับการยอมรับความรู้สึกปลอดภัยในการ ใช้งาน ซึ่งความไว้วางใจถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อการ แลกเปลี่ยนความรู้และเปิดเผยข้อมูลผ่านเครือข่ายสังคม

ออนไลน์ (Mital, et al., 2010 ; Shin, 2010) และทัศนคติ ความเป็นส่วนตัวก็ส่งผลต่อพฤติกรรมการเปิดเผยข้อมูล เช่นกัน (Stutzman, et al., 2011) จากผลการศึกษา นี้สามารถอธิบายได้ว่า เมื่อผู้ใช้บริการมีทัศนคติทางบวก ในเรื่องต่างๆ ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น จะช่วยส่งเสริมให้ เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้และเปิดเผยข้อมูล แต่ถ้าหาก ผู้ใช้บริการมีทัศนคติทางลบ การแลกเปลี่ยนความรู้ผ่าน เครือข่ายสังคมออนไลน์ก็จะไม่ประสบผลสำเร็จ

4. คุณค่าทางด้านความบันเทิง หมายถึง เมื่อ ผู้ใช้บริการมีความรู้สึกเพลิดเพลินและสนุกในการใช้ เทคโนโลยีสำหรับการแลกเปลี่ยนข้อมูลและความรู้ผ่าน เครือข่ายสังคมออนไลน์ ก็จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความ พึงพอใจ มีความตั้งใจในการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่าง กันมากขึ้น และเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้มีการใช้บริการ เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่อง (Chiu, et al., 2011; Cheung, et al., 2010; Lin, & Lu, 2011)

5. การได้รับประโยชน์จากการใช้เครือข่าย สังคมออนไลน์ เป็นปัจจัยที่ช่วยทำให้คนนิยมใช้บริการ มากขึ้น เนื่องจาก ผู้ใช้บริการเครือข่ายสามารถติดต่อกับ เพื่อน คนรู้จัก ตลอดจนได้รู้จักเพื่อนใหม่ๆ ได้แลกเปลี่ยน ข้อมูล ความรู้กับบุคคลอื่น อีกทั้งยังมีความเชื่อว่าระบบ จะมีการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ มากขึ้น ซึ่งช่วยให้คนใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ อย่างต่อเนื่อง (Lin, & Lu, 2011)

ผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในปัจจุบัน ส่งผลกระทบในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ด้านทัศนคติ ผู้ที่ใช้บริการเครือข่าย สังคมออนไลน์สำหรับการแลกเปลี่ยนข้อมูลและความรู้ จะมีทัศนคติในด้านต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปและมีมุมมอง ที่หลากหลายเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากการได้รับข้อมูล สารสนเทศที่ทันสมัยอยู่เสมอ ซึ่งตรงกันข้ามกับบุคคลที่ ไม่ได้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ มักจะปฏิเสธข้อมูลใหม่ๆ หรือปฏิเสธมุมมองที่มีความแตกต่างไปจากเดิม (Levitan, & Visser, 2008) จากผลการศึกษาที่พบดังกล่าว สามารถ อธิบายได้ว่า การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นประโยชน์ ต่อผู้ใช้บริการในด้านการปรับเปลี่ยนทัศนคติ ถึงแม้จะ

ไม่ได้ส่งผลโดยตรงกับผู้ใช้ในทันที แต่จะเป็นเครื่องมือที่จะช่วยปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและทัศนคติในด้านต่างๆ ของผู้ใช้ในอนาคตได้

2. ด้านความเป็นส่วนตัว ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ปัจจุบันมีความสะดวกรวดเร็ว ผู้ใช้สามารถใช้บริการผ่านโทรศัพท์มือถือเพื่อส่งข้อความรูปภาพ หรือแลกเปลี่ยนความรู้สึกระหว่างกันได้ ข้อมูลที่ส่งนั้นจะเป็นข้อมูลสาธารณะที่ทุกคนสามารถเข้าไปดูหรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้ ไม่มีระยะเวลาที่กำหนด ดังนั้นความเป็นส่วนตัวอาจจะถูกคุกคามได้ ขึ้นอยู่กับมารยาทของผู้ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ หรืออาจมีการเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นด้านลบของผู้อื่น ยกตัวอย่างเช่น พนักงานที่ลาออกจากบริษัทมีการเผยแพร่ข้อมูลด้านลบของผู้จัดการหรือหัวหน้าให้คนอื่น ๆ รับรู้ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Van Eecke, & Truyens, 2010) ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม ดังนั้น ผู้ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์อาจจะไม่ได้รับความเป็นส่วนตัวมากนัก เพราะข้อมูลที่โพสต์เข้าไปใน Profile จะมีลักษณะเป็นข้อมูลสาธารณะที่เพื่อนในกลุ่มทั้งหมดสามารถดูและแสดงความคิดเห็นได้ หรือบางครั้งสมาชิกคนอื่นที่ไม่ได้อยู่ในกลุ่มก็สามารถเข้ามาดูได้ ยกเว้นมีการตั้งค่าสิทธิการเข้าใช้งานระบบ หรือใช้การพูดคุยกันแบบ Real Time เหมือน MSN เป็นต้น

3. ด้านความปลอดภัยของข้อมูล จากผลการศึกษาของ Shin (2010) ที่ศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลทำให้คนใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์เนื่องจากมีความเชื่อใจในระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล แต่ในความเป็นจริงการใช้งานผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ทั้งหมดมีโอกาสที่จะถูกขโมยข้อมูลหรือทำลายข้อมูลได้ถึงแม้ระบบที่ใช้งานจะอนุญาตให้เราตั้งค่าความปลอดภัยของข้อมูลได้ ดังนั้น จึงขึ้นอยู่กับระบบที่ใช้บริการจะมีความสามารถในการสร้างความปลอดภัยให้กับข้อมูลมากน้อยเพียงใด และตัวผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เอง ก็จะต้องตระหนักว่าข้อมูลที่นำไปไว้ใน Profile ของตน หรือข้อความต่างๆ ที่โพสต์ในเครือข่ายสังคมออนไลน์จะต้องเป็นข้อมูลที่สามารถเปิดเผยได้ หรือไม่สร้างความเสียหายให้กับผู้อื่น และที่สำคัญไม่ควรนำข้อมูลหรือสารสนเทศที่ไม่ถูกต้องไปเผยแพร่

ในเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อสร้างความเชื่อมโยงให้กับบุคคลอื่นหรือสร้างความแตกแยกในสังคม

สรุป

ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในปัจจุบัน ผลการศึกษาที่พบส่วนมากจะเกี่ยวข้องกับลักษณะสังคมที่ปัจจุบันเป็นสังคมการเรียนรู้ คนในสังคมมีลักษณะของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในด้านต่างๆ มีการรวมกลุ่มกันและทำงานเป็นทีมโดยอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วย มีความไวใจในเรื่องของระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีความไวใจเพื่อนร่วมงานหรือเพื่อนที่ติดต่อผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์มากขึ้น ผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีการเปิดเผยข้อมูล รวมทั้งมีทัศนคติในด้านบวกเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน ยอมรับแนวคิด มุมมองที่แตกต่าง และพร้อมที่จะรับข้อมูลใหม่ๆ อยู่เสมอ ซึ่งจากลักษณะดังกล่าวถือเป็นประโยชน์สำหรับการพัฒนาบุคลากรภายในหน่วยงานที่มีการจัดการความรู้เพื่อเพิ่มศักยภาพขององค์กร

เอกสารอ้างอิง

- ตัวเลขที่น่าสนใจจาก Facebook. (2554). ค้นเมื่อ 7 มีนาคม 2554, จาก <http://www.startpage.in.th/view/179904>
- สุภาภรณ์ เพชรสุภา. (2554). เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) กับการใช้ประโยชน์เพื่อการเรียนรู้ร่วมกัน. ค้นเมื่อ 28 กุมภาพันธ์ 2554, จาก <http://www.kroobannok.com/blog/29071>
- อดิเทพ บุตราช. (2553). เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network). ค้นเมื่อ 7 มีนาคม 2554, จาก <http://km.ru.ac.th/computer/?p=199>
- Amichai-Hamburger, Y., & Vinitzky, G. (2010). Social Network Use and Personality. [doi: DOI: 10.1016/j.chb.2010.03.018]. *Computers in Human Behavior*, 26(6), 1289-1295.

- Cheung, C. M. K., Chiu, P.-Y., & Lee, M. K. O. (2010). Online Social Networks: Why do Students Use Facebook? [doi: DOI: 10.1016/j.chb.2010.07.028]. **Computers in Human Behavior, In Press, Corrected Proof.**
- Cheung, C. M. K., & Lee, M. K. O. (2010). A Theoretical Model of Intentional Social Action in Online Social Networks. [doi: DOI: 10.1016/j.dss.2009.12.006]. **Decision Support Systems**, 49(1), 24-30.
- Chiu, C.-M., Hsu, M.-H., & Wang, E. T. G. (2006). Understanding Knowledge Sharing in Virtual Communities: An Integration of Social Capital and Social Cognitive Theories. [doi: DOI: 10.1016/j.dss.2006.04.001]. **Decision Support Systems**, 42(3), 1872-1888.
- Chiu, C.-M., Wang, E. T. G., Shih, F.-J., & Fan, Y.-W. (2011). Understanding Knowledge Sharing in Virtual Communities: An Integration of Expectancy Disconfirmation and Justice Theories. **Online Information Review**, 35(1).
- Chow, W. S., & Chan, L. S. (2008). Social Network, Social Trust and Shared Goals in Organizational Knowledge Sharing. [doi: DOI: 10.1016/j.im.2008.06.007]. **Information & Management**, 45(7), 458-465.
- Hsu, M.-H., Ju, T. L., Yen, C.-H., & Chang, C.-M. (2007). Knowledge Sharing Behavior in Virtual Communities: The Relationship Between Trust, Self-efficacy, and Outcome Expectations. [doi: DOI: 10.1016/j.ijhcs.2006.09.003]. **International Journal of Human-Computer Studies**, 65(2), 153-169.
- Levitan, L. C., & Visser, P. S. (2008). The Impact of the Social Context on Resistance to Persuasion: Effortful Versus Effortless Responses to Counter-attitudinal Information. [doi: DOI: 10.1016/j.jesp.2007.03.004]. **Journal of Experimental Social Psychology**, 44(3), 640-649.
- Lin, K.-Y., & Lu, H.-P. (2011). Why People Use Social Networking Sites: An Empirical Study Integrating Network Externalities and Motivation Theory. [doi: DOI: 10.1016/j.chb.2010.12.009]. **Computers in Human Behavior, In Press, Corrected Proof.**
- Mital, M., Israel, D., & Agarwal, S. (2010). Information Exchange and Information Disclosure in Social Networking Web Sites: Mediating Role of Trust. [DOI:10.1108/09696471011082349]. **Learning Organization**, 17(6), 479-490.
- Nosko, A., Wood, E., & Molema, S. (2010). All About me: Disclosure in Online Social Networking Profiles: The Case of FACEBOOK. [doi: DOI: 10.1016/j.chb.2009.11.012]. **Computers in Human Behavior**, 26(3), 406-418.
- Ross, C., Orr, E. S., Sisic, M., Arseneault, J. M., Simmering, M. G., & Orr, R. R. (2009). Personality and Motivations Associated with Facebook Use. [doi: DOI: 10.1016/j.chb.2008.12.024]. **Computers in Human Behavior**, 25(2), 578-586.
- Shin, D.-H. (2010). The Effects of Trust, Security and Privacy in Social Networking: A Security-Based Approach to Understand the Pattern of Adoption. [doi: DOI: 10.1016/j.intcom.2010.05.001]. **Interacting with Computers**, 22(5), 428-438.
- Stutzman, F., Capra, R., & Thompson, J. (2011). Factors Mediating Disclosure in Social Network Sites. [doi: DOI: 10.1016/j.chb.2010.10.017]. **Computers in Human Behavior**, 27(1), 590-598.
- Van Eecke, P., & Truysens, M. (2010). Privacy and Social Networks. [doi: DOI: 10.1016/j.clsr.2010.07.006]. **Computer Law & Security Review**, 26(5), 535-546.