

การแบ่งปันข้อมูลการดูแลสุขภาพบนเครือข่ายสังคมออนไลน์

พุฒิสรณ์ ย่อมเจริญ*

บริษัท ดีเคเอสเอช (ประเทศไทย) จำกัด

*Correspondence: puttisorn.yomcharoen@gmail.com

doi:

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณในรูปแบบของการสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการแบ่งปันข้อมูลการดูแลสุขภาพบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ จากผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กในประเทศไทยทั้งสิ้น 187 คน

ผลจากการวิจัยพบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองส่งผลเชิงบวกต่อความคาดหวังในผลของการกระทำ ส่วนปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการแบ่งปันข้อมูล ได้แก่ การรับรู้ความสามารถของตนเอง ความคาดหวังในผลของการกระทำ ความเพลิดเพลินในการช่วยเหลือผู้อื่น ความแข็งแกร่งของการเกาะเกี่ยวกันทางสังคม และความเชื่อมั่นในข้อมูล ซึ่งประกอบด้วย มิติด้านคุณภาพตามเนื้อแท้ มิติด้านปฏิสัมพันธ์ และมิติด้านการนำเสนอ โดยความเชื่อมั่นในข้อมูลเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการแบ่งปันข้อมูลการดูแลสุขภาพบนเครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุด

คำสำคัญ: ความเชื่อมั่น ความน่าเชื่อถือ คุณภาพของข้อมูล การดูแลสุขภาพ การแบ่งปันข้อมูล

Healthcare Information Sharing Through Social Networks

Puttisorn Yomcharoen*

DKSH (Thailand) Co., Ltd.

***Correspondence:** puttisorn.yomcharoen@gmail.com doi:

Abstract

Survey research studied factors influencing healthcare information-sharing on social networks. An online survey gathered information from 187 facebook users in Thailand. Data was analyzed by simple linear and multiple regressions.

Results were that self-efficacy had a positive effect on outcome expectation. Factors positively affecting information-sharing were self-efficacy, outcome expectation, enjoyment in helping others, strength of social ties, and most influentially, trust in information. The last-mentioned consisted of trust in information, interactivity, and presentation. Trust in information was added to the traditional personal trust and trust in a system.

Keywords: Trust, Reliability, Information quality, Healthcare, Information sharing

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network) มีบทบาทมากขึ้นในชีวิตประจำวัน เนื่องจากการเข้าถึงได้โดยง่ายผ่านช่องทางต่างๆ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ หรือสมาร์ทโฟน จึงทำให้ประชาชนสามารถเข้าถึงเนื้อหาบนโลกออนไลน์ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว รวมถึงสามารถโพสต์ แชร์ กดไลค์ และแสดงความคิดเห็นต่อข้อมูลต่างๆ ได้อย่างเสรี โดยการกระทำต่างๆ เหล่านี้ บางครั้งอาจส่งผลกระทบต่อสังคมในวงกว้างได้ ซึ่งส่วนใหญ่มักเกิดจากการที่ผู้ใช้ไม่ได้คัดกรองข้อมูลข่าวสารมากมายต่างๆ ที่เข้ามาอย่างเพียงพอ และปัจจุบันผู้คนตระหนักเรื่องเกี่ยวกับสุขภาพกันมากขึ้น ทำให้เกิดการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพผ่านช่องทางต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นจากตัวบุคคล สื่อสาธารณะ หนังสือ และบทความวารสาร รวมถึงการค้นหาข้อมูลออนไลน์

ข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพ โดยเฉพาะข้อมูลการดูแลสุขภาพบนสังคมออนไลน์นั้น มีทั้งข้อมูลที่เป็นเรื่องจริงและข้อมูลที่กล่าวอ้างเกินจริง ประชาชนควรให้ความสำคัญกับคุณภาพและความน่าเชื่อถือของข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ข้อมูลการดูแลสุขภาพที่มีความละเอียดอ่อนมากกว่าข้อมูลอื่นๆ ที่มีผลต่อความมั่นคงปลอดภัยของร่างกายและชีวิต ดังที่ พล.อ.ต.นพ.อิทธพร คณะเจริญ รองเลขาธิการแพทยสภา กล่าวเอาไว้ว่า “ทุกวันนี้สื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อความเชื่อมาก บางคนหมอบอกยังงี้ก็เผลอยอมฟัง แต่พอมีคนส่งไลน์หรือแชร์เฟซบุ๊กเรื่องโน้นเรื่องนี้มาให้บู๊ป ก็รีบทำตามทันที จึงขอเตือนว่า ก่อนจะกดไลค์ กดแชร์ หรือเชื่อต่อๆ ตามกัน ควรพินิจพิจารณาและปรึกษาผู้ที่รู้จริงให้ถ่องแท้ก่อน จะได้ไม่ต้องมาเสียใจภายหลังครับ” (ไทยรัฐออนไลน์, 2558)

จากการศึกษางานวิจัยในอดีตเกี่ยวกับการแบ่งปันความรู้บนเครือข่ายสังคม ยังมีงานวิจัยจำนวนไม่มากที่กล่าวถึงเรื่อง ความเชื่อมั่นในข้อมูล ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยจึงจะทำการศึกษาพฤติกรรมการแบ่งปันข้อมูลการดูแลสุขภาพบนเครือข่ายสังคมออนไลน์โดยศึกษาถึงปัจจัยความเชื่อมั่นในข้อมูลร่วมด้วย

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการแบ่งปันข้อมูลการดูแลสุขภาพบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ การรับรู้ความสามารถของตนเอง ความคาดหวังในผลของการกระทำ ความเพลิดเพลินในการช่วยเหลือผู้อื่น ความแข็งแกร่งของการเกาะเกี่ยวกันทางสังคม และความเชื่อมั่นในข้อมูล ซึ่งประกอบด้วยมิติด้านคุณภาพตามเนื้อแท้ มิติด้านปฏิสัมพันธ์ และมิติด้านการนำเสนอ

2. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้ทำการศึกษาทฤษฎีปัญญาทางสังคม (Social cognitive theory) ร่วมกับงานวิจัยในอดีตเกี่ยวกับการแบ่งปันข้อมูลบนเครือข่ายสังคม การประเมินความเชื่อมั่นในข้อมูล และการประเมินคุณภาพของสารสนเทศบนเว็บไซต์ ได้ปัจจัยที่จะทำการศึกษาในงานวิจัยนี้ดังต่อไปนี้

ทฤษฎีปัญญาทางสังคม (Social cognitive theory) ถูกพัฒนาขึ้นโดย Bandura (1986) ในระยะแรกใช้ชื่อว่า Social learning theory ซึ่ง Bandura เสนอแนวคิดเรื่องความคาดหวังความสามารถของตนเอง (Efficacy expectation) โดยให้ความหมายว่าเป็นความคาดหวังที่เกี่ยวข้องกับความสามารถของตนในลักษณะที่เฉพาะเจาะจง และความคาดหวังนี้เป็นตัวกำหนดการแสดงออกของพฤติกรรม ต่อมา Bandura (1997) ได้ศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-efficacy) โดยให้คำจำกัดความว่า เป็นการที่บุคคลตัดสินใจเกี่ยวกับความสามารถของตนเองที่จะจัดการและดำเนินการกระทำพฤติกรรมให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด

โดยสรุปแล้ว Bandura กล่าวถึงความสัมพันธ์ของการรับรู้ความสามารถของตนเองและความคาดหวังในผลของการกระทำเอาไว้ว่า ปัจจัยทั้งสองมีความสัมพันธ์กันมาก ไม่สามารถแยกจากกันได้เด็ดขาด บุคคลที่มีความเชื่อมั่นในทักษะหรือความรู้ของตนเองสูง จะมีแนวโน้มที่จะคาดหวังผลของการกระทำนั้นไปในทางบวกมากขึ้น และบุคคลจะ

กระทำพฤติกรรมใดหรือไม่ ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับความรู้ความสามารถตนเอง อีกส่วนหนึ่งก็ขึ้นอยู่กับความคาดหวังในผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น เพราะการรับรู้ความสามารถของตนเองเป็นการตัดสินใจความสามารถของตนเองว่าจะสามารถทำงานได้ในระดับใด ในขณะที่ความคาดหวังเกี่ยวกับผลที่จะเกิดขึ้นนั้นเป็นการตัดสินใจว่าผลลัพธ์รูปแบบใดจะเกิดขึ้นจากการกระทำพฤติกรรมดังกล่าว บุคคลจะมองผลของการกระทำที่เกิดขึ้นว่าเป็นสิ่งที่แสดงถึงความเหมาะสมเพียงพอของพฤติกรรมที่ได้กระทำไป

การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-efficacy) ในบริบทของการแบ่งปันข้อมูล หมายถึงความมั่นใจของบุคคลหนึ่งเกี่ยวกับความสามารถในการแบ่งปันข้อมูล (Cabrera and Cabrera, 2002) ว่าสามารถจัดหาความรู้ที่น่าสนใจหรือมีประโยชน์มาให้ผู้อื่นได้ (Chen and Hung, 2010; Constant et al., 1996; Lin et al., 2009) การรับรู้ความสามารถของตนเองเป็นตัวกำหนดระดับความคาดหวังในผลของการกระทำ (Compeau et al., 1999; Compeau and Higgins, 1995a, 1995b; Huang and Liaw, 2005) และส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการแบ่งปันข้อมูล (Chen and Hung, 2010; Chen et al., 2009; Cheung and Lee, 2007; Kankanhalli et al., 2005; Kim et al., 2015; Lu and Hsiao, 2007; Perik, 2014)

ความคาดหวังในผลของการกระทำ (Outcome expectation) ในบริบทของการแบ่งปันข้อมูล จะเน้นในเรื่องของความคาดหวังเกี่ยวกับตัวบุคคล เช่น การได้รับการยอมรับและความเคารพที่มากขึ้น การมีเพื่อนมากขึ้น หรือการได้รับความร่วมมือที่ดีขึ้น มีงานวิจัยจำนวนมากกล่าวว่า แรงกระตุ้นภายใน เช่น ความคาดหวังในการเป็นที่จดจำในสังคม หรือความปรารถนาที่จะสร้างชื่อเสียงให้กับตนเอง จะเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการแบ่งปันข้อมูล (Ardichvili et al., 2003; Chen and Hung, 2010; Chiu et al., 2006; Kim et al., 2015; Perik, 2014; Wasko and Faraj, 2000)

ความเพลิดเพลินในการช่วยเหลือผู้อื่น (Enjoyment in helping others) ในบริบทของการแบ่งปันข้อมูล คือความพึงพอใจส่วนบุคคลจากการแบ่งปันข้อมูลเพื่อช่วยเหลือผู้อื่น (Kim et al., 2015) งานวิจัยในอดีตระบุว่า บุคคลแบ่งปันข้อมูลเพราะเชื่อว่าการได้ช่วยเหลือผู้อื่นเป็นสิ่งที่น่าสนใจและทำให้เขารู้สึกดี กล่าวคือบุคคลที่มีความเพลิดเพลินในการช่วยเหลือผู้อื่นมีแนวโน้มที่จะแบ่งปันข้อมูลมากขึ้น (Butler et al., 2007; Chang and Chuang, 2011; Cheung and Lee, 2007; Chung et al., 2015; Constant et al., 1996; Hwang, 2011; Kankanhalli et al., 2005; Kim et al., 2015; Wasko and Faraj, 2005)

ความแข็งแกร่งของการเกาะเกี่ยวทางสังคม (Strength of social ties) คือระดับของความสัมพันธ์ ปริมาณเวลา และความถี่ในการติดต่อสื่อสารกันในกลุ่มผู้ใช้งานชุมชนเสมือน (Chai et al., 2011; Chiu et al., 2006; Granovetter, 1973) งานวิจัยในอดีตระบุว่า ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมเป็นช่องทางในการไหลของข้อมูล (Tsai and Ghoshal, 1998) ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่มากขึ้น จะช่วยเพิ่มพฤติกรรมการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน (Chai et al., 2011; Chiu et al., 2006; Larson, 1992; Ring and Van de Ven, 1994)

ความเชื่อมั่นในข้อมูล (Trust in information) คือความเชื่อในตัวเองที่ข้อมูลที่จัดหามาให้เป็นข้อมูลที่ถูกต้อง การรับรู้ความน่าเชื่อถือของข้อมูลจะเป็นตัวกำหนดระดับความเชื่อมั่นของผู้ใช้ข้อมูลในการใช้ข้อมูลนั้นๆ (Kelton et al., 2008) Muilwijk (2012) ศึกษาวิจัยทั้งสิ้น 18 งาน พบคุณลักษณะที่ถูกกล่าวถึงมากที่สุด 10 ลำดับแรกคือความเป็นปัจจุบัน (Currency) ความถูกต้อง (Accuracy) ความน่าเชื่อถือ (Authority) ความสมบูรณ์ (Completeness) ความเป็นกลาง (Objectivity) ความคงที่ (Stability) การนำเสนอ (Structure) วิธีการเขียน (Writing style) ความยาวของเนื้อหา (Length) และความพร้อมใช้งาน (Availability) ตามลำดับ อนึ่ง Lucassen and Schraagen (2011) ได้พัฒนาตัวแบบเพื่ออธิบายการประเมินความเชื่อมั่นในข้อมูลของบุคคล เรียกว่า “3S-model” ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ เนื้อหา (Semantic features) การนำเสนอ (Surface features) และแหล่งที่มา (Source features) โดย Knight (2011) ได้กล่าวถึงการประเมินคุณภาพของสารสนเทศบนเว็บไซต์ไว้ว่า จะต้องให้ความสำคัญกับการเข้าถึงข้อมูล ประสิทธิภาพ และการใช้งานด้วย เรียกว่า มิติด้านปฏิสัมพันธ์ (Interactional) ประกอบด้วย ความง่ายในการเข้าถึง

ข้อมูล (Accessibility) ความพร้อมใช้งานของข้อมูล (Availability) และความเร็วในการเข้าถึงข้อมูล (Efficiency) นอกจากนี้ Knight (2011) ยังเห็นว่าส่วนของแหล่งที่มาซึ่ง Lucassen and Schraagen (2011) ได้นำเสนอไว้ นั้นสามารถผนวกรวมเข้ากับส่วนของเนื้อหาได้เป็น มิติด้านคุณภาพตามเนื้อแท้ (Intrinsic quality) และในส่วนของการนำเสนอให้คงไว้ แต่เปลี่ยนชื่อเป็น Presentation จากคุณลักษณะต่างๆ ที่ถูกกล่าวถึงในงานวิจัยที่ Muilwijk (2012) อ้างอิงไว้ ผนวกกับตัวแบบ 3S-model ของ Lucassen (2013) และการประเมินคุณภาพของสารสนเทศบนเว็บไซต์ของ Knight (2011) ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาถึงคุณลักษณะที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในข้อมูล ดังนี้

ตารางที่ 1 คุณลักษณะที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในข้อมูล

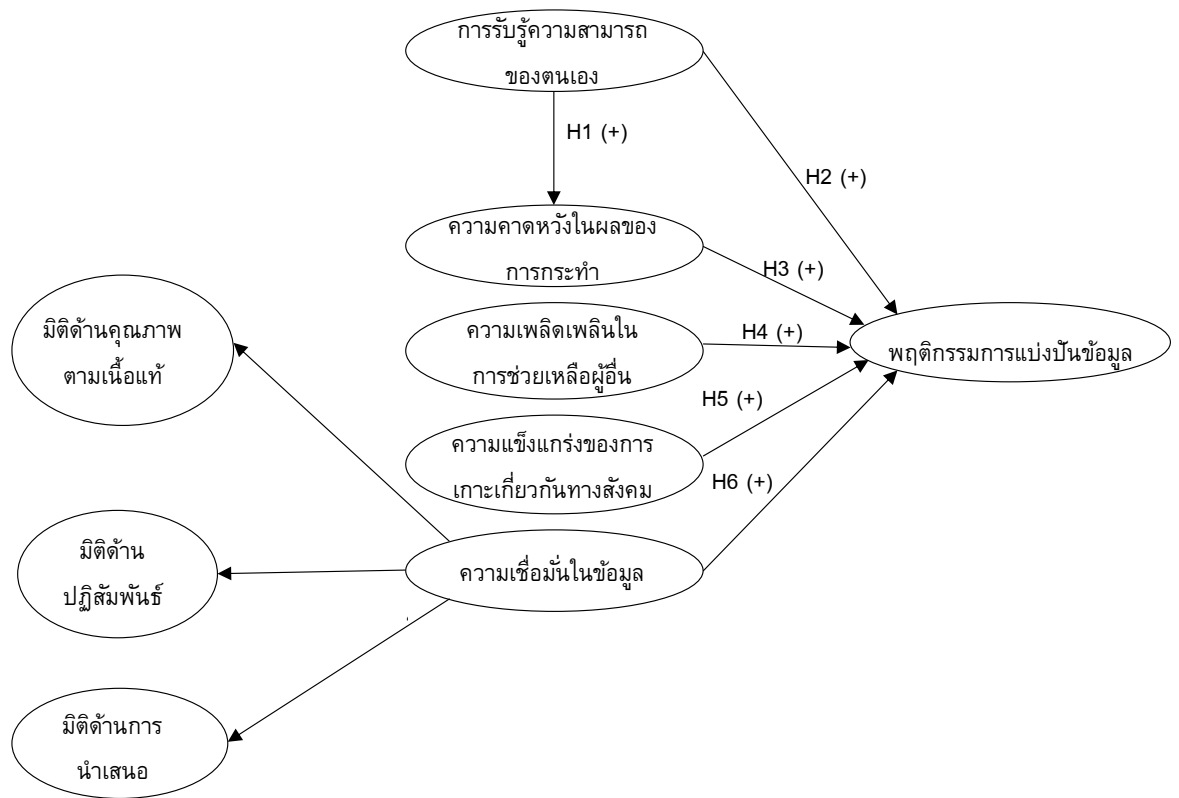
มิติ	คุณลักษณะ	คำอธิบาย
Intrinsic quality	Accuracy	ความถูกต้องของข้อมูล
	Believability	ความเป็นจริงของข้อมูล
	Objectivity	ความกลมกลืนของข้อมูล
	Reliability	ความน่าเชื่อถือของข้อมูล
	Reputation	ความน่าเชื่อถือของแหล่งที่มา
	Completeness	ความสมบูรณ์ของข้อมูล
	Currency	ความเป็นปัจจุบันของข้อมูล
Interactional	Accessibility	ความง่ายในการเข้าถึงข้อมูล
	Availability	ความพร้อมใช้งานของข้อมูล
	Efficiency	ความเร็วในการเข้าถึงข้อมูล
Presentation	Concise	ความซับซ้อนของการนำเสนอข้อมูล
	Ease of understanding	ความง่ายต่อการทำความเข้าใจข้อมูล
	Interpretability	ความชัดเจนของการนำเสนอข้อมูล
	Consistency	ความสอดคล้องของการนำเสนอข้อมูล
	Unbiased	ความเป็นกลางของการนำเสนอข้อมูล
	Value	ความเป็นประโยชน์ของข้อมูลที่น่าเสนอ
	Amount	ปริมาณของข้อมูลที่น่าเสนอ

งานวิจัยในอดีตเกี่ยวกับการแบ่งปันความรู้ มักกล่าวถึงความเชื่อมั่น ในมิติของความเชื่อมั่นในตัวบุคคลและความเชื่อมั่นในเทคโนโลยี (Chiu et al., 2006; Sharratt and Usoro, 2003) ยังมีงานวิจัยจำนวนไม่มากที่อ้างถึงความเชื่อมั่นในข้อมูล เช่น งานวิจัยของ Chai et al. (2011) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันความรู้ของบล็อกเกอร์ ซึ่งพิจารณาความเชื่อมั่นใน 3 มิติ ได้แก่ ความเชื่อมั่นในบล็อกเกอร์คนอื่น ความเชื่อมั่นในข้อมูล และความเชื่อมั่นในผู้ให้บริการ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ความเชื่อมั่นทั้ง 3 มิติ ส่งผลต่อพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ โดยที่ความเชื่อมั่นในข้อมูลมีความสำคัญกว่าความเชื่อมั่นด้านอื่นๆ

พฤติกรรมการแบ่งปันข้อมูล (Information sharing behavior) คือพฤติกรรมที่บุคคลส่งต่อข้อมูลที่หามาได้ให้กับผู้อื่นอย่างเต็มใจ (Helmstadter, 2003) ในบริบทของเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ผู้ใช้งานจะสามารถแบ่งปันข้อมูลผ่านกิจกรรมต่างๆ ได้ดังนี้ การแชร์ข้อมูลบนหน้าเฟซบุ๊กส่วนตัวหรือในกลุ่มที่เข้าร่วม การโพสต์สเตตัส และการแสดงความคิดเห็น (Chai et al., 2011; Chen and Herson, 1982)

3. กรอบแนวคิดการวิจัยและสมมติฐานการวิจัย

ผู้วิจัยได้พัฒนารอบแนวคิดการวิจัย เพื่อศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการแบ่งปันข้อมูลการดูแลสุขภาพบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยนำตัวแบบจากงานวิจัยในอดีตเกี่ยวกับการแบ่งปันข้อมูลบนเครือข่ายสังคม ที่มีอ้างอิงถึงทฤษฎีปัญหาทางสังคม (Kim et al., 2015) ปัจจัยความเพ็ดเลินในการช่วยเหลือผู้อื่น (Chung et al., 2015; Kim et al., 2015) และปัจจัยความแข็งแกร่งของการเกาะเกี่ยวกันทางสังคม (Chai et al., 2011; Chung et al., 2015; Kim et al., 2015) มาเป็นตัวแทนตั้งต้น จากนั้นจึงนำตัวแบบ 3S-model ของ Lucassen (2013) ที่ใช้อธิบายการประเมินความเชื่อมั่นในข้อมูล และกรอบงานการประเมินคุณภาพของสารสนเทศบนเว็บไซต์ของ Knight (2011) มาผนวกรวม เพื่อศึกษาถึงปัจจัยความเชื่อมั่นในข้อมูลร่วมด้วย ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

บุคคลที่มีความเชื่อมั่นในทักษะหรือความรู้ของตนเองสูง จะมีแนวโน้มที่จะคาดหวังผลของการกระทำนั้นไปในทางบวกมากขึ้น (Bandura, 1997) จากที่กล่าวมา จึงสามารถตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H1: การรับรู้ความสามารถของตนเองส่งผลเชิงบวกต่อความคาดหวังในผลของการกระทำ

บุคคลที่มีความมั่นใจในความสามารถของตนเองในการแบ่งปันความรู้ จะมีพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ที่มากขึ้น (Chen et al., 2009; Lu and Hsiao, 2007; Perik, 2014) จากที่กล่าวมา จึงสามารถตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H2: การรับรู้ความสามารถของตนเองส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการแบ่งปันข้อมูล

ความคาดหวังที่จะสร้างชื่อเสียงว่าเป็นผู้เชี่ยวชาญ เป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญที่ก่อให้เกิดการแบ่งปันความรู้กันในเว็บบอร์ด (Ardichvili et al., 2003; Wasko and Faraj, 2000) จากที่กล่าวมา จึงสามารถตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H3: ความคาดหวังในผลของการกระทำส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการแบ่งปันข้อมูล

ความเพลิดเพลินในการแบ่งปันข้อมูลเป็นปัจจัยสำคัญ ซึ่งส่งผลอย่างมากต่อการแบ่งปันข้อมูลบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Chang and Chuang, 2011; Kim et al., 2015) จากที่กล่าวมา จึงสามารถตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H4: ความเพลิดเพลินในการช่วยเหลือผู้อื่นส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการแบ่งปันข้อมูล

บุคคลจะยินดีที่จะแบ่งปันความรู้ หากมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับสมาชิกในเครือข่ายสังคมคนอื่นๆ (Chiu et al., 2006) จากที่กล่าวมา จึงสามารถตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H5: ความแข็งแกร่งของการเกาะเกี่ยวกันทางสังคมส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการแบ่งปันข้อมูล

งานวิจัยของ Chai et al. (2011) สรุปว่าความเชื่อมั่นส่งผลในทางบวกต่อพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ ความเชื่อมั่นในที่นี้เป็นตัวแปรลำดับที่สองซึ่งสะท้อนมาจาก ความเชื่อมั่นในบุคคลอื่น ความเชื่อมั่นในข้อมูล และความเชื่อมั่นในผู้ให้บริการ โดยที่ความเชื่อมั่นในข้อมูลจะมีค่าสัมประสิทธิ์มากกว่าความเชื่อมั่นด้านอื่นๆ นั่นหมายความว่าความเชื่อมั่นในข้อมูลมีความสำคัญกว่าความเชื่อมั่นด้านอื่นๆ นั่นเอง จากที่กล่าวมาข้างต้น จึงสามารถสรุปสมมติฐานได้ดังนี้

H6: ความเชื่อมั่นในข้อมูลส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการแบ่งปันข้อมูล

4. วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ในรูปแบบของการสำรวจ (Survey) โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กในประเทศไทย ซึ่งได้นำแบบสอบถามที่พัฒนามาจากงานวิจัยในอดีต (ประกอบด้วย Chai et al., 2011; Chen and Hung, 2010; Kim et al., 2015; Knight, 2011; Lucassen, 2013; Mulwijk, 2012) ไปทดสอบความเหมาะสม (Pre-test) ของแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 20 คน เพื่อประเมินถึงความเข้าใจและการใช้งานง่ายของคำถาม แล้วจึงทำการเก็บข้อมูลเพื่อทดสอบความเหมาะสมเบื้องต้นของเครื่องมือ (Pilot test) กับกลุ่มตัวอย่างอีก 30 คน โดยทำการวิเคราะห์ค่า Cronbach's alpha เพื่อทดสอบความเที่ยงของแต่ละตัวแปร และวิเคราะห์ปัจจัย (Factor analysis) เพื่อจัดกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันมากให้อยู่ในองค์ประกอบเดียวกัน จากนั้นจึงเริ่มเก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มตัวอย่าง

5. ผลการวิจัย

5.1 การทดสอบทางสถิติเบื้องต้น

จากการสอบถามข้อมูลที่ขาดหาย (Missing data) ของแบบสอบถามที่ตอบกลับมา พบว่าไม่มีข้อมูลใดที่ขาดหาย เนื่องจากผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามออนไลน์ โดยกำหนดให้ผู้ตอบแบบสอบถามจำเป็นต้องตอบในทุกข้อคำถาม

จากการสอบทานการกระจายตัวของข้อมูล พบว่าผลที่ได้ส่วนมากเป็นค่าที่อยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด มีเพียงบางตัวแปรที่มีค่ามากกว่า 3 และน้อยกว่า -3 ซึ่งค่านั้นมีค่าไม่แตกต่างกันมาก ผู้วิจัยจึงยังคงใช้ตัวแปรนี้เพื่อทำการทดสอบทางสถิติในขั้นตอนต่อไป นอกจากนี้จากการสอบทานความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร พบว่าผลที่ได้ส่วนมากเป็นค่าที่อยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด มีเพียงบางตัวแปรที่มีค่าสูงกว่า 0.8 แต่เมื่อพิจารณาแล้ว ผู้วิจัยเห็นว่าข้อคำถามดังกล่าวมีความแตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงยังคงใช้ตัวแปรดังกล่าวทำการทดสอบทางสถิติในขั้นตอนต่อไปเช่นกัน

5.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบ

งานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์ตัวแปร (Factor analysis) โดยใช้วิธีการ Principle component factor analysis หมุนแกนในลักษณะ Varimax rotation และใช้เกณฑ์ในการตัดสินจำนวนปัจจัยทางสถิติโดยใช้ค่า Eigen ที่มีสูงกว่า 1 นอกจากนี้ยังกำหนดค่า Factor loading ของตัวแปรในปัจจัยว่าต้องมีค่าสูงกว่า 0.50 และตัวแปรจะต้องไม่มีค่า Factor loading สูงในปัจจัยมากกว่า 1 ปัจจัย โดยการวิเคราะห์แยกตัวแปรตามกลุ่มปัจจัยได้ 2 กลุ่ม ดังแสดงในตารางที่ 2 ได้แก่

กลุ่มที่ 1 ประกอบด้วย การรับรู้ความสามารถของตนเอง ความคาดหวังในผลของการกระทำ ความเพลิดเพลินในการช่วยเหลือผู้อื่น ความแข็งแกร่งของการเกาะเกี่ยวกันทางสังคม และพฤติกรรมการแบ่งปันข้อมูล รวม 5 ตัวแปร ผลการวิเคราะห์พบว่าทุกปัจจัยมีค่า KMO เท่ากับ 0.862 และมีค่า Factor loading มากกว่า 0.5

กลุ่มที่ 2 ความเชื่อมั่นในข้อมูล ประกอบด้วย มิติด้านคุณภาพตามเนื้อแท้ มิติด้านปฏิสัมพันธ์ และมิติด้านการนำเสนอ รวม 3 มิติ ผลการวิเคราะห์พบว่าทุกปัจจัยมีค่า KMO เท่ากับ 0.901 และมีค่า Factor Loading มากกว่า 0.5

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน น้ำหนักองค์ประกอบและ Cronbach's alpha ของตัวแปรกลุ่มที่ 1

องค์ประกอบข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	น้ำหนักองค์ประกอบ
1. การรับรู้ความสามารถของตนเอง (% of variance = 14.042, Cronbach's alpha = 0.918)			
ฉันมีความมั่นใจในการนำเสนอประสบการณ์ หรือข้อมูลเชิงลึก โดยการร่วมสนทนากับผู้อื่น	3.572	0.915	0.812
ฉันรู้สึกมั่นใจในการนำเสนอแนวคิด หรือมุมมองต่างๆ ให้กับผู้อื่นผ่านการอภิปรายร่วมกัน	3.663	0.822	0.791

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน น้ำหนักองค์ประกอบและ Cronbach's alpha ของตัวแปรกลุ่มที่ 1 (ต่อ)

องค์ประกอบข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	น้ำหนักองค์ประกอบ
ฉันมีความมั่นใจในการนำเสนอประสบการณ์ หรือข้อมูลเชิงลึก เพื่อเป็นตัวอย่างสำหรับผู้อื่น	3.599	0.930	0.780
ฉันรู้สึกมั่นใจในการตอบคำถาม ให้คำแนะนำ หรือยกตัวอย่างประกอบการตอบคำถามของผู้อื่น	3.722	0.847	0.764
ฉันมีความมั่นใจในการจัดหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์มาให้ผู้อื่น	3.834	0.829	0.660
2. ความคาดหวังในผลของการกระทำ (% of variance = 38.671, Cronbach's alpha = 0.848)			
ฉันต้องการที่จะเป็นที่จดจำในกลุ่มเพื่อนบนเฟซบุ๊กของฉัน	2.872	1.157	0.897
ฉันต้องการให้เพื่อนบนเฟซบุ๊กของฉัน มองว่าฉันเป็นบุคคลที่น่าเชื่อถือ	3.209	1.220	0.875
ฉันต้องการการยอมรับจากเพื่อนบนเฟซบุ๊กของฉันที่มากขึ้น	2.989	1.112	0.847
ฉันต้องการที่จะสนิทสนมกับเพื่อนบนเฟซบุ๊กของฉันให้มากขึ้น	2.984	1.133	0.764
3. ความเพลิดเพลินในการช่วยเหลือผู้อื่น (% of variance = 7.335, Cronbach's alpha = 0.848)			
ฉันรู้สึกดีที่ได้แบ่งปันข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อเพื่อนบนเฟซบุ๊กของฉัน	4.005	0.864	0.816
ฉันรู้สึกสนุกที่จะแบ่งปันข้อมูล เนื้อหา หรือความรู้ที่ฉันมี ให้กับเพื่อนบนเฟซบุ๊กของฉัน	3.738	0.916	0.789
ฉันรู้สึกดีที่ได้แก้ไขปัญหา หรือตอบข้อสงสัยให้กับเพื่อนบนเฟซบุ๊กของฉัน	3.797	0.911	0.717
การแบ่งปันข้อมูล เนื้อหา หรือความรู้ให้กับเพื่อนบนเฟซบุ๊ก สร้างความสุขให้กับฉัน	3.684	0.974	0.647
4. ความแข็งแกร่งของการเกาะเกี่ยวกันทางสังคม (% of variance = 6.040, Cronbach's alpha = 0.865)			
ฉันมีการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนบนเฟซบุ๊กของฉันอยู่เป็นประจำ	3.278	1.036	0.834
ฉันมีความสนิทสนมกับเพื่อนบนเฟซบุ๊กของฉัน	3.075	0.930	0.815
ฉันใช้เวลาส่วนหนึ่งในการโต้ตอบกับเพื่อนบนเฟซบุ๊กของฉัน	3.155	1.001	0.785
5. ความเชื่อมั่นในข้อมูล			
5.1 มิติด้านคุณภาพตามเนื้อหา (% of variance = 51.771, Cronbach's alpha = 0.934)			
ฉันคิดว่าข้อมูลการดูแลสุขภาพที่ฉันได้มาจากเฟซบุ๊ก มาจากแหล่งที่มีความน่าเชื่อถือ	2.941	0.893	0.859
ฉันคิดว่าข้อมูลการดูแลสุขภาพที่ฉันได้มาจากเฟซบุ๊ก มีความน่าเชื่อถือ	2.866	0.932	0.836
ฉันคิดว่าข้อมูลการดูแลสุขภาพที่ฉันได้มาจากเฟซบุ๊ก เป็นความจริง ไม่หลอกลวง	2.727	0.919	0.829
ฉันคิดว่าข้อมูลการดูแลสุขภาพที่ฉันได้มาจากเฟซบุ๊ก มีความครบถ้วนสมบูรณ์	2.663	0.927	0.824
ฉันคิดว่าข้อมูลการดูแลสุขภาพที่ฉันได้มาจากเฟซบุ๊ก มีความถูกต้อง	2.877	0.922	0.799

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน น้ำหนักองค์ประกอบและ Cronbach's alpha ของตัวแปรกลุ่มที่ 1 (ต่อ)

องค์ประกอบข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	น้ำหนักองค์ประกอบ
ฉันคิดว่าข้อมูลการดูแลสุขภาพที่ฉันได้มาจากเฟซบุ๊ก มีความหมายเป็นนัยเดียว	2.663	1.005	0.739
ฉันคิดว่าข้อมูลการดูแลสุขภาพที่ฉันได้มาจากเฟซบุ๊ก มีความเป็นปัจจุบัน	2.941	1.038	0.690
5.2 มิติด้านปฏิสัมพันธ์ (% of variance = 14.334, Cronbach's alpha = 0.899)			
ฉันสามารถเข้าถึงข้อมูลการดูแลสุขภาพบนเฟซบุ๊กได้ตลอดเวลา	3.754	0.969	0.901
ฉันสามารถเข้าถึงข้อมูลการดูแลสุขภาพบนเฟซบุ๊กได้อย่างรวดเร็ว	3.829	0.888	0.880
ฉันสามารถเข้าถึงข้อมูลการดูแลสุขภาพบนเฟซบุ๊กได้โดยง่าย	3.754	0.952	0.839
5.3 มิติด้านการนำเสนอ (% of variance = 7.929, Cronbach's alpha = 0.811)			
ฉันคิดว่าการแสดงผลข้อมูลการดูแลสุขภาพบนเฟซบุ๊ก มีความสอดคล้องกัน เช่น รูปแบบเดียวกัน ภาษา สัญลักษณ์ และหน่วยสอดคล้องกัน หรือนำเสนอสารสนเทศในรูปแบบที่เป็นลำดับ	3.321	0.825	0.837
ฉันคิดว่าการแสดงผลข้อมูลการดูแลสุขภาพบนเฟซบุ๊ก มีการใช้เครื่องหมาย ตาราง และภาษาที่ชัดเจน	3.241	0.928	0.818
ฉันคิดว่าการแสดงผลข้อมูลการดูแลสุขภาพบนเฟซบุ๊ก ง่ายต่อการทำความเข้าใจ	3.620	0.849	0.576
ฉันคิดว่าการแสดงผลข้อมูลการดูแลสุขภาพบนเฟซบุ๊ก มีความเป็นกลางปราศจากอคติ	2.733	0.958	0.555
6. พฤติกรรมการแบ่งปันข้อมูล (% of variance = 6.784, Cronbach's alpha = 0.853)			
ฉันมักจะแสดงความคิดเห็นกับสถานะของผู้อื่นที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลการดูแลสุขภาพอยู่เสมอ	2.802	1.067	0.817
ฉันมักจะแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความรู้เกี่ยวกับข้อมูลการดูแลสุขภาพกับเพื่อนบนเฟซบุ๊กอยู่เสมอ	2.882	0.960	0.798
ฉันมักจะแบ่งปันข้อมูลการดูแลสุขภาพใหม่ๆ บนเฟซบุ๊กของฉันอยู่เสมอ	3.016	1.070	0.708
ฉันมักจะหาข้อมูลการดูแลสุขภาพจากเฟซบุ๊กอยู่เสมอ	2.904	1.146	0.658

จากค่าสถิติงานวิจัย พบว่าประชากรส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 67) อายุระหว่าง 21-30 ปี (ร้อยละ 55) การศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 67.5) และมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท (ร้อยละ 50) เป็นจำนวนมากที่สุด

5.3 การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

งานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย (Simple linear regression analysis) และการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) โดยใช้ค่า p-value ที่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05 เป็นตัวกำหนดนัยสำคัญทางสถิติ โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน ตามกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้

ส่วนที่ 1 การทดสอบสมมติฐานด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อความคาดหวังในผลของการกระทำ

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ การรับรู้ความสามารถของตนเองกับตัวแปรตาม ความคาดหวังในผลของการกระทำ พบว่าตัวแปรอิสระกำหนดตัวแปรตามที่ระดับนัยสำคัญ $p = 0.038$ ($F_{1,185} = 4.362$)

เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดของตัวแปรอิสระ จะพบว่าการรับรู้ความสามารถของตนเอง เป็นตัวกำหนดความคาดหวังในผลของการกระทำ ที่ระดับนัยสำคัญ $p = 0.038$ โดยความผันแปรของตัวแปรตามเท่ากับร้อยละ 2.30 ($R^2 = 0.023$) และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ (B) เท่ากับ 0.229 (ตารางที่ 3 และ 4)

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยของความคาดหวังในผลของการกระทำ

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	4.594	1	4.594	4.36	0.038**
Residual	194.872	185	1.053		
Total	199.467	186			

** $p < 0.05$

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยแบบปกติของความคาดหวังในผลของการกระทำ

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.171	0.41		5.29	0
การรับรู้ความสามารถของตนเอง	0.229	0.11	0.152	2.09	0.038**
$R = 0.152$, $R^2 = 0.023$, Std. Error of the estimate = 1.02633					

** $p < 0.05$

ส่วนที่ 2 การทดสอบสมมติฐานด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการแบ่งปันข้อมูล

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ 5 ตัวแปร ได้แก่ การรับรู้ความสามารถของตนเอง ความคาดหวังในผลของการกระทำ ความเพลิดเพลินในการช่วยเหลือผู้อื่น ความแข็งแกร่งของการเกาะเกี่ยวกันทางสังคม และความเชื่อมั่นในข้อมูล กับตัวแปรตาม พฤติกรรมการแบ่งปันข้อมูล พบว่าตัวแปรอิสระกำหนดตัวแปรตามที่ระดับนัยสำคัญ $p = 0.000$ ($F_{5,181} = 50.066$)

เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดของตัวแปรอิสระ จะพบว่าการรับรู้ความสามารถของตนเอง ความคาดหวังในผลของการกระทำ ความเพลิดเพลินในการช่วยเหลือผู้อื่น ความแข็งแกร่งของการเกาะเกี่ยวกันทางสังคม และความเชื่อมั่นในข้อมูล เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการแบ่งปันข้อมูล ที่ระดับนัยสำคัญ $p = 0.001$ $p = 0.027$ $p = 0.018$ $p = 0.037$ และ $p = 0.000$ ตามลำดับ โดยความผันแปรของตัวแปรตามเท่ากับร้อยละ 58 ($R^2 = 0.580$) และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ (B) เท่ากับ 0.239 0.112 0.181 0.129 และ 0.586 ตามลำดับ (ตารางที่ 5 และ 6)

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยของพฤติกรรมการแบ่งปันข้อมูล

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	86.863	5	17.373	50.1	0.000**
Residual	62.806	181	0.347		
Total	149.67	186			

** p < 0.05

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยแบบปกติของพฤติกรรมการแบ่งปันข้อมูล

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1.333	0.29		-4.59	0.000
การรับรู้ความสามารถของตนเอง	0.239	0.07	0.183	3.4	0.001**
ความคาดหวังในผลของการกระทำ	0.112	0.05	0.13	2.23	0.027**
ความเพ็ดเลินในการช่วยเหลือผู้อื่น	0.181	0.076	0.153	2.38	0.018**
ความแข็งแกร่งของการเกาะเกี่ยวกันทางสังคม	0.129	0.061	0.125	2.1	0.037**
ความเชื่อมั่นในข้อมูล	0.586	0.084	0.426	6.97	0.000**
R = 0.762, R ² = 0.580, Std. Error of the estimate = 0.58906					

** p < 0.05

6. สรุปผลการวิจัย

6.1 อภิปรายผลการวิจัย

งานวิจัยนี้เกิดจากการที่ผู้วิจัยได้สังเกตเห็นถึงปัญหาเกี่ยวกับแบ่งปันข้อมูลการดูแลสุขภาพบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก หรือที่เรียกว่า การแชร์ เนื่องจากข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพ โดยเฉพาะข้อมูลการดูแลสุขภาพ เป็นข้อมูลที่มีความละเอียดอ่อนมากกว่าข้อมูลอื่นๆ มีผลต่อความมั่นคงปลอดภัยของร่างกายและชีวิต ทั้งนี้ข้อมูลที่ปรากฏบนสื่อออนไลน์ ก็มีทั้งข้อมูลที่เป็นเรื่องจริงและข้อมูลที่กล่าวอ้างเกินจริง บางครั้งอาจส่งผลกระทบต่อสังคมในวงกว้างได้ ดังนั้นผู้ใช้สื่อประเภทนี้จึงต้องพึงระวังและให้ความสำคัญกับคุณภาพและความน่าเชื่อถือของข้อมูล มีการทบทวนเนื้อหาข้อมูลโดยใช้ทักษะในการวิเคราะห์ คัดกรองถึงวัตถุประสงค์หรือสิ่งชักนำเบื้องหลังอย่างมีสติก่อน จนกว่าจะมั่นใจ จากนั้นจึงค่อยเผยแพร่หรือส่งต่อไปยังผู้รับสารในเครือข่ายต่อไป

งานวิจัยนี้จัดเป็นการวิจัยเชิงปริมาณในรูปแบบของการสำรวจ ศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการแบ่งปันข้อมูลการดูแลสุขภาพบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 187 คน โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ และนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาวิเคราะห์ผลทางสถิติ พบว่า

(1) การรับรู้ความสามารถของตนเอง ส่งผลเชิงบวกต่อความคาดหวังในผลของการกระทำ

(2) ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการแบ่งปันข้อมูล (Information sharing behavior) ได้แก่ การรับรู้ความสามารถของตนเอง ความคาดหวังในผลของการกระทำ ความเพลิดเพลินในการช่วยเหลือผู้อื่น ความแข็งแกร่งของการเกาะเกี่ยวกันทางสังคม และความเชื่อมั่นในข้อมูล ซึ่งประกอบด้วย มิติด้านคุณภาพตามเนื้อแท้ มิติด้านปฏิสัมพันธ์ และมิติด้านการนำเสนอ โดยความเชื่อมั่นในข้อมูลเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการแบ่งปันข้อมูล การดูแลสุขภาพบนเครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุด และเมื่อพิจารณาต่อไปโดยละเอียดแล้ว พบว่าในองค์ประกอบของความเชื่อมั่นในข้อมูล มิติด้านคุณภาพตามเนื้อแท้ส่งผลต่อพฤติกรรมการแบ่งปันข้อมูล การดูแลสุขภาพบนเครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุด รองลงมาเป็น มิติด้านการนำเสนอ และมิติด้านปฏิสัมพันธ์ตามลำดับ

ผลของการวิจัยนี้ก่อให้เกิดความเข้าใจและขยายกรอบแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการแบ่งปันข้อมูลบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งแต่เดิมปัจจัยความเชื่อมั่นในงานวิจัยในอดีต มักกล่าวถึงมิติความเชื่อมั่นในตัวบุคคลและความเชื่อมั่นในเทคโนโลยี ยังมีงานวิจัยจำนวนไม่มากที่กล่าวถึงความเชื่อมั่นในข้อมูล หรือกล่าวถึงเพียงผิวเผินเท่านั้น ในงานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยความเชื่อมั่นในข้อมูลร่วมด้วย ซึ่งประกอบด้วย มิติด้านคุณภาพตามเนื้อแท้ มิติด้านปฏิสัมพันธ์ และมิติด้านการนำเสนอ ซึ่งผลของการวิจัยก็แสดงให้เห็นแล้วว่าความเชื่อมั่นในข้อมูลเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการแบ่งปันข้อมูลบนเครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุด

6.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

เมื่อพิจารณาแล้วพบว่า ปัจจัยการรับรู้ความสามารถของตนเอง ปัจจัยความคาดหวังในผลของการกระทำ ปัจจัยความเพลิดเพลินในการช่วยเหลือผู้อื่น และปัจจัยความแข็งแกร่งของการเกาะเกี่ยวกันทางสังคม ล้วนแต่เป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้จากตัวผู้ส่งสารเลย ดังนั้นหากหน่วยงานสาธารณสุขที่เกี่ยวข้องต้องการรณรงค์ให้เกิดการแบ่งปันข้อมูลการดูแลสุขภาพบนเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างเหมาะสมนั้น ก็ควรพิจารณาหาแนวทางให้ความรู้แก่บุคคลทั่วไป เพื่อให้มีการประเมินความเชื่อมั่นในข้อมูลที่ต้องการ ควบคู่ไปกับการจัดหาและนำเสนอข้อมูลการดูแลสุขภาพที่เหมาะสมเพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับประชาชน

6.3 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยต่อเนื่อง

การศึกษาเรื่องการแบ่งปันข้อมูลการดูแลสุขภาพบนเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาโดยกำหนดขอบเขตงานวิจัยให้กลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ใช้งานเฟซบุ๊กเท่านั้น ดังนั้นผลที่ได้อาจจะไม่สามารถนำไปใช้อ้างอิงกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทอื่น และตัวแบบความเชื่อมั่นในข้อมูลที่ประยุกต์ใช้ในงานวิจัยนี้ เป็นการศึกษาเบื้องต้นโดยประเมินจากการรับรู้ของผู้ใช้งานข้อมูลเป็นหลัก แต่มิได้ศึกษาถึงลงไปว่าผู้ใช้งานข้อมูลทำการประเมินข้อมูลเหล่านั้นอย่างไร ดังนั้นงานวิจัยในอนาคตอาจทำการศึกษาเพิ่มเติมถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการประเมินความเชื่อมั่นในข้อมูล เช่น ความชำนาญในประเด็นที่เกี่ยวข้อง ทักษะเกี่ยวกับข้อมูลสารสนเทศ และประสบการณ์ เป็นต้น

บรรณานุกรม

- ไทยรัฐออนไลน์. (2558). แชร้มั่ววอนเน็ต บทเรียนถึงตาย. ดึงข้อมูลวันที่ 9 ธันวาคม 2558, จาก www.thairath.co.th/content/530257.
- Ardichvili, A., Page, V., and Wentling, T. (2003). Motivation and barriers to participation in virtual knowledge-sharing communities of practice. *Journal of knowledge management*, 7(1), 64-77.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A Social cognitive theory*: Prentice-Hall, Inc.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*: Macmillan.
- Butler, B., Sproull, L., Kiesler, S., and Kraut, R. (2007). Community effort in online groups: Who does the work and why. *Leadership at a distance: Research in technologically supported work*, 171-194.
- Cabrera, A., and Cabrera, E. F. (2002). Knowledge-sharing dilemmas. *Organization studies*, 23(5), 687-710.
- Chai, S., Das, S., and Rao, H. R. (2011). Factors affecting bloggers' knowledge sharing: An investigation across gender. *Journal of Management Information Systems*, 28(3), 309-342.
- Chang, H. H., and Chuang, S. (2011). Social capital and individual motivations on knowledge sharing: Participant involvement as a moderator. *Information & Management*, 48(1), 9-18.
- Chen, C., and Herson, P. (1982). *Information seeking: assessing and anticipating user needs*: New York, NY: Neal-Schuman Publishers.
- Chen, C., and Hung, S. (2010). To give or to receive? Factors influencing members' knowledge sharing and community promotion in professional virtual communities. *Information & Management*, 47(4), 226-236.
- Chen, I. Y., Chen, N., and Kinshuk. (2009). Examining the factors influencing participants' knowledge sharing behavior in virtual learning communities. *Journal of Educational Technology & Society*, 12(1), 134-148.
- Cheung, C. M., and Lee, M. K. (2007). *Understanding User Intention to Continue Sharing Knowledge in Virtual Communities*. Paper presented at the ECIS.
- Chiu, C., Hsu, M., and Wang, E. T. (2006). Understanding knowledge sharing in virtual communities: An integration of social capital and social cognitive theories. *Decision support systems*, 42(3), 1872-1888.
- Chung, N., Nam, K., and Koo, C. (2015). Examining information sharing in social networking communities: Applying theories of social capital and attachment. *Telematics and Informatics*, 33, 77-91.
- Compeau, D., Higgins, C. A., and Huff, S. (1999). Social cognitive theory and individual reactions to computing technology: A longitudinal study. *MIS quarterly*, 145-158.
- Compeau, D. R., and Higgins, C. A. (1995a). Application of Social cognitive theory to training for computer skills. *Information systems research*, 6(2), 118-143.
- Compeau, D. R., and Higgins, C. A. (1995b). Computer self-efficacy: Development of a measure and initial test. *MIS quarterly*, 189-211.
- Constant, D., Sproull, L., and Kiesler, S. (1996). The kindness of strangers: The usefulness of electronic weak ties for technical advice. *Organization science*, 7(2), 119-135.
- Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *American journal of sociology*, 1360-1380.
- Helmstadter, E. (2003). The institutional economics of knowledge sharing: Basic issues. *The Economics of Knowledge Sharing: A New Institutional Approach*. Cheltenham & Northampton, MA: Edward Elgar, 2003, 11-38.

- Huang, H., and Liaw, S. (2005). Exploring users' attitudes and intentions toward the web as a survey tool. *Computers in Human Behavior*, 21(5), 729-743.
- Hwang, Y. (2011). Predicting Attitudes Toward Knowledge Sharing by E-Mail: An Empirical Study. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 27(12), 1161-1176.
- Kankanhalli, A., Tan, B. C., and Wei, K. (2005). Contributing knowledge to electronic knowledge repositories: an empirical investigation. *MIS quarterly*, 113-143.
- Kelton, K., Fleischmann, K. R., and Wallace, W. A. (2008). Trust in digital information. *Journal of the American society for information science and technology*, 59(3), 363-374.
- Kim, J., Lee, C., Elias, T., and Gorman, G. (2015). Factors affecting information sharing in social networking sites amongst university students: application of the knowledge-sharing model to social networking sites. *Online Information Review*, 39(3).
- Knight, S. (2011). The combined conceptual life-cycle model of information quality: part 1, an investigative framework. *International journal of information quality*, 2(3), 205-230.
- Larson, A. (1992). Network dyads in entrepreneurial settings: A study of the governance of exchange relationships. *Administrative science quarterly*, 76-104.
- Lin, M. J., Hung, S., and Chen, C. (2009). Fostering the determinants of knowledge sharing in professional virtual communities. *Computers in Human Behavior*, 25(4), 929-939.
- Lucassen, T. (2013). *Trust in online information*. Enschede: Centre for Telematics and Information Technology.
- Lu, H., and Hsiao, K. (2007). Understanding intention to continuously share information on weblogs. *Internet Research*, 17(4), 345-361.
- Lucassen, T., and Schraagen, J. M. (2011). Factual accuracy and Trust in information: The role of expertise. *Journal of the American society for information science and technology*, 62(7), 1232-1242.
- Muilwijk, R. (2012). *Trust in online information-A comparison among high school students, college students and PhD students with regard to trust in Wikipedia*. Unpublished doctoral dissertation, University of Twente.
- Perik, H. (2014). *Research into factors that influence the intention to share knowledge on a knowledge community platform within youth care: the case of "Jeugdkwartier"*. Unpublished doctoral dissertation, University of Twente.
- Ring, P. S., and Van de Ven, A. H. (1994). Developmental processes of cooperative interorganizational relationships. *Academy of management review*, 19(1), 90-118.
- Sharratt, M., and Usoro, A. (2003). Understanding knowledge-sharing in online communities of practice. *Electronic Journal on Knowledge Management*, 1(2), 187-196.
- Tsai, W., and Ghoshal, S. (1998). Social capital and value creation: The role of intrafirm networks. *Academy of management Journal*, 41(4), 464-476.
- Wasko, M. M., and Faraj, S. (2000). "It is what one does": why people participate and help others in electronic communities of practice. *The Journal of Strategic Information Systems*, 9(2), 155-173.
- Wasko, M. M., and Faraj, S. (2005). Why should I share? Examining social capital and knowledge contribution in electronic networks of practice. *MIS quarterly*, 35-57.