



การรับรู้คุณค่า ผลกระทบกับการตัดสินใจใช้บัญชีนิรนาม ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์

Perceived Value, Impact and Decision to Use Anonymous Accounts of Lampang Rajabhat University Students Using Social Media

ปองปรารณ สุนทรเภสัช. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.

สุนททิพย์ สุภาจันทร์. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.

Pongprad Soonthornpasuch. Faculty of Management Science, Lampang Rajabhat University.

Sukonthip Supachan. Faculty of Management Science, Lampang Rajabhat University.

Email: pongprad@g.lpru.ac.th, supachan@yahoo.com

Received: 14 March 2025; Revised: 23 April 2025; Accepted: 25 April 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความสัมพันธ์ของการรับรู้คุณค่า ผลกระทบ กับการตัดสินใจใช้บัญชีนิรนามของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ และ 2) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บัญชีนิรนามของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง จำนวน 385 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมถึงสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ใช้วิธี Stepwise ในการคัดเลือกตัวแปรอิสระ เพื่อสร้างสมการถดถอยที่เหมาะสมในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ศึกษา

ผลการวิเคราะห์พบว่า การรับรู้คุณค่าของการใช้บัญชีนิรนามมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการตัดสินใจใช้บัญชีนิรนาม การรับรู้ผลกระทบของการใช้บัญชีนิรนามมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการตัดสินใจใช้บัญชีนิรนาม ส่วนปัจจัยที่มีประสิทธิภาพที่สามารถทำนายการตัดสินใจใช้บัญชีนิรนาม คือ การรับรู้คุณค่าของการใช้บัญชีนิรนาม โดยสามารถทำนายการตัดสินใจใช้บัญชีนิรนามได้ร้อยละ 35.9 ในภาพรวมนักศึกษาเห็นด้วยว่าบัญชีนิรนามมีคุณค่า ($\bar{X} = 3.71$) โดยประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การสื่อสารนิรนามสามารถนำมาสร้างความมีตัวตน ($\bar{X} = 3.81$) ส่วนผลกระทบของการใช้บัญชีนิรนามประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การสื่อสารแบบนิรนามเป็นช่องทางของมิจฉาชีพ ($\bar{X} = 3.96$)

คำสำคัญ : การสื่อสารนิรนาม, คุณค่าของบัญชีนิรนาม, ผลกระทบบัญชีนิรนาม, การตัดสินใจใช้บัญชีนิรนาม, บัญชีนิรนาม

Abstract

This study aimed to: (1) examine the relationships between perceived value, perceived impact, and the decision to use anonymous accounts among students at Lampang Rajabhat University who use social media; and (2) investigate the factors influencing their decision to use anonymous accounts. A quantitative research approach was employed. Data were collected through questionnaires from a sample of 385 students at Lampang Rajabhat University. Descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, were used to summarize the data. Inferential statistics included Pearson's correlation coefficient and multiple regression analysis. The stepwise method was employed to select appropriate independent variables for constructing a regression model to examine the relationships among the variables under study.

The analysis results found that the perceived value of using anonymous accounts was positively related to the decision to use anonymous accounts. The perceived impact of using anonymous accounts is positively related to decision to use anonymous accounts. And it was found that a powerful factor that can predict the decision to use anonymous accounts is the perceived value of using anonymous accounts. It was able to predict the decision to use an anonymous account at 35.9 percent. Overall, students agreed that anonymous accounts have value ($\bar{X} = 3.71$). The highest mean score was for the statement that anonymous communication can be used to create a sense of identity ($\bar{X} = 3.81$). Regarding the impact of using anonymous accounts, the highest mean score was for the statement that anonymous communication is a channel for criminals ($\bar{X} = 3.96$).

Keywords: Anonymous communication; The value of anonymous accounts; Anonymous account impact; Decisions to use an anonymous account; Anonymous account

บทนำ

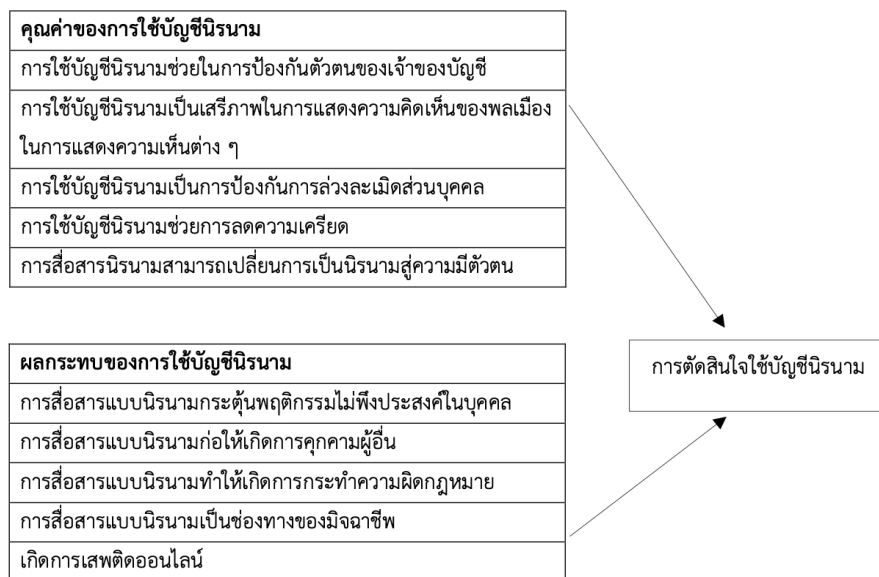
การสื่อสารโดยนิรนาม หมายถึง การสื่อสารโดยไม่เปิดเผยชื่อของผู้สื่อสาร เพื่อให้ไม่สามารถระบุตัวตนที่แท้จริงได้ ในงานวิจัยนี้ การสื่อสารนิรนาม หมายถึง การสื่อสารในสื่อสังคมออนไลน์ เช่น ในเฟซบุ๊ก อินสตาแกรม โดยใช้บัญชีที่สร้างขึ้นโดยปิดบังตัวตน ซึ่งผู้ใช้ไม่ระบุชื่อจริงตามกฎหมาย หรือใช้นามแฝงใด ๆ การสื่อสารโดยใช้บัญชีนิรนามมีคุณค่าหลายด้าน เช่น 1) ช่วยปกป้องความเป็นส่วนตัวส่วนบุคคลและลดความเสี่ยงในการรั่วไหลข้อมูลส่วนตัวหรือการโจมตีทางไซเบอร์ 2) ช่วยลดความเสี่ยงในการเกิดความขัดแย้งระหว่างบุคคล เนื่องจากไม่มีการเปิดเผยตัวตน 3) ช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่มั่นคงและการสร้างความไว้วางใจระหว่างบุคคล เนื่องจากไม่มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวที่ไม่เหมาะสม 4) ความคุ้มครองของข้อมูลส่วนตัว 5) การกระจายความรับผิดชอบ ในกรณีที่มีการแบ่งปันข้อมูลหรือข้อความ โดยไม่ต้องระบุตัวตน 6) ความสำเร็จในการทำธุรกิจ โดยช่วยความเชื่อมั่นและความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและหุ้นส่วนธุรกิจ โดยไม่ต้องเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวที่ไม่เหมาะสม (Hoang and Pishva, 2014; คณาธิป ทองรวีวงศ์, 2558; พรธณวดี ประยงค์, 2559; ปองปรารณ สุนทรเกสัช และคณะ, 2567) ในทางกลับกัน การสื่อสารโดยนิรนามอาจทำให้เกิดการใช้ข้อมูลโดยไม่เหมาะสม และควรใช้วิจารณญาณในการตัดสินใจใช้การสื่อสารโดยนิรนาม เพราะอินเทอร์เน็ตเป็นแพลตฟอร์มที่ข้อมูลประจำตัวของผู้ใช้สามารถถูกตรวจสอบย้อนกลับได้ง่าย (Hoang and Pishva, 2014)

อย่างไรก็ตาม การศึกษาที่ผ่านมาในอดีตมุ่งศึกษาตัวแปรด้านการรับรู้คุณค่า และผลกระทบ ของการใช้บัญชีนิรนาม โดยยังไม่มีการศึกษาในเชิงความสัมพันธ์ของตัวแปร คุณค่า ผลกระทบ และการตัดสินใจใช้งานวิจัยนี้จึงเลือกศึกษาที่มุ่งประเด็นด้านความสัมพันธ์ของการรับรู้คุณค่า ผลกระทบ กับการตัดสินใจใช้บัญชีนิรนาม เนื่องจากการเข้าใจว่าเหตุใดคนจึงเลือกใช้บัญชีนิรนามถึงแม้จะมีความเสี่ยง เป็นข้อมูลสำคัญต่อการกำหนดนโยบายหรือการให้ความรู้แก่สาธารณชน ส่วนกลุ่มตัวอย่างนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางเป็นกลุ่มที่มีลักษณะเป็นผู้ใช้เทคโนโลยี และเป็นอนาคตของสังคม กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจึงช่วยให้เข้าใจแนวโน้มของผู้บริโภคยุคใหม่

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการรับรู้คุณค่า ผลกระทบกับการตัดสินใจใช้บัญชีนิรนามของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บัญชีนิรนามของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การสื่อสารโดยนิรนามเกี่ยวข้องกับแนวคิดเรื่องการไม่เปิดเผยตัวตน (Anonymity) หรือ การไม่เปิดเผยชื่อ หมายถึง ความไม่เชื่อมโยง การสังเกตไม่ได้ และการใช้นามแฝง (Pfitzmann & Hansen, 2001 อ้างใน Danezis & Diaz, 2008) ซึ่งได้รับการยอมรับว่าเป็นพื้นฐานของการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้สื่อสารสามารถลงทะเบียนภายใต้ชื่อบุคคลอื่นในอีเมล เครือข่ายสังคมออนไลน์ พื้นที่สาธารณะ หรือระบบแสดงความคิดเห็น

งานวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารโดยนิรนามในสื่อสังคมออนไลน์ พบว่ามีคุณค่าด้านเสรีภาพในการสื่อสาร ป้องกันการล่วงละเมิดบุคคล เป็นเครื่องมือในการแสดงออกสิทธิของชนกลุ่มน้อย การแสดงความคิดเห็นในประเด็นที่อ่อนไหว ช่วยลดความเครียด (ปองปรารณ สุนทรเกสัช และคณะ, 2567) และคณาธิปไตยของทอริง (2558) พบว่าสิทธิในการสื่อสารโดย นิรนามมีคุณค่าต่อสื่อพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม รวมทั้งการสร้างตัวตนออนไลน์ ส่วนผลกระทบของการสื่อสารโดยนิรนาม อับสร เสถียรทิพย์ และคณะ (2564) พบว่าวัยรุ่นที่ใช้การสื่อสารโดยนิรนามในสื่อสังคมออนไลน์ ส่วนหนึ่งมีพฤติกรรมการรังแกกันในโลกไซเบอร์ (cyber bullying) การโพสต์ให้ร้ายผู้อื่น การตั้งกลุ่มนินทา การส่งภาพก่อกวน การสื่อสารสร้างความเกลียดชัง (hate speech) เป็นต้น และจากงานวิจัยเกี่ยวกับคุณค่าและผลกระทบการสื่อสารโดยนิรนามในสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้พบทวนไว้ ผู้วิจัยได้นำมาพัฒนาเป็นตัวแปรและสร้างแบบสอบถามในงานวิจัย

วิธีการศึกษา

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ซึ่งในระบบสารสนเทศมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ปีการศึกษา 2567 มีจำนวนทั้งสิ้น 5,789 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง คำนวณขนาดตัวอย่างด้วยสูตรทอริง (Yamane, 1960) ได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 372.29 แล้วกำหนดสัดส่วนตัวอย่างแยกตามคณะ โดยแบ่งตามสัดส่วนของแต่ละคณะดังแสดงในตารางที่ 1 ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น โดยการสุ่มตามสะดวก

ตารางที่ 1 สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างแต่ละคณะ

คณะ	ประชากร (คน)	กลุ่มตัวอย่าง (คน)
วิทยาศาสตร์	637	41
ครุศาสตร์	2,240	144
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	1,415	91
วิทยาการจัดการ	907	58
เทคโนโลยีอุตสาหกรรม	356	23
เทคโนโลยีการเกษตร	90	6
พยาบาลศาสตร์	144	9
รวม	5,789	372

2. เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเองโดยมีขั้นตอนดังนี้

2.1 ผู้วิจัยทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสร้างเป็นแบบสอบถามเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการรับรู้คุณค่า ผลกระทบ กับการตัดสินใจใช้บัญชี นิรนามของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ และ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บัญชีนิรนามของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด แบบคำตอบหลายตัวเลือก จำนวน 3 ข้อ ประกอบด้วย เพศ คณะ และจำนวนบัญชีนิรนามที่ใช้อยู่

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่า ผลกระทบ และการตัดสินใจใช้บัญชี นิรนาม จำนวน 38 ข้อ โดยใช้รูปแบบคำถามประเภทมาตราส่วนการประเมินค่า (Likert Scale) สำหรับเกณฑ์กำหนดระดับการรับรู้คุณค่า ผลกระทบ และการตัดสินใจใช้บัญชีนิรนาม แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็น เห็นด้วยอย่างยิ่งมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็น เห็นด้วย

ระดับ 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็น เห็นด้วยปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็น ไม่เห็นด้วย

ระดับ 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็น ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

สำหรับเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนค่าเฉลี่ยการรับรู้คุณค่า ผลกระทบ และการตัดสินใจใช้บัญชีนิรนาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

คะแนนค่าเฉลี่ย 4.5 - 5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

คะแนนค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49 หมายถึง เห็นด้วย

คะแนนค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

คะแนนค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

คะแนนค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นแบบปลายเปิด จำนวน 1 ข้อ

2.2 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือแบบสอบถามที่สร้างขึ้น มีขั้นตอนดังนี้

การหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (content validity) ผู้วิจัยนำเสนอเครื่องมือต่อผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาและการใช้ภาษา แล้วปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ โดยใช้การหาค่า IOC (Index of item objective congruence) (สุรพงษ์ คงสัตย์ และธีรชาติ ธรรมวงศ์, 2551) ซึ่งงานวิจัยนี้มีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.65 - 1.00 รวม ทุกข้อได้คะแนนเฉลี่ย IOC = 0.99

การทดสอบความน่าเชื่อถือ (reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบไปทำการปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง จากนั้นนำไปทดลองใช้กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อหาความเชื่อมั่นโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α -Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach, 1990) และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในส่วนที่ 2 (แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่า ผลกระทบ และการตัดสินใจใช้บัญชีนิรนาม) คือ 0.974 จึงนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาทำการเก็บข้อมูลด้วยระบบออนไลน์ ทำการสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางที่กำลังศึกษาอยู่ในภาคเรียนที่ 1/2567 (มิถุนายน - กันยายน 2567) เป็นแบบสอบถามชนิดที่ให้กลุ่มเป้าหมายกรอกคำตอบด้วยตนเอง (Self Administered Questionnaire) โดยในการตอบแบบสอบถามออนไลน์สามารถตอบได้เพียง 1 ครั้ง ต่อ 1 User เมื่อได้ครบตามจำนวนแล้วตรวจหาความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแต่ละฉบับและดำเนินการทำการบันทึกรหัสคำตอบในแบบสอบถามเพื่อประมวลผล จากการดำเนินการเก็บข้อมูลจริง สามารถรวบรวมแบบสอบถามที่สมบูรณ์และสามารถนำมาวิเคราะห์ได้จำนวนทั้งสิ้น 385 ชุด ซึ่งมากกว่าจำนวนขั้นต่ำที่กำหนดไว้ และถือว่าเพียงพอต่อการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่มีความน่าเชื่อถือ

3.การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมถึงสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณค่าของการใช้บัญชีนิรนามและผลกระทบของการใช้บัญชีนิรนาม กับการตัดสินใจใช้บัญชีนิรนาม มีแบบจำลอง ดังนี้

$$\text{Decision} = \beta_0 + \beta_1 \text{Value} + \beta_2 \text{Impact} + \varepsilon_1$$

ผลการศึกษา

1. ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง แสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงข้อมูลพื้นฐาน

ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	152	39.48
หญิง	186	48.31
LGBT	47	12.21
คณะ		
ศึกษาศาสตร์	135	35.06
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	92	23.90
วิทยาการจัดการ	64	16.62
วิทยาศาสตร์	53	13.77
เทคโนโลยีอุตสาหกรรม	23	5.97
เทคโนโลยีการเกษตร	9	2.34
พยาบาลศาสตร์	9	2.34
จำนวนบัญชีนิรนามที่ใช้		
1 บัญชี	112	29.09
2 บัญชี	143	37.14
3 บัญชี	67	17.40
ตั้งแต่ 4 บัญชีขึ้นไป	63	16.36
รวม	385	100.0

จากตารางที่ 2 นักศึกษากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย จำนวน 152 คน (ร้อยละ 39.48) เพศหญิง จำนวน 186 คน (ร้อยละ 48.31) และเพศทางเลือก LGBT จำนวน 47 คน (ร้อยละ 12.21) จำนวนบัญชีนิรนามที่ใช้มี 1 บัญชี จำนวน 112 คน (ร้อยละ 29.09) 2 บัญชี จำนวน 143 คน (ร้อยละ 37.14) 3 บัญชี จำนวน 67 คน (ร้อยละ 17.40) ตั้งแต่ 4 บัญชีขึ้นไป จำนวน 63 คน (ร้อยละ 16.36)

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าของการใช้บัญชีนิรนาม

คุณค่าของการใช้บัญชีนิรนาม	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. การใช้บัญชีนิรนามช่วยในการป้องกันตัวตนของเจ้าของบัญชี	3.70	0.69	เห็นด้วย
2. การใช้บัญชีนิรนามเป็นเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นของพลเมืองในการแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ โดยที่ไม่จำกัด เพศ อายุ และชนชั้น ในโลกโซเชียล	3.74	0.72	เห็นด้วย
3. การใช้บัญชีนิรนามเป็นการป้องกันการล่วงละเมิดส่วนบุคคลในหลาย ๆ รูปแบบ	3.64	0.82	เห็นด้วย
4. การใช้บัญชีนิรนามช่วยการลดความเครียด	3.63	0.89	เห็นด้วย
5. การสื่อสารนิรนามสามารถเปลี่ยนการเป็นนิรนามสู่ความมีตัวตน	3.81	0.85	เห็นด้วย
รวมเฉลี่ย	3.71	0.58	เห็นด้วย

จากตารางที่ 3 พบว่าในภาพรวมนักศึกษาเห็นด้วยกับคุณค่าของบัญชีนิรนาม ($\bar{X} = 3.71$ S.D. = 0.58) โดยประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การสื่อสารนิรนามสามารถเปลี่ยนความเป็นนิรนามสู่ความมีตัวตน ($\bar{X} = 3.81$)

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบของการใช้บัญชีนิรนาม

ผลกระทบของการใช้บัญชีนิรนาม	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. การสื่อสารแบบนิรนามกระตุ้นพฤติกรรมไม่พึงประสงค์ในบุคคล	3.51	0.96	เห็นด้วย
2. การสื่อสารแบบนิรนามก่อให้เกิดการคุกคามผู้อื่น	3.75	0.84	เห็นด้วย
3. การสื่อสารแบบนิรนามทำให้เกิดการกระทำความผิดกฎหมาย	3.73	0.76	เห็นด้วย
4. การสื่อสารแบบนิรนามเป็นช่องทางของมิจฉาชีพ	3.96	1.24	เห็นด้วย
5. เกิดการเสพติดออนไลน์	3.55	1.00	เห็นด้วย
รวมเฉลี่ย	3.70	0.69	เห็นด้วย

ตารางที่ 4 พบว่าในภาพรวมนักศึกษาเห็นด้วยกับผลกระทบของการใช้บัญชีนิรนาม ($\bar{X} = 3.70$ S.D. = 0.96) ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การสื่อสารแบบนิรนามเป็นช่องทางของมิจฉาชีพ ($\bar{X} = 3.96$)

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บัญชีนิรนาม

การตัดสินใจใช้บัญชีนิรนาม	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. เป็นปัจจัยที่สำคัญในการส่งเสริมให้เกิดการอภิปรายสาธารณะ	3.70	0.93	เห็นด้วย
2. ช่วยลดอคติจากผู้รับสารที่อาจตัดสินคุณค่าของงานจาก “ชื่อ”	3.68	0.84	เห็นด้วย
3. ส่งเสริมการสื่อสารโดยเสรีในตลาดความคิด	3.73	0.78	เห็นด้วย
4. ส่งเสริมให้บุคคลกล้าแสดงความคิดเห็น	3.79	0.83	เห็นด้วย
5. สิทธิในการสื่อสารข้อมูลออนไลน์	3.86	0.80	เห็นด้วย
6. การได้รับประโยชน์จากการใช้บัญชีนิรนาม	3.74	0.89	เห็นด้วย
7. ทศนคติเกี่ยวกับความไว้วางใจ ความปลอดภัยของระบบ และความเป็นส่วนตัว	3.78	0.84	เห็นด้วย
รวมเฉลี่ย	3.76	0.62	เห็นด้วย

จากตารางที่ 5 พบว่าในภาพรวมทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจใช้บัญชีนิรนาม ($\bar{X} = 3.76$) โดยปัจจัยที่มีค่าระดับความคิดเห็นสูงสุด ได้แก่ การตัดสินใจใช้บัญชีนิรนามเป็นสิทธิในการสื่อสารข้อมูลออนไลน์ ($\bar{X} = 3.86$)

2. ปัจจัยที่ทำนายการตัดสินใจใช้บัญชีนิรนาม ผู้วิจัยตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นพบว่าข้อมูลสามารถนำมาวิเคราะห์สมการทำนายการตัดสินใจใช้บัญชีนิรนามจากตัวแปรการรับรู้ คุณค่าของการใช้บัญชีนิรนามและผลกระทบของการใช้บัญชีนิรนาม ทั้งนี้ โดยใช้วิธี Stepwise ในการคัดเลือกตัวแปรอิสระที่เหมาะสมสำหรับการสร้างสมการถดถอยพหุคูณ

ตารางที่ 6 แสดงรูปแบบสมการการตัดสินใจใช้บัญชีนิรนาม

ปัจจัย	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	b	Std. Error	Beta (β)	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	1.372	.165		8.316	.000		
Value	.643	.044	.600	14.623	.000	0.728	1.374
Impact	.066	.043	.074	1.535	.126	0.728	1.374

R = 0.600, R Square = 0.359, Adj R2 = 0.358, Durbin-Watson = 1.575 F = 213.846**

**p < .01

จากการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แสดงให้เห็นว่าปัจจัย Value คือ การรับรู้คุณค่าของการใช้บัญชีนิรนาม ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บัญชีนิรนาม โดยพิจารณาจากค่า Sig.

ที่มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ดังนั้นพบว่าปัจจัยที่มีประสิทธิภาพที่สามารถทำนายการตัดสินใจใช้บัญชีนิรนาม คือ การรับรู้คุณค่าของการใช้บัญชีนิรนาม โดยสามารถทำนายการตัดสินใจใช้บัญชีนิรนามได้ร้อยละ 35.9 สามารถสร้างสมการทำนายการตัดสินใจใช้บัญชีนิรนาม ในรูปคะแนนดิบได้ดังนี้

การตัดสินใจใช้บัญชีนิรนาม $y^{\wedge} = 1.372 + 0.643$ (การรับรู้คุณค่า)

จากสมการอธิบายได้ว่า เมื่อทราบข้อมูลใด ๆ ของคุณค่าของการใช้บัญชีนิรนามจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บัญชีนิรนาม 1.372 คะแนน เมื่อตัวแปรอิสระอื่นคงที่และอยู่ในสมการ จะเห็นได้ว่าคุณค่าของการใช้บัญชีนิรนามมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจใช้บัญชีนิรนาม กล่าวคือ ถ้าคุณค่าของการใช้บัญชีนิรนามมีมากขึ้น การตัดสินใจใช้บัญชีนิรนามก็จะมากตาม

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ คุณค่าของการใช้บัญชีนิรนาม ผลกระทบของการใช้บัญชีนิรนาม และการตัดสินใจใช้บัญชีนิรนาม พบว่าตัวแปรการรับรู้คุณค่าของการใช้บัญชีนิรนามมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลางกับการตัดสินใจใช้บัญชีนิรนาม มากกว่าการรับรู้ผลกระทบของการใช้บัญชีนิรนาม ที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการตัดสินใจใช้บัญชีนิรนามในระดับน้อยซึ่งอาจเป็นเพราะว่านักศึกษาให้ความสำคัญว่าการใช้บัญชีนิรนามช่วยในการป้องกันตัวตน ในการแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ เพราะคิดว่าไม่มีใครสามารถสืบสาวมาถึงตัวได้มากกว่าที่จะนำไปสู่การก่อให้เกิดการคุกคามผู้อื่น หรือทำให้เกิดการกระทำความผิดกฎหมาย สอดคล้องกับ Tien (1996) และ Mossberg (1995) ที่กล่าวว่า การสื่อสารนิรนาม (anonymous speech) เป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งในการส่งเสริมให้เกิดการอภิปรายสาธารณะ (public debate) อันเป็นส่วนหนึ่งของระบอบประชาธิปไตย โดยที่บุคคลผู้มีความคิดเห็นแตกต่างกันสามารถแสดงความคิดเห็นของตนหรือของกลุ่มตนต่อสาธารณะได้ แม้ความเห็นนั้นอาจเป็นฝ่ายข้างน้อย (minority) ไม่ได้รับความนิยม (unpopular) หรือแตกต่างจากความคิดเห็นส่วนใหญ่ ดังนั้น การสื่อสารข้อมูลความคิดเห็นได้โดยไม่ต้องระบุตัวตนจะช่วยลดทอนความกังวลว่าจะถูกตอบโต้ แค้นทดแทน (retaliation) ซึ่งความกังวลดังกล่าวอาจทำให้การแสดงออกซึ่งความคิดเห็นถูกกดดันให้จำกัดลง

2. คุณค่าของการใช้บัญชีนิรนาม ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บัญชีนิรนามของนักศึกษา อาจเนื่องมาจากนักศึกษาเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่ส่วนใหญ่จะมีประเด็นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ในกลุ่มเพื่อนและคนรัก การแข่งขันในการเรียน และสถานภาพทางสังคม ดังนั้น การที่ไม่มีตัวตน หรือมีตัวตนซ่อนเร้นในโลกออนไลน์ ทำให้มีอิสระในการแสดงความคิดเห็นหรือแสดง ‘ความแรง’ ออกมาในสังคมมากขึ้น มีการสื่อสารห้วนสั้น สั้นๆ แรงๆ นอกจากนี้ วัยนี้ยังมีความต้องการความเป็นส่วนตัว เพราะนอกจากจะสามารถใช้งานโลกออนไลน์ได้อย่างปกติแล้ว แต่ก็ยังมีความเป็นส่วนตัวของข้อมูลส่วนบุคคลอยู่ เช่น ไม่ต้องการถูกรบกวนจากโฆษณาต่าง ๆ หรือ การโพสต์แบบไม่เปิดเผยตัวตน รวมไปถึงการโต้ตอบของผู้ใช้งานบนอินเทอร์เน็ตด้วยไม่จะเป็นเฟสบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม หรือแอปพลิเคชันอื่น ๆ โดยเหตุผลที่นำมาใช้อาจแตกต่างกันไปตามแต่ละบุคคล แต่มีจุดประสงค์เดียวกัน คือการใช้งานอย่างมีอิสระ ต้องการการแสดงออกในสิ่งที่คิดได้อย่างเต็มที่โดยไม่ต้องกลัวผลกระทบ เนื่องจากไม่มีใครรู้ว่าผู้ใช้งานเป็นใคร สอดคล้องกับ Sultan (2020) ที่สรุปเหตุผลที่คนใช้ Online Anonymity เพื่อต้องการปกปิดข้อมูลส่วนตัว และเพื่อหลีกเลี่ยงการถูกนำข้อมูลไปวิเคราะห์เพื่อเสนอขายสินค้าบริการผ่านโฆษณาต่าง ๆ หรือถูกนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเล็งกฎหมายเพราะต้องการละเมิดสิทธิในการเข้าถึงบางเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน การผลิตเนื้อหาดิจิทัลบนสตรีมมิงต่าง ๆ มักมีข้อจำกัด หรือข้อกำหนดเรื่องภูมิภาค และผู้ชม อย่างเช่นภาพยนตร์บางเรื่องบนสตรีมมิงจากต่างประเทศที่ไม่สามารถรับชมได้เพราะแพลตฟอร์มต่าง ๆ เปิดตัวแคในบางประเทศเท่านั้น บางคนจึงใช้วิธีการเข้าถึงข้อมูลนั้น ๆ ผ่านทาง VPN แต่ก็เป็นการละเมิดสิทธิการใช้งานโดยตรง

3. การรับรู้ผลกระทบของการใช้บัญชีนิรนาม ไม่ส่งผลกับการตัดสินใจใช้บัญชีนิรนามของนักศึกษา อาจเป็นเพราะว่า นักศึกษายังไม่มีพฤติกรรมการสื่อสารที่มีแนวโน้มรุนแรงต่อกันมากขึ้นบนโซเชียลมีเดีย เช่น การใช้ถ้อยคำเสียดสี รุนแรง คำทอ (hate speech) และการกลั่นแกล้งกันบนโลกออนไลน์ (cyber bullying) ไม่มีพฤติกรรมก่อให้เกิดการคุกคามผู้อื่น หรือทำให้เกิดการกระทำความผิดกฎหมายเป็นช่องทางของมิจฉาชีพ จึงไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัญชีนิรนาม แตกต่างจากณัฐรัชต์ สามะ และคณะ (2557) ที่กล่าวว่าความเป็นนิรนามของพื้นที่ไซเบอร์มีความง่ายและสะดวก ทำให้สามารถใช้คำพูดในลักษณะการดูถูกเหยียดหยามผู้อื่น เพียงแค่คำพูดก็สามารถทำร้ายกันได้ ซึ่งอาจเป็นเพราะว่านักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ยังไม่มีพฤติกรรมการสื่อสารที่รุนแรง เช่น hate speech หรือ cyber bullying บนสื่อสังคมออนไลน์อย่างเด่นชัด และไม่ได้ใช้บัญชีนิรนามเพื่อจุดประสงค์ในทางลบ จึงไม่มีแรงจูงใจหรือแรงผลักดันให้รับรู้ผลกระทบจากการใช้บัญชีนิรนาม ซึ่งอาจสะท้อนว่าพวกเขาใช้บัญชีนิรนามในลักษณะทั่วไป เช่น เพื่อความเป็นส่วนตัวหรือความสะดวก แม้ว่านักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางรับรู้ถึงผลกระทบด้านลบจากบัญชีนิรนาม แต่มันยังไม่เพียงพอที่จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้งาน เนื่องจากพฤติกรรมของนักศึกษายังอยู่ในระดับที่ไม่รุนแรง ตลอดจนไม่มีเจตนาใช้บัญชีนิรนามในทางลบ จึงไม่ได้รู้สึกว่าเป็นปัญหาหรือมีผลกระทบ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ควรมีการส่งเสริมความรู้และการใช้วิจารณญาณในการใช้การสื่อสารแบบนิรนาม โดยเฉพาะในหมู่เยาวชนและผู้ใช้งานทั่วไป เพื่อให้สามารถตัดสินใจได้ในสถานการณ์ใดที่การสื่อสารนิรนามเป็นสิ่งที่เหมาะสมหรือไม่เหมาะสม และส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีที่สนับสนุนความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว เช่น ระบบเข้ารหัส การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล โดยยังคงรักษาความนิรนามได้ในระดับที่เหมาะสม

บรรณานุกรม

- คณาธิป ทองรวีวงศ์. (2558). สิทธิในการสื่อสารข้อมูลออนไลน์โดยนิรนามของสื่อพลเมือง. *วารสารนิติสังคมศาสตร์*, 8(2), 72-128.
- ณัฐรัชต์ สามะ, พิมพ์วัลย์ บุญมงคล, ดีโหมะ โอะหะยะเนิน, รณภูมิ สามัคคีคารมย์, และโรมัส กวาดามุข. (2557). การรับรู้ของเยาวชนต่อการรังแกในพื้นที่ไซเบอร์. *วารสารพฤติกรรมศาสตร์เพื่อการพัฒนา*, 6(1), 351-364.
- ปองปรารณ สุนทรเกษม และคณะ. (2567). *พฤติกรรมสื่อสารโดยนิรนาม*. ลำปาง: มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.
- สุรพงษ์ คงสัตย์ และ ชีรชาติ ธรรมวงศ์. (2551). *การหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม* (IOC). <https://www.mcu.ac.th/article/detail/14329>
- อัปสร เสถียรทิพย์ และคณะ (2564). *การศึกษาความรุนแรงทางโซเชียลมีเดียและการรับรู้ของวัยรุ่น*. <http://cclickthailand.com/wp-content/uploads/2020/04/14.pdf>
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). Harper Collins Publishers.
- Danezis, G., & Diaz, C. (2008). *A survey of anonymous communication channels*. <https://www.esat.kuleuven.be/cosic/publications/article-927.pdf>
- Hoang, N. P., & Pishva, D. (2014). Anonymous communication and its importance in social networking. In *Proceedings of the 16th International Conference on Advanced Communication Technology* (ICACT) (pp. 34–39). IEEE. <https://doi.org/10.1109/ICACT.2014.6778917>

- Mossberg, W. (1995). Personal Technology: Accountability is key to democracy in the online world. *Wall Street Journal*, (26).
- Sultan, O. (2020). *Online anonymity – How to keep yourself safe and unidentified*. HackRead. <https://www.hackread.com/online-anonymity-how-to-keep-safe-unidentified/>
- Tien, L. (1996). Who's afraid of anonymous speech? McIntyre and the Internet. *Oregon Law Review*, (75), 117–160.