

ความเต็มใจในการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลผ่านแอปพลิเคชันธนาคารพาณิชย์
ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

Willingness to Disclose Personal Information Through Commercial
Banking Applications in Bangkok Metropolitan Region

ธนวัฒน์ กิมพพร^{1*} และ ดารารัตน์ สุขแก้ว²

¹วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

²คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

E-mail: ¹thanawat.kim@rmutr.ac.th, ²dararat.s@rmutr.ac.th

*Corresponding author, email: thanawat.kim@rmutr.ac.th

Received: Jun 15, 2022, Accepted: Nov 8, 2022, Published: Dec 26, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อระบุปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับความเต็มใจในการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันธนาคารพาณิชย์ โดยกรอบแนวคิดของงานวิจัยในครั้งนี้มีการประยุกต์มาจากกรอบแนวคิดแคลคูลัสภาวะส่วนตัว การวิจัยเชิงปริมาณนี้ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย จำนวน 409 คน จากผู้ใช้บริการของแอปพลิเคชันธนาคารพาณิชย์ เพื่อตอบแบบสอบถามและการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรง ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับความเต็มใจในการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันธนาคารพาณิชย์ ประกอบด้วย ด้านมูลค่าการเปิดเผย และ ด้านความไว้วางใจในระบบ โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านมูลค่าการเปิดเผยมากกว่าปัจจัยด้านความไว้วางใจในระบบ เนื่องจากค่านึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการเปิดเผยข้อมูลทำให้เกิดการยอมรับความเสี่ยงและเต็มใจเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารพาณิชย์

คำสำคัญ: แอปพลิเคชันธนาคาร, ความเต็มใจในการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล, ข้อมูลลูกค้าธนาคาร

Abstract

The purpose of this research is to identify factors that affect the level of willingness to disclose information of service users through commercial banking applications. The conceptual framework of this research is based on the framework of Privacy Calculus. A simple random sampling technique was applied to select 409 commercial banking application users to answer the self-reported questionnaire. Data were analyzed by Linear Regression model analysis. The results showed that factors affecting the level of willingness to disclose personal

information of service users through commercial banking applications were disclosure value and trust in the system. It gave more importance to the disclosure value factor than the trust factor in the system because the benefits of disclosure led to risk tolerance and willingness to disclose personal information through commercial bank applications.

Keywords: Banking application, Willingness to disclose personal information, Bank customer information

1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

เทคโนโลยีในปัจจุบันมีการพัฒนาขึ้นมากและด้วยสถานการณ์ไวรัสโควิด-19 ที่ผ่านมา ทำให้เริ่มมีการทำธุรกรรมทางการเงินทางออนไลน์มากขึ้นและสังคมเริ่มเข้าสู่สังคมไร้เงินสด จึงส่งผลทำให้มีจำนวนผู้ใช้บริการในการใช้แอปพลิเคชันธนาคารมากยิ่งขึ้นทำให้การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางธนาคารลดน้อยลง ด้วยเทคโนโลยีในปัจจุบันนั้นถ้ามี Mobile Banking สามารถสแกนจ่ายค่าสินค้าและบริการ ในขณะที่การซื้อขายได้ทันที นอกจากผู้ใช้บริการจะสะดวกในการชำระเงินแล้ว ธุรกิจร้านค้าเองยังได้รับเงินเข้าบัญชีได้ทันที มีการดูแลความปลอดภัย และสามารถตรวจสอบรายการย้อนหลังได้ โดยไม่จำเป็นต้องไปทำธุรกรรมที่สาขาธนาคาร (ชนิกานต์ ให้อย, 2565)

ตารางที่ 1 พฤติกรรมการโอนเงินภายในธนาคาร (รวมชำระค่าสินค้าบริการ)

การทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking	2564	2563	2562	2561
จำนวนบัญชีลูกค้าที่ใช้บริการ	84,291,262	68,697,059	60,084,145	46,004,931
แนวโน้มเพิ่ม(ลด)ของจำนวนบัญชีลูกค้า	83%	49%	31%	
ปริมาณรายการ (พันรายการ)	16,041,378	9,588,722	5,299,032	2,896,001
แนวโน้มเพิ่ม(ลด)ของปริมาณรายการ	454%	231%	83%	

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย (2565)

จากข้อมูลสถิติของธนาคารแห่งประเทศไทยตั้งแต่ปี 2561 ดังแสดงในตารางที่ 1 มีจำนวนบัญชีและปริมาณรายการที่ทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทาง Mobile Banking มากขึ้นเรื่อย ๆ นอกจากนี้การสำรวจแอปพลิเคชันที่ใช้บริการทางการเงิน Mobile Banking ปี 2562 จากผลสำรวจพบว่า ผู้ใช้บริการใช้บริการทางการเงิน Mobile Banking ผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารกสิกรไทย คิดเป็นร้อยละ 25.0 แอปพลิเคชันของธนาคารไทยพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 18.8 แอปพลิเคชันของธนาคารกรุงเทพ คิดเป็นร้อยละ 16.0 แอปพลิเคชันของธนาคารกรุงไทย คิดเป็นร้อยละ 13.8 และ แอปพลิเคชันของธนาคารกรุงศรีอยุธยา คิดเป็นร้อยละ 10.1 ของผลสำรวจ (Smart SME, 2562) ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบแอปพลิเคชันที่ใช้บริการทางการเงินแบบออนไลน์ (Mobile Banking App)

อันดับ	แอปพลิเคชัน	ร้อยละ
อันดับ 1	ธนาคารกสิกรไทย (K-Plus)	ร้อยละ 25.0
อันดับ 2	ธนาคารไทยพาณิชย์ (SCB EASY)	ร้อยละ 18.8
อันดับ 3	ธนาคารกรุงเทพ (Bualuang M Banking)	ร้อยละ 16.0
อันดับ 4	ธนาคารกรุงไทย (Krungthai NEXT)	ร้อยละ 13.8
อันดับ 5	ธนาคารกรุงศรีอยุธยา (KMA Krungsri Mobile App)	ร้อยละ 10.1

ที่มา: Smart SME (2562)

แอปพลิเคชันของธนาคารพาณิชย์ในปัจจุบัน สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้หลากหลาย ซึ่งช่วยในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ อย่างการโอนเงินระหว่างบัญชีธนาคาร การตรวจสอบยอดเงินในบัญชี การซื้อขายตราสารหนี้และกองทุน รวมไปถึงการตั้งระบบการแจ้งเตือนอัตโนมัติ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2557) โดยแอปพลิเคชันของธนาคารพาณิชย์ต้องมีการให้บริการแบบรายบุคคลและผู้ใช้บริการต้องมีตัวตนอยู่จริงทำให้ในการสมัครใช้บริการแอปพลิเคชันของธนาคารพาณิชย์มีความจำเป็นต้องใช้ข้อมูลส่วนบุคคลในการสมัครเข้าใช้บริการ ซึ่งข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการจะเป็นข้อมูลที่แอปพลิเคชันใช้ในการเข้าถึงฐานข้อมูลเพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าใช้บริการแอปพลิเคชันได้แบบรายบุคคล และในปัจจุบันการให้ข้อมูลส่วนบุคคลกับองค์กรหรือบุคคลอื่นอาจทำให้เกิดความเสี่ยงกับเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลได้ ซึ่งปัจจุบันได้มีการนำกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเข้ามาใช้เพื่อเป็นการรับรองและยืนยันสิทธิความเป็นส่วนตัวเป็นส่วนตัวของข้อมูลส่วนบุคคลของประชาชน ป้องกันการนำข้อมูลส่วนบุคคลไปใช้โดยไม่ชอบด้วยกฎหมาย เนื่องจากแอปพลิเคชันทางการเงินต้องมีการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลและยืนยันตัวตนในการเข้าใช้บริการ รวมไปถึงการกำหนดให้องค์กรที่มีการเก็บรวบรวมหรือมีการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลมีฐานในการนำข้อมูลส่วนบุคคลบางอย่างมาใช้และใช้ข้อมูลให้น้อยที่สุดเท่าที่จำเป็น สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ชอบโดยกฎหมาย (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล, 2565)

ด้วยเหตุผลข้างต้นนั้น จึงเกิดคำถามว่าปัจจัยใดที่ส่งผลต่อระดับความเต็มใจในการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารพาณิชย์ เพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันทางการเงินที่ผู้ใช้บริการสามารถเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลได้อย่างเต็มใจและผู้ใช้บริการสามารถใช้บริการแอปพลิเคชันเพื่อรับประโยชน์ตามที่ได้คาดหวัง

2. วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับความเต็มใจในการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารพาณิชย์

3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

กรอบแนวคิดแคลคูลัสภาวะส่วนตัว (Privacy Calculus Theory) จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยได้นำแบบแคลคูลัสภาวะส่วนตัว หรือ Privacy Calculus Theory มาใช้

เป็นกรอบแนวคิด เนื่องจากเป็นทฤษฎีที่อธิบายเกี่ยวกับการยินยอมเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อแลกเปลี่ยนซึ่งผลประโยชน์ที่จะได้รับในด้านการเงินและด้านสังคม (Culnan and Armstrong, 1999) หรือ ในด้านการบริการลักษณะเฉพาะส่วนบุคคล (Sheng et al., 2008) โดยจะมีการวิเคราะห์และตัดสินใจจากการเปรียบเทียบความคุ้มค่าของประโยชน์ที่จะได้รับ (Cost-benefit analysis) และนำมาเปรียบเทียบกับความเสี่ยงที่อาจจะได้รับหลังจากเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล (Dinev and Hart, 2006; Li et al., 2010) เมื่อได้รับการประเมินแล้วว่ามีค่าผลที่ออกมาเป็นเชิงบวกกับผู้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการนั้นจะมีโอกาสเปิดเผยข้อมูลที่สูงขึ้นตามไปด้วย (Culnan and Bies, 2003) โดยปัจจัยที่จะทำการศึกษามีทั้งสิ้น 8 ปัจจัย ดังนี้

ประโยชน์ (Benefit) คือ สิ่งที่ทำให้คุณค่าทางบวกทำให้ความเป็นอยู่ดีขึ้น โดยงานวิจัยในครั้งนี้ให้ความสนใจในมิติของประโยชน์ที่ผู้ใช้บริการจะได้รับ

ความเสี่ยง (Risk) คือ โอกาสที่จะเกิดความผิดพลาด ความเสียหาย การรั่วไหล หรือ เหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ให้เกิดขึ้น ซึ่งอาจจะเกิดขึ้นในอนาคตและมีผลกระทบหรือทำให้การดำเนินงานนั้นไม่ประสบความสำเร็จ

อารมณ์เชิงบวก (Positive Emotion) เป็นลักษณะของมนุษย์ที่อธิบายว่าผู้คนได้รับผลกระทบเชิงบวกหรือมีความรู้สึกเชิงบวก เช่น ความยินดี ความปลอดภัย เป็นต้น และมีผลต่อการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นและสิ่งรอบข้างด้วย

อารมณ์เชิงลบ (Negative Emotion) เป็นลักษณะของมนุษย์ที่อธิบายว่าผู้คนได้รับผลกระทบเชิงลบหรือมีความรู้สึกเชิงลบ เช่น ความโกรธ ตู้อก ความกลัว เป็นต้น นอกจากนี้อารมณ์เชิงลบที่ต่ำนั้นจะทำให้ผู้คนมีลักษณะเฉพาะด้วยสภาวะที่สงบและเป็นบ่อยครั้ง

มูลค่าการเปิดเผย (Value of Disclosure) มูลค่า หมายถึง ผลของการประเมินโดยรวมของผู้บริโภคเกี่ยวกับอรรถประโยชน์ของผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งขึ้นอยู่กับความรู้ถึงสิ่งที่ได้รับและสิ่งที่ได้ให้ไป

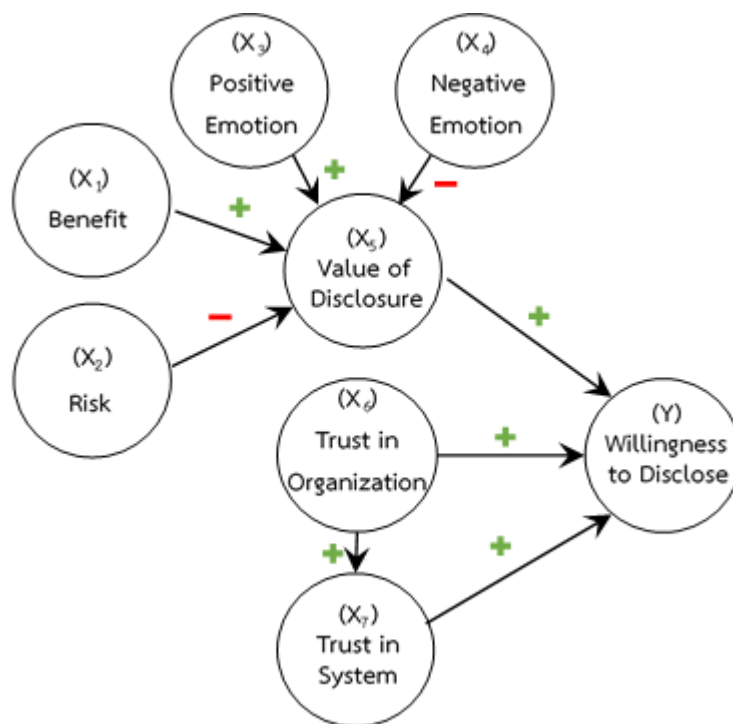
ความเชื่อมั่นในองค์กร (Trust in Organization) และ ความวางใจในระบบ (Trust in System) เป็นปัจจัยที่มีลักษณะที่คล้ายกัน คือ ความไว้วางใจในข้อมูลส่วนบุคคลที่ส่งให้กับผู้ให้บริการหรือแพลตฟอร์มว่าจะมีการจัดการที่ดีเชื่อถือได้และความปลอดภัยต่อข้อมูลส่วนบุคคลที่ส่งไป

ความเต็มใจที่จะเปิดเผย (Willingness to Disclose) คือ ความตั้งใจหรือความต้องการของผู้ใช้งานที่จะเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลผ่านระบบ เพื่อให้ได้มาซึ่งสิทธิในการใช้งานแอปพลิเคชันและเพื่อให้ได้รับการบริการจากผู้ให้บริการแบบเฉพาะบุคคล

จากปัจจัยทั้ง 8 ปัจจัยนั้นนำมาผสมผสานกับกรอบแนวคิดแคลคูลัสสภาวะส่วนตัว จึงสามารถสรุปการเชื่อมโยงปัจจัยที่ส่งผลไปสู่ความเต็มใจในการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลได้ดังนี้ มูลค่าการเปิดเผยมีประโยชน์กับอารมณ์เชิงบวกส่งผลบวกและความเสี่ยงกับอารมณ์เชิงลบส่งผลลบต่อมูลค่าการเปิดเผย นอกจากนี้ความเชื่อมั่นในองค์กรมีผลบวกต่อความไว้วางใจในระบบ และมูลค่าการเปิดเผย ความเชื่อมั่นในองค์กร และความไว้วางใจในระบบ ส่งผลบวกต่อความเต็มใจในการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล เมื่อเชื่อมโยงปัจจัยทั้งหมดตามกรอบแนวคิดแคลคูลัสสภาวะส่วนตัวแล้ว เป็นตามภาพที่ 1

จากภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย Privacy Calculus Theory สามารถสรุปความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้ง 8 ตัวแปรได้ดังนี้

ตัวแปรที่ส่งผลต่อ มูลค่าการเปิดเผย (Value of Disclosure) คือ ประโยชน์ (Benefit), ความเสี่ยง (Risk), อารมณ์เชิงบวก (Positive Emotion) และ อารมณ์เชิงลบ (Negative Emotion) จากงานวิจัยของ เอกพันธ์ พัฒนาวิจิตร (2558) พบว่า ประโยชน์ทางการเงินสามารถใช้ชดเชยให้ผู้ใช้นั้นยินยอมเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลได้ จึงสรุปได้ว่า การเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสามารถใช้ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งานแอปพลิเคชันมาชดเชยได้ ซึ่งผู้ให้บริการจะประเมินถึงความคุ้มค่าอันนี้คือมูลค่าของการเปิดเผย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย Privacy Calculus Theory

ตัวแปรที่ส่งผลต่อ ความไว้วางใจในระบบ (Trust in System) คือ ความเชื่อมั่นในองค์กร (Trust in Organization) จากงานวิจัยของ อัจฉรา จันทรธัญและคณะ (2553) พบว่า ในการดำเนินงานนั้นจำเป็นต้องได้รับความเชื่อใจและไว้วางใจ จึงสรุปได้ว่า ธนาการที่มีภาพลักษณ์ไม่ดีในสายตาของผู้ใช้บริการ ทำให้ผู้บริการเกิดความไม่สบายใจในผลิตภัณฑ์ของธนาการส่งผลให้ไม่เกิดความไว้วางใจในระบบของธนาการ

ตัวแปรที่ส่งผลต่อ ความเต็มใจที่จะเปิดเผย (Willingness to Disclose) คือ มูลค่าการเปิดเผย (Value of Disclosure), ความเชื่อมั่นในองค์กร (Trust in Organization) และ ความไว้วางใจในระบบ (Trust in System) จากงานวิจัยของ พฐุ พิมพระเปียบ และคณะ (2564) พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงออนไลน์ด้านความเป็นส่วนตัวส่วนบุคคลมีอิทธิพลกับความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ปัจจัยด้านลักษณะของผู้ประกอบการค้ากับความเต็มใจในการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล จึงสรุปได้ว่า เมื่อผู้ให้บริการรับรู้ความเสี่ยงในระดับสูงจากการใช้งานแอปพลิเคชันความเต็มใจในการเปิดเผยข้อมูลจะอยู่ระดับต่ำ ดังนั้น ควรทำให้ผู้บริการมีการรับรู้ถึงลักษณะของแอปพลิเคชันว่าเป็นแอปพลิเคชันทางการเงินที่มีความปลอดภัยด้านการทำธุรกรรมและตรวจสอบที่มีความปลอดภัยสูง จากการสรุปความสัมพันธ์ข้างต้นผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานของงานวิจัยดังนี้

H1: ประโยชน์ และ อารมณ์เชิงบวก มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อ มูลค่าการเปิดเผย

H2: ความเสี่ยง และ อารมณ์เชิงลบ มีความสัมพันธ์เชิงลบต่อ มูลค่าการเปิดเผย

H3: ความเชื่อมั่นในองค์กร มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อ ความวางใจในระบบ

H4: มูลค่าการเปิดเผย ความเชื่อมั่นในองค์กร และ ความวางใจในระบบ มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อ ความเต็มใจที่จะเปิดเผย

4. วิธีการดำเนินงานวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยนี้ได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) จากผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำนวน 409 คน โดยรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างจากแบบสอบถามออนไลน์ และใช้ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างในการจำแนกกลุ่มตัวอย่างออกมาเป็นกลุ่มที่ไม่ต่ำกว่า 30 คน ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 องค์ประกอบของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

อายุ	เข้าใช้เดือนละ 1-2 ครั้ง/น้อยกว่า	เข้าใช้เดือนละ 3-5 ครั้ง/มากกว่า	รวม
Gen Z (น้อยกว่า 25 ปี)	59 (66%)	30 (34%)	89 (100%)
Gen Y (25-39 ปี)	98 (51%)	96 (49%)	194 (100%)
Gen X และ Gen B (ตั้งแต่ 40 ปี ขึ้นไป)	47 (37%)	79 (63%)	126 (100%)
รวม	204 (50%)	205 (50%)	409 (100%)

จากตารางที่ 3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันของธนาคารพาณิชย์ ด้านความถี่ในการเข้าใช้บริการจากการตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือ เจเนอเรชันวาย มีจำนวน 194 คน โดยส่วนใหญ่เข้าใช้บริการเดือนละ 1-2 ครั้งหรือน้อยกว่า มีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 51 รองลงมาคือ เจเนอเรชันเอกซ์และบี มีจำนวน 126 คน โดยส่วนใหญ่เข้าใช้บริการเดือนละ 3-5 ครั้งหรือมากกว่า มีจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 63 โดยมีการแจกแจงแบบปกติที่มีจำนวนไม่ต่ำกว่า 30 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 และตอนที่ 2 สะท้อนถึงข้อมูลทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมในการใช้บริการแอปพลิเคชันธนาคารพาณิชย์ และส่วนที่ 3 เป็นลักษณะการตอบแบบสอบถามโดยแสดงความคิดเห็นแบบ Likert Scale เพื่อหาปัจจัยที่ส่งผลต่อความเต็มใจในการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลผ่านแอปพลิเคชันธนาคารพาณิชย์

ผลการวัดตัวแปรในการใช้บริการแอปพลิเคชันธนาคารพาณิชย์จากแบบสอบถามด้วยวิธีการวิเคราะห์ปัจจัย พบว่าตัวแปรของแต่ละปัจจัยนั้น มีค่า Factor Loading มากกว่า 0.7 ถือได้ว่าตัวแปรทุกตัวนั้นสามารถสะท้อนปัจจัยได้ดีมีความสอดคล้องกันและมีความน่าเชื่อถือ (Hair et al, 2010)

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการวิเคราะห์ระดับความเต็มใจเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารพาณิชย์ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบสมมติฐานแบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรงทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย (Xin, 2009) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อความเต็มใจในการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล โดยแบบจำลองตามกรอบแนวคิดของงานวิจัยสามารถแสดงได้ดังนี้

$$X_{1i}, X_{2i}, X_{3i}, X_{4i} = \text{ตัวแปรอิสระ (Exogenous Variables)} \quad (1)-(4)$$

$$X_{5i} = \beta_{50} + \beta_{51}X_{1i} + \beta_{52}X_{2i} + \beta_{53}X_{3i} + \beta_{54}X_{4i} + \varepsilon_{5i} \quad (5)$$

$$X_{6i} = \text{ตัวแปรอิสระ (Exogenous Variables)} \quad (6)$$

$$X_{7i} = \beta_{70} + \beta_{76}X_{6i} + \varepsilon_{7i} \quad (7)$$

$$Y = \beta_{80} + \beta_{85}X_{5i} + \beta_{86}X_{6i} + \beta_{87}X_{7i} + \varepsilon_{8i} \quad (8)$$

โดยที่ X_{1i} = มุมมองประโยชน์จากการใช้แอปพลิเคชันของผู้ตอบแบบสอบถาม คนที่ i

X_{2i} = มุมมองความเสี่ยงจากการใช้แอปพลิเคชันของผู้ตอบแบบสอบถาม คนที่ i

X_{3i} = ความรู้สึกด้านบวกต่อแอปพลิเคชันของผู้ตอบแบบสอบถาม คนที่ i

X_{4i} = ความรู้สึกด้านลบต่อแอปพลิเคชันของผู้ตอบแบบสอบถาม คนที่ i

X_{5i} = มุมมองคุณค่าจากการใช้แอปพลิเคชันของผู้ตอบแบบสอบถาม คนที่ i

X_{6i} = ความเชื่อถือต่อองค์กรที่พัฒนาแอปพลิเคชันของผู้ตอบแบบสอบถาม คนที่ i

X_{7i} = ความวางใจต่อระบบของแอปพลิเคชันของผู้ตอบแบบสอบถาม คนที่ i

Y = ความเต็มใจเปิดเผยข้อมูลให้กับแอปพลิเคชันของผู้ตอบแบบสอบถาม คนที่ i

ε_{ji} = ค่าความคลาดเคลื่อนเชิงสุ่มของสมการที่ j คนที่ i

5. ผลการวิจัย

ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างและข้อมูล

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ช่วงอายุเจนเอเรชันวาย สถานภาพโสด ระดับการศึกษาอยู่ที่กำลังศึกษาปริญญาตรี/ปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ 15,001-30,000 บาท มีประสบการณ์ในการใช้แอปพลิเคชันมากกว่า 1 ปี ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันเดือนละ 1-2 ครั้ง จำนวนเงินโดยเฉลี่ยในการทำธุรกรรมประมาณ 1,001-2,000 บาทต่อครั้ง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบสมมติฐานด้วยแบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรงเพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

จากสมมติฐานที่ 1 (H1) พบว่า ประโยชน์ส่งผลต่อมูลค่าการเปิดเผย มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.3196 ส่วนอารมณ์เชิงบวกส่งผลต่อมูลค่าการเปิดเผย มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.4955 โดยทั้งสองความสัมพันธ์นี้ส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากสมมติฐานที่ 2 (H2) พบว่า ความเสี่ยงส่งผลต่อมูลค่าการเปิดเผย มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.0690 ส่วนอารมณ์เชิงลบส่งผลต่อมูลค่าการเปิดเผย มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.0633 โดยทั้งสองความสัมพันธ์นี้ส่งผลเชิงบวกอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

จากสมมติฐานที่ 3 (H3) พบว่า ความเชื่อมั่นในองค์กรส่งผลต่อความไวใจในระบบ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.9047 โดยความสัมพันธ์นี้ส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากสมมติฐานที่ 4 (H4) พบว่า มูลค่าการเปิดเผยส่งผลต่อความเต็มใจที่จะเปิดเผย มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.4411 และ ความไวใจในระบบส่งผลต่อความเต็มใจที่จะเปิดเผย มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.3617 โดยทั้งสองความสัมพันธ์นี้ส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนความเชื่อมั่นในองค์กรส่งผลต่อความเต็มใจที่จะเปิดเผย มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.0602 มีความสัมพันธ์ส่งผลเชิงบวกอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังแสดงในตารางที่ 4

6. สรุปผลและการอภิปรายผล

ปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับความเต็มใจในการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารพาณิชย์นั้น มี 2 ปัจจัย ได้แก่ ด้านมูลค่าการเปิดเผย และ ด้านความไวใจในระบบ โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านมูลค่าการเปิดเผยมากกว่าปัจจัยด้านความไวใจในระบบ หมายความว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับมูลค่าของข้อมูลที่จะมอบให้เพื่อให้ได้มาซึ่งประโยชน์ที่ได้รับหลังจากมอบข้อมูล และในปัจจุบันเทคโนโลยีมีการพัฒนาอย่างมากเพื่อช่วยในการอำนวยความสะดวกให้แก่มนุษย์เทคโนโลยีเหล่านั้นก็ถูกเชื่อมโยงกันด้วยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ข้อมูลส่วนบุคคลมีการใช้ในเรื่องของธุรกรรมทางการเงินด้วยเช่นกัน การเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลไปจึงอาจทำให้เกิดความเสี่ยงที่ไม่คาดคิดขึ้นได้ แต่ถ้าผู้ใช้บริการได้รับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับหลังจากให้ข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อใช้บริการแอปพลิเคชันของธนาคารพาณิชย์แล้วจะส่งผลต่อระดับความเต็มใจในการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลผ่านแอปพลิเคชัน ซึ่งสอดคล้องกับ เสาวลักษณ์ พูลทรัพย์ (2563) เรื่องการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระเงินสมทบกองทุนประกันสังคม ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับความเต็มใจในการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลผ่านแอปพลิเคชันธนาคารพาณิชย์

Model	x5	x7	Y
x1	0.3196***		
x2	0.0690		
x3	0.4955***		
x4	0.0633		
x5			0.4411***

Model	x5	x7	Y
x6		0.9047***	0.0602
x7			0.3617***
Constant	0.0257	-0.0020	0.0500
N	409	409	409
rss	3.8914	7.5171	8.4828
F	225.6381***	628.8975***	159.9383***
p	0	0	0
r2	0.6908	0.6071	0.5423
r2_a	0.6877	0.6061	0.5389
* $p < .1$, ** $p < .05$, *** $p < .01$			

หมายเหตุ x1 = ปัจจัยด้านประโยชน์, x2 = ปัจจัยด้านความเสี่ยง, x3 = ปัจจัยด้านอารมณ์เชิงบวก
x4 = ปัจจัยด้านอารมณ์เชิงลบ, x5 = ปัจจัยด้านมูลค่าการเปิดเผย, x6 = ปัจจัยด้านความ
เชื่อมั่นในองค์กร, x7 = ปัจจัยด้านความวางใจในระบบ, Y = ปัจจัยด้านความเต็มใจที่จะเปิดเผย
* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.10, ** มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และ *** มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ของสำนักงานประกันสังคม พบว่า ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระเงิน
สมทบกองทุนประกันสังคมผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ถ้าผู้ใช้บริการได้มีมุมมองในการใช้แอปพลิเคชัน
ในเรื่องของการอำนวยความสะดวกในการทำธุรกรรมทางการเงินที่มีความปลอดภัยและรวดเร็วแล้วเห็น
คุณค่าในประโยชน์นี้ ผู้ใช้บริการจะเกิดความยอมรับความเสี่ยงและเกิดความเต็มใจเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล
ผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารพาณิชย์ เพื่อจะได้รับประโยชน์จากการใช้บริการแอปพลิเคชันนี้ นอกจากนี้
การที่แอปพลิเคชันของธนาคารพาณิชย์มีระบบที่มีประสิทธิภาพสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่าง
ถูกต้องและสามารถเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลได้อย่างปลอดภัยทำให้ผู้ใช้บริการสามารถวางใจในระบบ
ของแอปพลิเคชันได้ ส่งผลทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความเต็มใจในการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลผ่านแอปพลิเคชัน
มากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประกายเทียน สันนิทา (2563) ที่ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการ
ผ่านแอปพลิเคชัน SCB Easy App ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) พบว่า ความเชื่อมั่น
ในระบบการทำงานของแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการนั้นมีผลต่อการเลือกใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันธนาคาร
ซึ่งมีผลต่อความเต็มใจในการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล และ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พงษ์ พิมพ์ระเปียบ
และคณะ (2564) ที่ศึกษา อิทธิพลกำกับของการรับรู้ความเสี่ยงออนไลน์ด้านความเป็นส่วนบุคคล
ในความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านลักษณะของผู้ประกอบการค้าและความเต็มใจในการเปิดเผยข้อมูลส่วน
บุคคล พบว่า เมื่อผู้ใช้บริการนั้นเกิดรับรู้ความเสี่ยงในระดับที่สูงจากการใช้งานแอปพลิเคชันจึงส่งผลต่อความ
เต็มใจในการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลอยู่ในระดับต่ำ แต่ต้องทำให้ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงลักษณะของแอปพลิเคชัน
และต้องมีระบบที่สามารถสื่อถึงประสิทธิภาพการทำงานของแอปพลิเคชันนั้นได้ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความวางใจ
ในระบบซึ่งส่งผลต่อความเต็มใจในการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ

7. ข้อเสนอแนะ

สำหรับธนาคารพาณิชย์ที่เป็นเจ้าของแอปพลิเคชัน ธนาคารพาณิชย์ควรพัฒนาแอปพลิเคชันโดยให้แอปพลิเคชันนั้นสามารถใช้งานได้ง่าย มีความปลอดภัย และสามารถใช้งานได้หลากหลายในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการเงิน อย่างสามารถใช้ในการโอนเงินเข้าแพลตฟอร์มต่างๆ ใช้ในการลงทุนผลิตภัณฑ์ทางการเงิน นอกจากนี้ระบบของแอปพลิเคชันต้องสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการได้เพื่อสร้างความไว้วางใจในระบบให้กับผู้ใช้บริการ ธนาคารพาณิชย์ต้องพัฒนาแอปพลิเคชันโดยให้ความสำคัญปัจจัยเหล่านี้ เนื่องจากผู้ใช้นั้นจะนำประโยชน์และปัจจัยเชิงบวกที่ได้รับจากแอปพลิเคชันมาประเมินความคุ้มค่าในการใช้แอปพลิเคชันรวมไปถึงระบบการทำงานของแอปพลิเคชันต้องสามารถเชื่อถือได้ เมื่อแอปพลิเคชันสามารถมอบประโยชน์ที่มากพอและมีระบบการทำงานที่วางใจได้ ผู้ใช้บริการจะเกิดความเต็มใจในการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อเข้าใช้แอปพลิเคชัน ดังนั้นธนาคารพาณิชย์ต้องพัฒนาแอปพลิเคชันให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการในการทำธุรกรรมทางการเงินของกลุ่มผู้ใช้บริการให้ได้มากที่สุด และพัฒนาระบบของแอปพลิเคชันให้มีความปลอดภัยและมีประสิทธิภาพเพื่อมอบประสบการณ์ที่ดีในการใช้บริการแอปพลิเคชันให้แก่ผู้ใช้บริการ รวมไปถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินให้สามารถใช้แอปพลิเคชันเข้ามาช่วยในการตรวจสอบและวางแผนทางการเงินในอนาคตให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุดแก่ผู้ใช้บริการ เมื่อผู้ใช้บริการรับรู้ถึงคุณค่าในแอปพลิเคชันจะส่งผลทำให้เกิดความต้องการใช้บริการและเต็มใจเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อรับประโยชน์จากการใช้บริการแอปพลิเคชันของธนาคารพาณิชย์

8. เอกสารอ้างอิง

- ชนิกานต์ โห้ไทย. (2565). การชำระเงินดิจิทัล ทางเลือกหลักของคนไทยในยามวิกฤต Covid-19. สืบค้นเมื่อ 5 ตุลาคม 2565 จาก https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_8Mar2021.aspx.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2557). **Payment Systems Insight ไตรมาส 1 ปี 2557 บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ Mobile Financial Service**. สืบค้นเมื่อ 14 ตุลาคม 2565 จาก https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/Publication/ps_quarterly_report/Payment%20Systems%20Insight/PS_%20Insight_2014Q1.pdf.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2565). **ธุรกรรมการชำระเงินผ่านบริการ Mobile Banking และ Internet Banking**. สืบค้นเมื่อ 5 ตุลาคม 2565 จาก https://www.bot.or.th/App/BTWS_STAT/statistics/ReportPage.aspx?reportID=949&language=th.
- ประกายเทียน สันนิธา. (2563). **ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน SCB Easy App ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ (มหาชน)**. คณะบริหารธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยรามคำแหง. สืบค้นเมื่อ 16 ตุลาคม 2565 จาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/sat16/6114060068.pdf>.
- พฐุ พิมพระเปียบ, วิทสินี บวรอัศวกุล, สันหัต พรประเสริฐมานิต, ศิพัทธ์ ไตรอุโฆษ และ สุพจน์ ศรีนุตพงษ์. (2564). **อิทธิพลกำกับของการรับรู้ความเสี่ยงออนไลน์ด้านความเป็นส่วนตัวส่วนบุคคลในความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย**

- ด้านลักษณะของผู้ประกอบการค้าและความเต็มใจในการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล. จุฬาลงกรณ์
ธุรกิจปริทัศน์, 43(4), 38-59.
- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล. (2565). คู่มือ PDPA สำหรับประชาชน. สืบค้นเมื่อ 7
ตุลาคม 2565 จาก <https://www.mdes.go.th/mission/detail/>.
- เสาวลักษณ์ พูลทรัพย์. (2562). การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระเงินสมทบ
กองทุนประกันสังคมผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของสำนักงานประกันสังคม. การค้นคว้าอิสระ
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- อัจฉรา จันทรฉาย และคณะ. (2553). สรุปผลการวิจัยการศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของกิจการ
ของประเทศไทยและต่างประเทศ. จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์.
- เอกพันธ์ พัฒนาวิจิตร. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล กรณีศึกษาการลงชื่อ
เข้าใช้ด้วยรหัสผู้ใช้เฟซบุ๊ก. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการ
จัดการ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- Culnan, M. J., & Armstrong, P. K. (1999). Information Privacy Concerns, Procedural
Fairness, and Impersonal Trust: An Empirical Investigation. *Organization
Science*, 10(1), 104-115. from <https://doi.org/10.1287/orsc.10.1.104>.
- Culnan, M. J., & Bies, R.J. (2003). Consumer Privacy: Balancing Economic and Justice
Considerations. *Journal of Social Issues*, 59(2), 323-342.
from <https://doi.org/10.1111/1540-4560.00067>.
- Dinev, T., & Hart, P. (2006). An Extended Privacy Calculus Model for E-Commerce
Transactions. *Information Systems Research*, 17(1), 61-80. from
<https://www.jstor.org/stable/23015781>.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis*.
7th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Li, H., Sarathy, R., & Xu, H. (2010). Understanding Situational Online Information
Disclosure as A Privacy Calculus. *Journal of Computer Information Systems*,
51(1), 62-71. from <https://doi.org/10.1080/08874417.2010.11645450>.
- Sheng, H., Nah, F.F.H., & Siau, K. (2008). An experimental study on ubiquitous commerce
adoption: Impact of personalization and privacy concerns. *Journal of the Association for
Information Systems*, 9(6), 15. from <https://doi.org/10.17705/1jais.00161>.
- Smart SME. (2562). 5 อันดับธนาคารยอดนิยมของคนกรุงผ่านการใช้บริการ Mobile Banking App.
สืบค้นเมื่อ 5 ตุลาคม 2565 จาก <https://www.smartsme.co.th/content/220908>
- Xin, Yan. (2009). *Linear Regression Analysis: Theory and Computing*. World Scientific.
pp. 1-2. Retrieved on November 10, 2022 from <https://www.pdfdrive.com/linear-regression-analysis-e2065764.html>.