

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้แพลตฟอร์มเทรดเหรียญคริปโตเคอร์เรนซีของนักลงทุนรายย่อยใน
เขตกรุงเทพมหานคร

Factors Influencing Bangkok Traders' Use of a Cryptocurrency Trading Platform

นางสาว สุจารี แสงอัมพร

สาขาการเงินและการธนาคาร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Sujaree Sangumporn

Email: 6314103038@rumail.ru.ac.th

Department of Finance and Banking, Master of Business Administration

Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการใช้งานแพลตฟอร์มเทรดเหรียญคริปโตเคอร์เรนซีของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทำการเก็บข้อมูลแบบสอบถามและวิเคราะห์ถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการเลือกใช้แพลตฟอร์มเทรดเหรียญคริปโตเคอร์เรนซี การยอมรับเทคโนโลยีของบุคคลที่มีผลต่อการเลือกใช้แพลตฟอร์มเทรดเหรียญคริปโตเคอร์เรนซี ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้แพลตฟอร์มเทรดเหรียญคริปโตเคอร์เรนซี และการใช้งานแพลตฟอร์มเทรดเหรียญคริปโตเคอร์เรนซีของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อที่ผู้พัฒนาแพลตฟอร์มเทรดต่างๆ สามารถนำข้อมูลไปพัฒนาแพลตฟอร์มให้ดีขึ้น และตรงตามความต้องการของนักเทรด และในส่วนของนักเทรดเอง สามารถทราบถึงข้อมูลด้านต่างๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจเพื่อไปใช้งานแพลตฟอร์มต่างๆ เพื่อประโยชน์สูงสุดของตนเอง

Abstract

The objective of this study is to aim into how individual traders in Bangkok use cryptocurrency trading platforms by collecting survey questionnaires and analyzing personal factors influencing cryptocurrency trading platform selection. Human Technology Acceptance Influences Cryptocurrency Trading Platform Selection, The marketing mix that influences individual traders' choice of cryptocurrency trading platform and use of cryptocurrency trading platforms in Bangkok. The creators and developers of different trading platforms are Capable of using data to develop a better platform that meets the needs of traders, as well as traders, who will know various information for decision-making to use different platforms for their own benefit.

บทนำ

หากย้อนไปในอดีตมนุษย์เรามีความต้องการที่จะแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันอยู่ตลอดเวลา เพราะเรามีเวลาจำกัด มีพลังงานจำกัด มีทรัพยากรจำกัด ดังนั้นหากเราต้องการทรัพยากร หรือสิ่งของต่างๆที่เราไม่มี เราก็จำเป็นต้องนำสิ่งของของเราไปแลกกับของคนอื่น เพื่อให้มีความหลากหลายและมีความสุขมากยิ่งขึ้น ซึ่งการเอาของมาแลกเปลี่ยนเรียกว่า Barter System และนั่นคือที่มาง่าย ๆ รวมถึงต้นกำเนิดของกิจกรรมทางเศรษฐกิจในทุกวันนี้ แต่ปัญหาหนึ่งของระบบ Barter System นั้น คือเราไม่มีหน่วยในการวัดที่ชัดเจนเลยว่า สิ่งของที่แตกต่างกันนั้น จะต้องแลกด้วยสิ่งของอีกอย่างด้วยจำนวนเท่าไร จึงจะเกิดความเท่าเทียมกัน เช่น ไข่หนึ่งตัวจะต้องแลกด้วยข้าวกี่ตัน ดังนั้นในช่วงแรกจึงเป็นในลักษณะของความพึงพอใจส่วนบุคคล แต่เมื่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจขยายใหญ่ขึ้น จึงมีการพัฒนาหา “สื่อกลางในการแลกเปลี่ยน” เพื่อให้การซื้อขายแลกเปลี่ยนนั้นง่าย สะดวก วัดได้และนับได้

สื่อกลางในการแลกเปลี่ยนในอดีตก็มีตั้งแต่ เปลือกหอย เปลือก โลหะมีค่า จนมาถึงยุคที่ใช้ทองคำเป็นสื่อกลาง เพราะทองคำมีคุณสมบัติที่เหมาะสมที่สุดในตอนนั้น เช่น หายาก คงทน ปลอมแปลงยาก และมีจำนวนจำกัด แต่ข้อเสียก็คือว่าทองคำนั้นมีขนาดใหญ่ หลังจากนั้นก็เริ่มมีตัวกลางที่มองเห็นว่าการใช้ทองคำนั้นดี แต่ไม่สะดวกในการพกพา รวมถึงไม่ค่อยปลอดภัย จึงมีแนวคิดเอาทองคำมาฝากไว้ที่ใดที่หนึ่งที่มีความน่าเชื่อถือ แล้วองค์กรหรือกิจการนั้นก็ออกตั๋วกระดาษเพื่อเป็นตัวแทนของมูลค่าทองคำที่เอามาฝากไว้ เช่น ฝากทองคำไว้ 10 บาท ก็ได้รับตั๋วกระดาษที่ระบุว่าคนนี้มีฝากเงินไว้ 10 บาท การันตีโดยองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือ แต่องค์กรนั้นก็จะต้องมีการเก็บค่าธรรมเนียมด้วย เพราะมีต้นทุนในการดูแลทองคำและอื่น ๆ ซึ่งนั่นถือเป็นต้นกำเนิดเล็ก ๆ ของสิ่งที่เรียกว่า “สถาบันการเงิน”

มาถึงในยุคที่การใช้เงินเป็นเรื่องง่าย สะดวก เพราะมีการสร้างบัตรขึ้นมาเพื่อใช้ในการซื้อสินค้าและบริการ แทนการชำระเงินสด และภายหลังได้มีบริษัท American Express และ Visa ได้ออกบัตรเครดิต เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวที่จะต้องเดินทางไปต่างประเทศ โดยไม่จำเป็นต้องพกเงินสดและต่อมานั้น ธนาคารต่าง ๆ ในสหรัฐอเมริกา ได้เริ่มมีการศึกษาในระบบ online banking เพื่อเป็นประโยชน์แก่ธนาคาร และประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ ธนาคารคาดหวังว่าระบบ online banking จะสามารถลดต้นทุนในการบริการ ธนาคารได้มาก

คริปโทเคอร์เรนซีถูกสร้างขึ้นมาเพื่อใช้เป็นตัวกลางในการซื้อ-ขายแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการต่าง ๆ ด้วยจุดประสงค์คือ ต้องการลดการรวมศูนย์ของระบบการชำระเงินผ่านสถาบันการเงิน หรือที่เรียกว่า Decentralized โดยทำงานผ่านระบบบล็อกเชน ซึ่งเป็นเทคโนโลยีการเก็บข้อมูลที่ถูกเข้ารหัสไว้ และเชื่อมโยงกันคล้ายห่วงโซ่ โดยมีบุคคลทั่วไปหรือภาคเอกชนเป็นผู้ออกเหรียญ ไม่ใช่รัฐเป็นผู้กำหนดขึ้น เหมือนเงินเฟียด (Fiat) และเป็นเงินที่ไม่สามารถจับต้องได้เหมือนเหรียญ-ธนบัตรทั่วไป เพราะทำธุรกรรมกันผ่านระบบบล็อกเชน และสกุลเงินดิจิทัลเข้ารหัสแรกถูกคิดค้นขึ้นภายใต้นามแฝงของ Satoshi Nakamoto เรียกว่า บิทคอยน์ (Bitcoin) หรือ BTC ซึ่งเขาหรือกลุ่มคนเหล่านี้ได้สร้างระบบเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่มีความกระจายศูนย์อย่างสมบูรณ์ และไม่มีเซิร์ฟเวอร์กลาง หรือ ผู้มีอำนาจใดๆ อยู่เบื้องหลัง ข้อมูลธุรกรรมต่างๆ จะไม่ได้ถูกเก็บอยู่ในที่ใดที่หนึ่งหรือเป็นขององค์กรใดองค์กรหนึ่ง ทุกคนในระบบจะเป็นเจ้าของข้อมูลร่วมกัน

บิทคอยน์ (Bitcoin) นั้นถูกนำมาใช้เป็นช่องทางใหม่ในการโอนเงินผ่านอินเทอร์เน็ตไปยังทุกที่ทั่วโลก การใช้บิทคอยน์ทำให้ผู้ใช้สามารถส่งเหรียญให้กันได้โดยไม่ต้องใช้ตัวกลาง กล่าวคือ ผู้ส่งสามารถส่งตรงไปถึงผู้รับได้เลย โดยไม่ต้องมีองค์กร อย่างธนาคาร หรือ Payment gateway มาเป็นตัวกลาง ทำให้การส่งบิทคอยน์เร็วกว่าและถูกกว่าการโอนเงินแบบดั้งเดิม โดยสามารถอธิบายอย่างง่ายได้ว่า บิทคอยน์จะทำหน้าที่เป็นระบบการจ่ายเงินหรือเป็นเงินดิจิทัล และมีระบบบล็อกเชน (Blockchain) ที่คอยทำหน้าที่บันทึกรายการโอนเงินดิจิทัลและยืนยันว่า รายการนั้นๆเกิดขึ้นจริงและถูกต้อง

BITCOIN มีข้อจำกัดของเหรียญที่มีอยู่เพียง 21 ล้าน Bitcoin ทำให้ราคาของเหรียญมีแต่จะมากขึ้นทุกวัน หลายคน ๆ จึงอยากจะลงทุนและเก็บไว้ Bitcoin จึงกลายเป็นที่ยอมรับและกลายเป็นที่นิยมทั่วโลกอย่างรวดเร็ว และถ้าหากใครลงทุนในเหรียญ Bitcoin ไว้ครอบครองเพื่อที่จะเก็งกำไร หรือไว้ซื้อสินค้าสามารถหาเหรียญได้ 2 วิธีนั่นก็คือ 1. ขุดบิทคอยน์ กับ 2. เทรดบิทคอยน์

1. การทำฟาร์มขุดเหรียญบิทคอยน์ หรือเรียกว่าการขุดเหมือง

ซึ่งจะใช้พลังการประมวลผลของคอมพิวเตอร์ในการช่วยถอดรหัสจากซอฟต์แวร์ให้ได้ไวที่สุด เพื่อที่จะได้รับรางวัลเป็นเหรียญ Bitcoin และยิ่งขุดเยอะเท่าไร ผลตอบแทนก็จะยิ่งได้มากขึ้น ทำให้นักขุดเหมือนต้องใช้พลังการประมวลผลให้ได้เยอะที่สุด โดยการขุดเหรียญ สามารถทำได้โดยการซื้อเครื่องขุด Bitcoin มา โดยเครื่องขุด Bitcoin จะถูกเรียกว่า เครื่อง Asic โดยสามารถซื้อได้ตามบริษัทที่ผลิตจำหน่าย ซึ่งมีราคาที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละบริษัท หรือการเลือกซื้ออุปกรณ์มาสร้างฟาร์มขุดของตัวเอง ในปัจจุบันการทำเหมืองด้วยอุปกรณ์ของตัวเอง นิยมใช้กราฟิกการ์ดของคอมพิวเตอร์มาช่วยขุดหาเหรียญ เพราะการ์ดเหล่านี้มีพลังประมวลผลที่สูง ราคาไม่แพง

2. เทรด Bitcoin

สำหรับบุคคลทั่วไป หากไม่มีความรู้ในการขุดบิทคอยน์ ตลาดซื้อขายเหรียญ หรือ Exchange ต่างๆจึงเป็นคำตอบ ในปัจจุบันตลาดขายเหรียญมีมากมายให้เราเลือกซื้อในบ้านเราก็มีหลายเจ้า หรือจะข้ามไปซื้อที่ตลาดของต่างประเทศ ก็ทำได้ทั้งผ่านเว็บไซต์ และแอปฯ บนมือถือ ที่เปิดให้บริการ การเริ่มต้นจะต้องมีการเปิดบัญชีซื้อขาย แล้วยืนยันตัวตนกับทางตลาดขายเหรียญ

สำหรับการเลือกเว็บ หรือแพลตฟอร์มเทรด Cryptocurrency นั้นควรจะเลือกแพลตฟอร์มเทรด ที่ได้รับใบอนุญาตจาก ก.ล.ต. แล้วเท่านั้น นอกจากนี้อาจจะเลือกแพลตฟอร์มเทรด ที่มีเหรียญให้เทรดได้เยอะๆ และค่าธรรมเนียมการซื้อขายสมเหตุสมผล

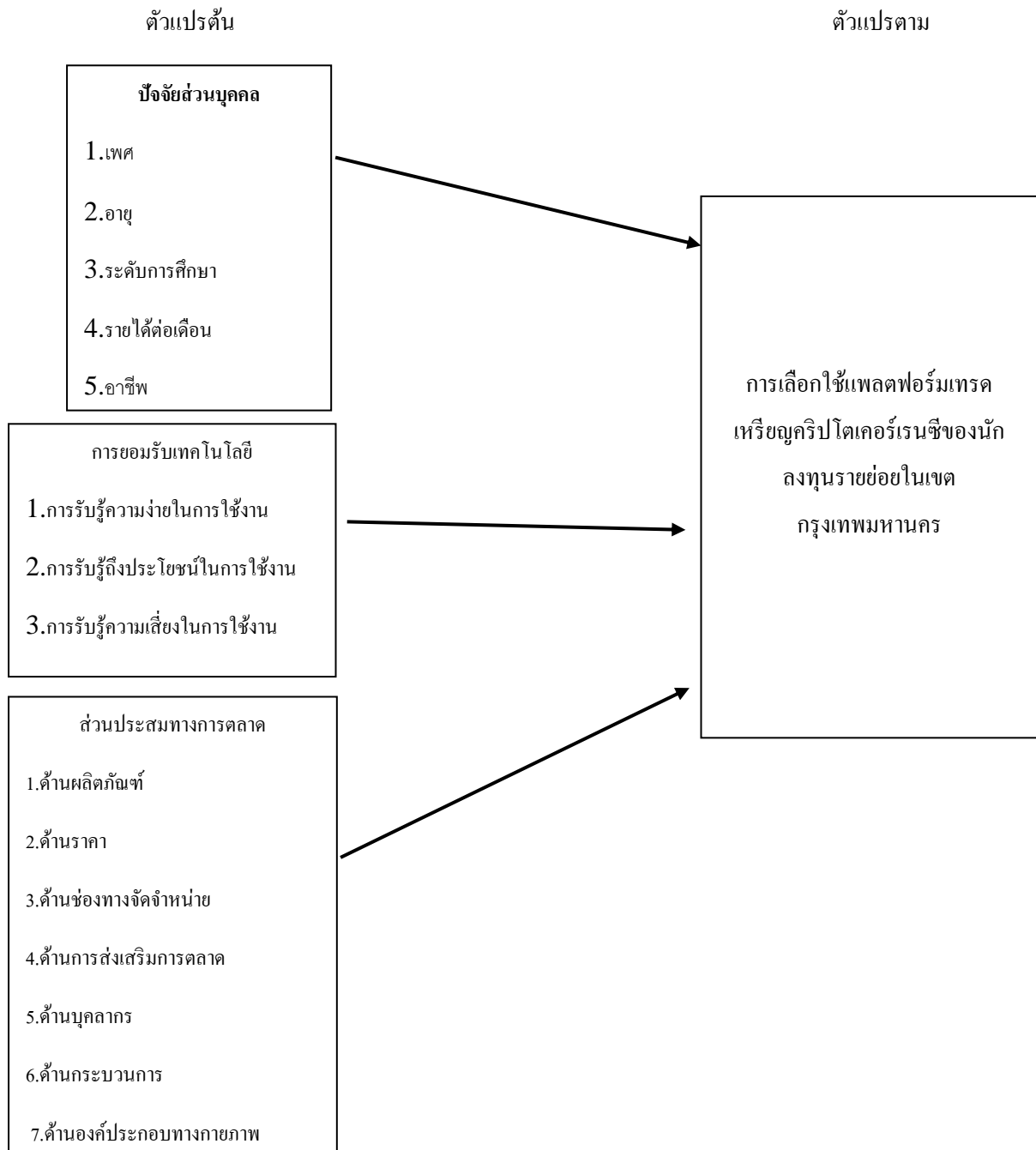
สำหรับแพลตฟอร์มเทรดที่เป็นที่นิยม และ ได้รับใบอนุญาตให้ดำเนินการได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายจาก ก.ล.ต. ในไทยนั้นได้แก่ Bitkub , Zipmex , Z.com, Satang.pro, Bitazza และอีกแพลตฟอร์มจากฝั่งต่างประเทศที่เป็นที่นิยม นั่นคือ Binance โดยแต่ละแพลตฟอร์มนั้นก็มีความแตกต่างกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับการใช้งาน และความพึงพอใจของนักลงทุนด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงการใช้งานแพลตฟอร์มเทรดเหรียญคริปโตเคอร์เรนซีของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการเลือกใช้แพลตฟอร์มเทรดเหรียญคริปโตเคอร์เรนซีของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีของบุคคลที่มีผลต่อการเลือกใช้แพลตฟอร์มเทรดเหรียญคริปโตเคอร์เรนซีของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร

4. เพื่อศึกษาถึงส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้แพลตฟอร์มเทรดเหรียญคริปโตเคอร์เรนซีของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวความคิดการวิจัย



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้แพลตฟอร์มเทรดเหรียญคริปโตเคอร์เรนซีของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ทราบถึงการใช้งานแพลตฟอร์มเทรดเหรียญคริปโตเคอร์เรนซีของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ทราบถึงการยอมรับเทคโนโลยีของบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้แพลตฟอร์มเทรดเหรียญคริปโตเคอร์เรนซีของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร
4. ทราบถึงส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้แพลตฟอร์มเทรดเหรียญคริปโตเคอร์เรนซีของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อผู้ประกอบการแพลตฟอร์มเทรดเหรียญคริปโตเคอร์เรนซีสามารถนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปปรับปรุงเทคโนโลยี และนำข้อมูลไปวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักลงทุน ในอนาคต

แนวคิด วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีปัจจัยส่วนบุคคล

จิตาพร รุ่งสถาพร (2562) กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ลักษณะข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวบุคคล อาทิ เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว และรายได้ ระดับการศึกษาและอาชีพ ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้ใช้บริการ

1. เพศ แบ่งแยกตามความต้องการของผู้ใช้บริการได้ โดยดูจากเพศของผู้ใช้บริการเป็นเกณฑ์ เพื่อเป็นเกณฑ์ในตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการแต่ละเพศ ซึ่งผู้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มักจะมีทัศนคติการรับรู้ และการตัดสินใจแตกต่างกัน
2. อายุ กลุ่มผู้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน ย่อมจะมีความต้องการในสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน ตามช่วงวัย
3. สถานภาพครอบครัว ซึ่งแบ่งลักษณะสำคัญ 3 ประการ คือ การเข้าสู่ชีวิตสมรส การแตกแยกของชีวิตสมรส ซึ่งอาจเกิดจากหลายกรณี คือ การตาย การแยกกันอยู่ การหย่าร้าง และการสมรสใหม่ โดยสถานภาพ

สมรสเป็นคุณลักษณะทางประชากรที่สำคัญที่เกี่ยวกับเรื่องทางเศรษฐกิจ สังคม กฎหมาย ได้รวบรวมและแบ่งแยกสถานภาพสมรสเป็น 5 ประเภท ได้แก่ โสด สมรส หม้ายและไม่สมรสใหม่หย่าร้างและไม่สมรสใหม่ และสมรสแต่แยกกันอยู่โดยไม่ถูกต้องตามกฎหมาย

4. รายได้ ระดับการศึกษาและอาชีพ (Income Education and Occupation) รายได้ ระดับการศึกษาและอาชีพเป็นตัวแปรที่สำคัญในการกำหนดส่วนของตลาด เนื่องจากระดับการศึกษามีผลต่ออาชีพ และอาชีพมีผลต่อรายได้ และรายได้ก็เป็นตัวแปรสำคัญที่จะส่งผลทำให้ผู้ใช้บริการเลือกซื้อหรือไม่เลือกซื้อสินค้าหรือบริการ

แนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับการใช้งานของเทคโนโลยี

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM) ของ Davis (1989) เป็นแบบจำลองที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้ในการวัดความสำเร็จของการใช้เทคโนโลยีซึ่งถูกพัฒนามาจากทฤษฎีการกระทำแบบมีเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) ของ Fishbein and Ajzen (1975) และเป็นแบบจำลองที่ถูกนำไปใช้กันอย่างแพร่หลายในการอธิบายพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี (McFarland & Hamilton 2006) โดยแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) อ้างว่าพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีนั้นขึ้นอยู่กับ การรับรู้ของผู้ใช้ว่ามีการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use: PEOU) และการรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness: PU) ในการใช้งาน ซึ่งแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ได้รับการพิสูจน์เชิงประจักษ์แล้วว่ามีความเที่ยงตรงสูง (Chau, 1996) และยังมีการศึกษาจำนวนมากที่แสดงให้เห็นว่าแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) สามารถอธิบายทัศนคติที่มีต่อการใช้เทคโนโลยีได้ดี และสามารถนำไปปรับใช้ได้ง่ายกว่าทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) และทฤษฎีการกระทำแบบมีเหตุผล (TRA) (Adams et al., 1992; Chau, 1996; Igarria et al., 1995; Mathieson, 1991)

นอกจากนี้แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ยังมีพื้นฐานมาจากกรอบแนวคิด ต้นทุน - ผลประโยชน์ (cost-benefit paradigm) จากทฤษฎีการตัดสินใจเชิงพฤติกรรม (Davis, 1989) โดยทั่วไปกรอบแนวคิดต้นทุน - ผลประโยชน์เชื่อว่าพฤติกรรมของมนุษย์นั้นขึ้นอยู่กับ การแลกเปลี่ยนความรู้ความเข้าใจของบุคคลระหว่างความพยายามที่จำเป็นในการดำเนินการ กับผลที่ตามมาของการกระทำ (Jarvenpaa, 1989) การศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีระบบสารสนเทศเพื่อการบริหาร (Management Information System: MIS) อ้างว่าบุคคลจะใช้แอปพลิเคชันหากได้ประโยชน์จากประสิทธิภาพการทำงานมากกว่าความพยายามในการใช้แอปพลิเคชัน (Davis, 1989) ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) เป็นหนึ่งในแบบจำลองการใช้เทคโนโลยีที่ง่าย และมีประสิทธิภาพที่สุด โดยแบบจำลองการยอมรับ

เทคโนโลยี (TAM) แทนที่ตัวกำหนดเจตคติของทฤษฎีการกระทำแบบมีเหตุผล ด้วยชุดของตัวแปรสองตัว คือ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PEOU) และการรับรู้ประโยชน์ (PU) (Igarria et al., 1995)

2.2.1(1) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) หมายถึง ระดับที่ผู้ใช้เชื่อว่าเทคโนโลยีที่นำมาใช้นั้น มีความง่ายในการใช้งาน ผู้ใช้สามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องอาศัยความพยายามมากนัก หากเทคโนโลยีใดสามารถใช้งานได้ง่ายและไม่ซับซ้อน ก็จะส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีนั้นได้ง่ายขึ้น (Teo et al., 1999)

2.2.1(2) การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness: PU) หมายถึง ระดับที่ผู้ใช้เชื่อว่าเทคโนโลยีสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับงาน โดยหากนำเทคโนโลยีมาใช้เป็นทางเลือกสำหรับการปฏิบัติงานเดียวกัน เทคโนโลยีนั้นจะทำให้ได้ผลงานที่มีคุณภาพดีขึ้นหรือช่วยให้งานนั้นเสร็จเร็วขึ้น (Teo et al., 1999)

แนวคิดและทฤษฎีการรับรู้ความเสี่ยง

การรับรู้ความเสี่ยง คือ ความไม่แน่ใจในผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นหลังจากการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการ ทั้งในเรื่องของการรับรู้ความไม่แน่นอนของความปลอดภัย การเก็บรักษาข้อมูลส่วนตัว และความไม่ชัดเจนครบถ้วนของข้อมูลจากผู้ซื้อหรือผู้ให้บริการที่ได้รับ ทำให้เกิดผลกระทบทางลบนำไปสู่ความไม่พึงพอใจและไม่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการที่ได้รับรู้ความเสี่ยงนั้น (Praphasai, 2014)

แนวคิด ส่วนประสมการตลาด 7 อย่าง หรือ Marketing Mix 7P's

ธุรกิจในอุตสาหกรรมบริการ (Service Industry) มีความแตกต่างจากธุรกิจอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป เพราะมีทั้งผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible Product) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Product) เป็นสินค้าและบริการที่นำเสนอต่อลูกค้าหรือตลาด กลยุทธ์การตลาดที่นำมาใช้กับธุรกิจบริการจำเป็นต้องจัดให้มีส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างจากการตลาดโดยทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจที่มีการต้อนรับขับสู้ (Hospitality) เป็นหัวใจหลักในการทำธุรกิจศาสตราจารย์ฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) กูรูด้านการตลาดชั้นนำของโลก ได้ให้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งเป็นธุรกิจที่แตกต่างสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป จำเป็นจะต้องใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ 7P's ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด

ความรู้เกี่ยวกับคริปโตเคอร์เรนซี

ประวัติความเป็นมาของคริปโตเคอร์เรนซี

คริปโตเคอร์เรนซี (Cryptocurrency) คือ สกุลเงินดิจิทัลที่ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีมูลค่าและสามารถทำการซื้อ-ขาย ได้จริงตามกลไกตลาด โดยทุกครั้งที่เกิดการแลกเปลี่ยนคริปโตจะมีการเข้ารหัสเพื่อยืนยันความถูกต้องของการทำธุรกรรม หรือสามารถอธิบายให้เห็นภาพง่ายๆได้ว่า Cryptocurrency ก็เป็นเหมือนสกุลเงินที่เราใช้กันอยู่ทุกวัน เช่น เงินบาท เงินดอลลาร์ หรือเงินปอนด์ เพียงแต่ไม่สามารถพิมพ์ออกมาให้จับต้องได้ แต่มูลค่าของเงินจะอยู่บนเครือข่ายบล็อกเชนในรูปแบบข้อมูลดิจิทัล ซึ่งมีความปลอดภัยและสามารถตรวจสอบได้ โดยคริปโตเคอร์เรนซีจะทำงานอยู่บนบล็อกเชน ซึ่งก็คือระบบที่เก็บและบันทึกข้อมูลของแต่ละคริปโต จากผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดในเครือข่าย โดยทุกคนสามารถรับรู้ เข้าถึง และตรวจสอบความเคลื่อนไหวบนบล็อกเชนนี้ได้ จึงนับว่าเป็นระบบที่ปลอดภัย โปร่งใส และถูกปลอมแปลงข้อมูลได้ยาก และนอกจากในเรื่องของระบบการทำงานที่มีความปลอดภัยสูงแล้ว ยังมีปัจจัยอื่นๆที่ทำให้นักลงทุนรวมถึงคนจำนวนไม่น้อยอยากก้าวเข้ามาลงทุนใน Cryptocurrency อันได้แก่ คริปโตคือตลาดระดับโลก เพราะสกุลเงินดิจิทัลต่างๆ ทำงานผ่านเครือข่ายบล็อกเชน ไม่ว่าใครก็สามารถเข้ามาเล่นได้จากทุกที่ และทุกเวลา

และสกุลเงินที่ใช้ในแต่ละประเทศมีข้อจำกัด เช่น ปริมาณการผลิตและมูลค่านั้นถูกกำหนดโดยคนกลุ่มหนึ่ง ดังนั้นผู้คนจึงเริ่มมองหาทางเลือกใหม่ๆ ในสินทรัพย์ที่มีอิสระอย่างคริปโตเคอร์เรนซี และสุดท้ายคือ โอกาสที่จะเพิ่มมูลค่าสูงขึ้นแบบต่อเนื่อง เป็นผลจากฟังก์ชันและจุดเด่นเฉพาะตัวของแต่ละสกุลเงินดิจิทัล บวกกับความต้องการในเหรียญนั้นๆ ที่มีมากขึ้นเท่าๆ กัน

ความรู้เกี่ยวกับแพลตฟอร์มเทรดเหรียญคริปโตเคอร์เรนซี

1 บิทคับ (Bitkub)

เป็นเว็บเทรดคริปโตฯ สัญชาติไทยที่ก่อตั้งขึ้นในเดือน ก.พ. 2561 โดยผู้ก่อตั้ง 3 คน อย่างนายสกลเกียรติ์ สระกะวี นายอริชมัน พูลเกษ และนายจิรายุส ทรัพย์ศรีโสภา จดทะเบียนธุรกิจอย่างถูกต้อง ด้วยทุนจดทะเบียน 290 ล้านบาท มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่กรุงเทพมหานคร ให้บริการแลกเปลี่ยนสกุลเงินดิจิทัล เช่น บิตคอยน์ เป็น 1 ใน 8 บริษัทที่ได้รับใบอนุญาตให้ประกอบธุรกิจศูนย์ซื้อขายสินทรัพย์ดิจิทัลจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ นอกจากนี้ยังให้บริการเป็นที่ปรึกษาเพื่อประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนเข้ากับองค์กรหรือธุรกิจ และให้บริการด้านการศึกษเกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลและเทคโนโลยีบล็อกเชนสำหรับผู้สนใจ โดยบิทคับเป็นหนึ่งในบริษัทยูนิคอร์นของไทย แลพปัจจุบันเป็นแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมสูงที่สุดของไทย มีจำนวนสกุลเงินบนกระดานให้ถึงกำไรทั้งสิ้นกว่า 57 สกุลเงินและเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และบิทคับมีพนักงานบริการ 24 ชั่วโมง บริการด้วยความจริงใจและพร้อมช่วยเหลือลูกค้า ทุกปัญหา ทุกคำถาม ตลอดเวลา

2 สตางค์โปร (Satang Pro)

เป็นเว็บเทรดคริปโตฯ ที่อยู่ในรุ่นผู้บุกเบิกสกุลเงินดิจิทัลในไทย ก่อตั้งในเดือน ก.ย. 2560 ในชื่อ TDAX ก่อนเปลี่ยนชื่อริแบรนด์เป็น ‘สตางค์โปร’ ใน ก.ย. ปีถัดมา โดยมี ‘ปรินทร์ อินโฮม’ ผู้สร้างเหรียญ Firo เป็นผู้ก่อตั้ง ความน่าสนใจของสตางค์โปร คือ สามารถฝากและถอนเหรียญระหว่างสตางค์โปรและ ‘ไบแนนซ์’ (Binance) ได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงไม่มีค่าธรรมเนียมฝากถอนเหรียญจากไบแนนซ์ ปัจจุบัน มีสกุลเงินทั้งหมด 31 สกุลเงินบนกระดาน

3 บิทาซซ่า (Bitazza)

เป็นเว็บเทรดคริปโตฯ ประเภทนายหน้าซื้อขายสินทรัพย์ดิจิทัลหรือ โบรกเกอร์ (Broker) ที่สามารถซื้อขายกับเจ้าของเว็บโดยตรงผ่านการจับคู่ออเดอร์ที่อยู่เว็บเทรดอื่นๆ ทั่วโลกบนกระดานที่หน้าตาเหมือนกระดานแลกเปลี่ยนปกติ บิทาซซ่า ก่อตั้งโดย ‘อาร์ท-กวิน พงษ์พันธ์เดชา’ และทีมในปี 2562 ปัจจุบันมีจำนวนสกุลเงินบนกระดานทั้งหมด 25 สกุลเงิน

4 ไบแนนซ์ (Binance)

เป็นเว็บเทรดคริปโตฯ ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในโลก ก่อตั้งในปี 2560 โดย ‘ซางเพ็ง เจา’ (Changpeng Zhao) สัญชาติจีน-แคนาดา นักธุรกิจที่เคยเป็นพนักงานแมคโดนัลด์และขายอพาร์ทเมนต์เพื่อทุ่มเงินลงทุนในบิตคอยน์ ก่อนกลายมาเป็นเจ้าของไบแนนซ์ในที่สุด ไบแนนซ์ถือว่าเป็นแพลตฟอร์มที่มีเหรียญดิจิทัลให้ซื้อขายอยู่ราว 337 สกุล (ณ สิ้นเดือน ต.ค. 2564) และมีมูลค่าการซื้อขายบนแพลตฟอร์มสูงถึง 7.7 ล้านล้านดอลลาร์ในปี 2564 หรือกว่า 7 เท่าเทียบกับมูลค่าการซื้อขาย 1.07 ล้านล้านดอลลาร์ในปี 2563 ซึ่งนับว่าเป็นเบอร์ 1 ของตลาดเทรดคริปโตเคอร์เรนซีโลก

5 ซิปเม็กซ์ (Zipmex)

เป็นเว็บเทรดคริปโตฯ สัญชาติไทยที่ก่อตั้งในปี 2561 โดยผู้ก่อตั้งชาวไทยและสิงคโปร์ อย่าง ‘ดร.เอกลาภ ยิมวิไล’ และ ‘มาร์คัส ลิม’ มีความโดดเด่นด้วยไม่มีค่าธรรมเนียมการเทรดเหรียญ ปัจจุบันมีสกุลเงิน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย โดยมีที่มาจากข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการศึกษาข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างตามแบบสะดวก (Convenience Sampling) เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ โดยจะทำการส่ง Link Google form ไปยังกลุ่ม Facebook

สาธารณะที่เป็นกลุ่มเกี่ยวกับกับการลงทุนทางการเงิน ซึ่งจะมีคำถามคัดกรองเบื้องต้นเพื่อให้ได้กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ ทั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบข้อมูลด้วยความสมัครใจ โดยคำตอบที่ได้จากแบบสอบถามทั้งหมดจะไม่มีเปิดเผยให้เกิดผลกระทบต่อผู้ตอบแบบสอบถาม และการนำเสนอข้อมูลจะนำเสนอในภาพรวมเพื่อใช้ประโยชน์สำหรับการศึกษาเท่านั้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แล้วนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ ความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูล ตรวจสอบให้คะแนนแล้วลงรหัสนำไปวิเคราะห์และประมวลผลทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics)

1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ ของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี ที่มีผลต่อการใช้งานแพลตฟอร์มเทรดคริปโตเคอร์เรนซีของนักลงทุนรายย่อยในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการใช้งานแพลตฟอร์มเทรดคริปโตเคอร์เรนซีของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติอ้างอิง (Inferential statistics)

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

1. ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ ของนักลงทุนรายย่อยในกรุงเทพมหานคร สถิติที่ใช้ คือ ไคสแควร์ (Chi-square)

2. การยอมรับเทคโนโลยี ที่มีผลต่อการใช้งานแพลตฟอร์มเทรดคริปโตเคอร์เรนซีของนักลงทุนรายย่อยในกรุงเทพมหานคร สถิติที่ใช้ คือ ไคสแควร์ (Chi-square)

3. ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการใช้งานแพลตฟอร์มเทรดคริปโตเคอร์เรนซีของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร สถิติที่ใช้ คือ ไคสแควร์ (Chi-square)

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน มีผลต่อการเลือกใช้แพลตฟอร์มเทรดเหรียญคริปโตเคอร์เรนซีของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มเทรดเหรียญคริปโตเคอร์เรนซี ด้านแพลตฟอร์ม ประเภทบริการ จำนวนเงินในการทำธุรกรรม และบุคคลที่มีอิทธิพลแตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มเทรดเหรียญคริปโตเคอร์เรนซี ด้านแพลตฟอร์ม ประเภทบริการ และจำนวนเงินในการทำธุรกรรมแตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มเทรดเหรียญคริปโตเคอร์เรนซี ด้านแพลตฟอร์ม และจำนวนเงินในการทำธุรกรรมแตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มเทรดเหรียญคริปโตเคอร์เรนซี ด้านแพลตฟอร์ม และจำนวนเงินในการทำธุรกรรมแตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มเทรดเหรียญคริปโตเคอร์เรนซี ด้านแพลตฟอร์ม ประเภทบริการ จำนวนเงินในการทำธุรกรรม และบุคคลที่มีอิทธิพลแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 การยอมรับเทคโนโลยีของบุคคลมีผลต่อการเลือกใช้แพลตฟอร์มเทรดเหรียญคริปโตเคอร์เรนซีของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

การยอมรับเทคโนโลยีของบุคคลด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีผลต่อพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มเทรดเหรียญคริปโตเคอร์เรนซี ด้านประเภทบริการ จำนวนเงินในการทำธุรกรรมและบุคคลที่มีอิทธิพล

การยอมรับเทคโนโลยีของบุคคลด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานมีผลต่อพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มเทรดเหรียญคริปโตเคอร์เรนซี ด้านแพลตฟอร์ม ประเภทบริการ และจำนวนเงินในการทำธุรกรรม

การยอมรับเทคโนโลยีของบุคคลด้านการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งานมีผลต่อพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มเทรดเหรียญคริปโตเคอร์เรนซี ด้านแพลตฟอร์ม และประเภทบริการ

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้แพลตฟอร์มเทรดเหรียญคริปโตเคอร์เรนซีของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกใช้แพลตฟอร์มเทรดเหรียญคริปโตเคอร์เรนซีของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแพลตฟอร์ม ประเภทบริการ และจำนวนเงินในการทำธุรกรรม

ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคามีผลต่อการเลือกใช้แพลตฟอร์มเทรดเหรียญคริปโตเคอร์เรนซีของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแพลตฟอร์ม ประเภทบริการ และจำนวนเงินในการทำธุรกรรม

ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางในการจัดจำหน่ายมีผลต่อการเลือกใช้แพลตฟอร์มเทรดเหรียญคริปโตเคอร์เรนซีของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแพลตฟอร์ม ประเภทบริการ และจำนวนเงินในการทำธุรกรรม

ส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้แพลตฟอร์มเทรดเหรียญคริปโตเคอร์เรนซีของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแพลตฟอร์ม ประเภทบริการ และจำนวนเงินในการทำธุรกรรม

ส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลมีผลต่อการเลือกใช้แพลตฟอร์มเทรดเหรียญคริปโตเคอร์เรนซีของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแพลตฟอร์ม ประเภทบริการ จำนวนและเงินในการทำธุรกรรม

ส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการมีผลต่อการเลือกใช้แพลตฟอร์มเทรดเหรียญคริปโตเคอร์เรนซีของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแพลตฟอร์ม ประเภทบริการ และจำนวนเงินในการทำธุรกรรม

ส่วนประสมทางการตลาดด้านองค์ประกอบทางกายภาพมีผลต่อการเลือกใช้แพลตฟอร์มเทรดเหรียญคริปโตเคอร์เรนซีของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแพลตฟอร์ม ประเภทบริการ และจำนวนเงินในการทำธุรกรรม

อภิปรายผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน มีผลต่อการเลือกใช้แพลตฟอร์มเทรดเหรียญคริปโตเคอร์เรนซีของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับงานวิจัยของยุคลธร ธัญญาเศรษฐ์ (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจใช้บริการบัวหลวงเอ็มแบงก์กิ้ง ของธนาคารกรุงเทพ พบว่า ด้านประชากรศาสตร์ยังพบว่า รายได้

ต่อเนื่อง ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ Bualuang mBanking ของธนาคารกรุงเทพ อย่างไรก็ตามพบว่า ปัจจัยด้านอาชีพไม่มีผลต่อการเลือกใช้แพลตฟอร์มเทรดเหรียญคริปโตเคอร์เรนซีของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรรารถนา อารีมุฮัมหมัดอัลโคเลซ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การยอมรับเทคโนโลยีพฤติกรรมผู้บริโภค ออนไลน์และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของผู้บริโภคในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร” พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของผู้บริโภคในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

การยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้แพลตฟอร์มเทรดเหรียญคริปโตเคอร์เรนซีของผู้ตอบแบบสอบถาม ภาพรวมพบว่า ระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยจากค่ามากไปหาน้อยสามารถเรียงลำดับได้ดังต่อไปนี้ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน รองลงมาได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน และด้านการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งาน ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้แพลตฟอร์มเทรดเหรียญ คริปโตเคอร์เรนซีของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร ” ทำให้ทราบปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้แพลตฟอร์มเทรดเหรียญ คริปโตเคอร์เรนซีเท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาข้อมูลวิจัยในเชิงหลายตัวแปรที่มีความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้แพลตฟอร์มเทรดเหรียญ คริปโตเคอร์เรนซีของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร อาทิ ประสิทธิภาพการการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล แนวทางการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล ความตั้งใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล และพฤติกรรมการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล เป็นต้น ซึ่งยังไม่มีผู้ศึกษาตัวแปรดังกล่าวในประเทศไทยมากนัก เพื่อให้ได้ข้อมูลเพิ่มเติมที่มีประโยชน์ต่อ โบรกเกอร์ผู้ให้บริการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลสถาบันการเงิน หน่วยงานภาครัฐ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลทางการเงิน

บรรณานุกรม

นฤพล รัตนวิบูลย์ลาภ (2564) การยอมรับเทคโนโลยีและการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันแพลตฟอร์มเทรดสกุลเงินดิจิทัล (คริปโตเคอเรนซี) ของนักลงทุน First Jobber.การค้นคว้าอิสระ: มหาวิทยาลัยมหิดล

ปรารณอาวี มูฮัมหมัดอัล โคลเลซ. (2563). การยอมรับเทคโนโลยีพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์และ การรับรู้ ความเสี่ยงที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของผู้บริโภคใน เขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร(สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. กรุงเทพฯ.

ยุคลธร รัชฎะเศรษฐ์ (2559). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัวหลวงเอ็มแบงก์กิ้ง ของธนาคารกรุงเทพ.การค้นคว้าอิสระ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อลิตา คุ่มเขต (2562) ทศนคติต่อสกุลเงินดิจิทัล (Cryptocurrency) ของประชากรวัยทำงานที่สนใจการลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร.การค้นคว้าอิสระ:บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Majid Pakrou (2016) The Relationship between Perceived Value and the Intention of Using Bitcoin, Journal of Internet Banking and Commerce, April 2016, vol. 21, no. 2, University of Tehran

สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (2563). สินทรัพย์ดิจิทัล. สืบค้น 17 กรกฎาคม 2565, จาก<https://www.sec.or.th/digitalasset#EBD>

Bitkub. (2561). สถิติและข้อมูลเกี่ยวกับ Cryptocurrency. สืบค้น 16 กรกฎาคม 2565, จาก <https://medium.com/bitkub/bitcoin-ethereum-crypto-statistics-d618e432ebcb>

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. MIS Quarterly, 19, 319-340.

Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. Management Science, 35(8), 982–1003.

Siam Blockchain. (2563). 10 เว็บไซต์ Bitcoin ที่คนไทยนิยมใช้งานมากที่สุด. สืบค้น 19 กรกฎาคม 2565, จาก<https://siamblockchain.com/2020/02/06/10-mostly-used-exchange-for-thai/>

Book

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management. Boston: Pearson.