

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ Bitcoin ของคน Generation X และ Y

Factors Influencing Generation X and Y's Decision to Purchase Bitcoin

นายณฤเดช ตั้งจิตต์ธรรม

สาขาวิชาการจัดการการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

Narudech Tangjittham

E-mail : 6514103047@ru.ac.th

Finance and Banking, Business Administration

Ramkhamhaeng University, Thailand

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ Bitcoin ของคน Generation X และ Y วัตถุประสงค์คือ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อผลต่อการตัดสินใจซื้อ Bitcoin ของคน Generation X และ Y

(2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความรู้ทางการเงินที่ส่งผลต่อการเลือกใช้งาน Bitcoin ของคน Generation X และ Y

(3) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคมที่ส่งผลต่อการเลือกใช้งาน Bitcoin ของคน Generation X และ Y

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ คน Generation X และ Y จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ สถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านต่างๆ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย และประสบการณ์ลงทุนของ คน Generation X และ Y แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจตัดสินใจซื้อ Bitcoin ของคน Generation X และ Y แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยในด้านความรู้ทางการเงิน ปัจจัยด้านการออม ด้านการเก็งกำไร และด้านความเสี่ยงที่มี มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ Bitcoin ของคน Generation X และ Y อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้น ตัวแปรต้น ด้านการลงทุน ซึ่งไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ Bitcoin ของคน Generation X และ Y ในระดับนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยในด้านเศรษฐกิจและสังคม ปัจจัยเป็นโอกาสในการออม เป็นโอกาสในการลงทุน ใช้เป็นส่วนหนึ่งของการเข้าสังคม และ ใช้เพื่อเหตุผลอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: บิทคอยน์, เงินสดอิเล็กทรอนิกส์, ทองคำดิจิทัล, เงินที่มั่นคง, ความรู้ทางการเงิน, เศรษฐกิจและสังคม

Abstract

This study examines the factors influencing the decision to purchase Bitcoin among Generation X and Y individuals. The objectives are: (1) to investigate the impact of personal factors on the decision to buy Bitcoin among Generation X and Y, (2) to explore the influence of financial literacy on the use of Bitcoin by Generation X and Y, and (3) to analyze the economic and social factors affecting the utilization of Bitcoin among Generation X and Y.

The sample group for this study consists of 400 individuals from Generation X and Y, using a questionnaire as a data collection tool. Statistical analysis utilized multiple regression analysis at a confidence level of 95%.

The hypothesis testing revealed that various personal factors, including gender, age, education level, occupation, average income, and investment experience, significantly influence the decision to purchase Bitcoin among Generation X and Y, with statistical significance at the 0.05 level. Factors related to financial literacy, including savings, speculation, and risk, also significantly affect the decision to buy Bitcoin for both generations at the 0.05 level, except for the investment variable, which does not show a statistically significant impact at the 0.05 level. Additionally, economic and social factors, such as opportunities for savings, investment opportunities, social integration, and other reasons, significantly influence the decision to buy Bitcoin among Generation X and Y at the 0.05 level.

Keywords: Bitcoin, Electronic Cash, Digital Gold, Sound Money, financial literacy, economic and social

บทนำ

ในวันที่ 3 มกราคม ปี 2009 ที่ผ่านมามีบุคคลนิรนาม นามว่า Satoshi Nakamoto ทำการเริ่มใช้งานสกุลเงินชนิดใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน

สกุลเงินนั้นถูกสร้างขึ้นในโลกออนไลน์ ไม่มี Physical Form ให้จับต้องเหมือนทองคำ แต่ทำหน้าที่เหมือนกับทองคำในสมัย Gold Standard คือ

- ใช้เป็นสื่อการในการแลกเปลี่ยน (Medium of Exchange)
- เป็นหน่วยหน่วยวัดมูลค่าทางบัญชี (Unit of Account) และ
- เป็นที่เก็บรักษามูลค่า (Store of Value)

ทองคำ ถูกใช้เป็นเงินที่มีประสิทธิภาพมากกว่าหลายพันปี เนื่องจากศักยภาพที่ดีกว่า เมื่อเทียบกับ “เงิน (Money)” ชนิดอื่น ๆ อาทิ เปลือกหอย ลูกปัด ข้าว ฯลฯ เพราะคุณลักษณะที่ทองคำมี ตอบโจทย์การใช้งานของผู้คนในอดีตได้ดีกว่า ซึ่งคุณลักษณะที่กล่าวมานั้นคือ

- ความสามารถในการขายข้ามผ่านกาลเวลา (Salability Across Time)
- ความสามารถในการเคลื่อนย้ายผ่านพื้นที่ (Salability Across Space) และ
- ความสามารถในการแบ่งเป็นหน่วยย่อยๆ ได้ หรือ รวมหน่วยใหญ่ๆ ได้ (Salability Across Scales)

ช่วงยุคมาตรฐานทองคำ สกุลเงินต่างๆ ต่างกันเพียงน้ำหนักทองคำ เป็นช่วงที่อัตราแลกเปลี่ยนเข้าใจง่ายมาก เพราะมีทองคำเป็นคู่เทียบ ยุคศตวรรษที่ 19 นี้เกิดวิทยาการ ทั้งการแพทย์ เทคโนโลยี ศิลปะ เพื่อเฟื่องฟูมากมาย เพราะเงินเป็นของเราจริงๆ ไม่ต้องกลัวเงินหายไปไหน

ซึ่งในภายหลัง ทองคำถูกแทนที่ด้วยตัวแลกทองคำ ซึ่งมีความสามารถในการด้าน “ศักยภาพในการแลกเปลี่ยนเชิงระยะทาง” (Salability Across Space) ที่ดีกว่า เนื่องจากเมื่อมีการขยายตัวของการค้าระหว่างประเทศเกิดขึ้น การขนทองคำข้ามประเทศนั้นมีความยากลำบาก และมีความเสี่ยงจากหลายปัจจัย ทำให้มีต้นทุนที่สูงในการขนส่ง ธนาคารเอกชนหลายแห่งในอดีตจึงหันมาใช้เงินกระดาษ โดยมีทองคำหนุนหลังมูลค่า

“ตราใบที่ธนาคารเหล่านี้ ไม่พิมพ์เงินกระดาษมาเกินจำนวนทองคำที่หนุนหลังมูลค่าไว้ ก็จะไม่มีปัญหาเมื่อผู้ฝากต้องการจะถอนทองคำออกมา”

(Layered Money, Nik Bhatia, 2021)

แต่ก็มีธนาคารบางแห่ง ผลิตเงินกระดาษออกมาโดยที่ไม่มีทองคำหนุนหลัง ทำให้เศรษฐกิจเริ่มเฟื่องฟู เพราะมีอุปสงค์ (Demand) ที่เพิ่มขึ้นมาเรื่อยๆ จากเงินที่เพิ่มขึ้นในระบบ ทำให้สินค้าบางอย่างในตลาดราคาเริ่มสูงขึ้น เนื่องจากอุปทาน (Supply) ของสินค้ามีเท่าเดิม และเมื่อมีผู้คนสังเกตเห็นถึงปรากฏการณ์นี้ ทำให้สืบสาวราวเรื่อง และพบว่า ธนาคารที่ตนเองเชื่อใจ ได้แอบผลิตเงินออกมา ผู้คนจึงเริ่มที่จะแห่ถอนเงินออกจากธนาคาร เพราะหากถอนเข้าอาจจะไม่มีทองคำเหลือให้ตนอีกต่อไป การแห่ถอนเงินนี้ ทำให้ธนาคารไม่สามารถจ่าย “หนี้” ที่ตนคิดไว้กับผู้ฝากทองในฐานะ “ลูกหนี้” ได้ จนเกิดเหตุการณ์ที่เรียกว่า “Bank Run”

รัฐบาล เมื่อเห็นโอกาสนี้ จึงเข้ามาควบคุมธนาคารเอกชนต่าง ๆ และจัดตั้งธนาคารกลางขึ้น โดยให้เหตุผลว่า เพื่อปกป้อง และป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับผู้ฝากเงิน และเริ่มใช้ เงินตรารัฐบาล (Fiat money) ซึ่ง มีรากศัพท์มาจากคำละตินที่แปลว่า บัญชา ประกาศิต คำสั่ง หรือ การอนุญาต

(#BitcoinTalk 104 : The great rugpull (18/1/2022) - [THAI], Piriya Sambandaraksa, 2022)

จนถึงเมื่อปี 1971 ประธานาธิบดี Richard Nixon ได้ประกาศยกเลิกการผูกค่าระหว่างทองคำ และ Dollar จุดนี้เอง เรียกว่าเป็นการออกจากระบบ Gold Standard และเข้าสู่ยุคสมัย The Fiat Standard อย่างแท้จริง เงิน USD ไม่มีทองคำ Back หลังอีกต่อไป และราคาทองคำต่อ 1oz t ก็เพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ จนถึงปัจจุบัน ปี 2023 ราคาทองคำสูงสุดอยู่ที่ \$2081 ต่อ 1oz t (Layered Money, Nik Bhatia, 2021)

จากเรื่องนี้ จะเห็นได้ว่าเงิน Fiat ที่เราใช้นั้น ขาดคุณสมบัติในการเป็น Store of Value อย่างสิ้นเชิง ทำให้คนรุ่น Generation X และ Generation Y ซึ่งมีชีวิตการทำงานอยู่หลังช่วง The Fiat Standard ไม่สามารถกักเก็บรักษามูลค่าเงินเก็บเอาไว้ได้ และมีเงินเก็บที่ลดลงเมื่อเทียบกับคนยุคก่อน

กลับมาที่สิ่งที่ Satoshi Nakamoto สร้างขึ้นเพื่อมาเป็นทองคำในยุคสมัยใหม่ เป็นทองคำที่ไม่สามารถถูกยึดไปได้ เป็นทองคำที่สามารถส่งข้ามประเทศ ข้ามพรมแดนได้ไม่ว่าจะอยู่ที่ใด ครอบคลุมพื้นที่ที่มี Internet เข้าถึง เป็นทองคำที่มีจำนวนจำกัด และมีกำหนดการของการผลิตที่แน่นอน มีนโยบายการเงินที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามอำนาจของคนคนหนึ่ง หรือกลุ่มคนเพียงกลุ่มหนึ่ง

สิ่งนั้นเรียกว่า Bitcoin

(The Bitcoin Standard, Saifedean Ammous, 2018)

ปัจจุบันกลุ่มคน Generation X (เกิดระหว่าง พ.ศ.2508-2522) ซึ่งมีสัดส่วนอยู่ที่ 24.90% ของประชากรทั้งหมด และกลุ่มคน Generation Y (เกิดระหว่าง พ.ศ. 2523-2540) ซึ่งมีสัดส่วนอยู่ที่ 23.28% (Source : InsightERA, 2023) ได้มีบทบาทสำคัญในสังคมไทย เนื่องจากเป็นวัยที่ทำงาน มีรายได้ เริ่มมีการวางแผนในอนาคต และเป็นกลุ่มคนที่เริ่มนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้อย่างแพร่หลาย ซึ่ง Bitcoin ก็คือหนึ่งในนั้น

Bitcoin ถูกออกแบบมาเป็น Peer to Peer Electronic Cash System หมายถึง เงินที่ผู้ถือ สามารถแลกเปลี่ยนกันได้โดยเป็นส่วนตัว ไม่มีจำเป็นต้องมีตัวกลาง และไม่จำเป็นต้องจับต้องได้ หากแต่เป็นเพียงข้อมูลที่ผู้คนในระบบบันทึก, ป้องกัน และเปลี่ยนความเป็นเจ้าของผ่านตัวเลขและตัวอักษรใน Code เท่านั้น

นี่ถือเป็นครั้งแรก ที่เราสามารถ “มี” สินทรัพย์ที่เราสามารถเป็นเจ้าของได้อย่างแท้จริงในโลกออนไลน์ เพราะโดยปกติแล้ว การส่ง รับ เก็บ ข้อมูลใด ๆ ในโลกออนไลน์ จำเป็นต้องมีตัวกลางทำหน้าที่อำนวยความสะดวก และต้องใช้ความเชื่อใจว่าตัวกลางนั้นจะซื่อสัตย์ต่อลูกค้า

Bitcoin มีอิสระในการใช้งานสูง สามารถใช้ได้ทั้งเงินเก็บออมสินทรัพย์เพื่อการลงทุนสินทรัพย์เพื่อการเก็งกำไร หรือแม้แต่เหรียญคาสโนสำหรับการพนันก็ย่อมได้ ทั้งหมดขึ้นอยู่กับผู้ใช้ ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงจัดทำขึ้นเพื่อศึกษาว่า มุมมองของคน Gen X, Y ในประเทศไทยนั้นมอง Bitcoin เป็นอะไร และมีปัจจัยอะไรในการตัดสินใจซื้อ รวมทั้งใช้เพื่อเป็นกรณีศึกษาให้กับงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ Bitcoin ของคน Generation X และ Y
2. เพื่อศึกษาปัจจัยความรู้ทางการเงินที่ส่งผลต่อการเลือกใช้งาน Bitcoin ของคน Generation X และ Y
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคมที่ส่งผลต่อการเลือกใช้งาน Bitcoin ของคน Generation X และ Y

สมมุติฐาน

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของคน Generation X และ Y ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ Bitcoin แตกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านความรู้ทางการเงินของคน Generation X และ Y มีความสัมพันธ์ต่อการลงทุน
3. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคมของคน Generation X และ Y มีความสัมพันธ์ต่อการลงทุน

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ Bitcoin ของคน Generation X และ Y เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้เครื่องมือที่ใช้สุ่มตัวอย่าง คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ในส่วนของตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัยมีดังนี้

ตัวแปรอิสระ

1. ปัจจัยพื้นฐาน
2. ปัจจัยความรู้ทางการเงิน
3. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคม

ตัวแปรตาม

1. การตัดสินใจซื้อ Bitcoin ของคน Generation X และ Y

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ผู้วิจัยใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ คน Generation X และ Y โดยกลุ่มคน Generation X คือกลุ่มคนที่มีอายุระหว่าง 38-53 ปี ส่วนกลุ่มคน Generation Y คือกลุ่มคนที่มีอายุระหว่าง 21-37 ปี แต่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างประชากร โดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรกำหนดขนาดตัวอย่างของสูตร W.G.Cochran (1977) โดยผู้วิจัยต้องการสุ่มตัวอย่างเป็นร้อยละ 50 จากประชากรทั้งหมด ต้องการความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และยอมรับความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างได้ 0.05 ตัวเลขที่ได้เท่ากับ 384.16 หรือ 385 คน แต่เพื่อความแม่นยำของข้อมูลในการเก็บตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงเพิ่มจำนวนตัวอย่างเป็นคน Generation X และ Y รวมกันจำนวน 400 ตัวอย่าง

ขอบเขตด้านระยะเวลา เริ่มตั้งแต่เดือน เมษายน – พฤษภาคม พ.ศ. 2567

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ผลการศึกษาสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนทางด้านการออม การลงทุน การเก็งกำไรและการตัดสินใจ เพื่อปรับใช้ให้สอดคล้องกับความต้องการของคน Generation X และ Y ที่สนใจซื้อ Bitcoin
2. การศึกษาในครั้งนี้เพื่อทราบถึงข้อมูลส่วนบุคคล พฤติกรรม และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ Bitcoin ของคน Generation X และ Y
3. บริษัทซื้อขายแลกเปลี่ยนสกุลเงินดิจิทัล (Exchange) สามารถนำไปใช้เป็นฐานข้อมูลในสร้างผลิตภัณฑ์ เพื่อให้การตอบสนองความต้องการของคน Generation X และ Y ได้

หลักการ แนวคิด ทฤษฎี

แนวคิดลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) ได้กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา ซึ่งเกณฑ์ ทางด้านประชากรศาสตร์เหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นักการตลาดนิยมใช้ในการแบ่งส่วนการตลาด ลักษณะประชากรศาสตร์จึงเป็นสิ่งสำคัญ ที่ช่วยในการกำหนดเป้าหมายทางการตลาดรวมทั้งง่ายต่อการวัดผลมากกว่าตัวแปรอื่น

แนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับการใช้งานของเทคโนโลยี ประกอบด้วย

1. **ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA)** Icek Ajzen และ Martin Fishbein (1975) เป็นทฤษฎีพื้นฐานที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายที่นำมาใช้ในการศึกษาพฤติกรรมมนุษย์ตามทฤษฎีที่อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อและทฤษฎีต่อพฤติกรรมทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล ได้อธิบายว่า ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการแสดงพฤติกรรมของบุคคลโดยตรง คือ เจตนาแสดงพฤติกรรม (Behavioral intention) ซึ่งมีปัจจัย 2 ประการที่ก่อให้เกิดเจตนาแสดงพฤติกรรมขึ้นมาได้แก่ทัศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude) และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm)
2. **การยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM)** แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ของ Davis (1989) เป็นแบบจำลองที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้ในการวัดความสำเร็จของการใช้เทคโนโลยีซึ่งถูกพัฒนามาจากทฤษฎีการกระทำแบบมีเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) ของ Fishbein and Ajzen (1975)) โดยแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) อ้างว่าพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีนั้นขึ้นอยู่กับการรับรู้ของผู้ใช้ว่ามีการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (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; Igbaria et al., 1995; Mathieson, 1991)

แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ทางการเงิน (สฤณี อาชวานันทกุล, 2556) ได้กล่าวว่า ทรัพยากรทางการเงินของตัวเองทั้งหมดได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีข้อมูลครบถ้วนตั้งแต่เรื่องการหารายได้ การออม การลงทุน การจัดทำงบประมาณรายรับรายจ่าย การจัดการหนี้และการวางแผนทางการเงิน

(อรุณี นุสิทธิ, 2557, น. 42) ได้กล่าวว่า ความรู้ความเข้าใจพื้นฐานทางเศรษฐศาสตร์และทางการเงิน ประกอบด้วย ความรู้ด้านดอกเบี้ย ความรู้ด้านเงินเฟ้อ และความรู้ด้านความเสี่ยง ซึ่งถือเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมทางการเงิน

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับ Virtual Currency (European Central Bank, 2012) กล่าวว่า Virtual Currency หรือเงินเสมือน ถูกสร้างขึ้นโดยกลุ่มคนบางกลุ่มและยอมรับให้ใช้งานกันภายในกลุ่มสังคมนั้นโดยที่ไม่มีรัฐบาลของประเทศใดรับรองหรือควบคุมดูแลเหมือนเงินตราที่เราใช้อยู่ในปัจจุบัน Virtual Currency อาจแบ่งตามคุณสมบัติการใช้งานออกเป็น 3 รูปแบบคือ 1) เงินเสมือนที่ไม่สามารถใช้ซื้อสินค้าจริงและแลกเปลี่ยนเป็นเงินจริงไม่ได้ โดยรับมาจากโลกออนไลน์ด้วยกิจกรรมต่างๆ เช่น การเล่นเกมสล็อตออนไลน์แล้วได้แต้มหรือเงินเสมือนแต่จะใช้ได้แค่ในโลกออนไลน์เท่านั้น 2) ใช้เงินจริงแลกเปลี่ยนเป็นเงินเสมือน แต่ไม่สามารถแลกเปลี่ยนกลับมาเป็นเงินจริงได้ เช่น Facebook Credit 3) สามารถใช้เงินจริงแลกเปลี่ยนกับเงินเสมือนได้ทั้ง 2 ทางโดยสามารถใช้ซื้อของได้ทั้งโลกออนไลน์และโลกจริง เช่น Bitcoin

ทฤษฎีการออมและการลงทุน (กัญญา กุนทิกาญจน์, 2545) มองว่าการออมขึ้นอยู่กับอัตราดอกเบี้ยโดยจะมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก กล่าวคือถ้าอัตราดอกเบี้ยสูงขึ้น บุคคลหรือผู้บริโภคจะยินดีหรือพอใจที่ออมเงินเพิ่มขึ้น โดยลดการบริโภคลง ซึ่งเป็นเพื่อรับรอค่าดอกเบี้ยที่เพิ่มขึ้นเป็นผลตอบแทนของการออมที่เพิ่มขึ้น

ส่วนการลงทุนนั้น นักเศรษฐศาสตร์และนักคลาสสิกมองว่าการลงทุนขึ้นอยู่กับอัตราดอกเบี้ย เช่นกัน แต่จะมีความสัมพันธ์กันในเชิงลบ กล่าวคือถ้าอัตราดอกเบี้ยสูง ปริมาณการลงทุนจะน้อย แต่ถ้าอัตราดอกเบี้ยต่ำ ปริมาณการลงทุนจะมาก

แนวคิดเรื่องแรงจูงใจ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2542, หน้า 415-416) ได้เสนอแนวคิดเรื่องแรงจูงใจหรือทฤษฎีความต้องการพื้นฐาน 3 ประการ ความต้องการอำนาจ ความต้องการความผูกพัน และความต้องการความสำเร็จ โดยบุคคลที่ต้องการความสำเร็จสูง จะมีความปรารถนาอย่างรุนแรงที่จะประสบความสำเร็จ จะกลัวการล้มเหลว และต้องการแข่งขัน จะกำหนดเป้าหมายที่ยากลำบากสำหรับตนเอง มีทัศนคติชอบเสี่ยงแต่ไม่ชอบการพนัน (เพชร ชุมทรัพย์, 2544, หน้า 64) ได้อธิบายไว้ว่า ประเภทของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ แบ่งตามพฤติกรรมเป็น 2 ประเภทใหญ่ คือ นักลงทุน และ นักเก็งกำไร

โดยความแตกต่างระหว่างการลงทุน (Investment) และการเก็งกำไร (Speculation) พิจารณาได้จากระดับของอัตราที่คาดว่าจะได้รับจาก ระดับความเสี่ยง และระยะเวลาในการลงทุน จิรัตน์ สังข์แก้ว (2544, หน้า 14) โดยแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงจากการลงทุน (สถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2549) ได้อธิบายไว้ว่า เมื่อกล่าวถึง “ความเสี่ยง” คนส่วนใหญ่มักจะนึกถึงการ ขาดทุนหรือผลในทางลบเท่านั้น แต่หากพิจารณาจากทฤษฎีการลงทุนแล้ว “ความเสี่ยง” คือ การที่ผลตอบแทนจริงที่ได้รับจากการลงทุน เบี่ยงเบน หรือ

แตกต่างไปจากผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนคาดหวังไว้ ซึ่งไม่ว่าจะเป็นไปในทางบวกหรือลบก็ถือว่าเป็นความเสี่ยงด้วยกันทั้งนั้น

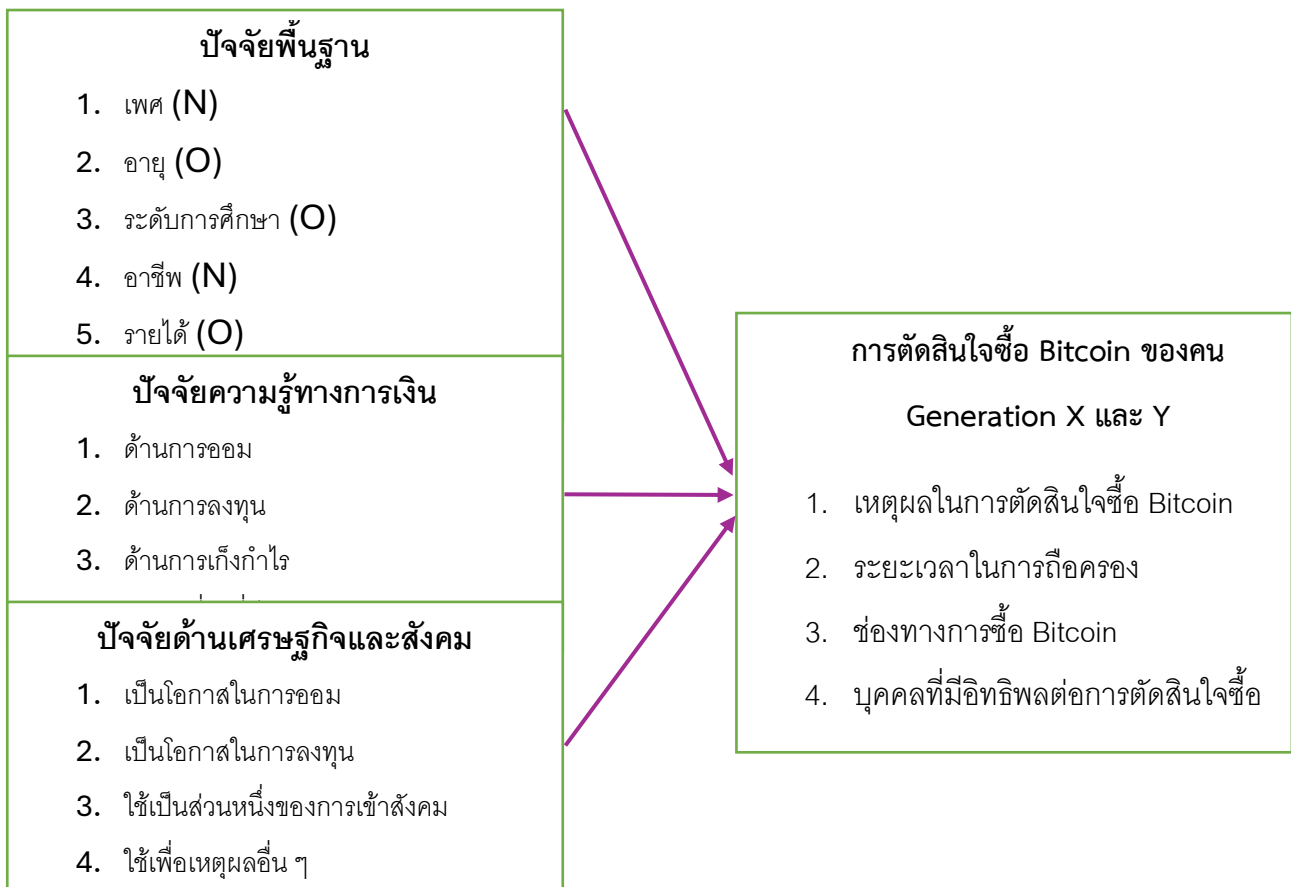
แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจ (อภิญญา จรูญพร, 2515) กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึง การเลือกทางปฏิบัติ ซึ่งมีอยู่หลายทาง เป็นแนวทางปฏิบัติไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ เป็นการตัดสินใจกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือหลายสิ่งหลายอย่าง การตัดสินใจ มักเกี่ยวข้องกับปัญหาที่ยุ่งยากสลับซับซ้อน และมีวิธีการแก้ไขปัญหามากกว่าหนึ่งอยู่เสมอ โดยกระบวนการตัดสินใจซื้อ (Buying Processes) เป็นกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ ที่มี 5 ขั้นตอน คือ การรับรู้ปัญหาการค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานด้านเศรษฐกิจ การวิเคราะห์เศรษฐกิจเน้นการวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจที่เป็นมาตรฐานและแนวโน้มของภาวะเศรษฐกิจในอนาคต ซึ่งอาจเกี่ยวข้องอย่างมากองการซื้อขายพัสดุ แหล่งที่มาของเงินทุนและด้านการครอบครองทรัพย์สินที่มีการซื้อขายบ่อยครั้ง แต่มีความสัมพันธ์กับเศรษฐกิจโลกและแนวโน้มนโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาลว่ามีผลกระทบต่อธุรกิจที่ออกหลักทรัพย์หรือไม่เพียงใด นอกจากนี้การวิเคราะห์เศรษฐกิจนี้ยังรวมถึงการวิเคราะห์วัฏจักรธุรกิจและนโยบายทางเศรษฐกิจที่สำคัญของรัฐบาลด้วยเช่น นโยบายการเงินและนโยบายการคลัง และนอกจากจะวิเคราะห์ในนโยบายต่างๆ แล้วนักลงทุนต้องทำการวิเคราะห์เศรษฐกิจ (ปนัดดา อินทร์พรม . 2539: 157) ซึ่งประกอบไปด้วย การศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับบทความที่เกี่ยวข้องและมีผลกระทบต่อเศรษฐกิจเช่นอัตราการเงินเฟ้อ รายได้ประชาชนดัชนีการครองชีพ ค่าดัชนีการชำระเงิน อัตราการจ้างงาน เป็นต้นดังนั้นในการวิเคราะห์หลักทรัพย์จึงมีความจำเป็นที่จะต้องวิเคราะห์เศรษฐกิจที่เน้นไปตามตัวช่วยผลิตในการวิเคราะห์สามารถแยกเป็น 3 ประเด็นหลักๆ ได้ดังนี้ 1. วงจรธุรกิจ 2. นโยบายการเงินและการคลัง 3. เครื่องชี้ภาวะเศรษฐกิจ

แนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลทางสังคม Friedkin and Johnsen (1999) ได้ให้ความหมายว่า อิทธิพลทางสังคม หมายถึง การกระทำสิ่งต่าง ๆ หรือการออกความคิดเห็นที่ส่งผลจากประชากรในสังคม ส่งผลให้มีการคล้อยตาม ทำตาม และมีผลต่อการเลือกตัดสินใจ

ส่วน Venkatesh, et al. (2003) ได้ให้ความหมายว่า อิทธิพลทางสังคม หมายถึง สิ่งที่มีผลทำให้ผู้บริโภคถูกชักจูงจากปัจจัยภายนอกให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติ เช่น สิ่งแวดล้อม ลักษณะเฉพาะบุคคล การกระทำจากบุคคลใดบุคคลหนึ่งหรือหลายคน เพื่อที่จะทำการเปลี่ยนแปลงความคิด ความรู้สึก หรือพฤติกรรมของผู้อื่น

กรอบแนวคิดการวิจัย



กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนของคน Generation X และ Y ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างประชากร โดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรกำหนดขนาดตัวอย่างของสูตร W.G.Cochran (1977) ดังนี้

$$n = \frac{P(1 - P)Z^2}{e^2}$$

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
P	แทน	สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม
Z	แทน	ค่าความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
e	แทน	สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

ผู้วิจัยต้องการสุ่มตัวอย่างเป็นร้อยละ 50 จากประชากรทั้งหมด ต้องการความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และยอมรับความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างได้ 0.05 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจะคำนวณได้คือ $P = 0.50$ (ร้อยละ 50) $Z = 1.96$ (ร้อยละ 95) $e = 0.05$ (ร้อยละ 5) แทนค่า

$$n = \frac{0.5(1 - 0.5)1.96^2}{0.05^2}$$

$$n = 384.16 \text{ หรือ } 385$$

แต่เพื่อความแม่นยำของข้อมูลในการเก็บตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงเพิ่มจำนวนตัวอย่างเป็นคน Generation X และ Y รวมกันจำนวน 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้เครื่องมือที่ใช้สุ่มตัวอย่าง คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเพื่อเป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของคน Generation X และ Y ซึ่งแบบสอบถามจะมี 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประสิทธิภาพการลงทุนในกองทุนรวม จำนวน 6 ข้อ โดยคำถามมีลักษณะหลายตัวเลือก (Multiple Choice Questions)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยในความรู้ทางการเงินของคน Generation X และ Y ได้แก่ ปัจจัยด้านการออม, ปัจจัยด้านการลงทุน, ปัจจัยด้านการเก็งกำไร และปัจจัยด้านความเสี่ยง รวมทั้งสิ้นจำนวน 13 ข้อ โดยใช้เครื่องมือประเภทมาตราประมาณค่า ซึ่งระดับความเห็น แบ่งออกเป็น 5 ระดับ จากมากไปน้อย

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยในด้านเศรษฐกิจและสังคมของคน Generation X และ Y ได้แก่ ใช้เป็นโอกาสในการออม ใช้เป็นโอกาสในการลงทุนเพิ่มเติมรายได้ ใช้เป็นส่วนหนึ่งของการเข้าสังคม ใช้เพื่อเหตุผลอื่นๆ จำนวนทั้งสิ้น 13 ข้อ โดยใช้เครื่องมือประเภทมาตราประมาณค่า ซึ่งระดับความเห็น แบ่งออกเป็น 5 ระดับ จากมากไปน้อย

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ Bitcoin ของคน Generation X และ Y ได้แก่ เหตุผลในการตัดสินใจซื้อ Bitcoin ระยะเวลาในการถือ Bitcoin ช่องทางในการซื้อ Bitcoin และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ จำนวนทั้งสิ้น 14 ข้อ โดยใช้เครื่องมือประเภทมาตราประมาณค่า ซึ่งระดับความเห็น แบ่งออกเป็น 5 ระดับ จากมากไปน้อย

ระดับความเห็น หรือระดับการตัดสินใจ แบ่งออกเป็น 5 ระดับ จากมากไปน้อย (Likert Scale) การกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละคำตอบ ดังนี้

เห็นด้วยอย่างมาก	มีคะแนนเท่ากับ 5
เห็นด้วยมาก	มีคะแนนเท่ากับ 4
เห็นด้วยปานกลาง	มีคะแนนเท่ากับ 3
ไม่เห็นด้วย	มีคะแนนเท่ากับ 2
ไม่เห็นด้วยอย่างมาก	มีคะแนนเท่ากับ 1

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้ว จะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างแบ่งระดับ 5 ระดับซึ่งมีเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

การแปลความหมายของคะแนน โดยแบ่งช่วงระดับคะแนนความคิดเห็น 5 ระดับ ด้วยวิธีการหาความกว้างและอันตรภาคชั้น ตามวิธีของ ลิเคิร์ต (Likert อ้างถึงใน ญาณิกา ตระกูลกำจาย, 2566) และแปลความหมายของคะแนนตามค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00	หมายถึง	มีความเห็นระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20	หมายถึง	มีความเห็นระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40	หมายถึง	มีความเห็นระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60	หมายถึง	มีความเห็นระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80	หมายถึง	มีความเห็นระดับน้อยที่สุด

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือวัดคุณภาพแบบสอบถาม ผ่านการตรวจสอบวัดคุณภาพแบบสอบถามหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (IOC : Index of Item Objective Congruence) โดยการประเมินของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้อง และสอดคล้องวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน 3 ระดับ ดังนี้

คะแนน +1	หมายถึง	แบบสอบถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
คะแนน 0	หมายถึง	ไม่มีความแน่ใจว่าสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
คะแนน -1	หมายถึง	แบบสอบถามไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

จากนั้นนำผลประเมินของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านมารวมกันและหารเพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (IOC_ข : Index of Item Objective Congruence) สามารถคำนวณได้ (Rovinelli & Hambleton, 1977 อ้างถึงใน ญาณิกา ตระกูลกำจาย, 2566) ดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

โดย IOC คือ ค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง

$\sum R$ คือ ผลรวมคะแนนของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิ

N คือ จำนวนของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิ

ค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องที่ยอมรับได้มีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป จึงถือว่าแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนั้นสอดคล้องกับสามารถนำไปใช้สอบถามได้ (ญาณิกา ตระกูลกำจาย, 2566)

การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test) ผู้ทำวิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน และนำผลของแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด มาตรวจสอบความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของ Cronbach เมื่อคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัก โดยแบบสอบถามที่นำไปทดลองใช้จำนวน 30 ชุด จะต้องมีค่า 0.80 ขึ้นไปจึงจะนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริงการศึกษาได้ โดยค่าที่ได้จากแบบสอบถาม อยู่ที่

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ Bitcoin ของคน Generation X และ Y จะใช้เครื่องมือ คือ แบบสอบถามทางออนไลน์ สุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็นใช้วิธีแบบสะดวก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ที่สะดวกตอบแบบสอบถามออนไลน์ใน ช่วงเวลานั้น เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมด 400 ชุด แล้วจะดำเนินการในขั้นตอนต่อไปคือการนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ จำนวนโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามได้ผลสรุปดังนี้

1. เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 และเพศชาย จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.50
2. อายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 21-37 ปี (Generation Y) จำนวน 298 คน คิดเป็นร้อยละ 74.50 ช่วงอายุระหว่าง 38-53 ปี (Generation X) จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50
3. ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 378 คน คิดเป็นร้อยละ 94.50 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00
4. อาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 320 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 นักเรียน / นักศึกษา จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50
5. รายได้เฉลี่ย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,001-30,000 บาท จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46 รองลงมา รายได้ 30,001-50,000 บาท จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 และรายได้
6. ประสบการณ์การลงทุน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีประสบการณ์การลงทุนน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.30 ประสบการณ์การลงทุน 1-3 ปี จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยความรู้ทางการเงินที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ Bitcoin ของคน Generation X และ Y ได้ผลสรุปดังนี้

ปัจจัยความรู้ทางการเงินในภาพรวมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ Bitcoin ของคน Generation X และ Y โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ด้านการลงทุน ($\bar{X} = 4.15$) รองลงมา คือ ด้านการออม ($\bar{X} = 4.13$) ด้านการเก็งกำไร ($\bar{X} = 3.68$) และด้านความเสี่ยงที่มี ($\bar{X} = 3.42$) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ Bitcoin ของคน Generation X และ Y ได้ผลสรุปดังนี้

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคมในภาพรวมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ Bitcoin ของคน Generation X และ Y โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.36$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ เป็นโอกาสในการเก็งกำไร ($\bar{X} = 3.48$) รองลงมา คือ ใช้เพื่อเหตุผลอื่น ๆ ($\bar{X} = 3.45$) ใช้เป็นส่วนหนึ่งของการเข้าสังคม ($\bar{X} = 3.38$) เป็นโอกาสในการลงทุน ($\bar{X} = 3.27$) และ เป็นโอกาสในการออม ($\bar{X} = 3.21$) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อ Bitcoin ของคน Generation X และ Y ได้ผลสรุปดังนี้

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อ Bitcoin ของคน Generation X และ Y โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.28$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ช่องทางการซื้อ Bitcoin ($\bar{X} = 3.46$) รองลงมา คือ เหตุผลในการตัดสินใจซื้อ Bitcoin ($\bar{X} = 3.33$) ระยะเวลาในการถือครอง ($\bar{X} = 3.21$) และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ($\bar{X} = 3.27$) ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของคน Generation X และ Y ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ Bitcoin แตกต่างกัน

1. เพศที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ Bitcoin ของคน Generation X และ Y แตกต่างกันในเรื่องเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ Bitcoin, ระยะเวลาในการถือครอง, ช่องทางการซื้อ Bitcoin และ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. อายุที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ Bitcoin ของคน Generation X และ Y ในเรื่องของ เหตุผลในการตัดสินใจซื้อ Bitcoin, ระยะเวลาในการถือครอง และ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นในเรื่องของ ช่องทางการซื้อ Bitcoin

3. ระดับการศึกษาที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ Bitcoin ของคน Generation X และ Y ในเรื่องของ เหตุผลในการตัดสินใจซื้อ Bitcoin, ระยะเวลาในการถือครอง และ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นในเรื่องของ ช่องทางการซื้อ Bitcoin

4. อาชีพที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ Bitcoin ของคน Generation X และ Y ในเรื่องของ เหตุผลในการตัดสินใจซื้อ Bitcoin, ระยะเวลาในการถือครอง, ช่องทางการซื้อ Bitcoin และ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. รายได้ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ Bitcoin ของคน Generation X และ Y ในเรื่องของ เหตุผลในการตัดสินใจซื้อ Bitcoin, ระยะเวลาในการถือครอง, ช่องทางการซื้อ Bitcoin และ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. ประสบการณ์การลงทุนที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ Bitcoin ของคน Generation X และ Y ในเรื่องของ เหตุผลในการตัดสินใจซื้อ Bitcoin, ระยะเวลาในการถือครอง, ช่องทางการซื้อ Bitcoin และ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression)

ผู้วิจัยใช้การทดสอบทางสถิติ คือ การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ในการวิเคราะห์ผลได้ผลลัพธ์ ดังนี้

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยความรู้ทางการเงินของคน Generation X และ Y มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจลงทุน

ผลทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ตัวแปรต้น ปัจจัยด้านการออม ด้านการเก็งกำไร และด้านความเสี่ยงที่มี มีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นตัวแปรต้น ด้านการลงทุน ที่ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ Bitcoin ในของคน Generation X และ Y อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรต้น ได้ประมาณร้อยละ 47.6

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคมของคน Generation X และ Y มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจลงทุน

ผลทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า ตัวแปรต้น เป็นโอกาสในการออม เป็นโอกาสในการลงทุน ใช้เป็นส่วนหนึ่งของการเข้าสังคม และ ใช้เพื่อเหตุผลอื่น ๆ มีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรต้น ได้ประมาณร้อยละ 67.9

ข้อเสนอแนะ

1. เหตุผลในการตัดสินใจซื้อ Bitcoin ของคน Generation X และ Y มาจากความต้องการที่จะใช้ Bitcoin เป็นสินทรัพย์สำหรับการออม ดังนั้นหากจะมีการทำผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกัน ควรให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับจุดแข็งของ Bitcoin ว่าเหมาะสมกับการออมอย่างไร
2. ผลการศึกษาด้านระยะเวลาในการถือครอง พบว่า แรงจูงใจด้านการใช้เป็นโอกาสในการลงทุน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ Bitcoin ดังนั้น การแสดงให้เห็นถึงผลตอบแทน เมื่อเทียบกับระยะเวลาในการถือครอง Bitcoin ในระยะยาวและระยะสั้น จะช่วยให้เห็นภาพรวมของ Bitcoin ได้มากกว่า และช่วยให้ผู้ถือมีความ “เห็นแก่เวลา (Time Preference)” ที่ลดลง
3. . ผลการศึกษาเกี่ยวกับช่องทางการซื้อ Bitcoin พบว่า ช่องทางในการซื้อ Bitcoin สมัยนี้ค่อนข้างสะดวกสบาย และง่ายต่อการซื้อมาก ทั้งในประเทศและต่างประเทศ แต่อย่างไรก็ดี Exchange ในต่างประเทศ ยังไม่ได้รับอนุญาตในการให้บริการในประเทศไทยได้อย่างเป็นทางการ ดังนั้นอาจมีความเสี่ยงทางด้านกฎหมายอยู่ ดังนั้น หาก Exchange ในประเทศ ต้องการที่ดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้งาน ควรคำนึงถึงปัจจัยด้านความยากง่ายในการใช้งาน
4. ผลการศึกษาเกี่ยวกับบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ พบว่าบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ Bitcoin มากที่สุดก็คือตัวเอง รองลงมาคือที่ปรึกษาการลงทุน ประกอบกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคมที่มีความต้องการที่จะใช้เป็นเงินออมแล้ว ดังนั้น การให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ Bitcoin จึงเป็นเรื่องสำคัญ การช่วยให้เข้าใจถึงวัตถุประสงค์และวิธีการใช้งาน Bitcoin ของผู้ถือ อาจส่งผลต่อการจัดการพอร์ตการลงทุนและกลยุทธ์การเงินของพวกเขา ดังนั้น หากท่านเป็น Influencer ควรเน้นไปที่การให้เนื้อหาที่ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรเพิ่มและขยายขอบเขตกลุ่มตัวอย่างให้มากขึ้น และเพิ่มเติมปัจจัยที่อาจจะเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ Bitcoin มากขึ้น

2. ควรศึกษาถึงความรู้ความเข้าใจ และประสบการณ์เกี่ยวกับการใช้งาน Bitcoin ของผู้ตอบแบบสอบถามเพิ่มเติม เพื่อทราบถึงระดับความเข้าใจที่แตกต่างกัน

3. หากผู้ที่สนใจที่จะทำการศึกษาในหัวข้อนี้ควรนำข้อมูลนี้ไปเปรียบเทียบกับผลการวิจัยในอนาคต เพื่อให้ทราบถึงอิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ Bitcoin

เอกสารอ้างอิง

FOTO Soup. (2565). Bitcoin คือ ทองคำดิจิทัล ?, สืบค้นข้อมูลจาก <https://rightshift.to/2022/foto-soup/3552/>

RK Srithongsuk. (2566). เงินคืออะไร? คำถามที่หลายคนอาจไม่เคยถามตัวเอง, สืบค้นข้อมูลจาก <https://rightshift.to/2023/lectio/8803/>

Satoshi Nakamoto. (2551). The Bitcoin Whitepaper, สืบค้นข้อมูลจาก <https://bitcoin.org/bitcoin.pdf>

เกียรติกร เทียนธรรมชาต. (2561). อิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับใช้เงินดิจิทัล (บิตคอยน์) ของผู้บริโภคกลุ่ม Millennials ในกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.

กนกวรรณ ศรีนวล. (2558). การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการลงทุน และแรงจูงใจในการลงทุน ที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.

กษิต สังกะเสน. (2564). การตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพมหานคร.

นันท์ชาอร เกียรติวุฒิตระกูล. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนในตลาดเงินดิจิทัล (Cryptocurrency) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพมหานคร.

ปฎิภาณ พาณิชเลิศ. (2564). พฤติกรรมการลงทุน และปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนในคริปโตเคอร์เรนซี (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, กรุงเทพมหานคร.

ภัททิยา เฟื่องประไพ และ บุญกา ปันทุรอำพร. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล บิตคอยน์ (Bitcoin) ของนักลงทุนรายย่อยในสถานการณ์ COVID-19, (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพมหานคร.

มหาวิทยาลัยขอนแก่น. (2566). Demand, Supply and Market Equilibrium, สืบค้นข้อมูลจาก https://home.kku.ac.th/armeros/Course/Micro_I/2

มินตรา เชื้ออำ. (2561). การรับรู้และทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) ในประเทศไทย. วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 1 (3)

วอนชนก ไชยสุนทร. (2558). การยอมรับการใช้งานของระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพมหานคร.

อลิสรา ชีระศักดิ์ดาพงษ์. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้งาน Bitcoin (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.