ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสนใจใช้งานสกุลเงินดิจิทัลลิบรา

Factors Affecting The Interest In Using Libra Cryptocurrency

จิรายุทธ์ ธราธรรุ่งเรือง[1*] และพัฒน์ พัฒนรังสรรค์[2]
[1*, 2] คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา
Jirayut Tarathonrungreung[1*] and Pat Pattanarangsun[2]
[1*, 2] Faculty of Economics, Kasetsart University, Siracha Campus
(Received: April 09, 2020; Revised: July 15, 2020; Accepted: August 13, 2020)

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสนใจใช้งานสกุลเงินดิจิทัลลิบรา (Libra) ผ่านการเก็บแบบสอบถามออนไลน์ โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง จากบุคคลทั่วไปที่ใช้บริการทางการเงินผ่านสมาร์ทโฟน นำมาวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโลจิต ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสนใจใช้งานสกุลเงินดิจิทัลลิบรา ที่นัยสำคัญทางสถิติ 0.10 ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ต่อเดือน ความถี่ในการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชั่น และการเคยซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายบริการของเฟซบุ๊ก ความไว้วางใจในด้านการมีองค์กรอิสระมากำกับดูแล อิทธิพลจากเครือข่ายผ่าน เพื่อนหรือคนรู้จัก การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีในด้านการใช้ชำระสินค้าและบริการในอัตราที่ต่ำ ด้านความรวดเร็วและเสถียร และด้านการใช้ชำระได้โดยไม่ต้องแลกเปลี่ยนเป็นสกุลเงินท้องถิ่น รวมถึงปัจจัยด้านเงินเสมือน คือ ได้รับการยอมรับและมีการใช้งานที่แพร่หลายทั้งในและต่างประเทศ ทั้งนี้ผู้ให้บริการที่มีความสนใจในสกุลเงินดิจิทัล ทั้งภาครัฐบาลและเอกชน สามารถใช้ผลการศึกษาเป็นแนวทางในการพัฒนาสกุลเงินดิจิทัลของตนเองได้

คำสำคัญ: 1.) สกุลเงินดิจิทัล 2) ลิบรา 3) เฟซบุ๊ก 4) ความไว้วางใจ

Abstract

The objective of this study was to study factors affecting the interest in using Libra Cryptocurrency. Using online questionnaires were collected from 400 respondents who use financial service on smartphone and were analyzed by Logit model. The result from Logit model showed that factors affecting the interest in using Libra Cryptocurrency, at the statical level of 0. 1, were gender, age, education, salary frequency of using financial service through the application, the experience on purchasing via Facebook network. The additional factors were trust in terms of being supervised by an independent organization, network through friends and acquaintances, acceptance of innovation and technology in terms of low service rate, Quickness & stability and payment without having to exchange to local currency including the factor regarding virtual money. The service provider, from both public and private sectors, can apply this result to improve their own Cryptocurrency.

Keyword: 1) Cryptocurrency 2) Libra 3) Facebook 4) Trust

[1*] นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ (Master of Economics Program in Business Economics) Email : jirayut.tar@ku.th

[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์, อาจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ (Assistant Professor, Faculty of Economics)

บทนำ (Introduction)

ในอดีตที่ผ่านมามนุษย์เราได้ใช้สื่อกลางในการแลกเปลี่ยนมาแล้วหลากหลายรูปแบบ ตั้งแต่ สิ่งของต่อสิ่งของ โลหะหายาก จนมาถึงในปัจจุบันที่มีการใช้ธนบัตรและเหรียญกษาปณ์ เป็นสื่อแลกเปลี่ยนที่ได้รับความนิยมมาอย่างยาวนาน แต่ด้วยการมาถึงกระแสโลกาภิวัตน์ประเทศในแต่ละภูมิภาค เชื่อมต่อสัมพันธ์กัน นวัตกรรมต่าง ๆ มีความก้าวหน้าเป็นอย่างมาก เกิดการพัฒนาในหลาย ๆ วงการ วงการการเงินเองก็เช่นกัน ด้วยเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าทำให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า “เงินดิจิทัล (Digital Money) หรือ e-money” ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อลดข้อจำกัดต่าง ๆ ของเงินที่เป็นธนบัตรและเหรียญ อย่างเช่น การพกพาที่ไม่สะดวก การทำธุรกรรมข้ามพรมแดนที่เชื่องช้าอีกนัยหนึ่ง ก็คือการเปลี่ยนจากสื่อที่ใช้แลกเปลี่ยนในรูปของวัตถุที่จับต้องได้ มาเป็นสื่อแลกเปลี่ยนในรูปของดิจิทัลแทน บริการที่มีลักษณะดังกล่าว และสามารถพบเห็นได้ในชีวิตประจำวัน อย่างเช่น บัตรที่ใช้ในศูนย์อาหาร บัตรรถไฟฟ้า บัตรเครดิตของแต่ละธนาคาร ไปจนถึงบริการที่อยู่ในรูปแบบของแอปพลิเคชันมือถือ ในปัจจุบัน ได้มีผู้ให้บริการด้านเงินดิจิทัลที่จดทะเบียนอยู่ภายใต้การกำกับดูแลจากภาครัฐกว่า 30 ราย (Bank of Thailand [BOT], 2017, pp. 2-3) นอกเหนือจากเงินดิจิทัลที่เป็นที่เป็นที่รู้จักในวงกว้างแล้ว ยังได้มีสื่อแลกเปลี่ยนทางดิจิทัลอีกรูปแบบหนึ่ง ที่กำลัง ได้รับความสนใจอยู่ในขณะนี้ นั้นคือ “สกุลเงินดิจิทัล (Digital Currency)”หรืออีกชื่อหนึ่งคือ “คริปโทเคอร์เรนซี (Cryptocurrency)” สกุลเงินดิจิทัลนั้นแตกต่างจากเงินดิจิทัลที่กล่าวไป ตรงที่เงินดิจิทัลเหล่านั้นจะมีการอ้างอิงมูลค่ากับสกุลเงินท้องถิ่น แต่สกุลเงินดิจิทัลนั้นเกิดจากกระบวนการการเข้ารหัส (Cryptography) ผ่านกลไกทางคณิตศาสตร์ที่ซับซ้อนและไม่อ้างอิงมูลค่ากับสินทรัพย์อื่นใด โดยสกุลเงินดิจิทัลสกุลแรกที่เกิดขึ้นมาในปี 2548 มีชื่อเรียกว่า “Bitcoin” นับแต่นั้นเป็นต้นมาก็ได้เกิดสกุลเงินดิจิทัลอื่น ๆ อีกมากตามมา (DEPA, 2019, p. 2)

ข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ระบุว่าในปัจจุบันมีสกุลเงินดิจิทัลมากกว่า 2,149 สกุลเงิน ที่มีการทำธุรกรรมอยู่ในตลาดซื้อขายสินทรัพย์ดิจิทัล และมีมูลค่าของตลาดโดยรวมอยู่ที่ 265,000 ล้านดอลลาร์ โดยสกุลเงินดิจิทัลที่มีการซื้อขายมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ Bitcoin Ethereum Ripple Bitcoin Cash Eos ใน (Electronic Transactions Commission, 2018) บรรดาสกุลเงินดิจิทัลทั้งหมดนี้ Bitcoin ถือว่ามีส่วนแบ่งในตลาดซื้อขายสูงที่สุด อยู่ที่ร้อยละ 72.5 ของทั้งหมด

ตาราง 1 สกุลเงินดิจิทัล 5 อันดับแรกที่มีมูลค่าสูงสุด (หน่วย : ดอลลาร์สหรัฐ)

รายชื่อสกุลเงินดิจิทัล	มูลค่าตามราคาตลาด	ราคา	ปริมาณซื้อขายใน 24 ชั่วโมง
Bitcoin	111,750,624,610	6,490.00	3,447,311,298
Ethereum	20,412,709,848	301.00	1,561,933,359
Ripple	13,134,393,923	0.34	356,146,101
Bitcoin Cash	4,858,933,911	566.20	411,553,358
Eos	4,083,596,089	5.26	763,129,371

หมายเหตุ: *ข้อมูล ณ วันที่ 20 สิงหาคม พ.ศ. 2561
ที่มา: Electronic Transactions Commission (2018)

อย่างไรก็ตาม เนื่องด้วยสกุลเงินดิจิทัลเหล่านี้ไม่มีสินทรัพย์จริงหนุนหลัง ทำให้มูลค่านั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านอุปสงค์และอุปทานของตลาดที่ทำการซื้อขาย ด้วยเหตุนี้มูลค่าของสกุลเงินดิจิทัลจึงมีความผันผวนที่สูงและไม่แน่นอนอยู่ตลอดเวลา (DEPA, 2020) นอกจากนี้ยังไม่สามารถเข้าถึงประชาชนทั่วไปได้อย่างแท้จริง ทำให้การที่ประชาชนจะนำเอาสกุลเงินดิจิทัลไปใช้งานในชีวิตประจำวันอย่างแพร่หลาย ยังคงเป็นเรื่องที่ไกลตัวแต่เมื่อไม่นานมานี้ได้มีการเปิดตัวสกุลเงินดิจิทัลสกุลใหม่ ที่นำเอาข้อด้อยต่าง ๆ ของสกุลเงินดิจิทัลที่มีอยู่มาปรับปรุงและพัฒนา เพื่อที่จะสามารถ

เป็นสื่อแลกเปลี่ยนได้อย่างแท้จริง สกุลเงินดิจิทัลนี้ชื่อว่า “ลิบรา” (Libra)

ลิบราเป็นสกุลเงินดิจิทัลที่ถูกพัฒนาโดยบริษัทโซเชียลมีเดีย Facebook เปิดตัวเมื่อวันที่ 18 มิถุนายน 2562 เนื่องจาก Facebook ได้เล็งเห็นว่าในปัจจุบัน ยังมีผู้คนจำนวนมากบนโลกที่ยังไม่สามารถเข้าถึงบริการทางการเงินของธนาคารแบบดั้งเดิมได้ ทั้งที่มีเทคโนโลยีต่าง ๆ สนับสนุนอยู่อย่างเพียบพร้อม ทั้งโทรศัพท์เคลื่อนที่ สมาร์ทโฟน และอินเทอร์เน็ต แต่ถึงแม้จะสามารถเข้าถึงได้ก็ตาม การทำธุรกรรมก็ยังคงมีค่าใช้จ่ายที่สูงและมีขั้นตอนที่ซับซ้อน อย่างเช่นการโอนเงินข้ามพรมแดน ซึ่งเป้าหมายของลิบราคือการทำให้มีสกุลเงินหลักของโลกและสร้างโครงสร้างพื้นฐานทางการเงินที่จะให้อำนาจแก่ผู้คน (Libra Association, 2019a, pp. 1-2) โดย Facebook ได้ก่อตั้งองค์กรอิสระขึ้นมาภายใต้ชื่อ “Libra Association” เพื่อค่อยดูแลและผลักดันลิบราให้สามารถบรรลุผลตามที่ได้วางเป้าหมายไว้ Libra Association ประกอบด้วยสมาชิกจากหลายภาคส่วนธุรกิจ ในระยะเริ่มต้นนั้นมีจำนวน 28 องค์กร (Libra Association, 2019b, pp. 1-3) ประกอบไปด้วยบริษัทที่น่าเชื่อถือ และมีฐานลูกค้าขนาดใหญ่หลายแห่งไม่ว่าจะเป็น Master Card, Visa และอีกหลายบริษัทที่เป็นบริษัทขนาดใหญ่ และในอนาคต Facebook ตั้งเป้าจะเพิ่มจำนวนสมาชิกทั่วโลกให้ได้ครบ 100 องค์กรภายในครึ่งปีแรกของปี 2563

ตาราง 2 สมาชิกเริ่มแรกของ Libra Association

ประเภทกลุ่มธุรกิจ	ชื่อบริษัท
การชำระเงิน	Visa, MasterCard, PayPal, PayU ,Mercado Pago, Stripe
เทคโนโลยีและตลาดค้าขายออนไลน์	Booking Holdings, eBay, Facebook,Calibra, Farfetch, Lyft, Spotify AB, Uber Technologies Inc.
โทรคมนาคม	Iliad, Vodafone Group
ธุรกิจ Blockchain	Anchorage, Bison Trails, Coinbase Inc., Xapo Holdings Limited
ธุรกิจลงทุน	Andreessen Horowitz, Breakthrough Initiatives, Ribbit Capital, Thrive Capital, Union Square Ventures
ธุรกิจไม่แสวงหากำไรและสถาบันการศึกษา	Creative Destruction Lab, Kiva, Mercy Corps, Women’s World Banking

หมายเหตุ: จำนวนสมาชิกสามารถเปลี่ยนแปลงได้
ที่มา: Libra Association (2562)

สิ่งสำคัญที่ทำให้สกุลเงินดิจิทัลลิบรานั้นแตกต่างจากสกุลเงินดิจิทัลอื่น ๆ ที่มีอยู่ในตลาดขณะนี้ก็คือ “มูลค่า” โดยนิยามของลิบราคือสกุลเงินดิจิทัลที่มีมูลค่าเสถียร (Stable coin) เนื่องจากมีสินทรัพย์จริงคอยหนุนหลังอยู่ ซึ่งการกำหนดมูลค่านั้นจะใช้ระบบตะกร้าเงิน (Basket of Currencies) (BOT, 2019, p. 30) โดยจะคัดเลือกสกุลเงินหลักทั่วโลก ที่มีความผันผวนและระดับเงินเฟ้อต่ำ มาใส่ไปในระบบ จากจดหมายที่ Libra Association ส่งถึงสมาชิกสภาเยอรมันเพื่อชี้แจงถึงสัดส่วนของสกุลเงินต่าง ๆ ที่อยู่ในระบบตะกร้าเงิน ได้ระบุว่า สกุลเงินท้องถิ่นที่อยู่ในระบบจะประกอบไปด้วยเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐฯ ยูโร เยน ปอนด์อังกฤษ และดอลลาร์สิงคโปร์ นอกจากสกุลเงินของประเทศต่าง ๆ แล้วยังคงมีพันธบัตรรัฐบาล เงินฝากธนาคาร ที่ใช้เป็นสินทรัพย์หนุนหลังอีกด้วย (Bartz, 2019, pp. 1-2) ทำให้ลิบรา มีความน่าเชื่อถือมากกว่าสกุลเงินดิจิทัลอื่น ๆ ที่ไม่มีสินทรัพย์จริงหนุนหลัง

การจะใช้งานสกุลเงินดิจิทัลลิบราได้นั้นจำเป็นจะต้องอาศัยสื่อกลาง ซึ่งก็คือโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ตโฟน และการเชื่อมต่อกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จากข้อมูลที่เปิดเผยโดย We Are Social บริษัทดิจิทัล

เอเจนซี่ของอังกฤษ และ Hootsuite ผู้ให้บริการการตลาดบนโซเชียลมีเดีย เผยข้อมูลการใช้สื่อดิจิทัลในปี 2562 พบว่า ในปัจจุบันทั่วโลกมีจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต 4,540 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 59 ของประชากรทั้งโลก ในจำนวนนี้ มีผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่คิดเป็นร้อยละ 53.3 ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั้งหมด ส่วนประเทศไทย มีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต 52 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 75 ของประชากรทั้งประเทศ มีผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวน 93 ล้านเครื่อง (We Are Social, 2020, p. 17) และยังคงมีแนวโน้มที่เพิ่มสูงขึ้นในอนาคต ด้วยข้อมูลดังกล่าว ได้แสดงให้เห็นถึงขนาดของกลุ่มผู้ใช้งาน ที่มีปัจจัยเอื้ออำนวยต่อการใช้งานสกุลเงินดิจิทัลลิบราในประเทศไทย

การที่สกุลเงินดิจิทัลลิบราจะสามารถบรรลุได้ตามพันธกิจที่วางไว้ได้นั้น สิ่งหนึ่งที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องเร่งดำเนินการ นั้นคือการผลักดันในสกุลเงินดิจิทัลลิบรามีการใช้งานอย่างแพร่หลาย เมื่อพิจารณาจากสมาชิกเริ่มแรกทั้ง 28 องค์กรของ Libra Association แล้ว การที่องค์กรธุรกิจเหล่านี้จะเป็นช่องทางหนึ่งในการเผยแพร่สกุลเงินดิจิทัลลิบราไปสู่ผู้ใช้งานได้จริง จึงไม่ใช่เรื่องที่ยากนัก นอกจากนั้นองค์กรธุรกิจเหล่านี้ยังมีการดำเนินกิจกรรมไปในหลายพื้นที่ทั่วโลก และยังเป็นองค์กรธุรกิจที่แตกต่างกันในหลายอุตสาหกรรม ด้วยช่องทางเผยแพร่ที่หลากหลายผ่านองค์กรธุรกิจเหล่านี้ ซึ่งครอบคลุมเกือบทุกปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน

การที่จะผลักดันให้เกิดการใช้งานอย่างแพร่หลายได้นั้น มีความจำเป็นอย่างมากที่ควรจะทราบว่ามีปัจจัยอะไรบ้างที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สกุลเงินดิจิทัล จากการศึกษาที่ผ่านมาทั้งในและต่างประเทศ เพื่อจะหาว่ามีปัจจัยอะไรบ้างที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สกุลเงินดิจิทัล ซึ่งผู้ทำการศึกษาส่วนใหญ่ได้มีองค์ประกอบของปัจจัยในการศึกษาใกล้เคียงกัน ดังนี้ ปัจจัยด้านความไว้วางใจ การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี อิทธิพลจากเครือข่าย และทฤษฎีเงินเสมือน นอกจากจากนี้ยังได้มีการเพิ่มเติมปัจจัยอื่น ๆ เช่น พื้นที่อยู่อาศัย ช่วงอายุ บุคลิกภาพ และความรู้ทางการเงิน อย่างไรก็ตาม การศึกษาเกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลที่ผ่านมาส่วนใหญ่ล้วนใช้สกุลเงินดิจิทัล Bitcoin เป็นกรณีศึกษา ซึ่งไม่มีการอ้างอิงมูลค่าจากสินทรัพย์ใด มีเพียงอุปสงค์และอุปทานของตลาดซื้อขายเท่านั้นเป็นตัวกำหนดมูลค่า แต่ด้วยสกุลเงินดิจิทัลลิบรานั้นแตกต่างออกไป ทั้งในแง่ของมูลค่าและการกำกับดูแล จึงทำให้การศึกษาการเลือกใช้สกุลเงินดิจิทัลที่ผ่านมาอาจไม่สามารถนำมาอธิบายอิทธิพลของแต่ละปัจจัยได้อย่างสมบูรณ์

ด้วยจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน และจำนวนของประชาชนที่หันมาใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชั่นภายในประเทศไทยนั้น มีการเติบโตที่รวดเร็วอย่างเห็นได้ชัด แสดงให้เห็นได้ถึงการยอมรับของประชาชน ที่ให้เทคโนโลยีทางการเงินเข้ามามีบทบาทในชีวิตมากขึ้น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ เป็นส่วนสำคัญที่ผลักดันให้ผู้ประกอบการในกลุ่มเทคโนโลยีทางการเงินทั้งในและนอกประเทศ ให้เข้ามาแข่งขันในประเทศไทยเพิ่มขึ้น และเนื่องด้วยเป็นเทคโนโลยีทางการเงินในรูปแบบใหม่ ประกอบกับยังไม่เคยมีงานวิจัยเกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลที่มีคุณสมบัติเหมือนกับลิบราภายในประเทศไทยมาก่อน ดังนั้นจึงเป็นที่มาของการทำการศึกษาในครั้งนี้ ภายใต้หัวข้อ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสนใจใช้งานสกุลเงินดิจิทัลลิบรา เพื่อเป็นข้อมูลให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ ใช้เป็นแนวทางในการวางแผนเตรียมความพร้อม และปรับตัวให้ทันกับเทคโนโลยีทางการเงินรูปแบบใหม่ที่กำลังจะเกิดขึ้น

การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review)

จากการสืบค้นข้อมูลเพื่อตรวจสอบงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่างานวิจัยส่วนใหญ่นั้นอ้างอิงการศึกษาจากสกุลเงินดิจิทัล Bitcoin เป็นสกุลหลัก อันเนื่องด้วยปัจจัยด้าน มูลค่า ความนิยม และส่วนแบ่งตลาด ซึ่งแต่ละงานวิจัยมีการใช้ทฤษฎีที่คล้ายคลึงกัน ดังนี้

ทฤษฎีความไว้วางใจ (Trust) จากงานวิจัยของ Teerasakdapong (2016, p. 73) พบว่าระดับความไว้วางใจในการเลือกสกุลเงินดิจิทัลนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านของผู้ให้บริการ ยิ่งผู้ให้บริการมีความน่าเชื่อถือมากเท่าไรก็จะยิ่งส่งผลต่อการเลือกใช้งานสกุลเงินดิจิทัลไปในทิศทางที่เป็นบวกมากขึ้นกล่าวคือยิ่งผู้ให้บริการมีความน่าเชื่อถือมากก็จะยิ่งมีผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น แต่จากงานวิจัยของ Tiantammachat (2018, p. 87) ซึ่งเป็นงานวิจัยที่เพิ่มปัจจัยของบุคลิกภาพเข้า

ไป พบว่าถ้าบุคคลที่นิยมความเสี่ยงอยู่แล้ว ปัจจัยด้านความไว้วางใจ จะไม่ส่งผลต่อความสนใจที่จะเลือกใช้งานสกุลเงินดิจิทัลของบุคคลนั้น นั้นเป็นเพราะว่าผู้ที่สนใจจะใช้งานจริง ๆ นั้น มีความเข้าใจอยู่แล้วถึงความเสี่ยงของสกุลเงินดิจิทัล (Oliva, Borondo and Clavero, 2019, p. 10)

ทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (Innovation Adoption) พบว่าทั้งงานวิจัยของ Tiantammachat (2018, p. 88) และOliva, Borondo and Clavero (2019, p. 8) ได้เลือกใช้ ทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีของ Venkatesh. et al (2003) เป็นทฤษฎีอ้างอิงในงานวิจัย ซึ่งประกอบไปด้วย 4 ปัจจัยหลักดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านความเชื่อในคุณประโยชน์ (Performance Expectancy) จากงานวิจัยของ Tiantammachat (2018, p. 86) พบว่ามีผลออกมาในทิศทางที่เป็นลบ กล่าวคือยิ่งมีผู้ใช้งานสกุลเงินดิจิทัลมากเท่าไร ก็จะยิ่งมีความสนใจที่จะใช้งานน้อยลง โดยให้เหตุผลว่า เนื่องด้วยการใช้สกุลเงินดิจิทัลในปัจจุบันนั้น ผิดไปจากวัตถุประสงค์เดิม ซึ่งก็คือมีการเก็งกำไรในสกุลเงินดิจิทัลมากกว่าการนำมาเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนแทนเงินสด แต่จากงานวิจัยของ Oliva, Borondo and Clavero (2019, p. 9) ได้ผลการวิจัยที่มีทิศทางตรงข้ามกัน คือมีทิศทางที่เป็นบวก ทั้งนี้ที่ผลของทั้งสองวิจัยไม่สอดคล้องกันอาจจะเกิดจากลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษานั้นแตกต่างกัน โดยงานวิจัย Tiantammachat (2018, p. 2) กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะ เป็นบุคคลทั่วไปที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครเท่านั้น และได้เพิ่มปัจจัยด้านบุคลิกภาพลงไปในกรอบการศึกษา ส่วน Oliva, Borondo and Clavero(2019, pp. 1-2) กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะ เป็นบุคคลที่อายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไปที่ต้องมีการศึกษาในระดับมหาวิทยาลัยที่อาศัยอยู่ในประเทศสเปนและได้เพิ่มปัจจัยด้านความรู้ด้านการเงินลงไปในกรอบการศึกษา ด้วยลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งทางภูมิศาสตร์และการศึกษา จึงสามารถอธิบายได้ถึงผลการศึกษาที่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านความคาดหวังที่ง่ายต่อการใช้งาน (Effort Expectancy) พบว่า งานวิจัยของ Tiantammachat (2018, p. 85) และ Oliva, Borondo and Clavero, 2019, p. 9) ได้ขอสรุปไปในทิศทางเดียวกันคือ ด้านความคาดหวังที่ง่ายต่อการใช้งานมีทิศทางที่เป็นบวก กล่าวคือ ถ้าการใช้สกุลเงินดิจิทัลนั้นง่ายขึ้น ก็จะทำให้การยอมรับและใช้สกุลเงินดิจิทัลนั้นเพิ่มสูงตามไปด้วย เช่น ความง่ายในการใช้งาน ความง่ายต่อการเรียนรู้ และความง่ายต่อการแลกเปลี่ยนสกุลเงินดิจิทัล

อิทธิพลที่ได้รับจากสังคม (Social Influence) พบว่า งานวิจัยของเกียรติ Tiantammachat (2018, p. 86)และ Oliva, Borondo and Clavero, 2019, p. 9) ได้ข้อสรุปที่เหมือนกัน คือ ปัจจัยด้านอิทธิพลที่ได้รับจากบุคคลอื่นนั้นไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกใช้งานสกุลเงินดิจิทัล โดยได้ให้เหตุผลไว้ว่าปัจจัยด้านอิทธิพลจากสังคมมีไว้เพื่อเป็นช่องทางหนึ่งในการรับรู้ข่าวสารของสกุลเงินดิจิทัลเท่านั้น

ความสามารถที่เอื้ออำนวยของทรัพยากรที่มี (Facilitating Condition)จากงานวิจัยของ Tiantammachat (2018, p. 86) และ Oliva, Borondo and Clavero, 2019, p. 9) ได้ผลลัพธ์ของการปัจจัยไปในทิศทางเดียวกัน คือ ด้านความสามารถที่เอื้ออำนวยของทรัพยากร นั้นมีทิศทางที่เป็นบวก โดย เกียรติกร เทียนธรรมชาติ ได้ให้เหตุผลผ่านมุมมองของตัวเลือกในการลงทุนไว้ว่า เนื่องจากภาพลักษณ์ของสกุลเงินดิจิทัล ที่มีความเข้าใจว่าเป็นช่องทางใหม่ ที่สามารทำให้ผู้ใช้ประสบความสำเร็จทางการเงินได้อย่างรวดเร็ว เมื่อมีสิ่งสนับสนุนและเอื้ออำนวยเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้ความสนใจเลือกใช้สกุลเงินดิจิทัลเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน แต่งานวิจัยของ Oliva, Borondo and Clavero ถึงแม้จะได้ผลการวิจัยในทิศทางที่เป็นบวกเช่นกัน แต่ไม่อาจให้เหตุผลประกอบได้ชัดเจนว่ามีอิทธิพลในรูปแบบใด

ทฤษฎีอิทธิพลจากเครือข่าย (Network Effect) จากงานวิจัยของ Tiantammachat (2018, p. 86) พบว่าปัจจัยด้านอิทธิพลจากเครือข่าย ส่งผลต่อการเลือกใช้งานสกุลเงินดิจิทัลไปในทิศทางที่เป็นลบ โดยให้เหตุผลด้วยการยกตัวอย่างจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในระดับมหาภาคของต่างประเทศ คือ เหตุการณ์ที่รัฐบาลสหรัฐประกาศซื้อขาย Future Bitcoin Contract ทำให้เกิดการเก็งกำไรในมูลค่าของ Bitcoin ส่งผลให้ผู้ใช้งาน Bitcoin จำนวนมากเลิกใช้งานไปเพราะการเก็งกำไรทำให้มูลค่าผันผวน

จากกรณีนี้ เป็นการได้รับอิทธิพลจากภาครัฐบาล ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือมากที่สุด ถ้าหากรัฐบาลให้ข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับประโยชน์และวิธีการใช้งานสกุลเงินดิจิทัลที่ถูกต้อง ก็จะส่งผลให้ปัจจัยด้านอิทธิพลจากเครือข่ายมีทิศทางที่บวกได้ (Fongthiwong and Chancharoenchai, 2019, p. 10) นอกจากนี้ยังได้ให้ปัจจัยเพิ่มเติมด้านผู้ประกอบการด้วยว่า การที่มีผู้ประกอบการสกุลเงินดิจิทัลมากขึ้นนั้น ทำให้ผู้ที่สนใจเกิดความลังเลว่าจะเลือกใช้สกุลเงินดิจิทัลของผู้ให้บริการรายไหนถึงจะเหมาะสมที่สุด

ทฤษฎีเงินตราเสมือน (Virtual Currency) จากแต่ละงานวิจัยที่ทำการค้นคว้า พบว่า ได้มีการสอดแทรกทฤษฎีเงินตราเสมือนลงไปอยู่ในแต่ละข้อของคำถามวิจัย ด้วยเหตุนี้ผลการวิจัยที่ออกมา จึงไม่ค่อยมีความชัดเจนในข้อสรุปมากนัก อย่างไรก็ตาม ได้มีงานวิจัยของ Teerasakdapong (2016, p. 73) ที่ทำการวิจัยโดยให้ทฤษฎีเงินตราเสมือนเป็นปัจจัยเอกเทศอยู่ และได้ข้อสรุปว่าปัจจัยด้านเงินตราเสมือนส่งผลต่อการเลือกใช้งานสกุลเงินดิจิทัลไปในทิศทางที่เป็นบวก เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกว่าการใช้สกุลเงินดิจิทัลนั้นแตกต่างจากการใช้เงินสด และหากใช้ชำระค่าสินค้าและบริการได้เหมือนบัตรเครดิตหรือระบบบริการเงินอิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ ก็จะมีการเลือกใช้สกุลเงินดิจิทัลมากขึ้น

นอกจากงานวิจัยเหล่านี้ ที่มีปัจจัยในการศึกษาเหมือนกันแล้ว ยังได้มีงานวิจัยที่เกี่ยวกับความสนใจเลือกใช้งานสกุลเงินดิจิทัลอื่น ก็ยังได้มีการเพิ่มปัจจัยอีกหลายแบบลงไปในการศึกษา จากงานศึกษาของ Shehhi, Oudah and Aung (2014, p. 5) ทำการศึกษาถึงปัจจัยเบื้องหลังการเลือกใช้สกุลเงินดิจิทัล โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ได้สรุปว่า ปัจจัยด้านชื่อของสกุลเงินดิจิทัลและตราสัญลักษณ์ส่งผลต่อการเลือกใช้สกุลดิจิทัลเป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตาม ผู้ศึกษาได้ตั้งข้อเสนอแนะไว้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษานั้น มีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่นที่อยู่ในช่วงอายุ 18 ถึง 30 ปี จึงมีความเป็นไปได้ว่า ในช่วงวัยนี้ยังมีความตระหนักในเรื่องของผลตอบแทนจากการลงทุนไม่มากเท่าที่ควร ส่วนของประเทศไทยนั้น จากงานวิจัย Fongthiwong and Chancharoenchai (2019, p. 16) ได้ทำการศึกษาโดยมุ่งเน้นไปที่ปัจจัยสองด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านพฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อความน่าจะเป็นในการเลือกใช้สกุลเงินดิจิทัล โดยได้ข้อสรุปออกมาดังนี้ ด้านพฤติกรรม ผู้วิจัยพบว่าเพศชายมีแนวโน้มที่จะใช้งานสกุลเงินดิจิทัลมากกว่าเพศหญิง และในด้านของปัจจัยที่มีผลต่อความน่าจะเป็นในการเลือกใช้สกุลเงินดิจิทัล พบว่า ปัจจัยด้านความเสี่ยง มีประเด็นที่สำคัญที่สุดคือ ความผันผวนของมูลค่าสกุลกุลเงินดิจิทัล ถัดมาคือปัจจัยด้านการยอมรับพื้นฐานทางการตลาด มีประเด็นที่สำคัญมากที่สุดคือความสะดวกรวดเร็วของการทำธุรกรรม และปัจจัยด้านความเชื่อมั่น มีประเด็นที่สำคัญ คือการที่สกุลเงินดิจิทัลเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

วิธีดำเนินการ (Methods)

ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ โดยกระจายผ่านสื่อสังคมออนไลน์เช่น Facebook Line Twitter เป็นช่องทางหลัก ทั้งนี้อาจจะไม่ครอบคลุมกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการจะศึกษาในสื่อรูปแบบอื่น และอาจมีการลำเอียงในการตอบแบบสอบถามได้ อย่างไรก็ตาม ผู้ศึกษาได้ทำการตรวจสอบข้อมูลที่ได้มาในเบื้องต้นอยู่ก่อนแล้ว

ข้อมูลทุติยภูมิ ข้อมูลและลักษณะทั่วไปของการใช้งานสกุลเงินดิจิทัล โดยรวบรวมจากเอกสาร บทความ บทวิเคราะห์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ที่เผยแพร่จากหน่วยงานทั้งภาครัฐบาลและเอกชน เช่น ธนาคารแห่งประเทศไทย องค์กร Libra Association สำนักงานคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นต้น

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษาครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างคือ บุคคลทั่วไปที่บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชั่นบนโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน ทำให้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน เนื่องจากมีจำนวนมาก จึงใช้การคำนวณ โดยใช้สูตรคำนวณของ Cochran (1977, p. 75) ซึ่งเป็นการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากประชากรที่ไม่สามารถนับจำนวนได้ (Infinite population) โดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 โดยมีสูตรการคำนวณดังนี้

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

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

n = 384 ราย

ทั้งนี้ เพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการเก็บรวบรวมข้อมูล จึงได้ทำการเพิ่มจำนวนตัวอย่างแบบสอบถามเป็น 400 คน

การสุ่มตัวอย่าง

การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยกำหนดพื้นที่การสำรวจบนสื่อสังคมออนไลน์ โดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากสื่อสังคมออนไลน์เช่น Facebook LINE เป็นหลัก โดยกระจายจำนวน 400 ชุด ทั้งนี้ แบบสอบถามได้ผ่านการตรวจความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 2 ท่านแล้ว พบว่าเนื้อหาตรงกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา นอกจากนี้ได้มีการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability Test) โดยค่า Cronbach's Alpha ทุกหมวดหมู่มีค่าเฉลี่ยมากกว่า 0.70 ดังนั้นแบบสอบถามชุดนี้จึงมีความน่าเชื่อถือในระดับยอมรับได้ (Cronbach, 1947, pp 1-16)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งคำถามออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ วุฒิการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ถิ่นที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน

ส่วนที่ 2 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชั่นบนสมาร์ทโฟน และความรู้เกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัล เช่น รูปแบบการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชั่นบนสมาร์ทโฟน ความถี่ในการทำธุรกรรม พฤติกรรมการซื้อสินค้า Online และความรู้จักสกุลเงินดิจิทัล

ส่วนที่ 3 ได้มีการใช้สื่อให้ความรู้อธิบายถึงลักษณะสกุลเงินดิจิทัลลิบรา เพื่อเป็นการปรับพื้นฐานความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถาม หลังจากนั้นจึงเริ่มการสอบถามถึงระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้งานสกุลเงินดิจิทัลลิบรา ได้แก่ ด้านความไว้วางใจ ด้านอิทธิพลจากเครือข่าย ด้านการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี ด้านอิทธิพลจากชื่อเสียง และด้านเงินเสมือน โดยใช้รูปแบบคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้งานสกุลเงินดิจิทัลลิบรา ได้อาศัยการวิเคราะห์แบบจำลองโลจิต (Logit Model) ซึ่งเป็นแบบจำลองที่ใช้สำหรับกรณีที่ตัวแปรตาม มีลักษณะเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพที่ให้ค้าออกมา 2 ค่า เช่น 1 และ 0 โดยมีค่าเป็น 1 เมื่อสนใจใช้งาน และมีค่าเป็น 0 เมื่อไม่สนใจที่จะใช้งาน เป็นต้น นอกจากนี้ยังได้มีวิเคราะห์ผลกระทบด้วยการพิจารณาค่าส่วนเพิ่ม (Marginal Effect) ของแต่ละปัจจัย ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยสภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยพฤติกรรมการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชั่นบนสมาร์ทโฟน และความรู้เกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัล และสุดท้ายคือปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้งานสกุลเงินดิจิทัลลิบรา ทั้งนี้แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสนใจใช้งานสกุลเงินดิจิทัลลิบรา สามารถกำหนดได้ดังนี้

$$\ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = \beta_0 + \sum_i \beta_{1i}\text{gender}_i + \sum_j \beta_{2j}\text{age}_j + \sum_k \beta_{3k}\text{edu}_k + \sum_m \beta_{4m}\text{salary}_m + \sum_o \beta_{5n}\text{region}_n + \beta_6\text{etransfer} + \beta_7\text{eadd} + \beta_8\text{echeck} + \sum_p \beta_{9o}\text{frequency}_o + \beta_{10}\text{facebookuse} + \beta_{11}\text{cryptoknew} + \beta_{12}\text{pay1} + \beta_{13}\text{pay2} + \beta_{14}\text{pay5} + \beta_{15}\text{trust1} + \beta_{16}\text{networkaf1} + \beta_{17}\text{accinnovation1} + \beta_{18}\text{accinnovation2} + \beta_{19}\text{accinnovation3} + \beta_{20}\text{influreputation1} + \beta_{21}\text{virtualmoney3} + \varepsilon$$

โดยกำหนดตัวแปรความน่าจะเป็น ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสนใจใช้งานสกุลเงินดิจิทัลลิบรา ดังตาราง 3

ตาราง 3 คำอธิบายตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปร	ความหมาย	หมายเหตุ
P	Prob(Y=1) คือ ความน่าจะเป็นของการสนใจใช้งานสกุลเงินดิจิทัลลิบรา	
Y	ความสนใจใช้งานสกุลเงินดิจิทัลลิบรา	1 = สนใจ 0 = ไม่สนใจ
gender	เพศ	base group = ชาย $gender_2$ = หญิง
age	อายุ เมื่อ j = 2, 3, 4	base group = ไม่เกิน 20 ปี age_2 = 1 กรณีอายุ 21 – 30 ปี age_3 = 1 กรณี 31 – 40 ปี Age_4 = 1 กรณี 41 ปีขึ้นไป
edu	วุฒิการศึกษา	base group = ต่ำกว่า ปวช.หรือ ต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 edu_2 = 1 กรณีเทียบเท่า ปวช. หรือมัธยมศึกษาปีที่ 6 0 กรณีอื่น ๆ edu_3 = 1 กรณี ปวส และ ปริญญาตรี 0 กรณีอื่น ๆ edu_4 = 1 กรณีปริญญาโท และสูงกว่าปริญญาโท 0 กรณีอื่น ๆ
salary	รายได้ต่อเดือน เมื่อ m = 1,2,3	base group = 1 กรณีน้อยกว่า 25,000 บาท $salary_2$ = 1 กรณี 25,001 – 45,000 บาท salary3 = 1 กรณีสูงกว่า 45,001 บาทขึ้นไป
region	พื้นที่อาศัยในปัจจุบัน เมื่อ n = 1,2	base group = กรุงเทพ $region_2$ = 1 กรณีภูมิภาคอื่น
etransfer	การโอนเงินผ่านแอปพลิเคชั่นบนสมาร์ทโฟน	etransfer = 1 กรณีโอนเงินผ่านแอปพลิเคชั่นบนสมาร์ทโฟน บ่อย 0 กรณีอื่น ๆ
eadd	การเติมเงินผ่านผ่านแอปพลิเคชั่นบนสมาร์ทโฟน	eadd = 1 กรณีเติมเงินผ่านแอปพลิเคชั่นบนสมาร์ทโฟน บ่อย 0 กรณีอื่น ๆ
echeck	การตรวจสอบยอดเงินผ่านผ่านแอปพลิเคชั่นบนสมาร์ทโฟน	echeck = 1 กรณีตรวจสอบยอดเงินผ่านแอปพลิเคชั่นบนสมาร์ทโฟนบ่อย 0 กรณีอื่น ๆ
frequency	ความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชั่นบน สมาร์ทโฟน	$frequency_1$ = 1 กรณี น้อยกว่าหรือเท่ากับ 4 ครั้งต่อเดือน

ตัวแปร	ความหมาย	หมายเหตุ
	เมื่อ o = 1,2,3	0 กรณีอื่น ๆ base group = 5 – 10 ครั้งต่อเดือน frequency$_3$ = 1 กรณี มากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน 0 กรณีอื่น ๆ
pay1	พฤติกรรมการชำระสินค้า ออนไลน์	pay1 = 1 กรณีมีการชำระสินค้า ออนไลน์ 0 กรณีอื่น ๆ
pay2	พฤติกรรมการชำระสินค้าทั่วไป(ที่ไม่ใช่ ออนไลน์)	pay2 = 1 กรณีมีการชำระสินค้าทั่วไป (ที่ไม่ใช่ออนไลน์) 0 กรณีอื่น ๆ
pay3	พฤติกรรมการชำระใบแจ้งหนี้	pay5 = 1 กรณีมีพฤติกรรมการชำระใบแจ้งหนี้ 0 กรณีอื่น ๆ
faceboo kuse	การซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายบริการของ Facebook	facebookuse = 1 กรณีเคย 0 กรณีไม่เคย
cryptokn ew	การรู้จักสกุลเงินดิจิทัล	cryptoknew = 1 กรณีรู้จัก 0 กรณีไม่รู้จัก
trust	ความไว้วางใจในด้านการมีองค์กรอิสระมากำกับดูแล	ตามระดับความสำคัญ 1-5
network af	อิทธิพลจากเครือข่ายด้านเพื่อนหรือคนรู้จัก	ตามระดับความสำคัญ 1-5
accinno vation1	การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีด้านใช้ชำระสินค้าและบริการในอัตราที่ต่ำ	ตามระดับความสำคัญ 1-5
accinno vation2	การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีด้านความรวดเร็วและเสถียรกว่าสื่อแลกเปลี่ยนอื่น	ตามระดับความสำคัญ 1-5
accinno vation3	การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีด้านใช้ชำระได้โดยไม่ต้องแลกเปลี่ยนเป็นสกุลเงินท้องถิ่น	ตามระดับความสำคัญ 1-5
influrep utation	อิทธิพลจากชื่อเสียงของบริษัทหรือองค์กรที่ใช้บริการเข้าเป็นสมาชิกลิบรา	ตามระดับความสำคัญ 1-5
virtualm oney	ปัจจัยด้านเงินเสมือนด้านได้รับการยอมรับและมีการใช้งานที่แพร่หลายทั้งในและต่างประเทศ	ตามระดับความสำคัญ 1-5

ผลการศึกษา (Results)

จากการศึกษาข้อมูลด้านเพศของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยจำแนกตามเพศ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.3 มีช่วงอายุ 21-30 ปี มากที่สุดจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวนมากที่สุด มีจำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.75 ด้านอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ มีจำนวนมากที่สุด มีจำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37 รายได้ต่อเดือนพบว่าช่วงรายได้ 15,001-25,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด มีจำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.75 พื้นที่อาศัยในปัจจุบันพบว่าพื้นที่ภาคตะวันออก มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54 ด้านรูปแบบธุรกรรมผ่าน

แอปพลิเคชั่นบนสมาร์ทโฟน พฤติกรรมด้านการโอนเงินคิดเป็นร้อยละ 95.25 ด้านการตรวจสอบยอดเงินคิดเป็นร้อยละ 67 ด้านการเติมเงินคิดเป็นร้อยละ 46.5 ด้านการลงทุนคิดเป็นร้อยละ 13 และด้านอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 1.25 ซึ่งประกอบไปด้วย การซื้อประกันและชำระใบแจ้งหนี้ ด้านความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชั่นบน สมาร์ทโฟน ส่วนใหญ่มีความถี่ในการทำธุรกรรม 2-4 ครั้งต่อเดือน มีจำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมาคือ มากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน มีจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 ช่วง 5-10 ครั้งต่อเดือน มีจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.25 และน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ครั้งต่อเดือน มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 พฤติกรรมการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ พบว่าด้านการชำระสินค้าออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 81.5 ด้านการชำระสินค้าทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 56 ด้านการชำระค่าอาหาร คิดเป็นร้อยละ 31.75 และด้านอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 4 ซึ่งคือการชำระใบแจ้งหนี้ การซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายบริการของ Facebook พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เคยการซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายบริการของ Facebook มีจำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 69

ในส่วนของการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้งานสกุลเงินดิจิทัลลิบรา ได้ผลการวิเคราะห์แบบจำลองโลจิตดังตาราง 4

ตาราง 4 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุด้วยแบบจำลองโลจิต

ตัวแปร	ค่าสัม-ประสิทธิ์	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	P-Value	Z-Stat	Marginal Effect (dy/dx)
เพศ					
หญิง	-0.923	0.314	0.003***	-2.940	-0.171
อายุ					
ไม่เกิน 20 ปี	(Base Group)				
21 – 30 ปี	1.354	0.776	0.081*	1.750	0.264
21 – 30 ปี	1.354	0.776	0.081*	1.750	0.264
31 – 40 ปี	1.813	0.872	0.038**	2.080	0.402
41 ปีขึ้นไป	2.428	0.833	0.004***	2.910	0.419
การศึกษา					
ต่ำกว่าประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) หรือ ต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6	(Base Group)				
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) หรือมัธยมศึกษาปีที่ 6	-1.969	0.913	0.031**	-2.160	-0.227
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) และปริญญาตรี	-1.462	0.870	0.093*	-1.680	-0.281
ระดับปริญญาโทและสูงกว่าปริญญาโท	-1.723	0.943	0.068*	-1.830	-0.226
รายได้ต่อเดือน					
ต่ำกว่า 25,000 บาท	(Base Group)				
25,001 – 45,000 บาท	-0.745	0.409	0.069*	-1.820	-0.122
มากกว่า 45,000 บาท	-0.823	0.468	0.079*	-1.760	-0.132

ตัวแปร	ค่าสัม-ประสิทธิ์	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	P-Value	Z-Stat	Marginal Effect (dy/dx)
พื้นที่อาศัยในปัจจุบัน					
กรุงเทพ	(Base Group)				
ภาคอื่น ๆ	0.009	0.329	0.979	0.030	0.002
การทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชั่นบนสมาร์ทโฟน					
โอนเงิน	0.317	0.711	0.656	0.450	0.052
เติมเงิน	-0.225	0.325	0.489	-0.690	-0.040
ตรวจสอบยอดเงิน	0.196	0.324	0.544	0.610	0.034
ความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชั่นบนสมาร์ทโฟน					
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 4 ครั้งต่อเดือน	0.978	0.392	0.013**	2.500	0.181
5 – 10 ครั้งต่อเดือน	(Base Group)				
มากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน	0.800	0.390	0.04**	2.050	0.151
พฤติกรรม					
ชำระสินค้า ออนไลน์	0.303	0.476	0.525	0.640	0.051
ชำระสินค้าทั่วไป (ที่ไม่ใช่ ออนไลน์)	0.500	0.327	0.127	1.530	0.087
ชำระใบแจ้งหนี้	0.844	0.894	0.345	0.940	0.177
เคยซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายบริการของ Facebook	0.955	0.350	0.006***	2.730	0.152
การรู้จักสกุลเงินดิจิทัล	0.308	0.317	0.332	0.970	0.056
ด้านความไว้วางใจ					
ความไว้วางใจในด้านการมีองค์กรอิสระมากำกับดูแล	0.625	0.218	0.004***	2.870	0.110
ด้านอิทธิพลจากเครือข่าย					
เพื่อนหรือคนรู้จัก	0.376	0.181	0.037**	2.080	0.066
ด้านการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี					
ใช้ชำระสินค้าและบริการในอัตราที่ต่ำ	-1.081	0.364	0.003***	-2.970	-0.191
รวดเร็วและเสถียรกว่าสื่อแลกเปลี่ยนอื่น	0.915	0.342	0.007***	2.680	0.162
ใช้ชำระได้โดยไม่ต้องแลกเปลี่ยนเป็นสกุลเงินท้องถิ่น	0.533	0.318	0.094*	1.670	0.094
ด้านอิทธิพลจากชื่อเสียง					

ตัวแปร	ค่าสัม-ประสิทธิ์	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	P-Value	Z-Stat	Marginal Effect (dy/dx)
ชื่อเสียงของบริษัทหรือองค์กรที่ใช้บริการเข้าเป็นสมาชิกลิบรา	0.212	0.238	0.372	0.890	0.037
ด้านเงินเสมือน					
ได้รับการยอมรับและมีการใช้งานที่แพร่หลายทั้งในและต่างประเทศ	0.541	0.269	0.044**	2.010	0.095
LR chi2(27) = 162.48, Prob > chi2 =0.000, Overall Percentage Correct = 79.50%					

หมายเหตุ: *** ระดับนัยสำคัญ 0.01, ** ระดับนัยสำคัญ 0.05, * ระดับนัยสำคัญ 0.1

การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุด้วยแบบจำลอง โลจิต จะทำการอภิปรายผ่านผลการวิเคราะห์จาก P-Value และ Marginal Effect (dy/dx) เป็นหลัก โดยค่าจาก P-Value จะระบุว่าตัวแปรไหนบ้างที่มีนัยสำคัญเพียงพอที่จะอธิบายได้ว่าส่งผลต่อความสนใจใช้งานสกุลเงินดิจิทัลลิบรา ซึ่งในตารางได้แสดงสัญลักษณ์เครื่องหมายดอกจัน (*) เพื่อบ่งบอกว่าตัวแปรนั้นมีระดับนัยสำคัญจริง ส่วน Marginal Effect จะแสดงให้เห็นทิศทางของตัวแปร ว่าแต่ละตัวแปรมีทิศทางไปในด้านไหน ถ้าด้านหน้าผลการวิเคราะห์ไม่มีเครื่องหมายใด ๆ สื่อได้ถึงว่าตัวแปรนั้นมีทิศทางที่เป็นบวก (+) หรือก็คือตัวแปรนั้นจะส่งผลให้เกิดความสนใจใช้งานสกุลเงินดิจิทัลลิบรา ในทิศทางที่เพิ่มขึ้น แต่ถ้าด้านหน้าของผลการวิเคราะห์มีเครื่องหมายลบ (–) อยู่ สื่อได้ถึงตัวแปรนั้นจะส่งผลให้เกิดความสนใจใช้งานสกุลเงินดิจิทัลลิบราในทิศทางที่ลดลง

สรุปและอภิปรายผล (Conclusion and Discussion)

ผลการศึกษาระดับความสำคัญปัจจัยที่ส่งผลต่อความสนใจใช้งานสกุลเงินดิจิทัลลิบรา พบว่า ด้านความไว้วางใจ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับกรณีที่เงินดิจิทัลสูญหาย จะมีการชดเชยกลับให้มากที่สุด ด้านอิทธิพลจากเครือข่าย กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการที่มีร้านค้าและบริการยอมรับให้สกุลเงินดิจิทัลสามารถใช้ชำระได้มากที่สุด ด้านอิทธิพลจากชื่อเสียง ให้ความสำคัญกับกรณีที่บริษัทหรือองค์กรที่ท่านใช้บริการหรือผลิตภัณฑ์อยู่ได้เข้ารวมเป็นสมาชิกกับลิบรามากที่สุด ด้านเงินเสมือน โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับกรณีที่สกุลเงินดิจิทัลได้รับการยอมรับและมีการใช้งานที่แพร่หลายทั้งในและต่างประเทศมากที่สุด

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสนใจใช้งานสกุลเงินดิจิทัลลิบรา โดยใช้การวิเคราะห์แบบจำลองโลจิต (Logit Model) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ระดับนัยสำคัญ 0.05 และระดับนัยสำคัญ 0.1 โดยตัวแปรที่สามารถอธิบายได้ มีดังนี้ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา และรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านพฤติกรรมการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชั่นบนสมาร์ทโฟน และความรู้เกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัล ได้แก่ ความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชั่นบนสมาร์ทโฟน อธิบายได้ว่ามีผลต่อความสนใจใช้งานสกุลเงินดิจิทัลลิบรา อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการทำธุรกรรมน้อยกว่าหรือเท่ากับ 4 ครั้งต่อเดือน เมื่อเทียบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการทำธุรกรรม 5-10 ครั้งต่อเดือน พบว่ามีความน่าจะเป็นที่จะสนใจใช้งานสกุลเงินดิจิทัลลิบรามากกว่าที่ร้อยละ 18.1 และกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการทำธุรกรรมมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน เมื่อเทียบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการทำธุรกรรม 5-10 ครั้งต่อเดือน พบว่ามีความน่าจะเป็นที่จะสนใจใช้งานสกุลเงินดิจิทัลลิบรามากกว่าที่ร้อยละ 15.1 สามารถอธิบายได้ว่าเมื่อผู้ใช้งานมีความถี่ในการทำธุรกรรมต่อเดือนเป็นประจำ จึงทำให้เกิดเป็นพฤติกรรมที่ทำไปอย่างเคยชิน การที่จะมีพฤติกรรมในลักษณะนี้อีกแต่กับแอปพลิเคชั่น

ทางการเงินอื่น ๆ จึงไม่ใช่เรื่องผิดแปลกนัก ซึ่งการใช้งานสกุลเงินดิจิทัลก็มีรูปแบบการใช้งานที่เหมือนกับแอปพลิเคชั่นทางการเงินทั่วไป สอดคล้องกับงานศึกษาของ Suwansirisilp (2016, p. 62) และ Gaitán (2015, p.13) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้งานบริการพร้อมเพย์และการใช้บริการทางการเงินในรูปแบบแอปพลิเคชั่น โดยอธิบายปัจจัยด้านความเคยชินไว้ว่า ความเคยชินมีความสำคัญโดยเป็นปัจจัยหลักทั้งทางตรงและทางอ้อมที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานแบบตั้งใจ

ด้านการเคยซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายบริการของ Facebook การเคยซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายบริการของ Facebook จะส่งผลให้เกิดความสนใจใช้งานสกุลเงินดิจิทัลลิบรา อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 โดยกลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายบริการของ Facebook เมื่อเทียบกับผู้ที่ไม่เคย พบว่ามีความน่าจะเป็นที่จะสนใจใช้งานสกุลเงินดิจิทัลลิบรามากกว่าที่ร้อยละ 15.2 อีกนัยหนึ่งก็คือ การเคยซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายบริการของ Facebook จะส่งผลให้เกิดความสนใจใช้งานสกุลเงินดิจิทัลลิบรา สื่อได้ถึงความภักดีต่อสินค้าและบริการของ Facebook (Brand Loyalty) ซึ่งนำไปสู่พฤติกรรมการใช้ซ้ำในสินค้าและบริการนั้น ๆ จากงานศึกษาของ Hsu (2008, p 3037) ที่ทำการเสนอดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในกลุ่มของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าแบบ ออนไลน์ พบว่า ความภักดีของผู้บริโภคนั้น เกิดจากความเชื่อมั่นที่มีต่อผู้ให้บริการ อันเกิดจากการที่ผู้ให้บริการตอบสนองและสร้างความพึงพอใจได้ตามที่ผู้บริโภคคาดหวังไว้ได้

ด้านความไว้วางใจ คือ พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการมีองค์กรอิสระมากำกับดูแลอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 ในทิศทางที่เพิ่มขึ้น สามารถอธิบายได้ว่า การมีองค์กรอิสระเข้ามากำกับดูแลการใช้งาน จะทำให้มีความสนใจใช้งานสกุลเงินดิจิทัลลิบราเพิ่มขึ้นร้อยละ 11 เพราะผู้ใช้งานจะเกิดความไว้วางใจว่าจะมีการกำกับดูแล และควบคุมการทำธุรกรรมต่าง ๆ ให้เป็นไปอย่างราบรื่น หรืออีกนัยหนึ่งก็คือเมื่อเกิดข้อผิดพลาดขึ้น ผู้ใช้งานก็ทราบได้ว่าต้องติดต่อกับองค์กรใดเพื่อแก้ไขข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้น สอดคล้องกับงานศึกษา Teerasakdapong (2016, p. 73) พบว่าระดับความไว้วางใจในการเลือกสกุลเงินดิจิทัลนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านของผู้ให้บริการ ยิ่งผู้ให้บริการมีความน่าเชื่อถือมากเท่าไรก็จะยิ่งส่งผลต่อการเลือกใช้งานสกุลเงินดิจิทัลไปในทิศทางที่เป็นบวกมากขึ้น

ด้านอิทธิพลจากเครือข่าย พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับอิทธิพลจากเพื่อนหรือคนรู้จัก อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ในทิศทางที่เพิ่มขึ้น สามารถอธิบายได้ว่า การที่เพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำหรือใช้งานสกุลเงินดิจิทัลลิบรา ก็จะให้มีความสนใจใช้งานสกุลเงินดิจิทัลลิบราเพิ่มขึ้นร้อยละ 6 สอดคล้องกับงานศึกษาของ Chan-okul (2015, p. 84) พบว่ามีความสัมพันธ์ระหว่าง ระดับความผูกพันและใกล้ชิดของคู่สนทนากับความน่าเชื่อถือของกระบวนการบอกต่อแบบปากต่อปากไปในทิศทางที่เป็นบวก

ด้านการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการใช้ชำระสินค้าและบริการในอัตราที่ต่ำ อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 ในทิศทางที่ลดลง อธิบายได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่ให้ความสำคัญกับกรณีที่สกุลเงินดิจิทัลลิบรา สามารถใช้ชำระได้ในอัตราที่ต่ำกว่าการชำระในรูปแบบอื่น จะมีความสนใจที่จะใช้งานสกุลเงินดิจิทัลลิบราลดลงร้อยละ 19.1 นั้นเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในกรณีที่สกุลเงินดิจิทัลลิบราสามารถใช้ชำระสินค้าและบริการในอัตราที่ต่ำ แต่ไม่ได้มีความสนใจในตัวของสกุลเงินดิจิทัลลิบราอาจจะเนื่องด้วยเหตุผลจากการที่ยังไม่มีการเปิดให้ใช้งานสกุลเงินอย่างแพร่หลาย กลุ่มตัวอย่างจึงอาจจะยังไม่แน่ใจในกรณีดังกล่าวว่า จะสามารถใช้ชำระในอัตราที่ต่ำกว่าได้จริง ประกอบกับภาพลักษณ์ของสกุลเงินดิจิทัลในปัจจุบัน ซึ่งเมื่ออ้างอิงจากงานศึกษาของ Tiantammachat (2018, p. 85) ที่ได้ศึกษาด้านประโยชน์ในการใช้งานของสกุลเงินดิจิทัลพบว่า มีการเข้าใจว่าสกุลเงินดิจิทัลเป็นช่องทางสำหรับเก็งกำไร จึงทำให้ผู้ที่สนใจ เข้าใจวัตถุประสงค์เดิมของสกุลเงินดิจิทัลผิดไปจากเดิม

ความรวดเร็วและเสถียรกว่าสื่อแลกเปลี่ยนอื่น พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับความรวดเร็วและเสถียรกว่าสื่อแลกเปลี่ยนอื่น อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 ในทิศทางที่เพิ่มขึ้น สามารถอธิบายได้ว่า ก็จะทำให้มีความสนใจใช้งานสกุลเงินดิจิทัลลิบราเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.2 สอดคล้องกับงานศึกษาของ Fongthiwong and Chancharoenchai (2019, p. 10) พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ให้ความสำคัญในปัจจัยการยอมรับพื้นฐานทางการตลาด ด้านความรวดเร็วและสะดวกสบายใน

การทำธุรกรรมเป็นประเด็นสำคัญมากที่สุด และในด้านความสามารถใช้ชำระได้โดยไม่ต้องแลกเปลี่ยนเป็นสกุลเงินท้องถิ่น พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการใช้ชำระได้โดยไม่ต้องแลกเปลี่ยนไปเป็นสกุลเงินอื่น อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.10 ในทิศทางที่เพิ่มขึ้น อธิบายได้ว่า เมื่อสกุลเงินดิจิทัลลิบราสามารถใช้งานได้ในทุกพื้นที่โดยไม่ต้องแลกเปลี่ยนเป็นสกุลเงินอื่น ก็จะทำให้ความสนใจที่จะใช้งานนั้นเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.4 สอดคล้องกับงานศึกษาของ Tiantammachat (2018, p. 86) ที่เมื่อมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานที่ดี จะส่งผลให้มีการใช้งานสกุลเงินดิจิทัลเพิ่มขึ้น

ด้านเงินเสมือน พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการได้รับการยอมรับและมีการใช้งานที่แพร่หลายทั้งในและต่างประเทศ อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ในทิศทางที่เพิ่มขึ้น อธิบายได้ว่า ถ้ามีการการใช้งานสกุลเงินลิบราแพร่หลายมากขึ้นในหลาย ๆ ประเทศ ก็จะทำให้ความสนใจใช้งานสกุลเงินดิจิทัลลิบราเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 9.5 สอดคล้องกับงานศึกษาของ Fongthiwong and Chancharoenchai (2019, p. 15) ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านความเชื่อมั่น ด้านการเป็นที่ยอมรับในกลุ่มประเทศผู้นำของโลกเป็นประเด็นสำคัญมากที่สุด นอกจากนี้ในผลการศึกษายังได้อภิปรายว่าช่องทางข่าวสารที่ประชาชนเชื่อถือมากที่สุดก็คือข่าวสารจากภาครัฐบาล ดังนั้นถ้าต้องการผลักดันให้เกิดการใช้งานสกุลเงินดิจิทัลอย่างจริงจังทั้งในและต่างประเทศ ภาครัฐบาลต้องมีส่วนช่วยส่งเสริมผ่านช่องทางและนโยบายต่าง ๆ เช่น เผยแพร่ข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง หรือมีการให้สิทธิพิเศษในการใช้งานเพื่อเป็นการจูงใจให้ประชาชนหันมาใช้งานให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะ (Recommendation)

1. ผู้ให้บริการด้านเงินดิจิทัลทั้งภาคเอกชนและภาครัฐบาล สามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปพัฒนาระบบสกุลเงินดิจิทัลของตนเองได้ เช่นการสร้างความเข้าใจในวงกว้าง ถึงแม้สกุลเงินดิจิทัลลิบรา จะมีความเสี่ยงน้อยกว่าสกุลเงินดิจิทัลอื่น ๆ เพราะมีสินทรัพย์จริงให้อ้างอิงมูลค่าอยู่ก็ตาม แต่ประชาชนทั่วไป ก็ยังคงมีความเชื่อมั่นที่น้อยอยู่ เนื่องด้วยภาพลักษณ์ของสกุลเงินดิจิทัลที่มีอยู่ในปัจจุบัน นั้นมีภาพลักษณ์ของสินทรัพย์ที่มีความเสี่ยงสูง ดังนั้นผู้ให้บริการสกุลเงินดิจิทัล(แบบมีสินทรัพย์อ้างอิง) ทั้งภาคเอกชนและภาครัฐบาล ต้องสร้างความเข้าใจใหม่ให้กับประชาชน ผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อที่จะได้เกิดความเข้าใจอย่างแท้จริง ถึงจะเกิดความสนใจและใช้งานสกุลเงินดิจิทัลอย่างจริงจัง

2. ผลการศึกษาจากแบบจำลองโลจิต ในส่วนของปัจจัยด้านความไว้วางใจ พบว่าการมีองค์กรอิสระมากำกับดูแล จะยิ่งทำให้ความสนใจใช้สกุลเงินดิจิทัลนั้นเพิ่มขึ้น ดังนั้นถ้าองค์กรอิสระดังกล่าวมีการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ ก็จะยิ่งเพิ่มความสนใจในการใช้งานด้วย อย่างไรก็ตาม ในขณะที่ทำการศึกษาอยู่ในขณะนี้ สกุลเงินดิจิทัลลิบรายังอยู่ในระยะแรกของการพัฒนา จึงยังทำให้ไม่เห็นการดำเนินงานขององค์กรอิสระนี้ได้ชัดเจนนัก แต่ในเบื้องต้นคาดการณ์ว่านโยบายหลักที่องค์กรควรจะมี ได้แก่ ความโปร่งใสในการดำเนินงาน และความปลอดภัยของข้อมูลในการทำธุรกรรม

ข้อจำกัดในการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ดำเนินการในระหว่างที่สกุลเงินดิจิทัลลิบรายังคงอยู่ในช่วงพัฒนายังไม่ได้เปิดให้มีการใช้งานอย่างจริงจัง ดังนั้นข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาจึงอ้างอิงอยู่ในช่วงระยะเวลาดังกล่าว ซึ่งผลการศึกษาที่ได้นั้นอาจยังไม่สามารถสะท้อนผลลัพธ์ที่ชัดเจนได้เท่าที่ควร ประกอบกับตัวสกุลเงินดิจิทัลลิบราเองในช่วงท้ายของการศึกษา ได้มีแนวโน้มจะปรับเปลี่ยนคุณสมบัติบ้างประการ ชี้ให้เห็นถึงการปรับเปลี่ยนที่รวดเร็วของสกุลเงินดิจิทัล ซึ่งในอนาคตก็อาจจะมีการปรับเปลี่ยนในด้านอื่น ๆ ได้ด้วยเช่นกัน

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ด้วยเทคโนโลยีนั้นมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ผู้ที่สนใจจะทำการศึกษาในครั้งต่อไป จึงควรอ้างอิงข้อมูลของสกุลเงินที่เปลี่ยนไปในขณะนั้น แต่เสนอแนะให้มีการศึกษาในช่วงที่มีการเปิดใช้งานสกุลเงินอย่างแพร่หลายแล้ว จะทำให้งานศึกษามีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น สามารถสะท้อนผลลัพธ์ได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น หรืออาจจะทำการศึกษาเปรียบเทียบกับสกุลเงินดิจิทัลอื่นที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกันในขณะนั้น เช่น เทียบกับสกุลเงินดิจิทัลที่ออกโดยธนาคารกลางของประเทศเป็นต้น

บรรณานุกรม (Bibliography)

Bank of Thailand. (2017). **Libra and Future of Global Currency ?.** Retrieved September 23, 2019, from www.bot.or.th/Thai/PressandSpeeches/Press /News2560/n0260t.pdf

Bank of Thailand. (2019). **Libra and Future of Global Currency ?.** Retrieved March 13, 2020, from www.bot.or.th/broadcast/BOTMagazine/2562/BOT4_62/mobile/index.html

Bartz, T. (2019). **Facebook verzichtet bei Libra auf chinesische Währung. Der Spiegel.** Retrieved September 23, 2019, from https://www.spiegel.de/wirtschaft/facebook-will-kryptowaehrung-libra-nicht-an-yuan-koppeln-a-1287853.html

Chan-okul, S. (2015). **Influences of eWORD of Mouth in E-commerce on Consumers' Purchase Intentions.** Master Thesis, M S., Thammasat University, Bangkok.

Cochran, W. G. (1977). **Sampling Techniques.** (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons,Inc.

Cronbach, L. J. (1947). Test reliability: Its meaning and determination. **Psychometrika**, 12(1), 1-6.

Digital Economy Promotion Agency. (2020). **Getting to Know Cryptocurrency**. Retrieved March 13, 2020, from www.depa.or.th/th/article-view/getting-know-cryptocurrency

Electronic Transactions Commission. (2018)**. Situation of Cryptocurrency in Thailand.** Retrieved October 26, 2019, from www.etcommission.go.th/article-Techno-Cryptocurrency.html

Fongthiwong, S., Chancharoenchai, K (2019). Financial Innovation and Technology in Cryptocurrency at Bangkok Metropolitan Precinct. **Journal of Economics and Management Strategy**, 5(1), 1-17.

Gaitán, J. A., B. P. Peral, and M. A. R. Jerónimo. (2015). **Elderly and Internet Banking: an Application of UTAUT2**. Retrieved March 29, 2020, from www.researchgate.net/publication /277924056

Hsu, S. H. (2008). Developing an index for online customer satisfaction: Adaptation of American Customer Satisfaction Index. **Expert Systems with Application**, 34(1), 3033-3042.

Libra Association. (2019a). **An Introduction to Libra.** Retrieved July 17, 2019, from www.libra.org/en-US/white-paper.com

Libra Association. (2019b). **The Libra Association**. Retrieved July 17, 2019, from www.libra.org/en-US/association.com

Oliva, M. A., Borondo, J. P., and Clavero, G. M. (2019). Variables Influencing Cryptocurrency Use: A Technology Acceptance Model in Spain. **Frontiers in Psychology**, 10(1), 1-13.

Shehhi, A. A., Oudah, M and Aung, Z. (2014). **Investigating Factors Behind Choosing a Cryptocurrency.** Retrieved October 24, 2019, from www.researchgate.net /publication/290814876

Suwansirisilp, P. (2016). **Factor Influencing The Adoption and Use of Promptpay Service.** Independent Study, M.S., Thammasat University, Bangkok.

Teerasakdapong, A. (2016**). An Analysis of Factors Affecting The Intention to Use Bitcoin**. Independent Study, M.S, Thammasat University, Bangkok.

Tiantammachat, K. (2018). **The study of The Influence of Decision Making by Using Cryptocurrency (Bitcoin) of The Millennials in Bangkok Metropolis.** lndependent Study, M.S, Thammasat University, Bangkok

Venkatesh, V., M. G. Morris, G. B. Davis, and F. D. Davis. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. **MIS Quarterly**, 27(3), 425–478.

We Are Social. (2020). **Digital 2020 Thailand**. Retrieved April 4,2020, from www.slideshare.net/DataReportal/digital-2020-thailand-january-2020-v0