

## ทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ (Bitcoin)

### ของกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต

#### Attitudes Affecting the Intention to Use Digital Currency (Bitcoin)

#### of Female Consumers in Phuket Province

Received: August 09, 2022

Revised: October 24, 2022

Accepted: November 28, 2022

อรอนมล สายทอง<sup>1</sup> ภาควิชา พัฒนาภูมิทัศน์<sup>2</sup>

วารสารกรณ ชีวโคภิชัย<sup>3</sup> และสมบุญ ศรีอนุรักษวงศ์<sup>4</sup>

Ornamon Saithong, Pakavadee Patmanee,

Vacharakorn Chivasopit, and Somboon Srianurakwong

#### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบความตั้งใจในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ (Bitcoin) ตามปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน และศึกษาอิทธิพลของทัศนคติที่มีต่อความตั้งใจในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ของกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต โดยใช้แบบสอบถามซึ่งทดสอบค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม ได้ค่าเกินกว่า 0.5 และความเชื่อมั่นด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาเท่ากับ 0.914–0.951 เมื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแล้ว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 25–35 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ 15,000–30,000 บาทต่อเดือน ผลวิเคราะห์ พบว่า ทัศนคติต่อเงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.37 และความตั้งใจในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.22 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพบ พบว่า ทัศนคติมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ โดยด้านแนวโน้มพฤติกรรมมีน้ำหนักมากที่สุด (Beta = 0.572) รองลงมาคือ ด้านความรู้สึกลึก (Beta = 0.209) และด้านความรู้หรือความเข้าใจ (Beta = 0.164) ตามลำดับ ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์มีทิศทางเดียวกันคือเป็นบวก

**คำสำคัญ:** เงินดิจิทัล บิตคอยน์ ทัศนคติต่อเงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ ความตั้งใจในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์

<sup>1</sup> หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง; Graduate students of the Master of Business

Administration Program, Ramkhamhaeng University, Email: 6324103009@rumail.ru.ac.th

<sup>2</sup> เจ้าหน้าที่สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน) กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์; Officer at the Community Organizations Development Institute, Ministry of Social Development and Human Security, Email: hellonicky@hotmail.com

<sup>3,4</sup> อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง; Lecturer, Master of Business

Administration Program, Ramkhamhaeng University; Email, coolfin9@gmail.com, somboon008@gmail.com<sup>4</sup>

---

## ABSTRACT

In this study, the researchers compare the intention to use digital currency (Bitcoin) based on the differences of personal factors. The researchers examine the influence of attitudes on the intention to use digital currency (Bitcoin) of female consumers in Phuket province. A questionnaire was tested for the index of item objective congruence with the value higher than 0.5. Its reliability was determined for alpha coefficient at 0.914-0.951. Data were collected from members of the sample population and the following was found. The highest proportion of questionnaire respondents were 25-35 years old, single, with a bachelor's degree, being government officials/state enterprise employees with an income of 15,000-30,000 baht per enterprise.

Findings showed that attitudes towards digital currency (Bitcoin) was at a moderate level with the mean of 3.37. The intention to use digital currency (Bitcoin) was at a moderate level with the mean of 3.22. The multiple regression analysis found that attitudes exhibited an influence on the intention to use digital currency (Bitcoin) with the strongest effect in the aspect of behavioral tendency (Beta = 0.572). Next in descending order were the aspect of emotions (Beta = 0.209) and the aspect of knowledge or understanding (Beta = 0.164). The coefficients were in the same positive direction.

**Key Word:** Digital Currency (Bitcoin), Attitudes Towards Digital Currency (Bitcoin), Intention To Use Digital Currency (Bitcoin)

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ระบบเงินดิจิทัล (Digital Currency) หรือ คริปโทเคอร์เรนซี (Cryptocurrency) เกิดจากการพัฒนาระบบการเงินออนไลน์อย่างเป็นสาธารณะที่ไม่ผ่านสถาบันการเงินหรือผู้ดูแลระบบ ผู้เข้าร่วมเป็นเครือข่ายของการตรวจสอบและเก็บข้อมูลธุรกรรมต่าง ๆ จะได้รับเหรียญเงิน “บิตคอยน์” เป็นผลประโยชน์ตอบแทน ต่อมาก็ถูกสร้างด้วยอัลกอริทึมอื่นขึ้นอีกหลายสกุลเงิน เช่น ริปเปิ้ล (Ripple) อีเธอเรียม (Ethereum) เทเทอร์ (Tether) เป็นต้น (สิริวรมย์ เตชะศรีอมรรัตน์, 2564)

ทิศทางของประเทศไทยต่อเงินดิจิทัลเริ่มเมื่อเดือนมิถุนายน 2561 คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ก.ล.ต.) มีมติเห็นชอบแนวทางการกำกับดูแล ระดมทุน และการประกอบธุรกิจศูนย์ซื้อขาย นายหน้า และผู้ค้าสินทรัพย์ดิจิทัล (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, 2565) นับเป็นการวางรากฐานให้หน่วยงานภาครัฐ-เอกชนทั้งส่วนกลางและภูมิภาคในการใช้ประโยชน์เงินดิจิทัล

รวมถึงทรัพย์สินดิจิทัลต่าง ๆ จากนั้นจึงเริ่มมีการพัฒนาเงินดิจิทัลสัญชาติไทยขึ้นมามากมาย อาทิ KUB (Bitkub Coin) ZMT (Zipmex Token) เป็นต้น (Finspace, 2564) อย่างไรก็ตาม บิตคอยน์ยังคงเป็นเงินดิจิทัลสกุลที่ตลาดแลกเปลี่ยนในประเทศไทยให้ความนิยมถือครอง เพื่อการออมและการลงทุนระยะยาวมากที่สุด (Springnews, 2565)

ภูเก็ตซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวและจังหวัดเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศได้ให้ความสนใจในการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้ในการพัฒนาเมืองภูเก็ตเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การพัฒนาระบบบริหารจัดการภายใน และสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน (สำนักงานเทศบาลนครภูเก็ต, 2565) ทั้งนี้ การศึกษาของ อิศนาติ วุฒินากุล (2564) พบว่า หญิงไทยมีความสนใจบิตคอยน์ไม่น้อยไปกว่าชายไทย และปฐมภรณ์ จันทริภาวี่ (2564) พบว่า เพศหญิงมีความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือมากกว่าเพศชาย สะท้อนให้เห็นความตั้งใจในการเปิดรับเทคโนโลยีด้านการเงิน และความพร้อมเข้าสู่สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) ของผู้บริโภคเพศหญิง และทำให้เห็นถึงโอกาสและความเป็นไปได้ในการเลือกใช้บิตคอยน์ของผู้บริโภคเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต ที่มีจำนวนประมาณ 2.2 แสนคน (กระทรวงมหาดไทย, 2563)

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ของกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต โดยมุ่งให้ความสนใจเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อเงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ในด้านความรู้หรือความเข้าใจ ด้านความรู้สึก และด้านแนวโน้มพฤติกรรมเพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดแผนงานหรือนโยบายให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และเป็นประโยชน์ต่อภาครัฐ รวมถึงผู้ประกอบการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการต่อไป

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบความตั้งใจในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ของกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ตตามปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของทัศนคติที่มีต่อความตั้งใจในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ของกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต

## นิยามศัพท์

1. เงินดิจิทัล (Digital Currency) หรือ คริปโทเคอร์เรนซี (Cryptocurrency) หมายถึง สินทรัพย์ดิจิทัลที่มีลักษณะคล้ายเงิน มีการจัดการหรือแลกเปลี่ยนบนระบบคอมพิวเตอร์แบบดิจิทัล
2. บิตคอยน์ (Bitcoin) หมายถึง เงินดิจิทัลสกุลแรกที่มีการซื้อขายเกิดขึ้นระหว่างเครือข่ายโดยตรงแบบเพียร์ทูเพียร์ (Peer to Peer) มีการรักษาความปลอดภัยด้วยการเข้ารหัส

3. ทศนคติที่มีต่อเงินดิจิทัล (Attitude Toward Digital Currency) หมายถึงความรู้สึกในด้านอารมณ์และแนวโน้มการปฏิบัติของแต่ละบุคคลที่มีต่อเงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ อาจเป็นได้ทั้งความรู้สึก ความเชื่อ หรือความคิด ภายใต้การเรียนรู้ที่มีต่อเงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ สามารถจำแนกได้ 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านความรู้หรือความเข้าใจ ด้านความรู้สึก และด้านแนวโน้มพฤติกรรม

4. ความตั้งใจในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ (Intention To Use Digital Currency) หมายถึง ความพร้อมหรือความเป็นไปได้ในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ในชีวิตประจำวัน

### ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา: การวิจัยนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อเงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ และความตั้งใจในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ โดยตัวแปรอิสระประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล และทัศนคติที่มีต่อเงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ ขณะที่ตัวแปรตาม คือความตั้งใจในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์

ขอบเขตประชากร: กลุ่มผู้บริโภคนิยมในจังหวัดภูเก็ตที่รู้จักเงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด

ขอบเขตด้านระยะเวลา: เก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนมีนาคม – เมษายน 2565

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเงินดิจิทัล (Digital Currency) และบิตคอยน์ (Bitcoin): เงินดิจิทัล (Digital Currency) หรือคริปโทเคอร์เรนซี (Cryptocurrency) หมายถึง สินทรัพย์ดิจิทัลที่มีลักษณะคล้ายเงินสกุลเงินทั่วไป แตกต่างกันไปไม่มีการพิมพ์เป็นธนบัตรหรือผลิตเหรียญกษาปณ์ (วิกิพีเดีย, 2565) มีการบริหารจัดการหรือแลกเปลี่ยนบนระบบคอมพิวเตอร์แบบดิจิทัล โดยไม่ต้องอาศัยตัวกลางหรือผู้ควบคุมดูแลแต่อย่างใด

ผู้ใช้นามแฝงว่า ซาโตชิ นากาโมโตะ (Satoshi Nakamoto) ได้สร้าง “บิตคอยน์” เงินดิจิทัลสกุลแรกของโลกที่สร้างขึ้นระหว่างเครือข่ายแบบเพียร์ทูเพียร์ (Peer To Peer) หรือบุคคลถึงบุคคลในปัจจุบันเกิดสกุลเงินดิจิทัลทางเลือกขึ้นมากมายระดับความนิยมและความน่าเชื่อถือแตกต่างกัน โดยมูลค่าจะคำนวณจากจำนวนเหรียญคุณอัตราซื้อขาย (CoinMarketCap, 2565)

บิตคอยน์ใช้ระบบบล็อกเชนเป็นเทคโนโลยีสำหรับตรวจสอบธุรกรรมรหัสข้อมูลจะถูกส่งกระจายอยู่ในกลุ่มสมาชิกเครือข่ายแบบที่ไม่มีใครสามารถแก้ไขได้ หากไม่ได้รับความยินยอมจากสมาชิกทั้งหมด (Finnomena, 2564) การปลอมแปลงจึงแทบเป็นไปไม่ได้ ทั้งนี้ บิตคอยน์ยังเป็นเงินดิจิทัลสกุลที่มีมูลค่าสูงที่สุดและเป็นที่ยอมรับที่สุดในปัจจุบัน (CoinMarketCap, 2565)

อย่างไรก็ตาม ด้วยระบบการทำงานของบิตคอยน์ ทำให้มูลค่ามีความผันผวนสูงอีกระยะหนึ่ง (อัมมูส เซเฟดิน, 2559) แต่การใช้งานบิตคอยน์ก็ยังคงต้องการความเชี่ยวชาญทางด้านเทคนิคประกอบกับการศึกษาทำความเข้าใจวิธีการซื้อ การเก็บรักษา และความเสี่ยงจากการหลอกลวง รวมถึงระบบรักษาความปลอดภัย

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ (attitude): ทัศนคติ หมายถึง การประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ความรู้สึกในด้านอารมณ์ และแนวโน้มของการปฏิบัติของแต่ละบุคคลที่มีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Kotler & Armstrong, 2013) ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งความรู้สึก ความเชื่อ หรือความคิดภายใต้การเรียนรู้ที่มีต่อบางสิ่งบางอย่าง สิ่งที่น่าสนใจวิทยามีความเห็นร่วมกันคือ ทัศนคติเป็นผลสรุปของการประเมินสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (เช่น บุคคล วัตถุ หรือประเด็นถกเถียง) ซึ่งบ่งชี้ว่าสิ่งนั้นดีหรือเลว น่าพอใจหรือไม่น่าพอใจ ชอบหรือไม่ชอบ และเป็นประโยชน์หรืออันตราย (ชูชัย สมิทธิไกร, 2553)

จึงอาจกล่าวได้ว่า ทัศนคติ หมายถึง การประเมินความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจ ความรู้สึกภายในที่สะท้อนว่าบุคคลมีความพอใจหรือไม่พอใจต่อบางสิ่ง (Schiffman & Kanuk, 1994) อันจะส่งผลต่อพฤติกรรมในทางสนับสนุนหรือต่อต้าน (Kendler, 1963) ทัศนคติแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านความรู้หรือความเข้าใจ ด้านความรู้สึก และด้านแนวโน้มพฤติกรรมหรือแนวโน้มที่จะตอบสนองต่อสิ่งนั้น ๆ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความตั้งใจในการใช้ (Intention to use): ความตั้งใจในการใช้ หมายถึง ความพร้อมหรือความเป็นไปได้ที่จะแสดงพฤติกรรมการใช้ให้ปรากฏออกมา (Ajzen & Fishbein, 2010) เป็นตัวบ่งชี้ว่าบุคคลได้วางแผนที่จะปฏิบัติหรือแสดงพฤติกรรมหนึ่งออกมามากหรือน้อยเท่าใด และบุคคลนั้นมีความมุ่งมั่น ความพยายาม ความทุ่มเทที่จะแสดงพฤติกรรมที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้มากหรือน้อยเท่าใด หากมีความมุ่งมั่นที่จะแสดงพฤติกรรมสูง ย่อมมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมดังที่ตั้งเป้าหมายไว้สูงเช่นกัน

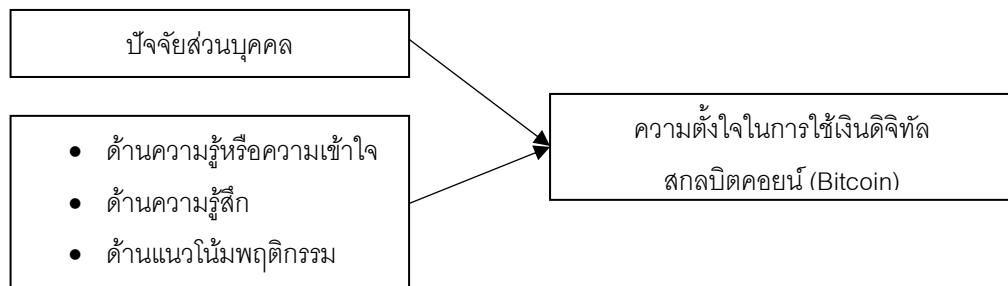
ความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรม หรือ ความตั้งใจในการใช้ จะคงอยู่จนถึงเวลาและโอกาสที่เหมาะสม หรือสอดคล้องกับความตั้งใจภายใต้การควบคุมที่ได้ตั้งใจไว้ ดังนั้น ความตั้งใจในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ จึงสามารถนำไปสู่พฤติกรรมการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ของบุคคลนั้นได้

จากการศึกษาของ อลิสา ชีระศักดิ์ดาพงษ์ (2559) เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้งาน Bitcoin ของกลุ่มนักลงทุนในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยด้านความไว้วางใจ ด้านระบบนิเวศ และด้านเงินตราเสมือน ส่งผลทางบวกต่อการเลือกใช้งาน Bitcoin เช่นเดียวกับการศึกษาของ เกียรติกร เทียนธรรมชาติ (2561) พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้เงินดิจิทัลบิตคอยน์ของผู้บริโภคกลุ่ม Millennials ได้แก่ ความง่ายในการใช้งาน ประโยชน์ที่ได้รับ และความสะดวกสบาย

### สมมติฐานการวิจัย

1. ความตั้งใจในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ของกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ตแตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคล
2. ทศนคติที่มีต่อเงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์

### กรอบแนวคิดในการวิจัย



### ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรการวิจัยคือ กลุ่มผู้บริโภคเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ตที่รู้จักเงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตร Cochran (1977) ได้ทั้งสิ้น 384 ราย จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 ราย สุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) จาก 3 อำเภอ เก็บข้อมูลโดยผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย เช่น ไลน์ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ดังนี้ อำเภอเมือง 134 คน อำเภอกะทู้ 133 คน และ อำเภอถลาง 133 คน จนครบ 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือการวิจัยเชิงสำรวจ คือ แบบสอบถาม ประกอบด้วย (1) ปัจจัยส่วนบุคคล เป็นแบบสำรวจรายการ (Checklist) (2) ทศนคติที่มีต่อเงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ (Bitcoin) เป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของ Likert และ (3) ความตั้งใจในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ เป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของ Likert

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบแบบสอบถาม ดังนี้ (1) ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของข้อคำถาม ได้ค่าเกินกว่า 0.5 และ (2) ความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม โดยทดสอบกับกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาคเท่ากับ 0.914–0.951 แสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ สามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้

การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น (1) สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ (2) สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สถิติ One Way ANOVA และการวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression) เพื่อทดสอบสมมติฐานตามลำดับ

### ผลการวิจัย

กลุ่มผู้บริโภคเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 25–35 ปี (ร้อยละ 57.75) สถานภาพโสด (ร้อยละ 65.75) การศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 67.00) ประกอบอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 46.75) และมีรายได้ 15,000–30,000 บาทต่อเดือน (ร้อยละ 42.50)

**ตาราง 1** ทศนคติและความตั้งใจในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ของกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต

| ทศนคติที่มีต่อเงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์           | $\bar{x}$ | SD.   | แปลความ                  |
|-------------------------------------------------|-----------|-------|--------------------------|
| 1. ด้านความรู้หรือความเข้าใจ                    | 3.55      | 1.010 | ความรู้หรือความเข้าใจดี  |
| 2. ด้านความรู้สึก                               | 3.20      | 0.884 | ความรู้สึกปานกลาง        |
| 3. ด้านแนวโน้มพฤติกรรม                          | 3.35      | 0.887 | แนวโน้มพฤติกรรมปานกลาง   |
| ทศนคติที่มีต่อเงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์โดยรวม     | 3.37      | 0.852 | ทศนคติระดับปานกลาง       |
| ความตั้งใจในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์โดยรวม | 3.22      | 0.959 | ความตั้งใจในระดับปานกลาง |

จากตาราง 1 พบว่า กลุ่มผู้บริโภคเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ตมีทศนคติต่อเงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ ภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.37 โดยมีความรู้หรือความเข้าใจเกี่ยวกับเงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ดี ค่าเฉลี่ย 3.55 รองลงมาคือมีแนวโน้มพฤติกรรมจะใช้เงินดิจิทัลบิตคอยน์ และมีความรู้สึกต่อเงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.35 และ 3.20 ตามลำดับ และกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ตมีความตั้งใจในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.22

**ตาราง 2** การเปรียบเทียบความตั้งใจในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ของกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

| ปัจจัยส่วนบุคคล      | F      | Sig.   | ผลการทดสอบสมมติฐาน |
|----------------------|--------|--------|--------------------|
| อายุ                 | 04.420 | .000** | แตกต่างกัน         |
| สถานภาพ              | 01.867 | .022*  | แตกต่างกัน         |
| ระดับการศึกษา        | 01.141 | .315*  | ไม่แตกต่างกัน      |
| อาชีพ                | 02.074 | .009*  | แตกต่างกัน         |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | 01.416 | .131*  | ไม่แตกต่างกัน      |

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 3** ความแตกต่างรายคู่ของความตั้งใจในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ของกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

| อายุ                  |           | ต่ำกว่า<br>25 ปี      | ระหว่าง<br>25-35 ปี       | ระหว่าง<br>36-45 ปี    | ระหว่าง<br>46-55 ปี |        |
|-----------------------|-----------|-----------------------|---------------------------|------------------------|---------------------|--------|
|                       | ค่าเฉลี่ย | 3.50                  | 3.39                      | 3.10*                  | 2.48*               |        |
| ต่ำกว่า 25 ปี         | 3.50      | -                     | 0.11                      | 0.40*                  | 1.02*               |        |
| ระหว่าง 25-35 ปี      | 3.39      |                       | -                         | 0.29*                  | 0.91*               |        |
| ระหว่าง 36-45 ปี      | 3.10      |                       |                           | -                      | 0.62*               |        |
| ระหว่าง 46-55 ปี      | 2.48      |                       |                           |                        | -                   |        |
| สถานภาพ               |           | โสด                   | สมรส                      | หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่  |                     |        |
|                       | ค่าเฉลี่ย | 3.31                  | 3.07*                     | 2.94                   |                     |        |
| โสด                   | 3.31      | -                     | 0.23*                     | 0.37                   |                     |        |
| สมรส                  | 3.07      |                       | -                         | 0.13                   |                     |        |
| หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่ | 2.94      |                       |                           | -                      |                     |        |
| อาชีพ                 |           | นักเรียน/<br>นักศึกษา | ข้าราชการ/<br>รัฐวิสาหกิจ | พนักงาน<br>บริษัทเอกชน | ธุรกิจ<br>ส่วนตัว   | อื่น ๆ |
|                       | ค่าเฉลี่ย | 3.63                  | 3.23*                     | 3.20*                  | 2.93*               | 3.30   |
| นักเรียน/นักศึกษา     | 3.63      | -                     | 0.40*                     | 0.43*                  | 0.70*               | 0.34   |
| ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 3.23      |                       | -                         | 0.03                   | 0.31*               | -0.05  |
| พนักงานบริษัทเอกชน    | 3.20      |                       |                           | -                      | 0.27                | -0.09  |
| ธุรกิจส่วนตัว         | 2.93      |                       |                           |                        | -                   | -0.36  |
| อื่น ๆ                | 3.30      |                       |                           |                        |                     | -      |

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการเปรียบเทียบความตั้งใจในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ของกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ตามตาราง 2 พบว่า กลุ่มผู้บริโภคเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ตที่มีอายุ สถานภาพ และอาชีพที่ต่างกัน มีความตั้งใจในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Different (LSD) (ตาราง 3) พบว่า (1) ผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี และผู้ที่มีอายุระหว่าง 25-35 ปี มีความตั้งใจในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ มากกว่าผู้ที่มีอายุระหว่าง 36-45 ปี และ ผู้ที่มีอายุระหว่าง 46-55 ปี ตามลำดับ (2) ผู้ที่มีสถานภาพโสดมีความตั้งใจในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์มากกว่าผู้ที่มีสถานภาพสมรส และ (3) ผู้ที่เป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษามีความตั้งใจในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ มากกว่ากลุ่มอื่นๆ ส่วนผู้

ที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความตั้งใจในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ มากกว่าผู้ประกอบการอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ

**ตาราง 4** การวิเคราะห์ถดถอยพหุของทัศนคติต่อความตั้งใจในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ของกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต

| ตัวพยากรณ์                                                                        | B     | SE    | Beta  | t      | Sig.     |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|--------|----------|
| ค่าคงที่                                                                          | 0.054 | 0.110 |       | 0.495  | 00.621** |
| ด้านความรู้หรือความเข้าใจ                                                         | 0.164 | 0.046 | 0.173 | 3.562  | 0.001*   |
| ด้านความรู้สึก                                                                    | 0.209 | 0.054 | 0.192 | 3.882  | 0.001*   |
| ด้านแนวโน้มพฤติกรรม                                                               | 0.572 | 0.051 | 0.529 | 11.245 | 0.001*   |
| $R^2 = 0.832$ , $Rsq. = 0.693$ , $SEE = 0.534$ , $F = 297.796$ , $Sig. = 0.001^*$ |       |       |       |        |          |

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตาราง 4 พบว่า ทัศนคติต่อเงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ สามารถอธิบายความตั้งใจในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ของกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ตได้ร้อยละ 83.20 ( $R^2 = 0.832$ ) ค่า  $F = 297.796$  หรือทัศนคติต่อเงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 เมื่อพิจารณาน้ำหนักของตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ของกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ด้านแนวโน้มพฤติกรรมมีน้ำหนักมากที่สุด ( $Beta = 0.572$ ) รองลงมาคือด้านความรู้สึก ( $Beta = 0.209$ ) และสุดท้ายด้านความรู้หรือความเข้าใจ ( $Beta = 0.164$ ) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์มีทิศทางเดียวกันคือเป็นบวก สามารถเขียนเป็นสมการถดถอยได้ดังนี้

$$Y = 0.054 + 0.164 \text{ ความรู้หรือความเข้าใจ} + 0.209 \text{ ความรู้สึก} + 0.572 \text{ แนวโน้มพฤติกรรม}$$

จากสมการสามารถอธิบายได้ว่า ทัศนคติมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ หากทัศนคติด้านแนวโน้มพฤติกรรมเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความตั้งใจในการใช้งานเงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ เพิ่มขึ้น 0.572 หน่วย หากทัศนคติด้านความรู้สึกเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความตั้งใจในการใช้งานเงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ เพิ่มขึ้น 0.209 หน่วย และหากทัศนคติด้านความรู้หรือความเข้าใจเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความตั้งใจในการใช้งานเงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ เพิ่มขึ้น 0.164 หน่วย

## สรุปและอภิปรายผล

กลุ่มผู้บริโภคนอกประเทศหญิงในจังหวัดภูเก็ตส่วนใหญ่อายุระหว่าง 25–35 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ 15,000–30,000 บาทต่อเดือน มีทัศนคติต่อเงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทัศนคติด้านความรู้หรือความเข้าใจอยู่ในระดับดี ทัศนคติด้านแนวโน้มพฤติกรรมและด้านความรู้สึกอยู่ในระดับปานกลาง คล้ายคลึงกับการศึกษาของ มินตรา เชื้ออ่ำ (2561) ที่พบว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติด้านความรู้หรือความเข้าใจดีมากที่สุด รองลงมาคือด้านความรู้สึก และด้านพฤติกรรมตามลำดับ อาจเป็นเพราะกลุ่มผู้บริโภคนั้นอยู่ในช่วงวัยทำงานที่พร้อมเรียนรู้ประสบการณ์ และความรู้ใหม่ ๆ เพื่อใช้พัฒนาและยกระดับสถานะทางเศรษฐกิจของตน ประกอบกับปัจจุบัน ข้อมูลข่าวสารและการสนับสนุนจากภาครัฐเกี่ยวกับการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์เป็นกระแสสังคมที่อยู่ในความสนใจของประชาชนทั่วไป รวมถึงกลุ่มผู้บริโภคนอกประเทศหญิงในจังหวัดภูเก็ต การค้นหาข้อมูลต่าง ๆ จึงเป็นไปได้โดยง่าย ทำให้ทัศนคติด้านความรู้ ความเข้าใจของผู้บริโภคอยู่ในระดับสูง อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาถึงระดับรายได้ที่ค่อนข้างจำกัด อาจเป็นปัจจัยยับยั้งให้ผู้บริโภคไม่มั่นใจหรือไม่กล้าที่จะลงทุนในเงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ ดังที่สะท้อนผ่านระดับทัศนคติด้านพฤติกรรมและความรู้สึกที่อยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น

ในทำนองเดียวกัน แนวโน้มด้านพฤติกรรมและความรู้สึกยังสะท้อนผ่านระดับความตั้งใจในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ของกลุ่มผู้บริโภคนอกประเทศหญิงในจังหวัดภูเก็ตที่อยู่เพียงระดับปานกลาง ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายละเอียดจะพบว่า กลุ่มผู้บริโภคนอกประเทศหญิงมีความตั้งใจในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ในรูปแบบอื่นนอกเหนือจากการใช้ชำระสินค้าและบริการ อาทิ การใช้ทดแทนบัตรเครดิต และมีความตั้งใจว่าจะใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์เป็นประจำในอนาคต ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะกลุ่มผู้บริโภคนอกประเทศหญิงมีความรู้ความเข้าใจต่อเงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ในระดับที่ดี จึงทำให้สามารถคาดการณ์แนวโน้มการยอมรับการใช้จ่ายผ่านสกุลเงินดิจิทัลต่าง ๆ ในจังหวัดภูเก็ต ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตอันใกล้ จึงทำให้เกิดความตระหนักและตั้งใจในการใช้จ่ายเงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์รูปแบบต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของ มินตรา เชื้ออ่ำ (2561) ที่พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่แนะนำว่ารัฐบาลควรเอื้ออำนวยความสะดวกให้มากกว่าการควบคุมดูแลจัดเก็บภาษี หรือกล่าวเป็นนัยว่า ต้องการให้ภาครัฐมีนโยบายสนับสนุนหรือส่งเสริมเงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ให้สามารถใช้งานในรูปแบบต่าง ๆ ได้มากขึ้น เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ Wonglimpiyarat (2015) ซึ่งพบว่า เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ จะยังไม่สามารถปฏิวัติระบบการชำระเงินและแทนที่สังคมที่ใช้เงินสดเป็นพื้นฐานได้ในเร็ววันนี้ จำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนเรื่องความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและโครงสร้างพื้นฐานด้านระบบการชำระเงิน ประเด็นนี้ธนาคารกลางของทุกประเทศต้องสนับสนุนในเรื่องนโยบายการเงิน และปัจจัยสำคัญที่สุดคือรัฐบาลเกี่ยวกับการพัฒนากฎระเบียบเพื่อให้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์เป็นไปได้โดยชอบด้วยกฎหมาย

ทั้งนี้ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านอายุ สถานภาพ และอาชีพของกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต มีผลต่อความตั้งใจในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้บริโภคที่เป็น นักเรียน นิสิต นักศึกษา รวมถึงผู้ที่มีสถานภาพโสด และผู้ที่มีอายุเฉลี่ยต่ำกว่า 35 ปีจะมีความตั้งใจในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์มากกว่าผู้บริโภคกลุ่มอื่น ๆ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กษิดิศ สังสีเพชร (2565) ที่พบว่า นักลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน จะมีการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลโดยรวมต่างกัน โดยจะสังเกตได้ว่า กลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่า 35 ปี สามารถจำแนกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักเรียน นิสิต นักศึกษาที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี และกลุ่มคนวัยทำงานตอนต้นที่มีอายุระหว่าง 25–35 ปี โดยกลุ่มนักเรียน นิสิต นักศึกษา เป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นอย่างดี จึงเป็นการง่ายที่ผู้บริโภคกลุ่มนี้จะให้ความสนใจและเกิดความตั้งใจในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์มากกว่าผู้บริโภคกลุ่มอาชีพอื่น ๆ ในทำนองเดียวกัน กลุ่มคนวัยทำงานตอนต้นยังมีการระมัดระวังไม่มากนัก ประกอบกับเป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจในเทคโนโลยี และมีความกระตือรือร้นที่จะยกระดับฐานะของตนจากการทำงานและการลงทุน จึงอาจส่งผลให้ผู้บริโภคกลุ่มวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 25–35 ปี มีความตั้งใจในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์มากกว่าผู้บริโภคกลุ่มอื่นที่มีอายุมากกว่า

นอกจากนี้ ผลการศึกษายังพบอีกว่า ทักษะด้านแนวโน้มพฤติกรรม ด้านความรู้สึก และด้านความรู้หรือความเข้าใจล้วนมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ สอดคล้องกับการศึกษาของ มินตรา เชื้ออ่ำ (2561) ที่พบว่า ทักษะเกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ของประชาชนชาวไทย ประกอบด้วย ความรู้สึก ความรู้หรือความเข้าใจ และพฤติกรรม มีความสัมพันธ์กับการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ เมื่อปัจจัยทั้ง 3 ด้านเพิ่มขึ้น ก็จะส่งผลให้การใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์เพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย นอกจากนี้ ผลการศึกษายังพบว่า ผลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของธนาคารแห่งประเทศไทย ของ จิรายุทธ์ ธารารุ่งเรือง และพัฒน์ พัฒนรังสรรค์ (2563) ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านพฤติกรรมการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟน และความรู้เกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัล ล้วนส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของธนาคารแห่งประเทศไทย

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า แนวโน้มพฤติกรรมการแสดงออก แนะนำ บอกต่อ หรือการตลาดแบบปากต่อปาก (Word of Mouth) ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของการตลาดยุคใหม่ โดยผลการวิจัยของ Nielsen (Marketingoops, 2562) พบว่า ผู้บริโภคกว่าร้อยละ 84 เชื่อถือคำบอกต่อหรือคำแนะนำจากแหล่งข่าวที่ตนเองเชื่อถือ โดยเฉพาะคนรู้จักคุ้นเคย ขณะที่ความรู้สึกน่าเชื่อถือและโปร่งใส ตลอดจนความปลอดภัยของระบบบล็อกเชน (Blockchain) กลายเป็นหนึ่งในเครื่องผลักดันที่ทำให้นักลงทุนทั่วโลกเกิดความตั้งใจที่จะใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ (Krungsri The COACH, มปป.)

อย่างไรก็ตามเป็นที่น่าสังเกตว่า ความรู้ความเข้าใจนั้น แม้จะมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ของกลุ่มผู้บริโภค แต่ก็ถือว่าอิทธิพลค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับปัจจัยอื่น ๆ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะความรู้ความเข้าใจในเงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ยังอาจขาดทักษะและประสบการณ์ เนื่องจากระบบเงินดิจิทัลยังเป็นเรื่องใหม่สำหรับกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต จึงยังแฝงด้วยความรู้สึกกังวลใจในการใช้งานจากข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ รอบตัว เช่น การที่เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ไม่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจสินทรัพย์ใด ๆ รองรับเหมือนเช่นสกุลเงินหรือสินทรัพย์ต่าง ๆ ที่มีการลงทุนกันอยู่ หรือมีการกำหนดราคาตามระดับอุปสงค์อุปทานเหมือนกับสินค้าทั่วไปมากกว่าสกุลเงินอื่น (กรุงเทพมหานครออนไลน์, 2564) ด้วยเหตุนี้ อิทธิพลของทัศนคติด้านความรู้ความเข้าใจจึงส่งผลต่อความตั้งใจใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ของกลุ่มบริโภคน้อยกว่าทัศนคติด้านอื่น ๆ

### ข้อเสนอแนะ

การศึกษาทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ของกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากการวิจัย ดังนี้

1. ผลการศึกษาพบว่า ช่วงอายุ อาชีพ และสถานภาพสมรส ของกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ตที่ต่างกัน มีความตั้งใจใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์แตกต่างกัน โดยผู้บริโภคกลุ่มนักเรียน นักศึกษา ผู้ที่มีสถานภาพโสด และผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 35 ปีจะมีความตั้งใจในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์มากกว่าผู้บริโภคกลุ่มอื่น ๆ ด้วยเหตุนี้ ผู้บริหารหรือผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับเงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ควรวิเคราะห์ความต้องการของแต่ละบุคคล และนำเสนอให้ตรงตามความต้องการ (Personalized Marketing) เพื่อนำมากำหนดนโยบายหรือการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมกับคุณลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มเป้าหมาย เช่น การลดค่าธรรมเนียม มีระบบโอนเงินแบบ Peer to Peer ที่สามารถใช้จ่ายในร้านค้าปลีกที่รองรับระบบได้ การอนุญาตให้ผู้บริโภคลงทุนในหุ้นของกองทุนซื้อขาย (ETF หรือ Bitcoin Exchange Traded Fund) ดังเช่นตัวอย่าง Bitcoin ETF ในประเทศออสเตรเลีย

2. ผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติด้านความรู้หรือความเข้าใจ ด้านความรู้สึก และด้านแนวโน้มพฤติกรรม มีอิทธิพลในทางบวกต่อความตั้งใจในการใช้เงินดิจิทัลสกุลบิตคอยน์ โดยพบว่าทัศนคติด้านแนวโน้มพฤติกรรมมีน้ำหนักมากที่สุด จึงขอเสนอแนะให้ผู้ประกอบการพัฒนาแพลตฟอร์มหรือเว็บไซต์ให้มีบริการที่หลากหลาย เช่น มีเครื่องมือวิเคราะห์กราฟขั้นสูง มีสกุลเงินดิจิทัลและคู่มือซื้อขายที่หลากหลาย มีตัวเลือกการชำระเงินที่แตกต่างกัน รองรับการซื้อขายในต่างประเทศหรือบางประเทศ แพลตฟอร์มหรือเว็บไซต์สามารถใช้งานได้ง่าย ไม่ซับซ้อน เช่น ความเร็วในการทำธุรกรรม การเข้าถึงได้ง่ายโดยไม่ต้องระบุและพิสูจน์ตัวตนอย่างถูกต้อง (Identification and Verification) การใช้งานได้ทั้งระบบ Android และ iOS เป็นต้น และในขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการควรสร้างความมั่นใจเรื่องระบบรักษาความปลอดภัย การ

ป้องกันความเสี่ยงจากการล่อลวงหรือการปลอมแปลงในรูปแบบต่าง ๆ ตลอดจนการให้ความรู้เกี่ยวกับ  
อุปทาน และอัตราการเติบโตรายปีของบิตคอยน์ควบคู่กันด้วย

## เอกสารอ้างอิง

- เกียรติกร เทียนธรรมชาติ. (2561). อิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับใช้เงินดิจิทัล (บิตคอยน์) ของผู้บริโภค  
กลุ่ม Millennials ในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต,  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กระทรวงมหาดไทย. (2563). จำนวนประชากรปี พ.ศ. 2564 ระดับจังหวัด. สืบค้นจาก  
[https://stat.bora.dopa.go.th/new\\_stat/webPage/statByYear.php/](https://stat.bora.dopa.go.th/new_stat/webPage/statByYear.php/)
- กษิติศ สังสีเพชร. (2565). การตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร.  
การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- จิรายุทธิ์ ธารธรรุ่งเรือง และพัฒน พัทธรังสรรค์. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของ  
ธนาคารแห่งประเทศไทย. สืบค้นจาก  
[https://econ.src.ku.ac.th/QA/files/2563/MBE2563.10\\_6134750077.pdf](https://econ.src.ku.ac.th/QA/files/2563/MBE2563.10_6134750077.pdf)
- ชูชัย สมितिไกร. (2553). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.  
'นิต้า'เตือนลงทุน 'บิตคอยน์' เสี่ยงสูงเหตุไร้ปัจจัยพื้นฐานรองรับ. (7 มกราคม 2564). สืบค้นจาก  
<https://www.bangkokbiznews.com/news/916044/>
- ปฐมาภรณ์ จันทรวินา. (2564). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมการเงินไม่  
บายแบงก์กิ้ง. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขต  
ภูเก็ต.
- มินตรา เชื้ออ่ำ. (2561). การรับรู้และทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin)  
ในประเทศไทย. วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 1(3), 83-97.
- วิกิพีเดีย. (2565). สกุลเงินดิจิทัล. สืบค้นจาก <https://th.wikipedia.org/wiki/สกุลเงินดิจิทัล/>
- สำนักงานเทศบาลนครภูเก็ต. (2565). ทน.ภูเก็ต เปิดการบรรยายระบบ Block Chain ช่วยพัฒนาเมืองได้  
อย่างไร. สืบค้นจาก <https://bit.ly/3wuWLG3/>
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. (2565). รู้จักกับเงินสกุลดิจิทัล (Getting to Know Cryptocurrency).  
สืบค้นจาก <https://www.depa.or.th/th/article-view/article-getting-know-cryptocurrency/>
- สิริธรรมย์ เตชะศรีอมรรัตน์. (2564). รู้จัก 6 เหรียญเด่นก่อนเริ่มเล่นคริปโท. สืบค้นจาก  
<https://workpointtoday.com/cryptocurrency-102/>

- อลิสซา ธีระศักดิ์ดาพงษ์. (2559). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้งาน Bitcoin*. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อัมมูส เซเฟดิน. (2559). *The Bitcoin Standard ระบบการเงินทางเลือกใหม่ไร้ศูนย์กลาง*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- อิชณนาติ วุฒินากุล. (2564). คนไทยสนใจตลาดสกุลเงินดิจิทัล ผู้หญิงสนใจ 'บิทคอยน์' ไม่น้อยไปกว่าผู้ชาย. สืบค้น จาก <https://www.bizpromptinfo.com/คนไทยในใจตลาดสกุลเงิน/>
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2010). *Predicting and Changing Behavior: The Reasoned Action Approach*. New York: Psychology Press, Taylor & Francis Group.
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- CoinMarketCap. (2565). *Today's Cryptocurrency Prices by Market Cap*. Retrieved from <https://coinmarketcap.com/>
- Finnomena. (2564). 7 เรื่องที่ต้องรู้ก่อนซื้อ Bitcoin. สืบค้น จาก <https://www.finnomena.com/bitkub/7-things-bitcoin/>
- Finspace. (2564). รู้จัก 9 เหรียญคริปโตสัญญาดีไทย. สืบค้นจาก <https://www.finspace.co/cryptocurrency-thailand/>
- Wonglimpiyarat, J. (2015). Bitcoin: The revolution of the payment system?. *Journal of Payments Strategy and Systems*, 9(4), 230-240.
- Kendler, T. S. (1963). *Study Guide for Howard H. Kendler's Basic Psychology*. Retrieved from <https://doi.org/10.1037/13104-000>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Principles of Marketing* (15<sup>th</sup> ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Krungsri The COACH. (มปป.). ทำไมนักลงทุนถึงสนใจลงทุน บิทคอยน์ (BTC)? สืบค้นจาก <https://www.krungsri.com/th/krungsri-the-coach/investments/investment-knowledge/why-investor-attend-to-bitcoin>
- Molek. (2562). 3 ทางในการสร้าง word of mouth. สืบค้นจาก <https://www.marketingoops.com/exclusive/how-to/3-way-to-create-word-of-mouth/>
- Schiffman, G. & Kanuk L. L. (1994). *Consumer Behavior* (5th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Springnews. (2565). 10 เหรียญคริปโท ยอดฮิตของคนไทยและทิศทางการล่าสุด. สืบค้นจาก <https://www.springnews.co.th/news/824370/>