



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 15
 “Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2022”
 วันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2565

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลของผู้ใช้งาน
 ในประเทศไทย

Factors Affecting Usage Behaviors in Cryptocurrency Transaction Application
 Among Users in Thailand

เพ็ญวิภา เพ็งสวน¹ และนธกฤต วันตะเมล์²

¹นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์และสารสนเทศ
 ภาควิชานิติศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Email penwipa.p@ku.th

²อาจารย์ประจำภาควิชานิติศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้งานจำแนกตามลักษณะทางประชากร 2) อิทธิพลร่วมของการรับรู้ประโยชน์และ การรับรู้ความง่ายที่มีต่อทัศนคติของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลของผู้ใช้งานในประเทศไทย 3) อิทธิพลร่วมของทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลของผู้ใช้งานในประเทศไทย โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ ด้วยแบบสอบถามออนไลน์กับผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัล อายุ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis : MRA) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ผลการวิจัยพบว่า 1) เพศ และ อายุ ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลที่แตกต่างกัน 2) การรับรู้ประโยชน์ ($\beta = 0.630$) และ การรับรู้ความง่าย ($\beta = 0.134$) มีอิทธิพลต่อทัศนคติการใช้งานแอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลของผู้ใช้งานในประเทศไทย (Adjusted R Square = 0.528) 3) การรับรู้ความสามารถ ($\beta = 0.433$) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลของผู้ใช้งานในประเทศไทย (Adjusted R Square = 0.184) ผลการวิจัยดังกล่าวสามารถเป็นแนวทางให้กับผู้พัฒนาแอปพลิเคชันและนักสื่อสารการตลาดของบริษัทผู้พัฒนาแอปพลิเคชันนำไปใช้ประโยชน์ในการส่งเสริมการซื้อขายของสกุลเงินดิจิทัลในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ : การซื้อขายสกุลเงินดิจิทัล, พฤติกรรม, แอปพลิเคชัน

Abstract

The objectives of this research were to study 1) the differences in usage behaviors classified by demographic characteristics, 2) the influence of perceived usefulness and



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 15
 “Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2022”
 วันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2565

perceived ease of use on attitudes towards cryptocurrency transaction application among users in Thailand, and 3) the influence of attitudes, subjective norm, and perceived efficacy on usage behaviors in cryptocurrency transaction application among users in Thailand. This study used survey research. An online questionnaire was used as a research instrument to collect data from the sample of 400 cryptocurrency transaction application users aged 20 years and over. The statistics used for the analysis were frequency, percentage, mean and standard deviation, t-test, One-Way ANOVA and Multiple Regression Analysis (MRA) with a statistical significance level of .05. The research findings indicated that 1) the respondents with different gender and age had different usage behaviors in cryptocurrency transaction application, 2) Perceived usefulness ($\beta = 0.630$) and perceived ease of use ($\beta = 0.134$) influenced attitudes towards cryptocurrency transaction application among users in Thailand, 3) Perceived efficacy ($\beta = 0.433$) influenced usage behaviors in cryptocurrency transaction application among users in Thailand. The findings would be beneficial as the guidelines for application developers and developers' market communicators to promote cryptocurrency transactions in Thailand.

Keywords: Cryptocurrency transaction, Behaviors, Application

บทนำ

ในปัจจุบันเศรษฐกิจโลกและสังคมถูกขับเคลื่อนโดยเทคโนโลยีที่พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมไปเป็นสังคมรูปแบบดิจิทัล ด้วยพัฒนาการทางเทคโนโลยีทำให้สินค้าและบริการในตลาดทุนมีรูปแบบเป็นดิจิทัลมากขึ้น โดยเฉพาะด้านการเงินและตลาดทุนที่พัฒนาอย่างก้าวกระโดด ที่เปลี่ยนแปลงการแลกเปลี่ยนการซื้อขาย จากเงินที่อยู่ในรูปแบบของเหรียญหรือธนบัตรมาเป็นเงินในรูปแบบดิจิทัล (digital money) ทำให้เกิดสกุลเงินดิจิทัล (Cryptocurrency) เป็นสกุลเงินที่เกิดขึ้นใหม่ ในลักษณะของเงินตราเข้ารหัสลับเป็นสินทรัพย์ดิจิทัลที่เป็นสื่อกลางในการทำธุรกรรม ซึ่งใช้วิทยาการเข้ารหัสลับสำหรับรับประกันความถูกต้องของธุรกรรมนั้น เพื่อควบคุมการสร้างหน่วยเงินดิจิทัลเพิ่ม และเพื่อยืนยันความถูกต้องของการโอนสินทรัพย์เป็นเงินดิจิทัลรูปแบบหนึ่งที่ควบคุมโดยกระจายศูนย์กลางผ่านบล็อกเชน (Blockchain) (สำนักราชบัณฑิตยสภา, 2562) เป็นสกุลเงินที่มีลักษณะปราศจากตัวกลางหรือผู้ควบคุมดูแล ทำให้สกุลเงินดิจิทัลมีความเป็นอิสระในตัวเองได้การกระจายศูนย์กลางหรือ (Decentralize) ที่ทำงานบนเครือข่ายบล็อกเชน (Blockchain) จึงทำให้สกุลดิจิทัลได้รับความสนใจและการยอมรับ เกิดการใช้อย่างแพร่หลาย เช่น สกุลเงินบิตคอยน์ (Bitcoin) สกุลเงินอีเธอเรียม (Ethereum) และสกุลเงินอื่นๆ (Coinmarketcap, 2021) ที่ได้รับความเชื่อมั่นจากผู้ลงทุนทั่วโลก เริ่มลงทุน ซื้อขาย และมีราคาขึ้นสูงเรื่อยๆ



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 15
 “Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2022”
 วันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2565

ในประเทศไทย ก็มีความนิยมและความสนใจในสกุลเงินดิจิทัลเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน จากจำนวนผู้ใช้งาน การเปิดบัญชีผู้ใช้มีจำนวนบัญชีผู้ลงทุนทั้งหมด 1,490,067 บัญชี ในเดือนสิงหาคม 2564 (สำนักงาน คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2564) ที่ในช่วงที่สกุลเงินมีราคาซื้อขายสูงขึ้น ก็จะมี จำนวนบัญชีใหม่เพิ่มขึ้นตามไปด้วย ตามภาวะของตลาด โดยในปัจจุบันการเปิดบัญชีผู้ใช้บุคคลและการทำการ ซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลในประเทศไทยสามารถทำได้โดยผ่านผู้ประกอบการธุรกิจที่ได้รับใบอนุญาตศูนย์ซื้อขาย สินทรัพย์ดิจิทัล (Digital Asset Exchange) ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาด หลักทรัพย์ และทำให้เกิดการแข่งขันของผู้ให้บริการซื้อขายสินทรัพย์ดิจิทัลบนเว็บไซต์ของประเทศไทยนั้นสูง มากขึ้นเรื่อย ๆ ในช่วงตลาดสกุลเงินดิจิทัลกำลังได้รับความนิยม โดยแต่ละเว็บไซต์นั้นต่างก็พยายามหาจุดเด่น หรือความแตกต่างของการใช้งานเพื่อดึงดูดผู้ใช้งานไว้ให้ได้มากที่สุด หลายผู้ให้บริการก็ได้พัฒนาให้อยู่ใน รูปแบบของแอปพลิเคชันรองรับการทำงานบนสมาร์ตโฟน หรือ แท็บเล็ต ที่อาจเป็นความได้เปรียบของผู้ ให้บริการซื้อขายสินทรัพย์ดิจิทัล และประโยชน์รวมทั้งเป็นทางเลือกให้กับผู้ใช้งาน เพราะในปัจจุบันแอปพลิเคชัน เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของทุกคนเพราะสามารถเข้าถึงแอปพลิเคชันได้ง่าย ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบ ของ สมาร์ตโฟน หรือ แท็บเล็ต เพื่อให้รองรับกับความต้องการของผู้ใช้งานที่มากขึ้น จากการใช้บริการซื้อขาย สกุลเงินดิจิทัลผ่านทางเว็บไซต์ในรูปแบบเดิม ผู้ประกอบการธุรกิจที่ศูนย์ซื้อขายสินทรัพย์ดิจิทัลต่างๆ จึงได้พัฒนา แอปพลิเคชัน เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงได้และเข้าใช้งานได้ตลอดเวลา ซึ่งในแต่ละผู้ประกอบการที่ศูนย์ ซื้อขายสินทรัพย์ดิจิทัลจึงต้องแข่งขัน เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งในตลาดเพื่อให้เกิดปริมาณการซื้อขายการใช้งานใน แอปพลิเคชันของตนมากที่สุด ทำให้การซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลผ่าน แอปพลิเคชันจึงเป็นทางเลือกที่ดีทางเลือก หนึ่งเพราะมีความสะดวก สามารถทำได้ตลอดเวลาตามความต้องการของผู้ใช้งาน และเนื่องจากในแต่ละ แอป พลิเคชันก็มีรูปแบบการใช้งานที่มีลักษณะคล้ายกัน ทำให้ผู้ใช้งานมีตัวเลือกในการใช้แอปพลิเคชันการซื้อขาย สกุลเงินดิจิทัลที่แตกต่างกันให้เลือกใช้ นำไปสู่การแข่งขันกันระหว่างบริษัทผู้ผลิตแอปพลิเคชัน

ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัล ในทาง วิชาการมีงานวิจัยจำนวนมากเสนอแนะให้มีการใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน ของ Ajzen (1985) ที่เป็น การศึกษาพฤติกรรมของแต่ละบุคคล ที่จะปฏิบัติพฤติกรรมตามความสนใจ ซึ่งมีการวางแผนไว้เพื่อให้บรรลุ วัตถุประสงค์ โดยมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจปฏิบัติพฤติกรรม 3 ปัจจัย คือ 1) ทศนคติต่อพฤติกรรม (attitudes toward behavior) 2) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (subjective norms) และ 3) การรับรู้ ความสามารถ (perceived behavioral control) โดยผู้วิจัยได้ใช้ความเชื่อมโยงทั้ง 3 ปัจจัยในการใช้งานแอป พลิเคชันไปสู่พฤติกรรมของการใช้แอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัล และนอกจากนั้นแล้วผู้วิจัยได้ ใช้ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (The Technology Acceptance Model : TAM) เป็นทฤษฎีของ Davis (1989) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการยอมรับหรือการตัดสินใจที่จะใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรม ใหม่ ซึ่งปัจจัยหลักที่ส่งผลโดยตรงต่อการยอมรับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมของผู้ใช้ได้แก่ การรับรู้ถึงความง่ายใน การใช้งาน (Perceived Ease of Use) และ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ (Perceived Usefulness) ที่ จะมีความแตกต่างกันไปตามตัวแปรภายนอก ซึ่งในงานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยได้ใช้ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ และรายได้ ที่จะเป็นตัวแปรภายนอก ที่มีผลต่อปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีและ พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัล

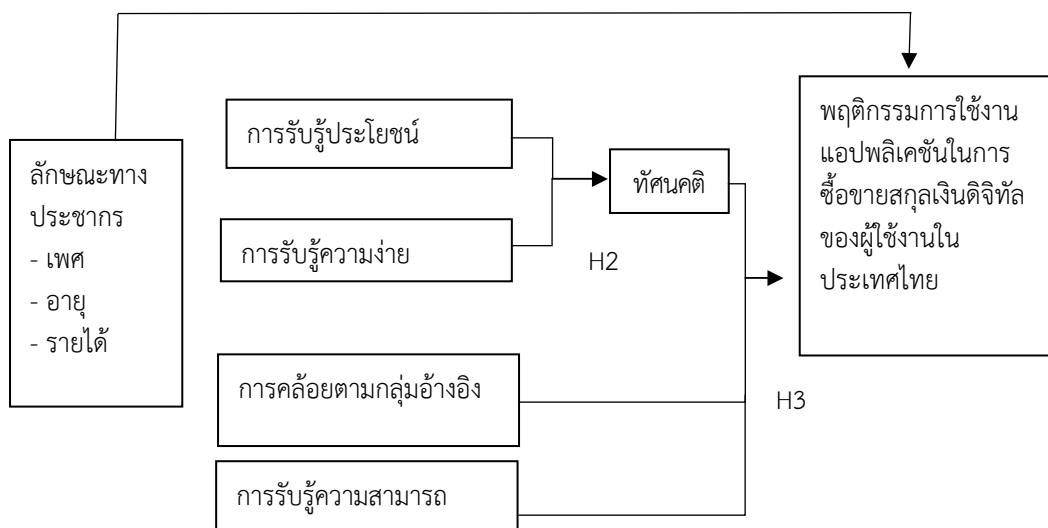


การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 15
 “Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2022”
 วันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2565

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้งานตัดสินใจใช้งานแอปพลิเคชันการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลโดยประยุกต์ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน และทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี ที่ศึกษาถึงการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย ทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถ เพื่อให้ทราบว่ามีปัจจัยอะไรบ้างที่มีต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลของผู้ใช้งานในประเทศไทย เพื่อเป็นประโยชน์ให้กับผู้ที่ต้องการศึกษาผู้ใช้งานแอปพลิเคชันการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลนำไปสู่การพัฒนาแอปพลิเคชันให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งานมากยิ่งขึ้นในอนาคต

กรอบแนวคิดการวิจัย

H1



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความแตกต่างพฤติกรรมการใช้งานจำแนกตามลักษณะทางประชากร
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลร่วมของการรับรู้ประโยชน์และ การรับรู้ความง่ายที่มีต่อทัศนคติของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลของผู้ใช้งานในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลร่วมของทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลของผู้ใช้งานในประเทศไทย

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตประชากร คือผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัล อายุ 20 ปีขึ้นไป ที่เป็นสมาชิกใน Facebook Group ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัล จำนวน 10 Facebook Group ยอดนิยม (facebook ,2021) ได้แก่ Bitcoin Thai Community , BitCoin Thai Club ,BITKUB หัดเทรด มือใหม่!!! , Bitcoin Crypto Thailand , bitkub.com Trading Club , Ruaybitcoin กลุ่มนักเทรด Bitcoin และ



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 15
 “Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2022”
 วันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2565

Crypto Thailand , DogeCoin Thai Club , Bitkub Academy Group , Bitkub เว็บเทรด Bitcoin ของคนไทย และ Zipmex Crypto Club

2. ขอบเขตตัวแปร ดังนี้ ลักษณะทางประชากร การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย ทศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถ และพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลของผู้ใช้งานในประเทศไทย

3. ขอบเขตเวลา ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลกับผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลที่อยู่ในประเทศไทยในช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2564 โดยจะใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลเป็นระยะเวลา 1 เดือน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรคือ ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัล อายุ 20 ปีขึ้นไป ที่เป็นสมาชิกใน Facebook Group ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัล จำนวน 10 Facebook Group ยอดนิยม ขณะที่กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้การสุ่มโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ดังนี้ ขั้นตอนที่1 การสุ่ม Facebook Group ผู้วิจัยใช้การสุ่มแบบชั้นภูมิ โดยจาก 10 Facebook Group ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ตามจำนวนสมาชิกใน Facebook Group ได้แก่ ขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และ ขนาดเล็ก จากนั้นผู้วิจัยก็จะทำการสุ่มจาก Facebook Group ทั้ง 3 ขนาด มาจำนวน 5 Facebook Group ได้แก่ Bitcoin Thai Community, BitCoin Thai Club, bitkub.com Trading Club, Bitkub Academy Group, Zipmex Crypto Club ขั้นตอนที่2 การสุ่มคนจาก 5 Facebook Group โดยการสุ่มตามสัดส่วนจริงให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยใช้คำถามปลายปิด (Close-Ended Question) และแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมาจากทฤษฎีและแนวคิดต่างๆ ตลอดจนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 7 ส่วน ได้แก่ 1) คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร 2) การรับรู้ประโยชน์ 3) การรับรู้ความง่าย 4) ทศนคติ 5) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง 6) การรับรู้ความสามารถ 7) พฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัล

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง โดยการใช้แบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ ด้วย Google Form โดยนำลิงก์แบบสอบถามที่จัดทำขึ้นมาไปเผยแพร่ใน Facebook Group ของกลุ่มผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัล จำนวน 5 กลุ่ม ซึ่งเป็นวิธีการสำรวจที่เหมาะสมและตรงกับกลุ่มเป้าหมาย



4. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Description Statistics Analysis) โดยการใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) โดยใช้ การวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ย (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis : MRA) กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา

ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากร จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้งานแอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 58.5 มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 63.0 มีรายได้ 15,000 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.5

ผลการวิเคราะห์การรับรู้ประโยชน์การใช้งานแอปพลิเคชันซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลของผู้ใช้งานในประเทศไทยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ประโยชน์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20

ผลการวิเคราะห์ทัศนคติการใช้งานแอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลของผู้ใช้งานในประเทศไทยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติโดยรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

ผลการวิเคราะห์การรับรู้ความสามารถการใช้งานแอปพลิเคชันซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลของผู้ใช้งานในประเทศไทยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ความสามารถโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99

ผลการวิเคราะห์การรับรู้ความง่ายการใช้งานแอปพลิเคชันซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลของผู้ใช้งานในประเทศไทยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ความง่ายโดยรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97

ผลการวิเคราะห์การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้งานแอปพลิเคชันซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลของผู้ใช้งานในประเทศไทยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงโดยรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการใช้งานแอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลโดยรวมอยู่ในระดับบางครั้ง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20

ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลที่แตกต่างกัน พบว่า

เพศ ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดย เพศชายจะมีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัล ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 สูงกว่าเพศหญิง ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.74 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่กำหนด



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 15
 “Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2022”
 วันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2565

การรับรู้ความสามารถในการใช้งานแอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัล มีค่าอิทธิพลที่ระดับ 0.433 ($\beta=0.433$) ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุของทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถ มีอิทธิพลร่วมกันต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลของผู้ใช้งานในประเทศไทย

ตัวแปรอิสระ	b	β	t	Sig.t
ทัศนคติ	0.033	0.020	0.351	.726
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	0.066	0.053	1.118	.264
การรับรู้ความสามารถ	0.618	0.433	7.484	.000*

Adjusted R Square =0.184, F = 30.897, Sig.F = .000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

1. ความแตกต่างพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัล จำแนกตามลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ และ รายได้ อภิปรายผลได้ดังนี้

1.1 เพศ ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลที่แตกต่างกัน เนื่องจากว่าในเพศชายจะมีพฤติกรรมที่มีลักษณะชอบความท้าทาย ความเสี่ยง สนใจในเทคโนโลยีใหม่ๆ และมีการตัดสินใจที่รวดเร็วกว่าเพศหญิง ในการใช้งานและตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลที่ต้องมีการตัดสินใจทันที เพราะราคาการซื้อขายมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตลอดเวลา สอดคล้องกับ งานวิจัยของ สมใจ พงษ์ธวัช (2562) ศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการเงินในสกุลดิจิทัล ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่าเพศชายมีความเชื่อมั่นและการยอมรับการใช้เงินสกุลดิจิทัลมากกว่าเพศหญิง

1.2 อายุ ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลที่แตกต่างกัน เนื่องจากว่า อายุจะเป็นตัวแสดงถึงวุฒิของบุคคล และเป็นการบ่งชี้ถึงความสามารถในการทำ ความรู้ความเข้าใจในส่วนของมูลและถึงการรับรู้ในสิ่งต่าง ๆ รอบตัวได้มากน้อยแตกต่างกัน โดยเฉพาะในกลุ่มอายุ 20-30 ปีที่เป็นช่วงอายุในกลุ่มเจนเนอเรชันวายที่เติบโตมาพร้อมกับความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยี ทำให้คนกลุ่มนี้เป็นผู้มีความถนัดในการใช้เทคโนโลยี รวมถึงการใช้งานแอปพลิเคชันต่างๆ และยังชื่นชอบการทดลองสิ่งใหม่ๆ และพร้อมเปิดรับการเรียนรู้ทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ มินตรา เชื้ออ่ำ (2561) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้และทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิทคอยน์ในประเทศไทยพบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิทคอยน์ในประเทศไทยแตกต่างกันและงานวิจัยของ สุชัยญา สายชนะ (2561) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรม



การใช้แอปพลิเคชัน Que Q ในเขตกรุงเทพมหานครพบว่าอายุแตกต่างกันมีความถี่ในการใช้งานแอปพลิเคชัน Que Q ที่แตกต่างกัน

1.3 รายได้ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลที่ไม่แตกต่างกันเนื่องจากว่าในปัจจุบันประชากรทุกกลุ่มรายได้มีความสนใจที่จะลงทุนในการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น จากจำนวนผู้ใช้งานการเปิดบัญชีผู้ที่มีจำนวนบัญชีผู้ลงทุนที่มีสถิติเพิ่มขึ้นทุกเดือน (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2565) โดยมักจะสอดคล้องกับทิศทางของตลาดอยู่เสมอ ดังนั้นจึงทำให้ประชากรที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลที่ไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรารถนาอารี มุฮัมหมัดอัลคอลเลซ (2563) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของผู้บริโภคในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของผู้บริโภคในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครที่ไม่แตกต่างกัน

2. อิทธิพลร่วมของการรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ความง่าย ต่อทัศนคติการใช้งานแอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลของผู้ใช้งานในประเทศไทย อภิปรายผลได้ดังนี้ จากผลการวิจัยที่พบว่าการรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายมีอิทธิพลร่วมกันต่อทัศนคติการใช้งานแอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลของผู้ใช้งานในประเทศไทย ทั้งนี้ เนื่องจากแอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลนั้น มีประโยชน์ต่อผู้ใช้งานที่ทำให้สามารถใช้งานได้ทุกที่และเวลารวมทั้งสร้างประโยชน์ที่จะทำให้ได้ผลตอบแทนจากการซื้อขายและในแอปพลิเคชันมีรูปแบบการใช้งานที่ง่ายทำให้ผู้ใช้งานนั้นมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้งาน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Yousafzai & Yani-de-Soriano (2011) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยของลูกค้านักค้าเฉพาะกลุ่มที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตพบว่า การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานและการรับรู้ความง่ายมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานธนาคารบนอินเทอร์เน็ต และงานวิจัยของ ชยาภรณ์ กิติสิทธิชัย (2559) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์(E-Wallet) ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งาน และด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีอิทธิพลต่อทัศนคติ นอกจากนี้ยังเป็นไปตามทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี ตามแนวคิดของ Davis (1989) ที่อธิบายไว้ว่าการรับรู้ถึงประโยชน์ คือระดับความเชื่อของบุคคลในการใช้งานเทคโนโลยีและเชื่อว่ามีแนวโน้มที่จะเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้งานได้ โดยการรับรู้ประโยชน์จะส่งผลกับทัศนคติของบุคคลต่อการใช้งานเทคโนโลยี และ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ที่เป็นระดับความเชื่อของผู้ใช้งานต่อการใช้เทคโนโลยีนั้นจะสามารถเรียนรู้ได้ง่าย ใช้งานไม่ยากไม่ต้องใช้ความพยายามในการใช้งานมาก และเมื่อผู้ใช้งานรับรู้ความง่ายในรับมาก ก็จะมีอิทธิพลทางตรงที่ส่งผลต่อทัศนคติ

3. อิทธิพลของการรับรู้ความสามารถต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลของผู้ใช้งานในประเทศไทย อภิปรายผลได้ดังนี้ จากผลการวิจัยที่พบว่าการรับรู้ความสามารถมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลของผู้ใช้งานในประเทศไทย ทั้งนี้เนื่องจากเมื่อบุคคลเกิดการรับรู้ความสามารถของตนขึ้นแล้ว จะทำให้เกิดความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองว่าสามารถทำสิ่งนั้นได้และส่งผลทำให้เกิดแรงจูงใจอยากที่จะใช้งานแอปพลิเคชันมากขึ้น เกิดเป็นพฤติกรรมการใช้งานที่เพิ่มมากขึ้น (Bandura, 1977) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศักรินทร์ ต้นสุพงษ์ (2557) ที่



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 15
 “Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2022”
 วันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2565

ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันไลน์พบว่าความสามารถในการทำงานที่ส่งผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันไลน์ นอกจากนี้ยังเป็นไปตามแนวคิดพฤติกรรมตามแบบแผนตามแนวคิดของ Ajzen (1991) ที่ศึกษาพฤติกรรมของแต่ละบุคคล ที่จะปฏิบัติพฤติกรรม ตามที่มีความสนใจ ซึ่งมีการวางแผนไว้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ โดยวัตถุประสงค์ พฤติกรรมของบุคคลส่วนใหญ่ จะอยู่ภายใต้การควบคุมของความตั้งใจ ที่จะปฏิบัติพฤติกรรมที่มีปัจจัย 3 ประการคือ ทศนคติต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้งาน

1.1 ผู้พัฒนาแอปพลิเคชันสามารถที่จะเลือกกลุ่มเป้าหมายที่มีพฤติกรรมการใช้งานมากกว่ากลุ่มอื่นเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักในการส่งเสริม ได้แก่ เพศชาย อายุ 20-30 ปี และ รายได้ 15,000-25,000 บาท

1.2 หากผู้พัฒนาแอปพลิเคชันต้องการจะส่งเสริมทัศนคติในการใช้งานแอปพลิเคชัน จะต้องเสริมสร้างการรับรู้ประโยชน์ โดยเน้นให้ผู้รับรู้ว่าแอปพลิเคชันทำให้สามารถซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลได้ทุกที่ตลอดเวลา รวมถึงให้ผู้รับรู้ว่าแอปพลิเคชันนั้นมีสกุลเงินที่ได้รับความนิยมและมีความหลากหลายสกุลภายในแอปพลิเคชัน นอกจากนั้นแล้วจะต้องเสริมสร้างการรับรู้ความง่าย ว่าสมัครและใช้งานได้ด้วยตนเอง รวมถึงให้ผู้รับรู้ว่าแอปพลิเคชันนั้นใช้งานได้ง่าย เช่น จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การใช้งานเพื่อให้ผู้ใช้ศึกษาและรับรู้ประโยชน์และความง่าย เพื่อทำให้ผู้ใช้มีทัศนคติที่ดีในการใช้งานแอปพลิเคชัน

1.3 หากผู้พัฒนาแอปพลิเคชันต้องการใช้ผู้ใช้มีพฤติกรรมการใช้งานที่เพิ่มมากขึ้นจะต้องส่งเสริมให้ผู้ใช้รับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้งาน โดยเน้นให้รับรู้ว่ามีแค่สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต ก็สามารถใช้งานแอปพลิเคชันและเข้าไปใช้งานทำการซื้อขายได้ หรือรับรู้ว่าการยืนยันตัวตนก่อนใช้งานนั้นใช้ข้อมูลไม่มากและสามารถใช้ข้อมูลส่วนบุคคลของตนเองทำการสมัครได้อย่างทันที เมื่อผู้ใช้รับรู้ว่ามีตนเองมีความสามารถที่จะใช้งานก็จะมีพฤติกรรมการใช้ที่เพิ่มมากขึ้น โดยผ่านการทำสื่อประชาสัมพันธ์ หรือการจัดคอร์สอบรมออนไลน์

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

2.1 ควรศึกษาการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้งานแอปพลิเคชันซื้อขายสกุลเงินดิจิทัล เพื่อนำไปปรับปรุงแนวทางในการสื่อสารให้มีผู้เข้ามาใช้บริการแอปพลิเคชันมากยิ่งขึ้น

2.2 ควรศึกษาความพึงพอใจหลังการใช้บริการแอปพลิเคชัน เพื่อทราบจุดแข็งและจุดอ่อนของแอปพลิเคชัน เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุง ระบบและพัฒนาระบบการทำงานของแอปพลิเคชันให้สามารถตอบสนอง ความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น

2.3 ควรศึกษาเพิ่มเติมด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันซื้อขายสกุลเงินดิจิทัล เพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาแผนการตลาดให้มีผู้ใช้งานแอปพลิเคชันมากยิ่งขึ้น



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 15
“Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2022”
วันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2565

2.4 ควรศึกษาเพิ่มเติมด้านพฤติกรรมแอปพลิเคชันซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลในแต่ละช่วงอายุโดยใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการแบ่งเจเนอเรชัน (Generational Theory) โดยแบ่งกลุ่มคนออกเป็นรุ่นต่าง ๆ เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างของช่วงอายุที่ส่งผลต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัล

เอกสารอ้างอิง

- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: a theory of planned behavior. In Action control: from cognition to behavior. Berlin: Springer-Verlag.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behaviour. Organizational behavior and Human Decision Processes, 50(2), 179-211.
- Bandura, A. (1997). Self-Efficacy: The Exercise of Control. New York: W.H. Freeman and Company
- Coinmarketcap. (2021). Cryptocurrencies. Retrieved September 20, 2021, from <https://coinmarketcap.com>
- Davis, Bagozzi, & Warshaw. (1989). User acceptance of computer technology: comparison of theoretical models. Management Science, 35(8), 982-1003.
- Facebook. (2021). Cryptocurrency. Retrieved September 20, 2021, from <https://www.facebook.com/search/groups/?q=Cryptocurrency>
- Yousafzai, S., & Yani-de-Soriano, M. (2011). Understanding customer-specific factors underpinning internet banking adoption. International Journal of Bank Marketing, 30(1), 60-81.
- ชยาภรณ์ กิตติสิทธิชัย. (2559). การยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ปรารณาอารี มุฮัมหมัดอัลโคลเลซ. (2563). การยอมรับเทคโนโลยีพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของผู้บริโภคในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ศักรินทร์ ต้นสุพงษ์. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันไลน์. ปรินญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สมใจ ฟองธวัช. (2562). นวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการเงินในสกุลดิจิทัล ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร. ปรินญาเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2564). รายงานสรุปภาวะตลาดสินทรัพย์ดิจิทัล รายสัปดาห์. สืบค้นเมื่อ กันยายน 17, 2564, จาก <https://www.sec.or.th/TH/Pages/WEEKLYREPORT-2564-08.aspx>



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 15
“Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2022”
วันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2565

- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, (2565). รายงานสรุปภาวะตลาดสินทรัพย์ดิจิทัล รายสัปดาห์. สืบค้นเมื่อ มกราคม 29, 2565 , จาก <https://www.sec.or.th/TH/Pages/WeeklyReport.aspx>
- สำนักราชบัณฑิตยสภา. (2562). ศัพท์คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ฉบับราชบัณฑิตยสภา. สืบค้นเมื่อ กันยายน 17, 2564, จาก <https://www.facebook.com/pg/RatchabanditThai/photos/?tab=album&albumid=2527569647301115>
- สุชัยญา สายชนะ. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน Que Q ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม. 17(3), 156-165
- มินตรา เชื้ออ่ำ. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านสมาร์ทโฟน. วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยรามคำแหง. 1(3), (129-145)