

อิทธิพลของทัศนคติ ความรู้ และการรับรู้ของคนเจนเนอร์เรชั่นแซดต่อ การตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัล : กรณีศึกษาจังหวัดปทุมธานี

ศิริรัตน์ หมวดอินทร์¹ กรองทอง โฉมงาม² นัฏฐกานต์ สิงห์เปีย³

ณิชนันท์ ศรีสวัสดิ์⁴ และ พร้อมพงษ์ แสงข้า^{5*}

วันที่รับบทความ : 23 ส.ค. 2566

วันแก้ไขบทความ : 25 ต.ค. 2566

วันที่ตอบรับบทความ : 4 ธ.ค. 2566

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของคนเจนเนอร์เรชั่นแซด (2) เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลของคนเจนเนอร์เรชั่นแซดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัล (3) เพื่อศึกษาทัศนคติของคนเจนเนอร์เรชั่นแซดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัล (4) เพื่อศึกษาปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลของคนเจนเนอร์เรชั่นแซดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มคนเจนเนอร์เรชั่นแซดในจังหวัดปทุมธานี เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามความคิดเห็นแบบมาตรวัดประเมินค่า 5 ระดับ โดยมีสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การเปรียบเทียบแบบรวมกลุ่ม ความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์สหสัมพันธ์สหสัมพันธ์ และสถิติการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของคน เจนเนอร์เรชั่นแซด ในจังหวัดปทุมธานีที่มี อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลที่แตกต่างกัน ส่วนด้านความรู้ความเข้าใจ ทัศนคติ และปัจจัยการรับรู้ประโยชน์เกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตามปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัล

คำสำคัญ: สกุลเงินดิจิทัล; การรับรู้; ทัศนคติ; เจนเนอร์เรชั่นแซด

¹นักศึกษาด้านวิชาการเงินและเศรษฐศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

²นักศึกษาด้านวิชาการเงินและเศรษฐศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

³นักศึกษาด้านวิชาการเงินและเศรษฐศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

⁴นักศึกษาด้านวิชาการเงินและเศรษฐศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

⁵อาจารย์ที่ปรึกษาหลักด้านวิชาการเงินและเศรษฐศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

*ผู้ประสานงานหลัก : prompong_s@rmutt.ac.th

The Influence of Generation Z's Attitudes, Knowledge, and Perceptions on Decision-Making of Crypto-Currency Uses : A Case Study of Pathum Thani

Sirirat Mhoudin¹ Krongthong Chomngam² Nattakarn Singpae³

Nitchanan Srisawad⁴ and Prompong Shangkhum^{5*}

Received : 23 Aug 2023

Revised : 25 Oct 2023

Accepted : 4 Dec 2023

Abstract

The objectives of this research (1) to study the demographic factors affecting Generation Z's cryptocurrency decision-making process (2) to study Generation Z's understanding of cryptocurrencies affect decision-making of cryptocurrency uses (3) to study Generation Z attitudes influencing decision-making of cryptocurrency uses (4) to study Generation Z people's perceptions of cryptocurrency factors influencing their decision to use cryptocurrency. The sample group used in this study was a group of Generation Z in Pathum Thani Province. The opinion questionnaire was a 5-level evaluation scale. Statistics used for hypothesis testing were independent sample t-test, one way ANOVA and using multiple linear regression analysis statistics. The results showed that Generation Z people's decision to use cryptocurrencies to age, education level, and average monthly income has different Generation Z people's decision to use cryptocurrency. The knowledge, understanding, attitude, and perceived benefits of cryptocurrencies had a significant influence on Generation Z people's decision to use cryptocurrencies. However, the risk perception factor regarding cryptocurrencies does not influence the decision to use cryptocurrencies.

Keywords: Cryptocurrency; Perceptions; Attitude; Generation Z

¹Department of Finance, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

²Department of Finance, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

³Department of Finance, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

⁴Department of Finance, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

⁵Department of Finance, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

*Corresponding Author : E-mail: prompong_s@mutt.ac.th

1. บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

โลกมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาไปอย่างก้าวกระโดด จึงทำให้ผู้คนมีพฤติกรรมและการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันออกไป และในช่วงวัยหรือเจนเนอเรชั่นของคนที่แตกต่างกัน ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้คนมีมุมมอง ความคิด ความชอบและความต้องการที่แตกต่างกัน ในปัจจุบันคนกลุ่มเจนเนอเรชั่นแซต หรือผู้ที่เกิดระหว่างปีพ.ศ. 2538 ถึง พ.ศ. 2555 (Schroer, 2008) เป็นช่วงวัยที่กำลังศึกษาและเริ่มเข้าสู่วัยทำงาน อีกทั้งเจนเนอเรชั่นแซต เป็นช่วงวัยที่เปิดรับเทคโนโลยีและเทรนด์ใหม่ๆ มากกว่าคนรุ่นก่อน ๆ ใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่บนโลกออนไลน์ สามารถหาความรู้ได้ทุกที่ทุกเวลา จึงทำให้คนในช่วงวัยนี้มีความสามารถในการใช้งานเทคโนโลยี ต่าง ๆ ได้อย่างคล่องตัว ซึ่งเป็นสิ่งที่สร้างมาเพื่อช่วยตอบสนองความต้องการของมนุษย์ จึงทำให้เกิดความสนใจและการเปิดรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น (Cross-Bystrom, 2010; Hatthasak, 2006)

สกุลเงินดิจิทัลเป็นเทคโนโลยีทางการเงินรูปแบบใหม่ที่เข้ามาเปลี่ยนโลกการเงินในปัจจุบัน เป็นสื่อกลางการแลกเปลี่ยนสินทรัพย์ดิจิทัลบนโลกออนไลน์ เป็นทางเลือกหนึ่งของการเพิ่มโอกาสการขยายอิสรภาพทางเศรษฐกิจ เป็นทางเลือกนอกเหนือจากระบบธนาคารแบบดั้งเดิม อีกทั้งยังมีข้อได้เปรียบอันมีประสิทธิภาพที่เหนือกว่าวิธีการชำระเงินและประเภทของสินทรัพย์แบบดั้งเดิม การใช้สกุลเงินดิจิทัลหลัก ๆ คือ การแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าหรือบริการต่าง ๆ บนโลกออนไลน์ โดยไม่จำเป็นต้องมีคนกลาง เช่น ใช้สกุลเงินดิจิทัลซื้อขายผลงาน NFT (Non-Fungible Token) ใช้สำหรับการกู้ยืมสินทรัพย์ดิจิทัล หรือใช้ถือครองเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การลงทุนและสามารถโอนมูลค่าทางออนไลน์ได้สะดวกและรวดเร็ว เพียงแค่มีอุปกรณ์ที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตได้ก็จะสามารถเข้าถึงสกุลเงินดิจิทัลได้ในทันที เรียกได้ว่าเป็นเทรนด์การลงทุนอีกหนึ่งรูปแบบที่ผู้คนให้ความสนใจในปัจจุบัน (อริญชัย วีระธุษณินท์, 2561)

ในปัจจุบันสกุลเงินดิจิทัลได้รับความนิยมและแพร่หลายมากขึ้นทั่วโลก โดยในประเทศไทยนั้น สกุลเงินดิจิทัลยังไม่สามารถใช้ชำระหนี้ได้ตามกฎหมายไทย แต่ก็ไม่ได้ผิดกฎหมายแต่อย่างใด ซึ่งอยู่ในช่วงการพิจารณาข้อบังคับและกฎหมายมาควบคุม ซึ่งหากเกิดความผิดพลาดหรือสูญเสียเงินจากการใช้สกุลเงินดิจิทัลขึ้นมาก็จะไม่ได้มีการดูแลใด ๆ (กิตสุรณ สังขสุวรรณ, 2565) ดังนั้นการใช้สกุลเงินดิจิทัล จึงควรศึกษาหาความรู้รายละเอียดต่าง ๆ และทำความเข้าใจก่อนการตัดสินใจลงทุน โดยเฉพาะความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากความผันผวนของตลาดสกุลเงินดิจิทัล จากความเป็นมาและความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาอิทธิพลของทัศนคติ ความรู้ และการรับรู้ของคน เจนเนอเรชั่นแซตต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัล โดยวิเคราะห์ทัศนคติ ความรู้ และการรับรู้ที่มีต่อสกุลเงินดิจิทัล เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์แนวโน้มการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของคนเจนเนอเรชั่นแซต
- 2) เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลของคนเจนเนอเรชั่นแซต ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัล
- 3) เพื่อศึกษาทัศนคติของคนเจนเนอเรชั่นแซต ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัล
- 4) เพื่อศึกษาปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลของคนเจนเนอเรชั่นแซตที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัล

2. สมมติฐานในการวิจัย

- 2.1 กลุ่มคนเจนเนอเรชั่นแซต ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลที่แตกต่างกัน
- 2.2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลของคนเจนเนอเรชั่นแซต มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัล
- 2.3 ทัศนคติของคนเจนเนอเรชั่นแซต มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัล
- 2.4 ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์เกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลของคนเจนเนอเรชั่นแซตมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัล

2.5 ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลของคนเจนเนอร์เรชั่นแซทมิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัล

3. การทบทวนวรรณกรรม

3.1 แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

สุสา ชัยสุรัตน์ (2537) กล่าวว่า ประชากรศาสตร์ หมายถึง ปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นหลักเกณฑ์ของการแบ่งบอกลักษณะทางประชากรที่อยู่ในตัวบุคคลนั้น ๆ ได้แก่ เพศ อายุ ขนาดครอบครัว รายได้ การศึกษา ครอบครัว ศาสนา เชื้อชาติ สัญชาติ และสถานภาพทางสังคม ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ว่าความหมายของลักษณะประชากรศาสตร์เป็นเกณฑ์ปัจจัยต่าง ๆ ที่บอกลักษณะเฉพาะตัวของในบุคคลนั้น ๆ เช่นกัน

3.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ

สร้อย คาราวงศ์ (2544) ให้ความหมายว่า ความรู้ หมายถึง ความสามารถในการรวบรวมสาระ จดจำ ข้อมูล ความหมายข้อเท็จจริง กฎเกณฑ์ หรือเรื่องราวต่าง ๆ โดยสามารถเก็บสะสมไว้และระลึกได้ ซึ่งไม่จำเป็นต้องใช้ความคิดที่ซับซ้อน อีกทั้ง ลักษณะ หนูมี (2557) ให้ความหมายของความรู้ คือ การระลึก การจำและความคิดในวัตถุและปรากฏการณ์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นความจำที่เริ่มจากสิ่งง่าย ๆ ที่เป็นอิสระแก่กัน ไปจนถึงความจำในสิ่งที่ยากซับซ้อน ซึ่งคล้ายกับ ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520) ที่กล่าวว่า การเรียนรู้ของมนุษย์จะเริ่มต้นจากในระดับง่าย ๆ ก่อน แล้วเพิ่มความสามารถในการใช้ความคิดและพัฒนาสติปัญญาเพิ่มขึ้น จึงสรุปได้ว่าความรู้ความเข้าใจ คือ พฤติกรรมที่จะรวบรวมและจดจำข้อเท็จจริงต่าง ๆ ทั้งที่ได้รับจากการเรียนรู้ การฝึกฝนและการอบรม ตลอดจนได้รับจากประสบการณ์หรือข้อสังเกตที่จะนำไปสู่ความเข้าใจและการนำไปใช้

3.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

1. ด้านความรู้สึ

ทฤษฎี การจูงใจของ Maslow (Maslow's General Theory of Human Motivation) (Maslow, 1970) ได้ตั้งสมมติฐานเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์ไว้ว่า มนุษย์มีความต้องการอยู่เสมอ ความต้องการได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่เป็นสิ่งจูงใจอีกต่อไป แต่ความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองนั้น จะเป็นสิ่งจูงใจแทน นอกจากนี้ ทฤษฎีการจูงใจของ Herzberg (Herzberg, 1959) ได้ศึกษาถึงมูลเหตุในการสร้างแรงจูงใจในการทำงาน ซึ่งมีแนวคิดเชื่อว่าผู้ปฏิบัติงานจะปฏิบัติงานได้ผลดีและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นอยู่กับความพึงพอใจ ความพึงพอใจจะเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้ปฏิบัติงานมีความกระตือรือร้นในการทำงานมากขึ้น

2. ด้านพฤติกรรม

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในยุคปัจจุบันส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยเฉพาะพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่ผู้บริโภคมีสื่ออินเทอร์เน็ตที่ช่วยให้การซื้อขายสินค้าเข้าถึงได้ง่ายมากขึ้น ดังเช่น Richard & Chebat (2016) กล่าวว่า อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อเสมือนจริงที่ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถโต้ตอบกับผู้ขายได้ ซึ่งนักการตลาดมองว่าอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพ และเป็นช่องทางในการแสดงความคิดเห็น ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายและมีต้นทุนที่ต่ำ

3.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้

1. ด้านรับรู้ถึงประโยชน์

นุชจรี จินดาวรรณ (2559) กล่าวว่า การรับรู้ประโยชน์ แสดงถึงความสะดวก รวดเร็ว ไม่มีข้อจำกัดในของเรื่องเวลาสามารถทำการรายการประเภทต่าง ๆ ทั้งนี้ระบบมีการเก็บข้อมูลเดิมไว้สำหรับประกอบการตัดสินใจ และยังสามารถตอบสนองตรงความต้องการของผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ สิริสุดา รอดทอง (2556) ได้กล่าวว่า การรับรู้ถึงประโยชน์เป็นปัจจัยที่เป็น

ตัวกำหนดในการรับรู้ เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และการใช้เทคโนโลยีทำให้ได้งานที่มีคุณภาพ หรือทำงานเสร็จเร็วขึ้น

2. ด้านรับรู้ความเสี่ยง

Bauer (1960) ได้เสนอแนวคิดการรับรู้ความเสี่ยงไว้ว่า ความเสี่ยง คือ ความไม่แน่นอนและมีความสำคัญต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ โดยในเวลาต่อมาได้มีผู้นำแนวคิดการรับรู้ความเสี่ยงไปทำการค้นคว้าเป็นจำนวนมาก คล้ายกับงานวิจัยของ Cunningham (1967) กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยงหมายถึง ความไม่แน่นอนที่รับรู้ได้ถึงสินค้าและบริการหนึ่ง ๆ ของลูกค้าที่ทำให้เกิดผลกระทบด้านลบกับการซื้อหรือใช้บริการ นอกจากนี้ Xu, Teo & Tan (2005) กล่าวว่า ทักษะที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความเชื่อมั่นและความตั้งใจกระทำ หากมีทักษะเกี่ยวกับความเสี่ยงสูงจะส่งผลให้ความเชื่อมั่นนั้นลดลง

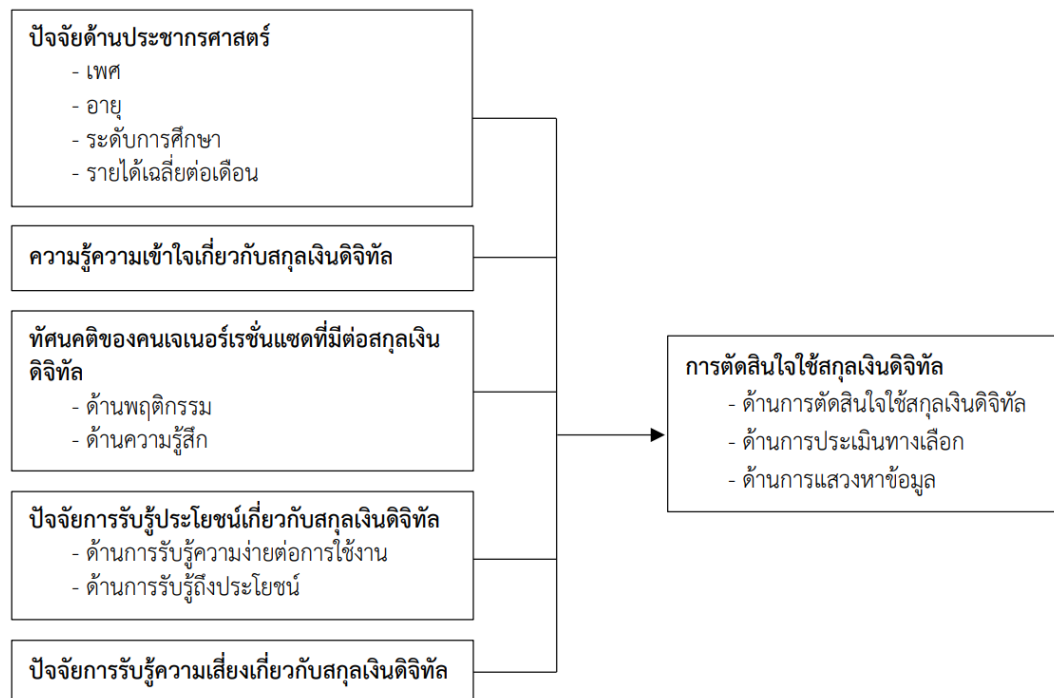
3.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

Barnard (1938) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจว่า เป็นเทคนิควิธีที่ลดทางเลือกลงมาให้เหลือเพียงทางเดียวเท่านั้น คล้ายกับ Simon (1966) ให้ความหมายว่า การตัดสินใจเป็นกระบวนการของการหาโอกาสที่จะตัดสินใจนั้น การหาทางเลือกที่พอเป็นไปได้ที่มีอยู่ นอกจากนี้นงานวิจัยของ วุฒิชัย จานงค์ (2523) กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นเรื่องของการจัดการที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้และในการจัดการนั้น การตัดสินใจเป็นหัวใจในการปฏิบัติงานทุก ๆ เรื่องทุก ๆ กรณี เพื่อดำเนินการไปสู่วัตถุประสงค์ อาจมีเครื่องมือมาช่วยในการพิจารณา มีเหตุผลส่วนตัว อารมณ์ เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการตัดสินใจ และมีลักษณะเป็นกระบวนการอันประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ ต่อเนื่องกันไป

3.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มินตรา เชื้ออ่ำ (2561) ทำการศึกษาเรื่อง การรับรู้และทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) ในประเทศไทย พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 30-39 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรืออาชีพอิสระ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป โดยรวมประชาชนมีการรับรู้เกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ในด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และด้านการรับรู้ความเสี่ยงที่อยู่ในระดับมาก การมีทัศนคติต่อการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์อยู่ในระดับดี โดยเฉพาะในด้านความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับที่ดีมาก และมีการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อลิตา คัมเชต (2562) พบว่าทัศนคติที่มีต่อสกุลเงินดิจิทัลโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และพบว่าการเปรียบเทียบทัศนคติจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลมีความแตกต่างกันมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

4. กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

5. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งผู้วิจัยทำการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เหมาะสมและใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีรายละเอียด ดังนี้

5.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มคนเจนเนอร์เรชั่นแซด ที่เกิดระหว่างปีพ.ศ. 2538 ถึง พ.ศ. 2555 ในจังหวัดปทุมธานี โดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มคนเจนเนอร์เรชั่นแซด ที่เกิดระหว่างปีพ.ศ. 2538 ถึง พ.ศ. 2555 ในจังหวัดปทุมธานี ซึ่งขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้จากการใช้คำนวณตามสูตรไม่ทราบขนาดของจำนวนประชากร (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555) ที่ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% และระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย 385 ตัวอย่าง และเพื่อป้องกันแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์จึงสำรองแบบสอบถามเพิ่มเป็น 400 ตัวอย่าง นอกจากนี้ ประชากรในจังหวัดปทุมธานีมีสถิติเงินฝากและเงินให้สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2559 (สำนักงานสถิติจังหวัดปทุมธานี, 2564) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธนกิจ บุญลือ และเฉลิมพร เย็นเยือก (2561) พบว่า คนในจังหวัดปทุมธานีมีพฤติกรรมการออม รวมถึงทัศนคติ ความรู้และความเข้าใจการออมอยู่ในระดับที่มาก แสดงให้เห็นถึงความรู้ในด้านการเงินของคนในจังหวัดปทุมธานี ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงเลือกกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดปทุมธานี โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก และแจกแบบสอบถามออนไลน์ด้วยเครื่องมือ Google Form กับกลุ่มตัวอย่างที่เต็มใจให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

5.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ที่สร้างจากแนวคิดทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามไปเสนอต่ออาจารย์ทั้ง 5 ท่าน ที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องที่ศึกษาเพื่อทดสอบค่า IOC (Item Objective Congruence Index) พบว่าข้อคำถามผ่านเกณฑ์พิจารณา ด้วยค่า IOC ที่มากกว่า 0.5 (สุวิมล ติรกันันท์, 2557) พร้อมทั้งปรับปรุงข้อคำถามให้เหมาะสมตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 30 ตัวอย่าง เพื่อนำมาวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของข้อมูล ด้วยสถิติ Cronbach's Alpha และพบว่าข้อคำถามในแต่ละด้าน มีค่า Cronbach's Alpha มากกว่า 0.9 (Cronbach & Lee J., 1990; ปัญจพงศ์ ลอยไสว, 2563) ซึ่งมีความมากกว่า 0.7 ขึ้นไป หมายความว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นและมีคุณภาพที่สามารถนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างวิจัยต่อไปได้ โดยแบบสอบถามในงานวิจัยนี้แบ่งออกเป็น 6 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยแบบสอบถามเป็นคำถามแบบหลายตัวเลือก ให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลของคนเจนเนอร์เรชันแซด มีข้อคำถามทั้งหมด 18 ข้อ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ มีคำตอบให้เลือก 2 คำตอบ คือ ใช่และไม่ใช่ ให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว ซึ่งใช้มาตรวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ โดยเมื่อรวมคะแนนและแจกแจงความถี่แล้ว จะแบ่งระดับความรู้ความเข้าใจออกเป็น 3 ระดับ คือ ระดับมาก ระดับปานกลาง และระดับน้อย โดยอาศัยสูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้นเป็นตัวแบ่งระดับ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเพื่อประเมินทัศนคติของคนเจนเนอร์เรชันแซด ต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัล ได้แก่ ด้านความรู้สึก และด้านพฤติกรรม

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเพื่อประเมินปัจจัยการรับรู้ประโยชน์เกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลของคนเจนเนอร์เรชันแซด ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายต่อการใช้

ส่วนที่ 5 เป็นแบบสอบถามเพื่อประเมินปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงต่อสกุลเงินดิจิทัลของคนเจนเนอร์เรชันแซด ได้แก่ การรับรู้ความเสี่ยง

ส่วนที่ 6 เป็นแบบสอบถามประเมินการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของคนเจนเนอร์เรชันแซด ได้แก่ ด้านการแสวงหาความรู้ ด้านการประเมินทางเลือก และด้านการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัล

ทั้งนี้ แบบสอบถามในส่วนที่ 3 ถึง ส่วนที่ 6 ใช้รูปแบบการตอบคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ที่กำหนดค่าน้ำหนักตามวิธีของ ลิเคิร์ต (Likert, 1967) ซึ่งผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผล โดยอาศัยสูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้น

5.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. นำแบบสอบถามที่ผ่านกระบวนการตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามแล้ว มาสร้างเป็นแบบสอบถามที่เป็นรูปแบบออนไลน์ โดยใช้เครื่องมือที่เรียกว่า Google Form

2. ผู้วิจัยลงพื้นที่ในจังหวัดปทุมธานี เพื่อแนะนำตนเองและชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัยและขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยจะทำการสอบถามอายุของผู้ตอบแบบสอบถามก่อนเริ่มทำแบบทดสอบ หากผู้ตอบแบบสอบถามเป็นกลุ่มคนเจนเนอร์เรชันแซด จะดำเนินการในลำดับถัดไป แต่หากผู้ตอบแบบสอบถามไม่ใช่กลุ่มคนเจนเนอร์เรชันแซด เป็นการสิ้นสุดการตอบแบบสอบถาม

3. ผู้ตอบแบบสอบถามทำการสแกนคิวอาร์โค้ดผ่านมือถือ เพื่อดำเนินการตอบแบบสอบถามออนไลน์

4. ผู้วิจัยให้เวลาผู้ตอบแบบสอบถามประมาณ 10-15 นาที และขออนุญาตรอนกว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะกดส่ง จึงถือว่าคำตอบแบบสอบถามเสร็จสมบูรณ์

5. ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบในแบบสอบถาม ก่อนนำมาวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมานในลำดับถัดไป

5.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การเปรียบเทียบแบบรวมกลุ่ม (Independent Sample t-test) ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation Coefficient) และใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อหาปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของคนเจนเนอร์เรชันแซด โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้ ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามและแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแบ่งผลการวิเคราะห์เป็น 6 ตอน ดังนี้

1.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของคนเจนเนอร์เรชันแซด

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 205 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.25 รองลงมาเป็นเพศชายจำนวน 195 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.75 ส่วนใหญ่มีอายุ 22 ปี จำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.75 ซึ่งมีระดับการศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 274 ราย คิดเป็น ร้อยละ 68.50 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีรายได้อยู่ในช่วงต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 222 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.50

1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลของคนเจนเนอร์เรชันแซด

ตารางที่ 1 ระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลของคนเจนเนอร์เรชันแซด

ระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัล	คะแนนที่ได้	จำนวนคน	ร้อยละ
ความรู้ความเข้าใจในระดับน้อย	0-6 คะแนน	-	-
ความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลาง	7-12 คะแนน	109	27.25
ความรู้ความเข้าใจในระดับมาก	13-18 คะแนน	291	72.75
รวมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัล	18	400	100.00

จากตารางที่ 1 แสดงระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลของคนเจนเนอร์เรชันแซด พบว่าส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจใน ระดับมาก (ผู้ตอบแบบสอบถามได้คะแนนรวม ตั้งแต่ 13 คะแนน ถึง 18 คะแนน) จำนวน 291 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.75 รองลงมา คือ มีความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลาง (ผู้ตอบแบบสอบถามได้คะแนนรวม ตั้งแต่ 7 คะแนน ถึง 12 คะแนน) จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.25

1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติของคนเจนเนอร์เรชั่นแซต ต่อสกุลเงินดิจิทัล

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลระดับความคิดเห็นของทัศนคติ
ของคนเจนเนอร์เรชั่นแซต ต่อสกุลเงินดิจิทัล

ทัศนคติของคนต่อสกุลเงินดิจิทัล	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
ด้านพฤติกรรม	3.89	0.996	มาก
ด้านความรู้สึ	3.81	0.939	มาก
รวมทัศนคติต่อสกุลเงินดิจิทัล	3.85	0.968	มาก

จากตารางที่ 2 แสดงระดับความคิดเห็นของทัศนคติของคนเจนเนอร์เรชั่นแซต ต่อสกุลเงินดิจิทัล พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อสกุลเงินดิจิทัลโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.85 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.968 และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านพฤติกรรม มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.996 รองลงมา ด้านความรู้สึก็มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.939

1.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการรับรู้ประโยชน์เกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลของคนเจนเนอร์เรชั่นแซต

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลระดับความคิดเห็นของการรับรู้ประโยชน์
เกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลของคนเจนเนอร์เรชั่นแซต

ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์เกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัล	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
ด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน	3.88	0.908	มาก
ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์	3.87	0.912	มาก
รวมปัจจัยการรับรู้ประโยชน์เกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัล	3.87	0.910	มาก

จากตารางที่ 3 แสดงระดับความคิดเห็นของการรับรู้ประโยชน์เกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลของคนเจนเนอร์เรชั่นแซต พบว่า ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์เกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.87 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.910 และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.908 รองลงมา ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.912

1.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลของคนเจนเนอร์เรชั่นแซต

จากการวิเคราะห์ระดับความเห็นของการรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลของคนเจนเนอร์เรชั่นแซต พบว่า ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.72 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.054 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลของคนเจนเนอร์เรชั่นแซต ลำดับที่ 1 คือท่านมีความกังวลว่าสกุลเงินดิจิทัลจะมีมูลค่าลดลงในอนาคต ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.81 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.056

1.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของคนเจนเนอร์เรชั่นแซต

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลระดับความคิดเห็นของการตัดสินใจ
ใช้สกุลเงินดิจิทัลของคนเจนเนอร์เรชันแซด

การตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัล	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
ด้านการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัล	3.99	0.785	มาก
ด้านการประเมินทางเลือก	3.91	0.861	มาก
ด้านการแสวงหาข้อมูล	3.88	0.926	มาก
รวมการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัล	3.93	0.860	มาก

จากตารางที่ 4 แสดงระดับความคิดเห็นของการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของคนเจนเนอร์เรชันแซด พบว่า การตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.93 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.860 และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัล มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.785 รองลงมา ด้านการประเมินทางเลือก มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.861 และลำดับสุดท้าย ด้านการแสวงหาข้อมูล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.926

2. การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐานของผู้วิจัย ดังนี้

2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติการเปรียบเทียบแบบรวมกลุ่ม (Independent Sample t-test) และความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA)

ตารางที่ 5 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานของกลุ่มคนเจนเนอร์เรชันแซด ที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา
และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลที่แตกต่างกัน

การตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของคนเจนเนอร์เรชันแซด				
ตัวแปร	สถิติที่ใช้	t	F	Sig.
เพศ	T-test	1.56		0.201
อายุ	One way ANOVA		7.472	0.000*
ระดับการศึกษา	One way ANOVA		12.233	0.000*
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	One way ANOVA		7.538	0.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลที่ต่างกัน โดยจำแนกตามเพศ พบว่า มีค่า Sig. คือ 0.201 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ดังนั้น กลุ่มคน เจนเนอร์เรชันแซด ที่มีเพศแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลที่ไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาตามอายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่า Sig. คือ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ดังนั้น กลุ่มคนเจนเนอร์เรชันแซด ที่มีอายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลที่ต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานวิจัยที่ตั้งไว้ในข้อที่ 1

2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน

การใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน เพื่อทดสอบปัญหาที่ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเองพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านความรู้ความเข้าใจ ทักษะ การรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ความเสี่ยง

ของสกุลเงินดิจิทัล มีความสัมพันธ์ระหว่าง -0.346 ถึง 0.77 ซึ่งตัวแปรทั้งหมดมีค่าน้อยกว่า 0.80 (พงษ์ศักดิ์ ชิมมอนต์ส, 2560) ตัวแปรในการวิเคราะห์นี้จึงไม่มีความสัมพันธ์กันเอง

2.3 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

	การตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของคนเจนเนอร์เรชั่นแซด					
	B	SE	Beta	t	P-value	VIF
ค่าคงที่ (Constant)	0.605	0.160		3.780	0.000*	
ความรู้ความเข้าใจ	0.254	0.048	0.166	5.342	0.000*	1.133
ทัศนคติ	0.231	0.043	0.259	5.320	0.000*	2.802
การรับรู้ประโยชน์	0.472	0.045	0.513	10.465	0.000*	2.833
การรับรู้ความเสี่ยง	-0.031	0.021	-0.043	-1.445	0.149	1.050
F = 195.818 R ² = 0.665 AdjustR ² = 0.661						

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า (1) ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจ (2) ด้านทัศนคติ (3) ด้านการรับรู้ประโยชน์ มีค่า p-value น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า (1) ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลของคนเจนเนอร์เรชั่นแซด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัล ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ในข้อที่ 2 (2) ทัศนคติของคนเจนเนอร์เรชั่นแซด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัล ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ในข้อที่ 3 และท้ายสุด (3) ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์เกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลของคนเจนเนอร์เรชั่นแซด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัล ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ในข้อที่ 4 นอกจากนี้ การศึกษาพบว่า ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์เกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลของคนเจนเนอร์เรชั่นแซด มีอิทธิพลมากที่สุด ด้วยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Beta) เท่ากับ 0.513 และผลการวิเคราะห์แบบจำลองนี้ สามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 66.5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

7. สรุปผลและอภิปรายผล

การอภิปรายผลการวิจัยอิทธิพลของทัศนคติ ความรู้ และการรับรู้ของคนเจนเนอร์เรชั่นแซดต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลในจังหวัดปทุมธานี จะนำเสนอตามสมมติฐานของการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. อิทธิพลของทัศนคติ ความรู้ และการรับรู้ของคนเจนเนอร์เรชั่นแซดต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลในจังหวัดปทุมธานี จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.1 คนเจนเนอร์เรชั่นแซด ในจังหวัดปทุมธานีที่มีเพศต่างกัน ทำให้การตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลที่ไม่แตกต่างกัน ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงจำนวน 205 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.25 รองลงมาเป็นกลุ่มตัวอย่างเพศชายจำนวน 195 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.75 โดยการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ กษิติศ สังสีเพชร (2564) และผลการวิจัยของ ปารณนาอารี มุฮัมหมัดอัลโคเลซ (2563) พบว่า นักลงทุนที่มีเพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลที่ไม่แตกต่างกัน

1.2 คนเจนเนอร์เรชั่นแซด ในจังหวัดปทุมธานีที่มี อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน ทำให้การตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลแตกต่างกัน ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 22 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้อยู่ในช่วงต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับ อลิสา อีระศักดิ์ดาพงษ์ (2559) พบว่า นักลงทุนในประเทศไทยส่วนมากมีอายุ

อยู่ในช่วง 20-40 ปี มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,000 ถึง 30,000 บาท ที่มีการเลือกใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์

2. ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจของคนเจนเนอร์เรชันแซต ในจังหวัดปทุมธานีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัล

การศึกษานี้ พบว่า ความรู้ความเข้าใจของคนเจนเนอร์เรชันแซต มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัล (ดูจากตารางที่ 6) ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การนำเอาสิ่งที่เป็ความรู้ ไปทำความเข้าใจ วิเคราะห์และคาดคะเนได้ จะช่วยให้การตัดสินใจดีขึ้น โดยผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 291 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.75 ได้คะแนนรวม ตั้งแต่ 13 คะแนน ถึง 18 คะแนน หมายความว่า คนเจนเนอร์เรชันแซต มีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับมาก (ดูจากตารางที่ 1) ซึ่งสอดคล้องกับ กษิตศิ สังสีเพรช (2564) พบว่า ผู้ลงทุนมีความรู้ความเข้าใจด้านเทคโนโลยี และกลไกของเงินดิจิทัล ซึ่งช่วยลดโอกาสในการเกิดความเสียหายจากการลงทุนได้

3. ปัจจัยด้านทัศนคติของคนเจนเนอร์เรชันแซต ในจังหวัดปทุมธานีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัล

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านทัศนคติของคนเจนเนอร์เรชันแซต ในจังหวัดปทุมธานี มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัล (ดูจากตารางที่ 6) ทั้งนี้อาจเกิดจากความรู้สึกรักอยากใช้สกุลเงินดิจิทัลมากกว่าการใช้สกุลเงินปกติในชีวิตประจำวันหรือชื่นชอบที่จะรับฟังข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการใช้สกุลเงินดิจิทัลหรือคนที่มีพฤติกรรมที่รักความสะดวกสบาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย มินตรา เชื้ออ่ำ (2561) กล่าวถึง ทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์มีผลต่อการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ในประเทศไทย

4. ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลของคนเจนเนอร์เรชันแซต ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัล

4.1 ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์เกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลของคนเจนเนอร์เรชันแซต มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัล (ดูจากตารางที่ 6) ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การใช้บริการซื้อสินค้าด้วยระบบกระเป๋าเงินดิจิทัลผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟนที่สามารถใช้ได้ทุกที่ทุกเวลา ทำให้ได้รับความสะดวกมากกว่าการใช้จ่ายด้วย เงินสด ซึ่งคนเจนเนอร์เรชันแซตเป็นคนยุคใหม่ที่มาพร้อมกับเทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ ทำให้ไม่ต้องอาศัยความรู้หรือความพยายามในการทำงานมากเกินไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ พรชัย ชุนหินดา (2561) พบว่า การพัฒนาและการเข้าถึงเทคโนโลยี รวมทั้งความต้องการใช้ประโยชน์เฉพาะด้านเป็นจุดกำเนิดของสกุลเงินดิจิทัล

4.2 ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงสกุลเงินดิจิทัลของคนเจนเนอร์เรชันแซต ในจังหวัดปทุมธานี ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัล (ดูจากตารางที่ 6) ผู้วิจัยมีความเห็นว่า หากมีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารขององค์กร และข้อมูลสินค้าหรือการบริการอย่างทั่วถึงก็จะทำให้เกิดการรับรู้ความเสี่ยงในระดับที่ต่ำ ที่จะนำไปสู่การยอมรับสกุลเงินดิจิทัลต่อไป

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คำนึงถึงเทคโนโลยีทางการเงินที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว อาทิเช่น สกุลเงินดิจิทัลที่มีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงระบบการเงินของโลก อีกทั้งลักษณะบุคคลตามแต่ละช่วงวัย มีพฤติกรรมการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะกลุ่มคนเจนเนอร์เรชันแซต ที่เป็นกลุ่มนักเรียน นักศึกษาและจะกลายเป็นกำลังแรงงานที่สำคัญของประเทศ โดยการศึกษาครั้งนี้ พบว่า คนเจนเนอร์เรชันแซตส่วนมากมีอายุ 18-22 ปี ซึ่งมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลมาก มีการติดตามสื่อที่ให้ความรู้เกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลอยู่เสมอ แสดงให้เห็นถึงความสนใจศึกษาเกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัล ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะว่าควรปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนให้มีวิชาที่เกี่ยวข้องกับสกุลเงินดิจิทัล ที่จะเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของประชาชนมากขึ้น และหากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) สามารถให้ข้อมูลความรู้ที่ถูกต้องและทันสมัยอยู่เสมอกับกลุ่มคนเจนเนอร์เรชันแซตได้ ก็จะเป็นการเลี้ยง

ความเสี่ยงจากการใช้สกุลเงินดิจิทัลได้ อีกทั้งเพื่อเป็นการยกระดับความน่าเชื่อถือของข้อมูลให้แก่ประชาชนที่สนใจ และศึกษาหาข้อมูลความรู้ไปใช้ในการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลในอนาคตต่อไปได้

8.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาข้อมูลวิจัยในเชิงหลายตัวแปรที่มีความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัล เช่น ประสิทธิภาพการใช้สกุลเงินดิจิทัลของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อทราบถึงทัศนคติที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อสกุลเงินดิจิทัล
2. จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยนี้ คือ กลุ่มคนเจนเนอร์เรชั่นแซต ที่เกิดระหว่างปีพ.ศ. 2538 ถึง พ.ศ. 2555 ในจังหวัดปทุมธานี พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความถี่มากในช่วงอายุระหว่าง 18-22 ปี ทำให้ข้อมูลที่ได้ไม่ครอบคลุมสำหรับกลุ่มคนเจนเนอร์เรชั่นแซตทั้งหมด นอกจากนี้ สามารถเพิ่มขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างจากระดับจังหวัดให้เป็นระดับภาค หรือระดับประเทศต่อไปได้

บรรณานุกรม

- กษิตติ์ สันติเพชร. (2564). การตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร. (บทความวิจัย, สาขาการเงินและการธนาคาร, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).
- กิตสุธณ สังขสุวรรณ. (2565). การชำระหนี้ด้วยคริปโทเคอร์เรนซีตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์. นิตยสารบัณฑิต, 78(3), 35-77.
- ธนกิจ บุญลือ และเฉลิมพร เย็นเยือก. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการออมเงินของประชาชนใน จังหวัดปทุมธานี. In Rangsit Graduate Research Conference: RGRC (Vol. 13, pp. 528-539).
- ธานินทร์ ศิลป์ จารุ. (2555). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพมหานคร: บิสิเนสสอาร์แอนด์ดี.
- นุชจรี จินดาวรรณ. (2559). การทดสอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง กรณีศึกษา ลูกค้านาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดพัทลุง. (วิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์).
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2520). ทัศนคติ: การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.
- ปรารณนอารี มุฮัมหมัดอัลคอลเลซ. (2563). การยอมรับเทคโนโลยีพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของผู้บริโภคในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์, หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ, คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- ปัญญาพงศ์ ลอยไสว. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนบิตคอยน์ในประเทศไทย. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์).
- พงษ์ศักดิ์ ชิมมอนด์ส. (2560). การทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นตรง. Journal of Research and Curriculum Development, 20-37.
- พรชัย ขุนหินดา. (2561). บทเรียนจากทศวรรษแรกของคริปโทเคอร์เรนซี. e-jodil, 8(1), 1-28.
- มินตรา เชื้ออ่ำ. (2561). การรับรู้และทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) ในประเทศไทย. วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์, 1(3), 83-97.
- ลักขณา หนูมี. (2557). ความรู้และความเข้าใจของนักบัญชีธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในอำเภอเชียงใหม่ ต่อมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 18 (ปรับปรุง 2552) เรื่องรายได้. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- วุฒิชัย จานงค์. (2523). พฤติกรรมการตัดสินใจ. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา.
- สร้อย ดาราวงษ์. (2544). ความรู้ความเข้าใจและการปฏิบัติตามกฎหมายจราจรของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).

- สำนักงานสถิติจังหวัดปทุมธานี (2564). รายงานสถิติจังหวัดปทุมธานี พ.ศ. 2564. สืบค้นเมื่อ 2 ธันวาคม 2566, จาก <https://pathumthani.nso.go.th/images/ebook/plan/presen2564.pdf>
- สิริสุตา รอดทอง. (2556). ความตั้งใจในการดาวน์โหลดโมบายแอปพลิเคชันของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในกลุ่มสมาร์ทโฟน. (วิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- สุวิมล ชัยสุรัตน์. (2537). *หลักการตลาด*. กรุงเทพมหานคร: ภูมิบัณฑิตการพิมพ์.
- สุวิมล ติรณานนท์. (2557). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ*. (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อริญชัย วีระคุณนันท์. (2561). 'สกุลเงินดิจิทัล' มูลค่าแท้จริงอยู่ที่ความเชื่อมั่น. สืบค้นเมื่อ 18 พฤศจิกายน 2566, จาก <https://themomentum.co/cryptocurrency-bitcoin-feature/>
- อลิตา คุ่มเขต. (2562). *ทัศนคติต่อสกุลเงินดิจิทัล (Cryptocurrency) ของประชากรวัยทำงานที่สนใจการลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).
- อลิสสา อีระศักดิ์ดาพงษ์. (2559). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้งาน Bitcoin*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- Barnard, C. I. (1938). *The Functions of the Executive*. Cambridge: Harvard Univer.
- Bauer, R. A. (1960). *Consumer Behavior as Risk Taking*. In Proceedings of the 43rd National Conference of the American Marketing Association, June 15, 16, 17, Chicago, Illinois, 1960. American Marketing Association.
- Cronbach, Lee J. (1990). *Essentials of Psychological Testing* (5th ed.). New York: Harper Collins.
- Cross-Bystrom, A. (2010). *What you need to know about generation Z interactive*. Access June 20, 2022. Available from: <http://www.imediaconnection.com/content/27425.asp>
- Cunningham, M. S. (1967). *The Major Dimensions of Perceived Risk*. Risk taking and information handling in consumer behavior, 82-108.
- Hatthasak, M. (2006). *Creating Knowledge and Understanding of Learning and Teaching: Learning and Understanding Generation Y*. Access June 20, 2022. Available from: http://regis.rmutp.ac.th/km_regis/stock/2557/2-57.ppt
- Herzberg, F. (1959). *The Motivation to Work*. New York: John Wiley and Sons.
- Likert, R. (1967). *New Patterns of Management*. New York: McGraw-Hill.
- Maslow, A. H. (1970). *Motivation and Personality* (2nd ed.). New York: Harper and Row.
- Richard, M. O., & Chebat, J. C. (2016). *Modeling online consumer behavior: Preeminence of emotions and moderating influences of need for cognition and optimal stimulation level*. Journal of Business Research, 69(2), 541-553.
- Schroer, W. J. (2008). *Generations X, Y, Z and the Others*. The Portal, 40, 9. Access June 20, 2022. Available from: https://s3.amazonaws.com/rdcmsiam/files/production/public/newimages/portalpdfs/2008_03_04.pdf
- Simon, H.A. (1966). *Administrative Behavior: A Study of Decision-Making Processes in Administrative Organization*. New York: The Free Press.
- Xu, H., Teo, H. H., & Tan, B. (2005). *Predicting the Adoption of Location-Based Services: The Role of Trust and Perceived Privacy Risk*. ICIS 2005 Proceedings. Paper 71.