

อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยี ความไว้วางใจของผู้ใช้งาน และการรับรู้
ความเสี่ยงที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของผู้บริโภค
ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

Effect of Technology Acceptance User Trust and Perceived Risk
Toward Consumer Cryptocurrency Investment Decision
in Mueang Chiang Mai District, Chiang Mai Province

อรอนงค์ ฉอ้อนโฉม¹ กัลยา ใจรักษ์² และกรวีร์ ชัยอมรไพศาล³
Onanong Chaonchom¹, Kallaya Jairak² and Korraevee Chai-amonphaisal³

Received: November 24, 2023

Revised: February 6, 2024

Accepted: February 7, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ 2) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล ส่วนใหญ่รู้จักสกุลเงินดิจิทัลจากเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำมากที่สุด มีประสบการณ์การลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลมากกว่า 1 ปี ผลตอบแทนเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลมากที่สุด เงินที่ใช้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลมาจากเงินออม ปริมาณเงินลงทุนของผู้บริโภคที่มากที่สุดที่เคยลงทุนอยู่ที่ 40,615.16 บาท สกุลเงิน BTC (Bitcoin) ถือเป็นสกุลเงินดิจิทัลที่ผู้บริโภคเลือกลงทุนมากที่สุด ให้ความสำคัญกับปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยความไว้วางใจของผู้ใช้งาน และปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงตามลำดับ

ทั้งนี้ ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีเป็นปัจจัยสามารถพยากรณ์ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ได้ร้อยละ 80 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีค่าสัมประสิทธิ์ในการพยากรณ์เท่ากับ 0.64

คำสำคัญ: สกุลเงินดิจิทัล การยอมรับเทคโนโลยี ความไว้วางใจของผู้ใช้งาน การรับรู้ความเสี่ยง

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
e-mail: chch.onanong@gmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ e-mail: kallaya_jai@gmail.com

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ e-mail: pokpok50@hotmail.com

Abstract

The purposes of this research were: 1) to study the investment behavior in digital currencies of consumers in Mueang Chiang Mai District, Chiang Mai Province, and 2) to investigate the factors influencing investment decisions in digital currencies of consumers in Mueang Chiang Mai District, Chiang Mai Province. Data from 385 respondents were analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple linear regression methods. The results of the study revealed that the majority of cryptocurrency investors become acquainted with digital currencies primarily through recommendations from friends or acquaintances. Most of them had over one year of investment experience in cryptocurrencies, with returns being the primary factor influencing their decision to invest. The main source of investment capital was savings, with the largest investment amounting to 40,615.16 baht. Bitcoin was the most preferred cryptocurrency for consumers. Furthermore, placing the utmost importance on the technology acceptance factor, followed by user trust and risk perception. Technology acceptance was a significant predictor of investment decisions in digital currencies among the consumers in Mueang Chiang Mai District, Chiang Mai Province, with 80% statistical significance at the 0.05 level, and a determination coefficient of 0.64.

Keywords: Cryptocurrency, Technology Acceptance, User Trust, Risk Perception

บทนำ

ปัจจุบันทั่วโลกมีการใช้สกุลเงินดิจิทัลมากกว่า 10,000 สกุลเงิน ซึ่งเป็นที่น่าจับตามอง เนื่องจากสกุลเงินดิจิทัลแม้ว่าจะไม่สามารถจับต้องได้เหมือนสกุลเงินอื่น ๆ แต่ผู้คนกลับให้ความสนใจและมีการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลเป็นจำนวนมาก สำหรับประเทศไทย ในช่วงที่ผ่านมาคนไทยเริ่มให้ความสนใจและตัดสินใจที่จะลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น จากผลการวิจัยตลาดสกุลเงินดิจิทัลของอิปซอสส์ ซึ่งเป็นหน่วยงานวิจัยทางการตลาดและการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนพบว่า คนไทยมีความสนใจในการลงทุนสกุลเงินดิจิทัลอยู่ที่อัตราร้อยละ 68 ส่วนใหญ่เป็นการเทรดเงินสกุล Bitcoin โดยมีสาเหตุมาจากความต้องการผลกำไรที่รวดเร็ว นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่า กลุ่มคนในช่วงอายุ 18 - 29 ปี ถือเป็นกลุ่มที่ให้ความสนใจในการลงทุนมากที่สุด อยู่ที่อัตราร้อยละ 72 แม้ไม่เคยมีการลงทุนมาก่อน (อิปซอสส์ เปิดผลวิจัย 1 ใน 3 ของคนไทยสนใจซื้อบิทคอยน์, 2564)

แม้ว่าภาพรวมการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลเพิ่มขึ้นและได้รับความสนใจจากนักลงทุนมากขึ้น แต่พบว่า ยังมีความกังวลและไม่เปิดใจที่จะยอมรับเทคโนโลยีใหม่ เนื่องจากยังมีการยึดติดกับเทคโนโลยีเก่าและขาดความเข้าใจในการใช้งาน การลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลยังเผชิญกับความเสี่ยง และความผันผวนสูงของราคาสกุลเงินดิจิทัล อีกทั้งธนาคารแห่งประเทศไทยยังไม่ได้มีการรับรองการซื้อขายการลงทุน

ในสกุลเงินนี้ และไม่สามารถนำมารับชำระหนี้ได้ตามกฎหมาย แต่ถือว่าไม่ผิดกฎหมายแต่อย่างใด ซึ่งรัฐบาลไทยมองเห็นถึงผลกระทบดังกล่าว จึงได้มีการออกพระราชกำหนดเพื่อกำกับธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล ในปี พ.ศ. 2561 ภายใต้การควบคุมของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) เพื่อให้การระดมทุนผ่านสินทรัพย์ดิจิทัลและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องมีความโปร่งใส และตรวจสอบได้ (ขวัญชนก โชคชัยวงศ์, 2565)

จะเห็นได้ว่าการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลนั้น ยังถือว่าเป็นสิ่งใหม่ที่เพิ่งเกิดขึ้นในระยะเวลาไม่นาน ยังมีโอกาสที่จะเติบโตและเกิดการแข่งขันได้อีกมากในอนาคต ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วยการรับรู้ถึงประโยชน์ ความง่ายในการใช้งาน ทศนคติที่มีต่อการใช้งาน ความตั้งใจที่จะใช้งาน การใช้งานจริง อิทธิพลทางสังคม ความไว้วางใจของผู้ใช้งาน ประกอบด้วยความไว้วางใจด้านความเป็นส่วนตัว ความไว้วางใจด้านความปลอดภัย การรับรู้ความเสี่ยง ประกอบด้วยความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพการใช้งาน ความเสี่ยงด้านสังคม ความเสี่ยงด้านจิตใจ และความเสี่ยงด้านระยะเวลา โดยจะศึกษาในเขตพื้นที่อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากการผลักดันนโยบายการเป็นเมืองบล็อกเชนแห่งแรกของเมืองไทย นำไปสู่โครงการเชียงใหม่คริปโตซิตี (Chiangmai Crypto City) เพื่อการพัฒนาธุรกิจดิจิทัลและการสร้างบริบทที่เอื้อให้สตาร์ทอัพท้องถิ่นเติบโต (เชียงใหม่คริปโตซิตี ยกระดับเมืองด้วยเทคโนโลยี, 2565) ทั้งนี้ยังสามารถนำผลการวิจัยมาเป็นแนวทางในการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลสำหรับผู้สนใจ และวางแผนการให้บริการแลกเปลี่ยนสกุลเงินสำหรับผู้ให้บริการ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของผู้ลงทุนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของผู้ลงทุนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 การยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของผู้ลงทุนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

สมมติฐานที่ 2 ความไว้วางใจของผู้ใช้งานมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของผู้ลงทุนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

สมมติฐานที่ 3 การรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของผู้ลงทุนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ปัจจัยความไว้วางใจของผู้ใช้งาน และปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง โดยการวัดหน่วยข้อมูลในลักษณะมาตรวัดอันตรายภาค

ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของผู้บริโภค โดยการวัดหน่วยข้อมูลในลักษณะมาตรวัดอันตรายภาค

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากร คือ ประชากรที่เคยลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการศึกษา คือ 9 เดือน ตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2565 ถึงมิถุนายน พ.ศ. 2566

ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ในการศึกษา คือ เขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

การทบทวนวรรณกรรม

การลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล (Digital Currency)

กษิติศ สังสีเพชร (2564) สรุปความหมายของการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของนักลงทุน คือ การใช้คอมพิวเตอร์แก้ไขทางคณิตศาสตร์เพื่อนำเหรียญในสกุลเงินดิจิทัลออกมา และการซื้อขายบนแพลตฟอร์มเพื่อคาดหวังผลตอบแทนในรูปแบบของกำไรในอนาคต

ทั้งนี้ การตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล ผู้ลงทุนต้องมีความรู้ความเข้าใจทางการเงิน (Financial Literacy) ซึ่งจะช่วยให้การลงทุนมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น ความเข้าใจถึงความเสี่ยงที่เกิดจากการลงทุน ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีบล็อกเชน (Blockchain) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ถูกออกแบบมาเพื่อรองรับการทำธุรกรรมและการแลกเปลี่ยนข้อมูลในรูปแบบที่ปลอดภัย เป็นต้น ซึ่งบรมกิจ ดอนละคร และนรชัย อรินตะทราย (2561) ได้ศึกษาการเปิดรับเทคโนโลยีบล็อกเชน พบว่า นิสิตและบุคลากรในมหาวิทยาลัยนเรศวร มีการเปิดรับเทคโนโลยีบล็อกเชนเพื่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล และการเปิดรับเทคโนโลยีบล็อกเชนมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล นอกจากนี้ เซา์และจาง (Zhao & Zhang, 2021) พบว่า ความรู้ทางการเงินและประสบการณ์การลงทุนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล โดยเฉพาะอย่างยิ่งการถือครองสินทรัพย์ที่มีความเสี่ยง มีผลเป็นสื่อกลางที่สำคัญระหว่างความรู้ทางการเงินส่วนบุคคลและพฤติกรรมการลงทุนสกุลเงินดิจิทัล

แนวคิดการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model)

เดวิส และคนอื่น ๆ (Davis, et al., 1989) เสนอแนวคิดการยอมรับเทคโนโลยีซึ่งเป็นแนวคิดที่ได้รับการยอมรับและใช้กันอย่างกว้างขวาง จึงนำแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีนี้มาปรับใช้

กับงานวิจัยเพื่อศึกษาอิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบไปด้วยการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ทักษะคติในการใช้งาน ความตั้งใจในการใช้งาน การใช้งานจริง และอิทธิพลทางสังคม

ทั้งนี้ ยังมีนักวิชาการหลายท่าน ได้มีการประยุกต์ใช้แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี ของเดวิส บาร์โกซี และวอร์ซอ กับทฤษฎีอื่น ๆ เพื่อเพิ่มปัจจัยที่คาดว่าจะส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี โดยเสาวลักษณ์ พูลทรัพย์ (2562) ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระเงินกองทุนประกันสังคมผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ของสำนักงานประกันสังคม ได้เพิ่มปัจจัยที่คาดว่าจะส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี คือ ความไว้วางใจของผู้ใช้งาน ซึ่งปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระเงินกองทุนประกันสังคมผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ของสำนักงานประกันสังคม เช่นเดียวกับธนัญชัย กาฬเนตร และยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2564) ศึกษาเรื่องโมเดลการยอมรับเทคโนโลยีและความไว้วางใจที่มีผลต่อการใช้บริการ เอสซีบีอี พบว่า ปัจจัยที่เพิ่มเข้ามาในทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี การใช้บริการเอสซีบีอี

ดังนั้น สามารถประยุกต์แนวคิดการยอมรับเทคโนโลยีของเดวิส และคนอื่น ๆ (Davis et al., 1989) รวมถึงทฤษฎีของเสาวลักษณ์ พูลทรัพย์ (2562) ธนัญชัย กาฬเนตร และยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2564) มาเป็นตัวแปรในการศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วยการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน (Perceived Usefulness) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ทักษะคติในการใช้งาน (Attitude toward Using) ความตั้งใจในการใช้งาน (Behavior Intention to Use) การใช้งานจริง (Actual System Use) และอิทธิพลทางสังคม (Social Influence)

แนวคิดความไว้วางใจของผู้ใช้งาน (User Trust Factor)

มอร์แกน และฮันท์ (Morgan & Hunt, 1994) กล่าวว่า ความไว้วางใจถูกกำหนดให้เป็น ความเชื่อมั่นในความน่าเชื่อถือและความซื่อสัตย์ของคู่ค้า โดยที่สามารถประเมินได้เมื่อผู้บริโภครับสินค้า และการให้บริการโดยมีการเปรียบเทียบกับสัญญาที่ผู้ให้บริการได้ให้ไว้ ขณะที่ผู้ให้บริการจะได้รับความเชื่อมั่นจากผู้บริโภคแตกต่างกัน ความไว้วางใจถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการลดความเสี่ยงของการตัดสินใจซื้อและความผูกพันในระยะยาว ซึ่งประกอบไปด้วย 4 องค์ประกอบ คือ ความซื่อสัตย์ (Integrity) สมรรถนะ (Competency) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) และความสัมพันธ์ (Concern)

ทั้งนี้ ศศิธร พุ่มขจร (2563) ศึกษาถึงความเสี่ยงในการใช้ระบบพร้อมเพย์ โดยมีการศึกษาปัจจัยของความไว้วางใจ ประกอบไปด้วยความไว้วางใจด้านความเป็นส่วนตัว และความไว้วางใจด้านความปลอดภัย เนื่องจากทั้งสองด้านเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้งานระบบเกิดความไว้วางใจในการใช้งาน และเกิดความเชื่อใจ ความมั่นใจมากกว่าความวิตกกังวล และวรวิรี เจริญธนเกียรติ (2560) ศึกษาการรับรู้ประโยชน์ของการช้อปปิ้งออนไลน์ โดยมีการศึกษาปัจจัยความไว้วางใจของผู้ใช้งาน คือ ด้านความเป็นส่วนตัว และความปลอดภัยในการทำธุรกรรม

ดังนั้น สามารถประยุกต์แนวคิดความไว้วางใจของผู้ใช้งานของมอร์แกน และฮันท์ (Morgan & Hunt, 1994) รวมถึงทฤษฎีของศศิธร พุ่มขจร (2563) และวรวิรี เจริญธนเกียรติ (2560)

มาเป็นตัวแปรในการศึกษาปัจจัยความไว้วางใจของผู้ใช้งาน (User Trust Factor) ประกอบด้วย ความไว้วางใจด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy Trust) และความไว้วางใจด้านความปลอดภัย (Safety Trust)

แนวคิดการรับรู้ความเสี่ยง (Risk perception factors)

เมนโดซา เทลโล และโมรา (Mendoza-Tello & Mora, 2019 อ้างถึงใน ปัญจพงศ์ ลอยไสว, 2563) กล่าวว่า ความเสี่ยงเกิดจากปัจจัยหลาย ๆ ปัจจัย เช่น ความเสี่ยงจากการถูกโจมตี ความเสี่ยงที่เกิดจากความล่าช้าของข้อมูล ความเสี่ยงที่เกิดจากความผันผวนของราคาที่ได้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้เกิดความเสี่ยงของสกุลเงินดิจิทัลที่มากกว่าสกุลเงินดั้งเดิม โดยความผันผวนดังกล่าวนำไปสู่การทำธุรกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงรุนแรง สาเหตุของความเสี่ยงมีสาเหตุมาจากหลายปัจจัย

ปรารณอาารี มูฮัมหมัดอัลโคลเลซ (2563) ระบุว่า การรับรู้ความเสี่ยง หมายถึง กระบวนการแปลความหมายของสิ่งต่าง ๆ ที่มากระทบกับประสาทสัมผัสของบุคคล โดยการแปลความหมายนั้นขึ้นอยู่กับประสบการณ์ในอดีตและสภาพจิตใจในปัจจุบัน

ทั้งนี้ ศศิธร พุ่มขจร (2563) ศึกษาความเสี่ยงในการใช้ระบบพร้อมเพย์ โดยนำทฤษฎีของเดมิเรโดเจน และคนอื่น ๆ (Demirdogen, et al., 2010) มาใช้ในงานวิจัยที่ศึกษาความเสี่ยงในการใช้ระบบพร้อมเพย์

ดังนั้น สามารถประยุกต์ทฤษฎีการรับรู้ความเสี่ยงของศศิธร พุ่มขจร (2563) และเดมิเรโดเจน และคนอื่น ๆ (Demirdogen, et al., 2010) มาเป็นตัวแปรในการศึกษาปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง (Risk Perception Factors) ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk) ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพการใช้งาน (Performance Risk) ความเสี่ยงทางด้านสังคม (Social Risk) ความเสี่ยงด้านจิตใจ (Psychological Risk) และความเสี่ยงด้านระยะเวลา (Time Risk)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

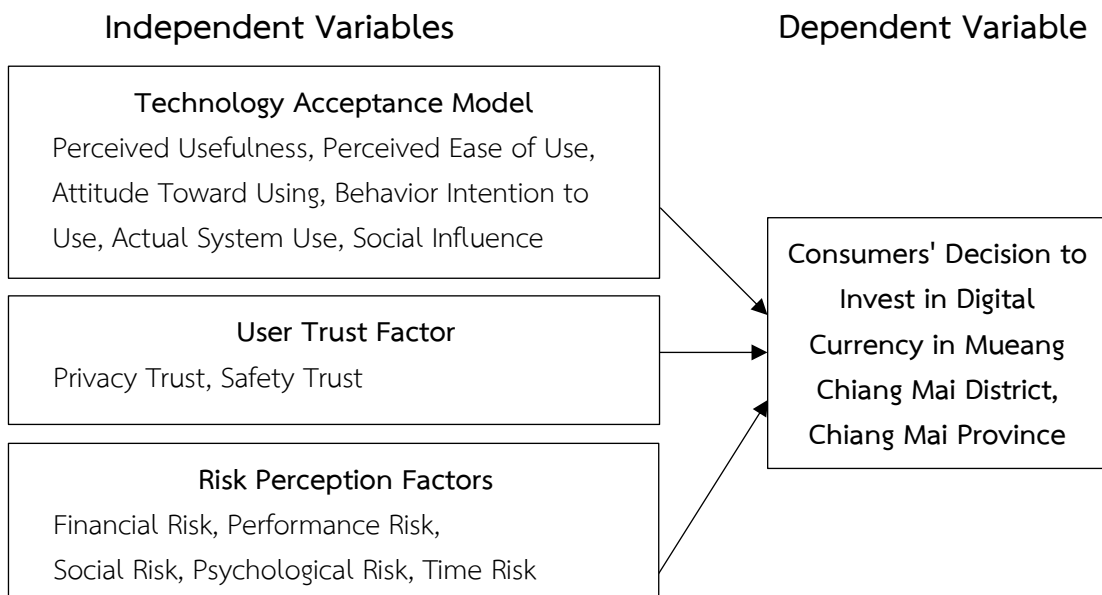


Figure 1 A Conceptual Framework

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ได้รับการพิจารณาเข้าข่ายการพิจารณาแบบยกเว้น และการวิจัยที่จะดำเนินการ มีความสอดคล้องกับหลักจริยธรรมสากล ตลอดจนกฎหมายข้อบังคับและข้อกำหนดภายในประเทศ หมายเลขรับรอง (Certificate Number) : IRBCMRU 2023/092.21.03

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ประชากรที่เคยลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่ชัด

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่มีประสบการณ์ในการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 385 ราย โดยใช้วิธีการคำนวณจากสูตรของคอคแรน (Cochran, 1977) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ (Accidental Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของผู้บริโภค

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ปัจจัยความไว้วางใจของผู้ใช้งาน และปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของผู้บริโภค

2.2 ผลการวิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือโดยการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน พบว่า ค่าดัชนีความสอดคล้องและความเที่ยงตรง (Item Objective Congruence Index: IOC) มีค่าเท่ากับ 0.94 ซึ่งสอดคล้องและเที่ยงตรงที่สามารถยอมรับได้

2.3 การทดสอบความเชื่อมั่นด้วยการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ราย พบว่า ค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ที่คำนวณด้วยวิธีของครอนบาค (Cronbach) มีค่าเท่ากับ 0.963

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คือ เก็บข้อมูลในรูปแบบออนไลน์ ดังนี้

3.1 สร้างแบบสอบถามออนไลน์ผ่านกูเกิลฟอร์ม (Google Form) โดยกำหนดเงื่อนไขในการตอบแบบสอบถาม คือ ต้องเคยลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล และอาศัยอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

3.2 ส่งลิงก์แบบสอบถามไปยังช่องทางต่าง ๆ เช่น กลุ่มผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลในเฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) อีเมล (Email) เป็นต้น เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ตรงตามเงื่อนไข

4. การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วยค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน คือ การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ใช้วิธีการคัดเลือกตัวแปรโดยใช้วิธีนำตัวแปรเข้าทั้งหมด (Enter Regression)

ผลการวิจัย

จากการศึกษาอิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยี ความไว้วางใจของผู้ใช้งาน และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ สามารถแสดงผลการวิเคราะห์ที่ได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

Table 1 Summary of Frequency and Percentage of General Information.

General Information	N = 385	
	Frequency	Percentage
1. Gender		
Male	204	52.99
Female	181	47.01
2. Age		
25 – 25 Years Old	119	30.91
26 – 30 Years Old	109	28.31

General Information	N = 385	
	Frequency	Percentage
31 – 35 Years Old	56	14.55
36 – 40 Years Old	63	16.36
More Than 41 Years Old	38	9.87
3. Marital Status		
Single	247	64.16
Married with Children	75	19.48
Married without Children	49	12.73
Divorced/Separated	14	3.64
4. Education		
Undergraduate	30	7.80
Bachelor's Degree	325	84.42
Master's Degree	30	7.80
5. Occupation		
Government Employee/State Enterprise Employee	33	8.57
Private Company Employee	230	59.74
Self-employed/Entrepreneur	91	23.64
Student	31	8.05

จาก Table 1 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 52.99 มีอายุตั้งแต่ 20 - 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.91 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 64.16 มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 84.42 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 59.74 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเฉลี่ย 10,000 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.68

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

Table 2 Summary of Frequency and Percentage of Investment Behavior in Digital Currencies among Consumers in Mueang Chiang Mai District, Chiang Mai Province.

Investment Behavior in Digital Currencies among Consumers	N = 385	
	Frequency	Percentage
1. How did you learn about digital currencies?		
Introduction by bank employees.	11	2.86
Recommendations from friends/acquaintances.	203	52.73
Brochures/Posters.	34	8.83

Investment Behavior in Digital Currencies among Consumers	N = 385	
	Frequency	Percentage
Advertisements on websites.	125	32.47
Television advertisements.	12	3.12
2. How long have you been investing in digital currencies?		
Less than 1 week.	49	12.73
1 week to 1 month.	45	11.69
2 - 3 months.	35	9.09
4 - 6 months.	45	11.69
7 - 12 months.	33	8.57
More than 1 year.	178	46.23
3. Factors influencing your choice to invest in digital currencies.		
Return on investment.	239	62.08
Ease of use.	35	9.09
Convenience.	46	11.95
Readiness of investment capital.	45	11.69
Knowledge and understanding of investment concepts and skills.	20	5.19
4. Sources of funds for your investment in digital currencies.		
Savings	375	97.40
Loans	10	2.60
5. Currently, which digital currencies do you hold? (You can choose more than one option)		
BTC (Bitcoin)	198	25.06
ETH (Ethereum)	117	14.81
DOGECOIN	58	7.34
LUNA	88	11.14
SHIBA	39	4.94
ADA	29	3.67
XRP	39	4.94
DOT	19	2.41
Kubcoin	106	13.42
BNB	56	7.09
Other	41	5.19

จาก Table 2 ผลการศึกษา พบว่า พฤติกรรมการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ รู้จักสกุลเงินดิจิทัลจากเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.73 ส่วนระยะเวลาการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล พบว่า มีประสบการณ์การลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลมากกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.23 ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเลือกลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล พบว่า ผลตอบแทนเป็นปัจจัยที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเลือกลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.08 โดยแหล่งที่มาของเงินลงทุนที่ใช้ลงทุน พบว่า มาจากเงินออม คิดเป็นร้อยละ 97.40 สกุลเงินดิจิทัลที่มีการถือครองในปัจจุบันของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า 3 อันดับแรกที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ลงทุน คือ BTC (Bitcoin) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.06 รองลงมาลงทุนใน ETH (Ethereum) คิดเป็นร้อยละ 14.81 ลำดับต่อมาลงทุนใน Kubcoin คิดเป็นร้อยละ 13.42 สำหรับปริมาณเงินมากที่สุดที่ใช้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า มีปริมาณเงินลงทุนอยู่ที่ 40,615.16 บาท

3. ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ปัจจัยความไว้วางใจของผู้ใช้งาน ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง และการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของผู้บริโภค

Table 3 Summary of Mean and Standard Deviation of Technology Acceptance Model, User Trust Factor, Risk Perception Factors and Consumer Decision Making in Digital Currency Investment

Technology Acceptance Model	$\bar{X}$	S.D.	Level of Opinion	Ranking
Perceived Usefulness	3.59	0.57	High	5
Perceived Ease of Use	3.94	0.58	High	1
Attitude toward Using	3.74	0.53	High	4
Behavior Intention to Use	3.46	0.58	High	6
Actual System Use	3.87	0.56	High	2
Social Influence	3.80	0.59	High	3
Average Value	3.73	0.48	High	
User Trust Factor	$\bar{X}$	S.D.	Level of Opinion	Ranking
Privacy Trust	3.62	0.59	High	1
Safety Trust	3.62	0.59	High	1
Average Value	3.62	0.59	High	
Risk Perception Factors	$\bar{X}$	S.D.	Level of Opinion	Ranking
Financial Risk	3.75	0.58	High	1
Performance Risk	3.29	0.69	Medium	3
Social Risk	3.28	0.66	Medium	4
Psychological Risk	3.46	0.58	High	2
Time Risk	3.26	0.71	Medium	5
Average Value	3.41	0.54	High	

Consumer Decision Making in Digital Currency Investment	$\bar{X}$	S.D.	Level of Opinion	Ranking
Awareness of Needs	3.87	0.68	High	3
Information Retrieval	3.95	0.83	High	1
Option Evaluation	3.89	0.74	High	2
Investment Decision Making	3.68	0.73	High	4
Post-Investment Behavior	3.61	0.73	High	5
Average Value	3.80	0.57	High	

จาก Table 3 พบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model) กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านการรับรู้ถึงความสะดวกในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ปัจจัยความไว้วางใจของผู้ใช้งาน (User Trust Factor) กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญมากที่สุด ทั้ง 2 ด้าน คือ ด้านความไว้วางใจด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy Trust) และด้านความไว้วางใจด้านความปลอดภัย (Safety Trust) ส่วนปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง (Risk Perception Factors) ที่กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk) และการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของผู้บริโภค (Consumer Decision Making in Digital Currency Investment) กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญในระดับมากทุกด้าน โดยให้ความสำคัญกับการค้นหาข้อมูล (Information Retrieval) เป็นอันดับแรก

4. ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานการวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

Table 4 Summary of Linear Enter Regression Analysis Predicting Consumers' Decision to Invest in Digital Currency in Mueang Chiang Mai District, Chiang Mai Province

Factor	Consumers' Decision to Invest in Digital Currency in Mueang Chiang Mai District, Chiang Mai Province						
	b	S.E.	β	t	Sig	Tolerance	VIF
Technology Acceptance Model	0.97	0.05	0.80	20.63	0.000*	0.62	1.62
User Trust Factor	0.05	0.05	0.05	1.04	0.300	0.44	2.29
Risk Perception Factors	-0.07	0.04	-0.07	-1.61	0.109	0.53	1.89
(Constant)	0.25	0.15	-	1.67	0.096	-	-

R = 0.80 R² = 0.64 Adjusted R² = 0.64 Std. Error of the Estimate = 0.34312

F = 228.60 Sig = 0.000 * The statistical significance level is set at 0.05.

จาก Table 4 ผลจากการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณด้วยวิธี (Enter) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ($R = 0.80$) สามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 64.0 ($R^2_{adj} = 0.64$) คือ ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี (Beta = 0.80) เพียงปัจจัยเดียว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถเขียนสมการได้ดังนี้ $Y' = 0.25 + 0.97$ (ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี)

อภิปรายผล

จากการทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ คือ **ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี** ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของผู้ลงทุนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ อาจเนื่องมาจากการยอมรับเทคโนโลยีเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความสนใจอยากใช้เทคโนโลยี โดยที่ผู้บริโภคจะมีการวางแผนและวิเคราะห์ที่จะเรียนรู้และเปิดรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ เมื่อมีการได้ทดลองใช้งานแล้วเกิดความพึงพอใจ สามารถนำไปสู่การยอมรับเทคโนโลยี อีกทั้งความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในปัจจุบันสามารถเข้าถึงและใช้งานได้อย่างง่าย การที่ผู้บริโภครับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานและประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้งานเทคโนโลยีใหม่ โดยบุคคลสามารถเรียนรู้การใช้งานเทคโนโลยีใหม่ได้ด้วยตนเอง สอดคล้องกับเกียรติกร์ เทียนธรรมชาติ (2561) ที่พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับใช้เงินดิจิทัล (บิทคอยน์) ของผู้บริโภคกลุ่ม Millennials ในกรุงเทพมหานคร โดยจะมีการหาข้อมูล มีการพิจารณาอย่างถี่ถ้วน และเปรียบเทียบเพื่อให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุด ทำให้มีความง่ายในการใช้งาน เช่น ความง่ายในการศึกษาหรือลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล และปรารณาอารี มุฮัมมัดอัลโคลเลซ (2563) ที่พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของผู้บริโภคในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เนื่องจากผู้บริโภครับรู้ถึงประโยชน์ ความง่ายต่อการใช้งานสกุลเงินดิจิทัลที่สามารถช่วยลดขั้นตอนในการซื้อสินค้าได้ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับกุปตะ และคนอื่น ๆ (Gupta, et al., 2021) ที่ได้กล่าวถึง การรับรู้ของผู้ลงทุนเกี่ยวกับความพร้อมของเทคโนโลยีจะช่วยสนับสนุนให้มีการใช้สกุลเงินดิจิทัล

ปัจจัยความไว้วางใจของผู้ใช้งาน ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องมาจากการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลนั้น มีการทำงานบนเทคโนโลยีที่มีชื่อว่าบล็อกเชน (Blockchain) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ได้รับการยอมรับว่ามีความปลอดภัยสูงและยากต่อการปลอมแปลง ส่งผลให้ความเสี่ยงถูกโจรกรรมน้อยมาก ด้วยเหตุนี้อาจทำให้ผู้บริโภคมีความเห็นว่า ระบบที่ให้บริการในการลงทุนปัจจุบันมีความทันสมัย และมีความปลอดภัยสูง ถูกยอมรับจากทั่วโลก จึงไม่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของผู้บริโภค สอดคล้องกับจิรายุทธ์ ธารธรรุ่งเรือง (2563) ที่พบว่า ด้านความไว้วางใจไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของธนาคารแห่งประเทศไทย รวมถึงกษิติศ สังสีเพชร (2564) ที่พบว่า ผู้ลงทุนควรมีความรู้ความเข้าใจด้านเทคโนโลยีและกลไกของเงินดิจิทัลทำให้เกิดความไว้วางใจในการใช้งาน โดยจะช่วยให้รู้เท่าทันการลงทุนและลดโอกาสในการเกิดความเสียหายจากการลงทุนได้

นอกจากนี้ กษมา จินกุล (2562) ยังพบว่า ความไว้วางใจด้านความเป็นส่วนตัวและด้านความปลอดภัย ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา

ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องมาจากการที่ผู้บริโภคไม่รู้สึกกังวลถึงความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น โดยที่ผู้บริโภคอาจมีความเชื่อมั่นและมั่นใจในเรื่องของระบบและเทคโนโลยีบล็อกเชน (Blockchain) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ช่วยนำมาซึ่งความปลอดภัย น่าเชื่อถือ ความปลอดภัยของข้อมูลที่ไม่สามารถแก้ไขได้ ความโปร่งใสของข้อมูลที่ทุกฝ่ายสามารถเห็นข้อมูลเดียวกันได้ การเพิ่มประสิทธิภาพในการลดคนกลาง นอกจากนี้ ยังรวมถึงการที่ผู้บริโภคเคยมีประสบการณ์การลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลอยู่แล้ว ทำให้ประสบการณ์นั้นไปลดความสำคัญของการรับรู้ความเสี่ยง สอดคล้องกับฮงและชา (Hong & Cha, 2013) ที่พบว่า หากผู้บริโภคเชื่อมโยงความเสี่ยงระดับสูงกับธุรกรรมออนไลน์ ระดับความไว้วางใจจะส่งผลให้ทำธุรกรรมทางการเงินเพิ่มมากขึ้น และสอดคล้องกับแนวคิดของกิจชัยยะ สุรารักษ์ (2562) ที่พบว่า การส่งต่อข้อมูลบันทึกทางธุรกรรมต่าง ๆ ที่ถูกเข้ารหัสแล้วไม่มีการเปิดเผยตัวตนของบัญชีผู้ใช้งานเป็นการรักษาความมั่นคงและปลอดภัยให้แก่ผู้ใช้งาน และแนวคิดของกษิตศ สันสีเพชร (2564) ที่กล่าวว่า ความเชื่อถือยุคดิจิทัลอยู่ที่การเขียนโปรแกรมที่ชาญฉลาด ระบบรักษาความปลอดภัยที่มั่นคง บล็อกเชน (Blockchain) ที่นำมาซึ่งความเชื่อมั่นในระบบอิเล็กทรอนิกส์ การเข้ารหัสอัลกอริทึมที่มีความมั่นคงปลอดภัย สร้างความเชื่อมั่นอย่างสูง

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

บทสรุป

พฤติกรรมการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักสกุลเงินดิจิทัลจากเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ มีประสบการณ์การลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลมากกว่า 1 ปี มีผลตอบแทนเป็นปัจจัยที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเลือกลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลมากที่สุด โดยใช้เงินออมในการลงทุนที่ใช้ลงทุนถือครองสกุลเงิน BTC (Bitcoin) ใช้แพลตฟอร์ม Kubcoin ในการแลกเปลี่ยน และมีปริมาณเงินลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลโดยเฉลี่ย 40,615.16 บาท โดย**ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี**ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านการรับรู้ถึงความสะดวกในการใช้งาน รองลงมาคือ ด้านการใช้งานจริง ด้านอิทธิพลทางสังคม ด้านทัศนคติในการใช้งาน ด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ด้านความตั้งใจในการใช้งาน ตามลำดับ ในส่วน**ปัจจัยความไว้วางใจของผู้ใช้งาน** กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญทั้ง 2 ด้าน คือ ด้านความไว้วางใจความเป็นส่วนตัว ความไว้วางใจด้านความปลอดภัย และ**ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง**ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ความเสี่ยงด้านการเงิน รองลงมาคือ ความเสี่ยงด้านจิตใจ ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพการใช้งาน ความเสี่ยงด้านสังคม และความเสี่ยงด้านระยะเวลา ตามลำดับ ในส่วนการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของผู้บริโภคที่กลุ่มตัวอย่าง

ให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ การค้นหาข้อมูล รองลงมาคือ การประเมินทางเลือกการรับรู้ถึงความต้องการ การตัดสินใจลงทุน และพฤติกรรมภายหลังจากการลงทุน ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ คือ ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี

ข้อเสนอแนะ

1. ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีซึ่งผู้บริโภคมีการให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน โดยที่ผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล หรือการลงทุนในรูปแบบต่าง ๆ ในรูปแบบออนไลน์ ควรที่จะมีระบบการให้บริการที่มีขั้นตอนการใช้งานที่ง่ายและสะดวกที่จะใช้บริการ รวมถึงควรมีการให้คำแนะนำ ความรู้เกี่ยวกับบล็อกเชน (Blockchain) และการลงทุน
2. ปัจจัยความไว้วางใจของผู้ใช้งานซึ่งผู้บริโภคมีการให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ด้านความเป็นส่วนตัว ความไว้วางใจด้านความปลอดภัย โดยที่ผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลควรให้ข้อมูลสำคัญและนโยบายการป้องกันความเป็นส่วนตัวที่ชัดเจนแก่ผู้ใช้บริการ รวมถึงการใช้เทคโนโลยีความปลอดภัยในการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ
3. ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงที่กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ความเสี่ยงด้านการเงิน โดยที่ผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลควรให้ข้อมูลที่ชัดเจนในเรื่องของค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมต่าง ๆ และแสดงการเปรียบเทียบค่าธรรมเนียมและความคุ้มค่าของการใช้สกุลเงินดิจิทัล

เอกสารอ้างอิง

- เกษมา จินกุล. (2562). การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน). [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์]. PSU Knowledge Bank. <https://kb.psu.ac.th/psukb/handle/2016/17243>
- กษิต ศังสีเพชร. (2564). การตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร. [การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง].
- กิจชัยะ สุรารักษ์. (2562). แนวทางการป้องกันอาชญากรรมที่เกี่ยวข้องกับสกุลเงินเข้ารหัสในประเทศไทย: กรณีศึกษาบิทคอยน์. [วิทยานิพนธ์ดุสิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. Chula Digital Collections. <https://digital.car.chula.ac.th/cgi/viewcontent.cgi?article=10820&context=chulaetd>
- เกียรติกร เทียนธรรมชาติ. (2561). อิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับใช้เงินดิจิทัล (บิทคอยน์) ของผู้บริโภคกลุ่ม Millennials ในกรุงเทพมหานคร. [การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. TU Digital Collections. https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2018/TU_2018_5923036171_7492_9464.pdf

- ขวัญชนก โชคชัยวงศ์. (2565). ปัจจัยด้านพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล (Cryptocurrency) ของคนไทย. [การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล]. CMMU Digital Archive. <https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/4423/1/TP%20BM.009%202565.pdf>
- จิรายุทธ์ ธารารุ่งเรือง. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของธนาคารแห่งประเทศไทย. ใน ภัทรพรรณ อดทน. (บก.), *การประชุมวิชาการและการนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ UTCC Academic Day ครั้งที่ 4 พ.ศ. 2563* (น.2588- 2602). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. https://utcc2.utcc.ac.th/academicday2020/proceeding_academicday.pdf
- เชียงใหม่คริปโตซิติ ยกระดับเมืองด้วยเทคโนโลยี. (2565, 31 สิงหาคม). *เชียงใหม่นิวส์*. <https://www.chiangmainews.co.th/news/2718482/>
- ธัญญ์ ภาพเนตร และยุพารรณ วรณวณิชย์. (2564). โมเดลการยอมรับเทคโนโลยีและความไว้วางใจที่มีผลต่อการใช้บริการ “เอสซีบีอีซี”. *วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*, 7(1), 374-389.
- บรมกิก ดอนละคร และนรัชย์ อรินตะทราย. (2561). การเปิดรับเทคโนโลยี Block Chain ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนใน Cryptocurrency ของนิสิตและบุคลากรในมหาวิทยาลัยนเรศวร. [การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ปัญญาพงศ์ ลอยไสว. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนบิตคอยน์ในประเทศไทย. [การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์]. NIDA-GSAS. <https://as.nida.ac.th/wp-content/uploads/2022/08/6210426030.pdf>
- ปรารณาอารี มุฮัมหมัดอัลโคลเลซ. (2563). การยอมรับเทคโนโลยีพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของผู้บริโภคในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร. [สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. DSpace at Srinakharinwirot University. <http://ir-ithesis.swu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/930/1/g5611130371.pdf>
- วรวิรี เจริญเกียรติ. (2560). การรับรู้ประโยชน์ของการช้อปปิ้งออนไลน์ การรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจและการตัดสินใจซื้อสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. *วารสารการสื่อสารและการจัดการ นิด้า*, 3(1), 1-15.
- ศศิธร พุ่มขจร. (2563). การศึกษาความเสี่ยงในการใช้ระบบพร้อมเพย์. [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรังสิต]. RSUIR at Rangsit University. <https://rsuir-library.rsu.ac.th/bitstream/123456789/525/1/Sasithorn%20Poomkajorn.pdf>
- เสาวลักษณ์ พูลทรัพย์. (2562). การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระเงินสมทบกองทุนประกันสังคม ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ของสำนักงานประกันสังคม. [การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี].

- DSpace at Rajamangala University of Technology Thanyaburi. <http://www.repository.rmutt.ac.th/dspace/bitstream/123456789/3808/1/RMUTT-167644.pdf>
- อีปซอสส์ เปิดผลวิจัย 1 ใน 3 ของคนไทยสนใจซื้อบิทคอยน์. (2564, 25 มีนาคม). กรุงเทพฯธุรกิจ. www.bangkokbiznews.com/business/929147
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical. *Journal of Management Science*, 35(8), 982 – 1003.
- Demirdogen, O., Yaprakli, S., Yilmaz, M. K., & Husain, J. (2010). Customer risk perceptions of internet banking- A study in Turkey. *The Journal of Applied Business Research*, 26(6), 57-67.
- Gupta, S., Mathew, M., & Sama, H. R. (2021). Prioritizing intentions behind investment in cryptocurrency: A fuzzy analytical framework. *Journal of Economic Studies*, 48(8), 1442-1459.
- Hong, I. B. & Cha, H.S. (2013). The mediating role of consumer trust in an online merchant in predicting purchase intention. *International Journal of Information Management*, 33(6), 927–939.
- Morgan, R. & Hunt, S. (1994). The commitment-trust theory of relation marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20-38.
- Zhao, H. & Zhang, L. (2021). Financial literacy or investment experience: Which is more influential in cryptocurrency investment ?. *International Journal of Bank Marketing*, 39(7), 1208-1226.