

พฤติกรรมการลงทุนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลในจังหวัดสงขลา

Investment Behaviors affecting the Investment Decision in Cryptocurrency in Songkhla Province

ธรรมณูญ รัตนมุสิก¹ และณัฐธยาน์ วงษ์สุวรรณ²

Thammanoon Rattanamusik ¹ Natthaya Wongsuwan ²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของประชาชนในจังหวัดสงขลา 2) ศึกษาพฤติกรรมการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนของประชาชนในจังหวัดสงขลา ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลและอาศัยอยู่ในจังหวัดสงขลา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้คำถามแบบปลายปิดเพื่อการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ครั้งนี้กำหนดให้เป็นนักลงทุนหรือผู้ที่เคยลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลและอาศัยอยู่ในจังหวัดสงขลา ใช้การคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยสูตรของ W.G. Cochran. โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ ให้มีค่าเท่ากับ ร้อยละ 5 ซึ่งได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ใช้การเก็บข้อมูลโดยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling) และทำการแจกแบบสอบถามแบบออนไลน์โดยใช้บริการ Google Form โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 486 คน โดยมีนักลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลและอาศัยอยู่ในจังหวัดสงขลา จำนวน 405 คน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย การหาค่าความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) วิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ระหว่างตัวแปรโดยใช้ T-test และทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่มโดยใช้การวิเคราะห์หาความแปรปรวนทางเดียว One-Way Analysis of variance (F-test) การวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่โดยวิธี Least Square Difference (LSD) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression)

ผลการวิจัย พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลในจังหวัดสงขลา พบว่า อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลในจังหวัดสงขลาที่

¹ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ; Faculty of Business Administration ; thammanoon@nfi.or.th

² คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ; Faculty of Business Administration ; aj.natthaya.w@gmail.com

แตกต่างกันและพฤติกรรมการลงทุนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลในจังหวัดสงขลา ได้แก่ แหล่งความรู้ทางการเงิน/การลงทุน ที่มาของเงินทุน ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลในจังหวัดสงขลา (Y) โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) = 0.723 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยครั้งนี้ สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยมาปรับปรุง พัฒนาและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการลงทุนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลได้

คำสำคัญ: สกุลเงินดิจิทัล พฤติกรรมการลงทุน การตัดสินใจลงทุน

ABSTRACT

The objectives of this research are: 1) study demographic characteristics which affect investment decision in cryptocurrency of the people in Songkhla Province 2) study the investment behaviors in cryptocurrency which affect the investment decision of the people in Songkhla Province.

The instrument of this research used to collect data using closed-ended questions for quantitative research. Population is defined as investors in cryptocurrency of the people in Songkhla Province. The sample size is calculated by W.G. Cochran. formula. According to the tolerance rate of 5%, the sample size is 385.

The sampling method Using a non-probability sampling method and distributed an online questionnaire using Google Form. There were 486 respondents, including investors in cryptocurrency of the people in Songkhla Province is 405.

The statistics used in the data analysis consisted of Frequencies, Percentage, Mean ($\bar{X}$) and Standard Deviation (S.D.) analyze the difference of mean. between variables using T-test, and the difference between mean of more than two samples was tested using one-way analysis of variance (F-test). Least Square Difference (LSD) and Multiple Linear Regression Analysis

According to the results, The study also showed that, in Songkhla province (Y), different demographics had effects on the cryptocurrency investment decisions, To illustrate, different ages and the investment behaviors, such as financial or investment knowledge resources, source of funds has correlation coefficient (R) = 0.723 at the statistical significance level of 0.05.

In conclusion, the result of the study can be used to improve the information obtained from the research to develop and formulate various marketing strategies in accordance with the investment behaviors that affect the investment decision in Cryptocurrency.

Keywords: Cryptocurrency, Investment Behaviors, Investment Decision

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สกุลเงินดิจิทัล (cryptocurrency) เป็นสกุลเงินใหม่ที่สร้างขึ้นโดยใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน (blockchain) ติดตามการเคลื่อนไหวของเงินโดยไม่มีตัวกลางและสามารถป้องกันการปลอมแปลงได้ สกุลเงินใหม่นี้สร้างขึ้นเพื่อลดการรวมศูนย์ของระบบการชำระเงินผ่านสถาบันการเงินให้สามารถกระจายไปยังผู้ใช้ในเครือข่ายสกุลเงินนั้นๆ เริ่มได้รับความสนใจในเดือนตุลาคม ปี 2563 หลังจากที่สองบริษัทักษ์ใหญ่ด้านการชำระเงินอย่าง Paypal และ Apple Pay ได้เปิดรับการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัล ทำให้เกิดความเชื่อมั่นและความสะดวกสบายในการแลกเปลี่ยน ปัจจุบันการใช้สกุลเงินดิจิทัลเพื่อธุรกรรมชำระเงินยังมีจำกัด และสกุลเงินดิจิทัลจัดเป็นสินทรัพย์ดิจิทัลภายใต้ พระราชกำหนดการประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล พ.ศ. 2561 โดยมีสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์กำกับดูแลการขึ้นทะเบียนของผู้ประกอบการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลในไทย โดยได้มีการเตือนผู้ที่สนใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล ว่ามีความเสี่ยงสูง ต้องมีความรู้และรับความเสี่ยงที่อาจสูญเสียเงินลงทุนได้ สกุลเงินดิจิทัลอาจมีการเปลี่ยนแปลงของราคาอย่างกะทันหัน เพราะนักลงทุนรับเอาข้อมูลใหม่ ๆ ตลอดเวลา จะมีช่วงเวลาที่ราคาพุ่งทะยานขึ้นและช่วงเวลาที่ราคาลดลงอย่างหนักจนกว่าตลาดจะมั่นคง ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการลงทุนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลในจังหวัดสงขลา เพื่อให้สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยมาปรับปรุง พัฒนาและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ ได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยเรื่องการศึกษาพฤติกรรมการลงทุนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลในจังหวัดสงขลา กำหนดวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของประชาชนในจังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนของประชาชนในจังหวัดสงขลา

นิยามศัพท์

สกุลเงินดิจิทัล (Cryptocurrency) คือ หน่วยข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ที่สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้า บริการ สินทรัพย์ดิจิทัลอื่น หรือสิทธิอื่นใด โดยสามารถใช้เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการได้หากผู้ขายยอมรับ

การประชุมวิชาการระดับชาติ “5 ทศวรรษ มหาวิทยาลัยรามคำแหง การวิจัยเพื่อความยั่งยืน”

พฤติกรรมการลงทุน (Investment Behaviors) คือ การกระทำของนักลงทุนที่เกี่ยวข้องกับการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับหลักทรัพย์และบริษัทจดทะเบียน การพิจารณาประเมินหลักทรัพย์ และการลงทุนซื้อขายหรือการถือครองหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียน

การตัดสินใจ (Decision) คือ กระบวนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง จากหลาย ๆ ทางเลือกที่ได้พิจารณา หรือประเมินอย่างดีแล้วว่า เป็นทางให้บรรลุวัตถุประสงค์

การลงทุน (Investments) คือ การที่เรานำเอาทรัพย์สินที่มีอยู่ ซึ่งโดยทั่วไปจะหมายถึงเงินสดไปดำเนินการในทางที่ก่อให้เกิดประโยชน์ เพื่อให้ได้ผลตอบแทนกลับคืนมาในอนาคต โดยเราเชื่อว่าเงินสดหรือผลตอบแทนส่วนเพิ่มที่จะได้รับกลับคืนมานั้น จะสามารถชดเชยระยะเวลา อัตราเงินเฟ้อ และความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นในระหว่างการลงทุนได้อย่างคุ้มค่า

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักลงทุนหรือผู้ที่เคยลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลและอาศัยอยู่ในจังหวัดสงขลา

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรต้น (Independent Variable)

ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน

พฤติกรรมการลงทุน ได้แก่ ระยะเวลาในการลงทุน ปริมาณเงินที่ใช้ลงทุน ที่มาของเงินทุน

บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ประเภทของสกุลเงินดิจิทัลที่ลงทุน

แหล่งความรู้ทางการเงิน/การลงทุน

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ การตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ดำเนินการ ช่วงเดือนสิงหาคม - ธันวาคม 2564

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

1.1 ความหมายของประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ (Demography) หมายถึง แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับประชากร มีรากฐานของคำศัพท์ภาษากรีก มาจากคำว่า “Demo” หมายถึง “People” ที่แปลว่า ประชากร หรือประชาชน และคำว่า “Graphy” หมายถึง “Description” มีความหมายว่า ลักษณะ ซึ่งการนำคำศัพท์ทั้งสองมารวมกันก็จะมีความหมายว่า วิชาที่เกี่ยวกับประชากร นอกจากนี้ แนวความคิดด้านประชากรศาสตร์ เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับหลักการเป็นเหตุเป็นผล ซึ่งเป็นพฤติกรรมของมนุษย์ที่อาจเกิดขึ้นจากปัจจัยภายนอก เช่น

แรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น และเมื่อกล่าวถึงประชากรที่แตกต่างกันก็จะนำไปสู่พฤติกรรมและการตัดสินใจที่แตกต่างกัน

1.2 องค์ประกอบของลักษณะประชากรศาสตร์

Hanna and Wozniak (อ้างถึงใน ญัฐธิดา แสงสุระธรรม, 2562, หน้า 282) กล่าวว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ หมายถึง ข้อมูลเกี่ยวกับตัวบุคคลซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งโดยทั่วไปแล้วใช้เป็นลักษณะพื้นฐานที่นักการตลาดมักจะนำมาพิจารณา สำหรับการแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) โดยนำมาเชื่อมโยงกับความต้องการการการลงทุน โดยลักษณะประชากรศาสตร์มีดังนี้

1. เพศ (Gender) ปัจจุบันแบ่งได้เป็นผู้หญิงกับผู้ชาย สังคมและวัฒนธรรมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงมักเป็นคนมีจิตใจหรือเจ้าอารมณ์ (Emotional) โอนอ่อนผ่อนตาม และเป็นแม่บ้านแม่เรือน นอกจากนี้ผู้หญิงจะถูกชักจูงใจง่ายกว่าผู้ชาย ลักษณะด้านอื่น ๆ ได้แก่ ผู้ชายใช้เหตุผลมากกว่าผู้หญิงและสามารถจดจำข่าวสารได้มากกว่าผู้หญิงด้วย แต่ผู้หญิงเป็นเพศที่ยังถึงจิตใจของคนได้ดีกว่าผู้ชาย

2. อายุ (Age) ในปกติแล้วคนที่มีวัยต่างกัน มักจะมีความต้องการในสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไปด้วย เช่น วัยกลางคนและสูงอายุมักจะคิดถึงเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในขณะที่หนุ่มสาวอาจจะสนใจในเรื่องการศึกษา ความยุติธรรม เป็นต้น กล่าวว่ายว่สามารถแบ่งได้เป็น 5 ช่วง คือช่วงทารก ช่วงเด็ก ช่วงวัยรุ่น ช่วงวัยผู้ใหญ่ และช่วงวัยชรา ซึ่งแต่ละวัยนั้นจะมีความนึกคิด ความริเริ่ม สภาพของร่างกายที่แตกต่างกัน

3. ระดับการศึกษา (Education) เป็นตัวกำหนดแนวความคิดและกระบวนการตัดสินใจของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่าง ๆ ซึ่งบุคคลที่มีการศึกษาในระดับที่สูงขึ้น มักจะมีกระบวนการตัดสินใจซื้อที่ผ่านการไตร่ตรอง ทบทวนอย่างรอบคอบ และมีเหตุผลในการตัดสินใจซื้อที่มากขึ้น

4. อาชีพ (Occupation) การประกอบอาชีพต่างกันย่อมทำให้มีค่านิยมและแนวความคิดที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไป โดยจะพบว่าผู้ที่ทำธุรกิจเอกชนส่วนใหญ่จะคำนึงถึงรายได้ และสถานภาพในสังคมส่วนผู้ที่ทำอาชีพรับราชการจะคำนึงถึงยศถาบรรดาศักดิ์ สวัสดิการ ศักดิ์ศรี และเกียรติภูมิของความเป็นราชการ แม้ในกลุ่มอาชีพเดียวกันก็มี ค่านิยม ค่าคิดเห็นและพฤติกรรมที่แตกต่างกันไป

5. รายได้ต่อเดือน (Income) รายได้ต่อเดือนเป็นตัวชี้ความสามารถในการจ่ายสินค้าของผู้บริโภคว่ามีความสามารถในการจ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือไม่ แม้รายได้เป็นตัวแปรที่นักการตลาดใช้กันบ่อยมาก แต่นักการตลาดส่วนใหญ่จะโยนเกณฑ์รายได้รวมกับตัวแปรลักษณะประชากรศาสตร์อื่นๆ เพื่อให้กำหนดตลาดเป้าหมายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางลักษณะประชากรศาสตร์ข้างต้นสรุปได้ว่า ปัจจัยทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์เป็นสิ่งที่แสดงถึงความแตกต่างกัน ของกลุ่มบุคคลในด้าน ต่าง ๆ

ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ซึ่งปัจจัยทั้งหมดนี้มีส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุน ทั้งโดยตรงและโดยอ้อม ไม่ว่า จะเป็นเรื่องความคิด ค่านิยม ความเชื่อ และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการลงทุน

2.1 ความหมายของพฤติกรรมการลงทุน

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2558) การลงทุน หมายถึง กระบวนการที่ผู้ลงทุนเลือกที่จะชะลอการใช้จ่ายเงินหรือทรัพย์สินในวันนี้เพื่อสร้างความมั่งคั่งให้มากยิ่งขึ้นในอนาคต ซึ่งอาจเป็นการซื้อหลักทรัพย์หรือตราสารการเงินประเภทต่างๆ เช่น ตราสารหนี้ ตราสารทุน เป็นต้น โดยมุ่งหวังเพื่อให้ได้รับกระแสเงินสดจากการลงทุนนั้นๆ และมุ่งหวังให้หลักทรัพย์ หรือตราสารการเงินที่ได้ลงทุนไป มีมูลค่าสูงขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้คุ้มกับโอกาสที่เสียไป และเพื่อชดเชยอำนาจซื้อที่สูญเสียไป อันเนื่องมาจากภาวะเงินเฟ้อ รวมทั้งชดเชยความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการลงทุนในหลักทรัพย์หรือตราสารการเงินตลอดช่วงระยะเวลาลงทุน

ดังนั้นพฤติกรรมการลงทุน หมายถึงการกระทำของนักลงทุนที่เกี่ยวข้องกับการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับหลักทรัพย์และบริษัทจดทะเบียน การพิจารณาประเมินหลักทรัพย์ และการลงทุนซื้อขายหรือการถือครองหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียน นักลงทุนต้องยอมรับความเสี่ยงที่เพิ่มขึ้นเพื่อให้ได้รับผลตอบแทนที่มากขึ้น ดังนั้นการตัดสินใจนำเงินมาลงทุนจึงต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ และศึกษาหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องเป็นอย่างดี เพื่อให้ได้รับผลตอบแทน ตามที่คาดหวังไว้และเพื่อลดความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นจากการลงทุน

2.2 องค์ประกอบของพฤติกรรมการลงทุน

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2558) กล่าวว่า พฤติกรรมการลงทุนที่สำคัญของนักลงทุนสกุลเงินดิจิทัล ประกอบด้วย

1. ระยะเวลาในการลงทุน คือ ระยะเวลาที่นักลงทุนต้องถือครองหลักทรัพย์ การกำหนดระยะเวลาสำหรับการลงทุนมักจะเกี่ยวข้องกับเป้าหมายและจุดมุ่งหมายของนักลงทุน ประเภทของระยะเวลาการลงทุน นั้นแตกต่างกันไปทั้งระยะสั้นไปเป็นระยะยาว

2. ปริมาณเงินที่ใช้ลงทุน คือ เงินจำนวนหนึ่งซึ่งถูกแบ่งออกจากค่าใช้จ่ายอื่นๆ และจะต้องไม่นำเงินก้อนนั้นไปใช้ทำอะไร ปริมาณเงินที่ใช้ลงทุนช่วงเริ่มต้น ไม่จำเป็นต้องเป็นเงินจำนวนมาก เงินหลักพันก็สามารถเริ่มต้นลงทุนได้

3. ที่มาของเงินทุน คือ แหล่งที่มาของเงินลงทุนเพื่อใช้ในวัตถุประสงค์ต่างๆ มีตั้งแต่ แหล่งเงินทุนที่จัดหาได้เอง เช่น เงินเดือน รายได้จากการจ้างงาน หรือกำไรสะสมจากการประกอบกิจการสำหรับธุรกิจ รวมถึงแหล่งเงินทุนที่มาจากการกู้ยืมเงิน การรับเงินบริจาค เงินลงทุนจากการขายหุ้น และเงินสนับสนุนต่างๆ พวกนี้ถือว่าเป็นแหล่งเงินทุนทั้งสิ้น

4. บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ค่านิยมและพฤติกรรมของบุคคลอื่นส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือตัดสินใจลงทุน

5. ประเภทของสกุลเงินดิจิทัลที่ลงทุน คือ สกุลเงินดิจิทัลที่รู้จักกันแพร่หลาย เช่น Bitcoin Ethereum เป็นต้น

6. แหล่งความรู้ทางการเงิน/การลงทุน คือ การวางแผนหาความรู้ก่อน ศึกษาพิจารณาข้อเด่น-ข้อด้อยของการลงทุนแต่ละประเภทอย่างรอบคอบ ปัจจุบันแหล่งความรู้ก็มีให้ศึกษาอย่างมากมาย ทั้งเว็บไซต์ที่เป็นแหล่งความรู้ทางการเงิน การลงทุนขนาดใหญ่ให้ได้ศึกษา วิเคราะห์ และสังเคราะห์ออกมาเป็นรูปแบบการลงทุนที่เหมาะสมกับตัวเราที่สุด

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจลงทุน

3.1 ความหมายของการตัดสินใจลงทุน

Katie Carpen (2018) กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งจากหลายๆ ทางเลือกที่ได้พิจารณาหรือประเมินอย่างดีแล้วว่าเป็นหนทางให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร การตัดสินใจเป็นสิ่งสำคัญและเกี่ยวข้องกับหน้าที่การบริหารหรือการจัดการเกือบทุกขั้นตอนไม่ว่าจะเป็นการวางแผนการจ้างคน การจัดคนเข้าทำงาน การประสานงาน และการควบคุมสำหรับทฤษฎีการตัดสินใจนั้น

Laureiro-Martínez, Daniella, et al. (2015) กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึง การกระทำที่ต้องทำเมื่อไม่มีเวลาที่จะหาข้อเท็จจริงอีกต่อไป ปัญหาที่เกิดขึ้นก็คือเมื่อใดถึงจะตัดสินใจว่าควรหยุดหาข้อเท็จจริงข้อยุติจะแปรเปลี่ยนไปตามปัญหาที่ต้องแก้ไข ซึ่งการรวบรวมข้อเท็จจริงเกี่ยวข้องกับการใช้ง่ายและการใช้เวลา

จากความหมายของการตัดสินใจข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าการตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง จากหลายๆ ทางเลือกที่ได้พิจารณา หรือประเมินอย่างดีแล้วว่าเป็นทางให้บรรลุวัตถุประสงค์ โดยไม่ก่อให้เกิดความผิดพลาดเสียหายหรือเกิดขึ้นน้อยที่สุด

3.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Buying Processes)

Kotler (อ้างถึงใน จุไรวรรณ รินทพล, 2562) กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ มี 5 ขั้นตอน คือ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และความรู้สึกหลังการซื้อ

ขั้นตอนที่ 1 การรับรู้ถึงปัญหา (Problem Recognition) กระบวนการซื้อของผู้บริโภคจะเริ่มต้นด้วยการถูกกระตุ้นความต้องการ ไม่ว่าจะถูกกระตุ้นจากสิ่งกระตุ้นภายในซึ่งเป็นสัญชาตญาณของมนุษย์ เพื่อสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของคน เนื่องจากคนมีความต้องการอยู่มากมายหลายประการ แต่มีเงินจำกัด ก็พยายามเลือกหรือตระหนักถึงความต้องการที่จะเป็นจริง

ขั้นตอนที่ 2 การค้นหาข้อมูล (Information Search) หากเกิดความต้องการจากการถูกกระตุ้นมากพอก็อาจจะทำการซื้อโดยทันทีแต่หากไม่สามารถสนองความต้องการได้ทันทีก็อาจจะสะสมความต้องการเหล่านั้นไว้และเมื่อสะสมไว้มากก็จะพยายามจะแสวงหา ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าเพื่อหาทางที่จะสนองความต้องการที่ดีที่สุด

การประชุมวิชาการระดับชาติ “5 ทศวรรษ มหาวิทยาลัยรามคำแหง การวิจัยเพื่อความยั่งยืน”

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เมื่อผู้บริโภคได้ข้อมูลมาจากขั้นตอนที่ 2 แล้ว ก็จะประเมินทางเลือกและตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด วิธีการที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินทางเลือกอาจจะประเมิน โดยการเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของแต่ละสินค้าและน้ำหนักในการที่จะตัดสินใจเลือกซื้อจากหลายตัวให้เหลือเพียงตัวเดียวอาจขึ้นอยู่กับความเชื่อ ความนิยม และความศรัทธาในตัวนั้นๆ หรืออาจขึ้นอยู่กับประสบการณ์เหตุการณ์บางอย่างของผู้บริโภคที่ผ่านมานในอดีต

ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) เมื่อประเมินทางเลือก โดยเลือกตัวที่พอใจจะซื้อ (Purchase Intention) แล้วอย่างไรก็ตามอาจมีปัจจัยอื่นที่มีผลกระทบต่อความตั้งใจซื้อได้

ขั้นตอนที่ 5 ความรู้สึกหลังการซื้อ (Post Purchase Feeling) ตัวที่ซื้อที่ผู้บริโภคได้ทำการตัดสินใจซื้อไปแล้ว อาจทำให้ไม่ได้รับความพอใจตามที่หวังหรือคาดคะเนเอาไว้จะทำให้เกิดทัศนคติที่ไม่ดีต่อตัวที่ซื้อ

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจลงทุน สามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมกระบวนการความคิดและการตัดสินใจของนักลงทุน ทำให้ได้มาซึ่งสินทรัพย์ที่ต้องการ ซึ่งแต่ละบุคคลจะมีความต้องการ กระบวนการคิดการตัดสินใจที่แตกต่างกัน อีกทั้งยังขึ้นอยู่กับปัจจัยพื้นฐานและปัจจัยในด้านอื่นๆ ของแต่ละคนที่จะสามารถช่วยให้นักลงทุนตอบสนองความต้องการของตนเองได้

4. ประวัติความเป็นมาและความสำคัญของสกุลเงินดิจิทัล

สกุลเงินดิจิทัล (Cryptocurrency) ตามนิยามในพระราชกำหนดการประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล พ.ศ.2561 หมายความว่า หน่วยข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งถูกสร้างขึ้นบนระบบหรือเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์โดยมีความประสงค์ที่จะใช้เป็นตัวกลางในการแลกเปลี่ยนเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าบริการ หรือสิทธิอื่นใด หรือแลกเปลี่ยนระหว่างสินทรัพย์ดิจิทัล รวมถึงหน่วยข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์อื่นใดตามที่คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ประกาศกำหนด ปัจจุบันสกุลเงินดิจิทัลยังไม่ใช่เงินที่ธนาคารกลางใดในโลกรับรองว่าสามารถใช้ชำระหนี้ได้ตามกฎหมาย (legal tender) สกุลเงินดิจิทัลที่รู้จักกันแพร่หลาย เช่น Bitcoin Ethereum

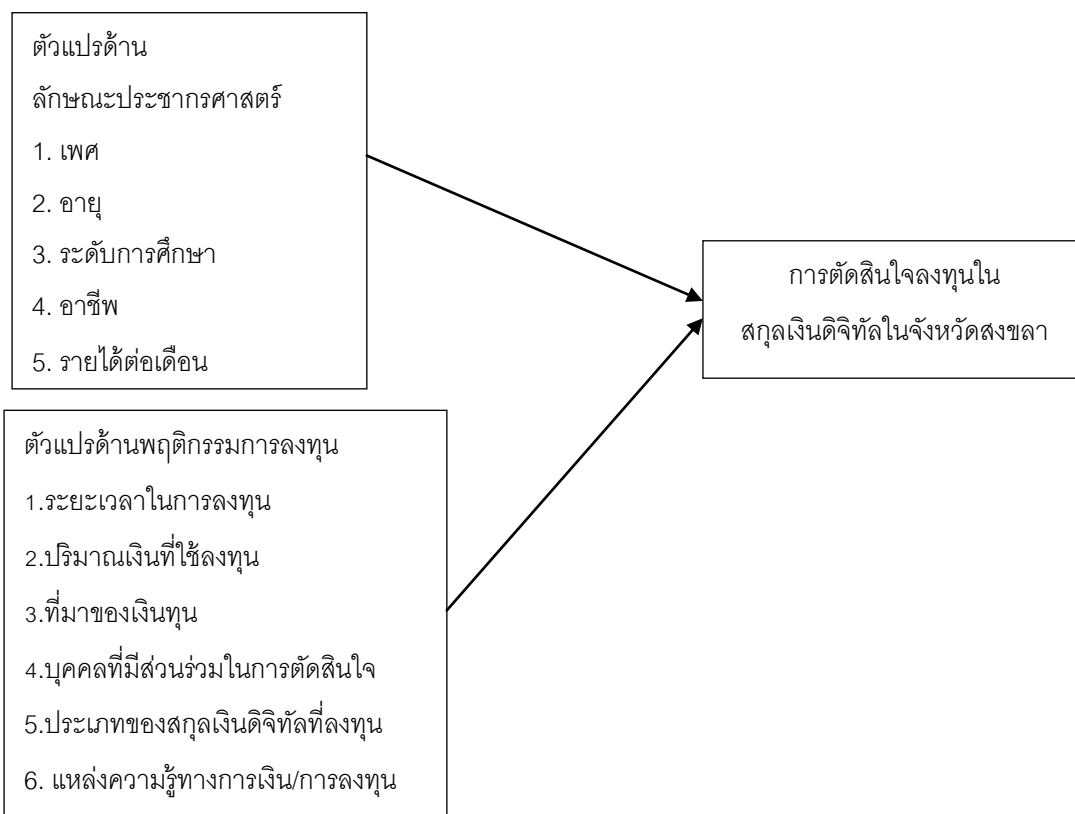
สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลในจังหวัดสงขลา

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการลงทุนส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลในจังหวัดสงขลา

การทดสอบสมมติฐานทั้ง 2 ข้อจะทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

กรอบแนวคิดในการวิจัย



การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการลงทุนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลในจังหวัดสงขลา เป็นการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ครั้งนี้กำหนดให้เป็นนักลงทุนหรือผู้ที่เคยลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลและอาศัยอยู่ในจังหวัดสงขลา ใช้การคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยสูตรของ W.G. Cochran. (สืบทัน W.G. Cochran เพิ่มเติมใน อภิตีฐ อุทิศธรรมศักดิ์ และคณะ, 2561, หน้า 1271) โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ ให้มีค่าเท่ากับ ร้อยละ 5 ซึ่งได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ใช้การเก็บข้อมูลโดยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling) (กัลยา วานิชย์บัญชา อ้างถึงในอมรรัตน์ สำราญจิตต์, 2562, หน้า 147) และทำการแจกแบบสอบถามแบบออนไลน์โดยใช้บริการ Google Form โดยมีผู้ตอบจำนวน 486 คน โดยมีนักลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลและอาศัยอยู่ในจังหวัดสงขลา จำนวน 405 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้คำถามแบบปลายปิดเพื่อการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

การสร้างแบบสอบถาม หลังจากนั้นได้นำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย โดยค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) ในภาพรวมที่ได้คือ 0.90 ผู้เชี่ยวชาญลงมติว่าเนื้อหา การใช้ภาษาและโครงสร้างของแบบสอบถามถูกต้องและมีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัยในครั้งนี้ จึงนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแล้วไปทำการทดลองกับนักลงทุนหรือเคยลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลและอาศัยอยู่ในจังหวัดสงขลาต่อไป

การประชุมวิชาการระดับชาติ “5 ทศวรรษ มหาวิทยาลัยรามคำแหง การวิจัยเพื่อความยั่งยืน”

การหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's alpha coefficient) ข้อคำถามในส่วนที่ 2 พฤติกรรมการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล จำนวน 17 ข้อ ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.794 ข้อคำถามในส่วนที่ 3 การตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลในจังหวัดสงขลา จำนวน 30 ข้อ ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.927 ซึ่งค่าความเชื่อมั่นทั้งสองส่วนมีค่าเกิน 0.70 ซึ่งถือได้ว่าการประเมินความเที่ยงค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัคหมายถึงแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปศึกษากับกลุ่มตัวอย่างจริงได้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย การหาค่าความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) วิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ระหว่างตัวแปรโดยใช้ T-test และทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่มโดยใช้การวิเคราะห์หาความแปรปรวนทางเดียว One-Way Analysis of variance (F-test) การวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่โดยวิธี Least Square Difference (LSD) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression)

ผลการวิจัย

ตาราง 1 แสดงค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (n=405)

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	180	44.4
หญิง	225	55.6
	405	100.0
2. อายุ		
น้อยกว่า 20 ปี	22	5.4
21 - 30 ปี	121	29.9
31 - 40 ปี	161	39.8
41 - 50 ปี	73	18.0
51 - 60 ปี	23	5.7
60 ปี ขึ้นไป	5	1.2
	405	100.0
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	51	12.6
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	284	70.1
ปริญญาโทหรือเทียบเท่า	70	17.3
	405	100.0

การประชุมวิชาการระดับชาติ “5 ทศวรรษ มหาวิทยาลัยรามคำแหง การวิจัยเพื่อความยั่งยืน”

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ
4. อาชีพ		
พนักงานเอกชน	113	27.9
แม่บ้าน / พ่อบ้าน	24	5.9
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	128	31.6
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	82	20.2
นักลงทุน (Full Time Trader)	33	8.1
นักเรียน / นักศึกษา	25	6.2
	405	100.0
5. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	39	9.6
15,000–30,000 บาท	123	30.4
30,001–45,000 บาท	138	34.1
45,001-60,000 บาท	64	15.8
มากกว่า 60,001 บาท	41	10.1
	405	100.0

ตาราง 2 แสดงค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล (n=405)

พฤติกรรมการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ
1. ระยะเวลาที่เริ่มลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล		
น้อยกว่า 3 เดือน	64	15.8
3 – 6 เดือน	93	23.0
6 – 9 เดือน	101	24.9
9 เดือน – 1 ปี	62	15.3
1 ปีขึ้นไป	85	21.0
	405	100.0
2. ระยะเวลาเฉลี่ยในการถือสกุลเงินดิจิทัล		
น้อยกว่า 3 เดือน	111	27.4
3 – 6 เดือน	84	20.7
6 – 9 เดือน	80	19.8
9 เดือน – 1 ปี	56	13.8
1 ปีขึ้นไป	74	18.3
	405	100.0

การประชุมวิชาการระดับชาติ “5 ทศวรรษ มหาวิทยาลัยรามคำแหง การวิจัยเพื่อความยั่งยืน”

พฤติกรรมการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ
3. ปริมาณเงินที่ใช้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลแต่ละครั้ง (ส่วนใหญ่) เป็นจำนวนเงินครั้งละเท่าไร		
น้อยกว่า 30,000 บาท	94	23.2
30,001 – 60,000 บาท	112	27.7
60,001 – 90,000 บาท	95	23.5
90,001 – 120,000 บาท	51	12.6
120,001 – 150,000 บาท	32	7.9
150,001 บาท ขึ้นไป	21	5.2
	405	100.0
4. แหล่งที่มาของเงินทุนที่ท่านใช้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล		
เงินออม	160	39.5
เงินกู้	34	8.4
รายได้ประจำ เช่น เงินเดือน	103	25.4
ใช้ทั้งเงินออม เงินกู้และรายได้ประจำ	108	26.7
	405	100.0
5. บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการลงทุนสกุลเงินดิจิทัล		
ตนเอง	134	33.1
เพื่อน	85	21.0
ครอบครัว	83	20.5
นักวิเคราะห์ / บทวิเคราะห์	103	25.4
	405	100.0
6. ประเภทของสกุลเงินดิจิทัล (ส่วนใหญ่) ที่ลงทุน		
Bitcoin : BTC	128	31.6
Ethereum : ETH	53	13.1
Tether : USDT	35	8.6
Cardano : ADA	46	11.4
Binance Coin : BNB	50	12.3
XRP	18	4.4
Solana : SOL	19	4.7
USD Coin : USDC	14	3.5
Polkadot : DOT	16	4.0
Dogecoin : DOGE	26	6.4
	405	100.0

การประชุมวิชาการระดับชาติ “5 ทศวรรษ มหาวิทยาลัยรามคำแหง การวิจัยเพื่อความยั่งยืน”

พฤติกรรมการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ
7. แหล่งความรู้ทางการเงิน/การลงทุนที่ช่วยในการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล		
Facebook	132	32.6
Youtube	102	25.2
Twitter	31	7.7
เว็บไซต์	102	25.2
Line	21	5.2
หนังสือ	17	4.2
	405	100.0

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. ของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย (n=405)

การตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลในจังหวัดสงขลา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
ขั้นตอนการรับรู้ปัญหา	4.0481	.65989	มาก
ขั้นตอนการค้นหาข้อมูล	3.9259	.74939	มาก
ขั้นตอนการประเมินทางเลือก	3.9919	.68776	มาก
ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ	3.9938	.68400	มาก
ขั้นตอนความรู้สึกลหลังการซื้อ	3.9617	.71586	มาก

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย รายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 30,001–45,000 บาท และ ระยะเวลาที่เริ่มลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล 6 – 9 เดือน ระยะเวลาเฉลี่ยในการถือสกุลเงินดิจิทัล น้อยกว่า 3 เดือน ปริมาณเงินที่ใช้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลแต่ละครั้ง อยู่ระหว่าง 30,001 – 60,000 บาท แหล่งที่มาของเงินทุนที่ท่านใช้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลเป็นเงินออม ตัดสินใจในการลงทุนสกุลเงินดิจิทัลด้วยตนเอง ส่วนใหญ่ลงทุน Bitcoin : BTC ใช้ช่องทาง Facebook เป็นแหล่งความรู้ทางการเงิน/การลงทุนที่ช่วยในการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล

ลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลในจังหวัดสงขลา พบว่า อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลในจังหวัดสงขลาที่แตกต่างกัน

พฤติกรรมการลงทุนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลในจังหวัดสงขลา ได้แก่ แหล่งความรู้ทางการเงิน/การลงทุน ที่มาของเงินทุน ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลในจังหวัดสงขลา (Y) โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) = 0.723 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่องการศึกษาพฤติกรรมการลงทุนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลในจังหวัดสงขลา ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลในจังหวัดสงขลาที่แตกต่างกันซึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของชินกฤต วงศ์รักษ์ (2564) ซึ่งศึกษาเรื่องการตัดสินใจลงทุนหุ้นสามัญในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อวางแผนการเกษียณของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ แตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนหุ้นสามัญในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อวางแผนการเกษียณของประชาชนในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน โดยด้านอายุ มีผลต่อด้านความเป็นเจ้าของ ด้านหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์และในภาพรวม ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า การซื้อขายสกุลเงินดิจิทัล นักลงทุนใช้ช่องทางออนไลน์เป็นแหล่งความรู้ทางการเงินหรือการลงทุนเช่น Facebook หรือเว็บไซต์ต่างๆ นักลงทุนที่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี สามารถเข้าถึงแหล่งความรู้ทางการเงินหรือการลงทุนได้ โดยนักลงทุนส่วนใหญ่เพิ่งเริ่มต้นทำงาน ยังไม่มีภาระทางการเงินมากนัก และมีระยะเวลาการลงทุนที่ยาวนานกว่าที่จะเกษียณอายุ เพราะฉะนั้นจึงเลือกลงทุนในสินทรัพย์ที่มีความเสี่ยงสูงอย่างสกุลเงินดิจิทัลซึ่งเป็นการลงทุนโดยคาดหวังผลตอบแทนที่สูงได้ในระยะยาว แต่นักลงทุนที่มีอายุระหว่าง 51 – 60 ปี อยู่ในช่วงท้ายของการทำงานประจำ ทำให้ไม่มีรายหลักเข้ามาใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน รวมถึงภาระทางการเงินที่เพิ่มมากขึ้นเช่น ค่ารักษาพยาบาล ทำให้เงินออมที่เหลืออยู่มักจะไม่เพียงพอกับการลงทุน หรือหากแบ่งมาลงทุนความสามารถในการยอมรับอยู่ในระดับความเสี่ยงต่ำลง เน้นเงินต้นต้องไม่หาย นักลงทุนจึงลดความเสี่ยงของพอร์ตการลงทุน โดยหันไปเน้นการลงทุนที่มีความเสี่ยงต่ำเช่น ตราสารหนี้ พันธบัตรรัฐบาลมากกว่า

การวิจัยเรื่องการศึกษาพฤติกรรมการลงทุนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลในจังหวัดสงขลา ด้านพฤติกรรมการลงทุนโดยการวิเคราะห์ค่าสถิติ F-test (Analysis of Variance : ANOVA) พบว่า ระยะเวลาในการลงทุน ปริมาณเงินที่ใช้ลงทุน ที่มาของเงินทุน บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ แหล่งความรู้ทางการเงินและการลงทุนที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลในจังหวัดสงขลาที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression) พบว่า แหล่งความรู้ทางการเงิน/การลงทุน ที่มาของเงินทุน ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลในจังหวัดสงขลา สอดคล้องกับ เกียรติศักดิ์ พัฒนดำรงเกียรติ (2558) ซึ่งศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการลงทุนหุ้นสามัญในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า นักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักลงทุนหุ้นสามัญที่มีประสบการณ์การลงทุนน้อยกว่า 1 ปี มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหุ้นสามัญมากกว่านักลงทุนหุ้นสามัญที่มีประสบการณ์การลงทุน 3 ปีขึ้นไป และยังพบว่า นักลงทุนหุ้นสามัญที่มีประสบการณ์การลงทุนระหว่าง 1-2 ปี มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหุ้นสามัญมากกว่านักลงทุนหุ้นสามัญที่มีประสบการณ์การลงทุน 3 ปีขึ้นไป เช่นเดียวกับ ทิฆัมพร

จาดสุวรรณ (2562) ศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการลงทุนและพฤติกรรมการลงทุนที่มีผลต่อกระบวนการการตัดสินใจลงทุนในหุ้นสามัญในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า นักลงทุนในหุ้นสามัญที่มีพฤติกรรมการลงทุนแตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการการตัดสินใจลงทุนในหุ้นสามัญแตกต่างกัน โดยพฤติกรรมการลงทุนที่กล่าวถึงนั้นได้แก่ ระยะเวลาในการลงทุน บริษัทหลักทรัพย์ที่ใช้บริการ การเข้าถึงข้อมูลหลักทรัพย์ จำนวนเงินที่ใช้ลงทุน และที่มาของเงินทุน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า สกุลเงินดิจิทัลถือเป็นสินทรัพย์ที่มีความเสี่ยงสูง ผู้ที่จะลงทุนควรศึกษาข้อมูลทุกอย่างที่จำเป็นในการลงทุนให้ดีเสียก่อน นักลงทุนควรต้องศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลให้เข้าใจ ซึ่งมีทั้งข่าวในด้านบวกและด้านลบ จำเป็นต้องใช้เวลาในการทำ ความเข้าใจ ซึ่งทั้งหมดมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงราคาและความเชื่อมั่นของสกุลเงินดิจิทัล ทำให้ก่อนตัดสินใจลงทุน นักลงทุนจะต้องมีความเข้าใจในเรื่องดังกล่าวก่อน โดยนักลงทุนแต่ละคนมีประสบการณ์ในการลงทุนที่แตกต่างกัน นักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุนต่ำ จะมีจำนวนการซื้อขายมากกว่า นักลงทุนที่มีประสบการณ์สูงซึ่งจะต้องใช้เวลาในการตัดสินใจลงทุนมากกว่า จึงทำให้มีจำนวนการซื้อขายไม่มากนัก นักลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลส่วนใหญ่จะใช้เงินออม และตัดสินใจในการลงทุนสกุลเงินดิจิทัลด้วยตนเอง โดยอาศัยแหล่งความรู้ทางการเงินและการลงทุนใช้ช่องทาง Facebook และ Youtube โดยนักลงทุนแต่ละคน จะต้องเลือกรูปแบบการลงทุนที่เหมาะสมกับตนเอง นักลงทุนบางส่วนถือครองสกุลเงินดิจิทัลในระยะยาว ทำให้มีโอกาสที่จะได้รับกำไรมากขึ้น แต่ถ้านักลงทุนรับความเสี่ยงไม่ได้เมื่อเห็นราคาที่อาจลดลงมาเยอะในบางช่วง การรีบเข้าซื้อขายเพื่อทำกำไรน้อย แต่ใช้ระยะเวลายาว ๆ ก็เป็นรูปแบบการลงทุนที่ทำให้ นักลงทุนสามารถมีความสุขกับการลงทุนได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้ปฏิบัติ

1.1 รัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเน้นให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับเงินสกุลดิจิทัลผ่านช่องทางออนไลน์ซึ่งเป็นแหล่งความรู้ทางการเงินหรือการลงทุนของนักลงทุนเช่น Facebook หรือเว็บไซต์ต่างๆ โดยมีการตรวจสอบแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องเพื่อสร้างความเชื่อมั่น เพื่อป้องกันไม่ให้นักลงทุนถูกมิจฉาชีพหลอกลวงในรูปแบบต่างๆ ได้

1.2 ศูนย์ซื้อขายสินทรัพย์ดิจิทัล (Digital Asset Exchange) ควรวิเคราะห์พฤติกรรมของนักลงทุนกลุ่มเป้าหมายของตนเองอยู่เสมอ พิจารณาแหล่งความรู้ทางการเงินหรือการลงทุนที่นักลงทุนสนใจเช่น Facebook หรือเว็บไซต์ต่างๆ ทำให้สามารถทำการตลาดได้ตรงตามเป้าหมาย สามารถสร้างการรับรู้แบรนด์ (Brand Awareness) และการเข้าถึง (Reach) โดยคาดหวังผลลัพธ์เชิงประสิทธิภาพได้

การประชุมวิชาการระดับชาติ “5 ทศวรรษ มหาวิทยาลัยรามคำแหง การวิจัยเพื่อความยั่งยืน”

2. ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

2.1 ควรมีการศึกษาตัวแปรปัจจัยด้านอื่น ๆ เพิ่ม เช่น การนำปัจจัยที่เป็นแนวโน้มสมัยใหม่ในปัจจุบัน อาจ会有ความแตกต่างไปจากแนวคิดพื้นฐานหรือทฤษฎีการลงทุนแบบเดิม จึงเป็นลักษณะที่สำคัญของการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลในอนาคตต่อไป

2.2 ประชากรที่ศึกษารุ่นนี้เป็นเพียงกลุ่มนักลงทุนในจังหวัดสงขลาเท่านั้น ซึ่งถ้าต้องการข้อมูลที่มีความหลากหลายมากขึ้น ควรจะเลือกกลุ่มประชากรในการศึกษารุ่นต่อไปที่แตกต่างจากเดิม

2.3 การควรเพิ่มเครื่องมือในการศึกษาวิจัยให้กว้างขึ้นนอกเหนือจากแบบสอบถามเช่น การสัมภาษณ์ เป็นต้นเพื่อให้เป็นข้อมูลที่เป็นเชิงคุณภาพเพิ่มมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วาณิชยปัญญา. (2551). *การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows กรุงเทพฯ :*

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เกียรติศักดิ์ พัฒนดำรงเกียรติ. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการลงทุนหุ้นสามัญในตลาด

หลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิจัย,*

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.

จิรนนท์ ต๊ะมอญ. (2560). *พฤติกรรมและปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินผ่าน*

โทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตอำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย, วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

จุไรวรรณ รินทพล. (2562). *การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ด้านการลงทุนของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่ง*

ประเทศไทย. วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

ชินกฤต วงศ์รักษ์. (2564). *การตัดสินใจลงทุนหุ้นสามัญในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเพื่อวาง*

แผนการเกษียณของประชาชนในกรุงเทพมหานคร, วารสารการบัญชีและการจัดการ

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ปีที่ 13 ฉบับที่ 2 เม.ย.-มิ.ย. 64(หน้า 176-190).กรุงเทพมหานคร :

มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์.

ณัฐธิดา แสงสุระธรรม และพัชรหทัย จารุทวีผลนกุล. (2562). *การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการและ*

กลุ่มอ้างอิงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัย

รังสิต, การประชุมผลงานการวิจัยและวิชาการ นวัตกรรมธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ

10 พฤษภาคม 2562(หน้า 282). กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยรังสิต.

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2564). *10 พฤติกรรมลงทุนแบบนี้มีชัยไปกว่าครึ่ง. ค้นเมื่อ*

6 กันยายน 2564, จาก [https://www.setinvestnow.com/th/knowledge/article/38-10-](https://www.setinvestnow.com/th/knowledge/article/38-10-habits-)

[habits-](https://www.setinvestnow.com/th/knowledge/article/38-10-habits-)

การประชุมวิชาการระดับชาติ “5 ทศวรรษ มหาวิทยาลัยรามคำแหง การวิจัยเพื่อความยั่งยืน”

of-successful-investors

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2558). วางแผนการลงทุน. ค้นเมื่อ 10 กันยายน 2564,

จาก https://www.set.or.th/education/th/start/start_start_3_6.pdf

ทิฆัมพร จาดสุวรรณ. (2562). แรงจูงใจในการลงทุนและพฤติกรรมการลงทุนที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหุ้นสามัญในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร.

นราภรณ์ จันทร์รักษา. (2559). กลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. มหาวิทยาลัยศิลปากร. กรุงเทพมหานคร.

เพชร ชุมทรัพย์. (2544). หลักการลงทุน (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ภาวัต อุปถัมภ์เชื้อ. (2554). มาจัดพอร์ตกันเถอะ, for Quality Vol.18 No.167 September 2011.

จาก https://www.tpa.or.th/publisher/pdfFileDownloadS/qm167_p083-85s.pdf

สมโภชน์ เขียมสุภาชิต . (2559) . ทฤษฎีและเทคนิคการปรับพฤติกรรม . กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อิริวัฒน์ โตสันติกุล. (2556). แนวโน้มและพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร,

วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 เมษายน-กันยายน 2556(หน้า 1-17).

อภิรัฐ อุทิศธรรมศักดิ์ และคณะ. (2561). ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ทักษะ และแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ:กรณีศึกษาเพลินวาน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์, การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ UTCC Academic Day ครั้งที่ 2(หน้า 1265-1278).

อมรรัตน์ สำนัญจิตต์. (2562). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในโครงการคอนโดมิเนียม ทาวน์ชิป รังสิต ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี. การประชุมผลงานการวิจัยและวิชาการนวัตกรรมธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ 10 พฤษภาคม 2562(หน้า 147)

Andrew Garth. (2008). *Analysing data using SPSS*, 83. Sheffield Hallam University.

Katie Carpen (2018). *7 Steps to Improve Your Decision-Making Process*. Retrieved

10 September 2021 from www.snhu.edu/about-us/news-and-events/2018/03/decision-making-process.

Laureiro-Martínez, Daniella, et al. (2015). Understanding the exploration–exploitation dilemma:

An fMRI study of attention control and decision-making performance. *Strategic*

การประชุมวิชาการระดับชาติ “5 ทศวรรษ มหาวิทยาลัยรามคำแหง การวิจัยเพื่อความยั่งยืน”

Management Journal 36 (3): 319-338.