

# ทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) ของผู้บริโภคกลุ่มเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต

อรอมล สายทอง<sup>1</sup>  
ประพันธ์ วงศ์บางโพ<sup>2</sup>

## บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติและความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) เพื่อเปรียบเทียบความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) ตามปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน และเพื่อศึกษาอิทธิพลของทัศนคติที่มีต่อความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) ของผู้บริโภคกลุ่มเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคทั่วไปที่เป็นเพศหญิง มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สถิติ F-test และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคกลุ่มเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต มีทัศนคติด้านความรู้สึกโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทัศนคติด้านความรู้หรือความเข้าใจโดยรวมอยู่ในระดับดี ส่งผลให้ทัศนคติด้านพฤติกรรมโดยรวมที่มีต่อสกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ อยู่ในระดับปานกลาง โดยความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย อายุ สถานภาพ และอาชีพ ที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ ขณะที่ทัศนคติด้านความรู้สึก ด้านความรู้หรือความเข้าใจ และด้านพฤติกรรม มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์

**คำสำคัญ :** สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์, ผู้บริโภคกลุ่มเพศหญิง, ทัศนคติด้านความรู้สึก, ทัศนคติด้านความรู้หรือความเข้าใจ, ทัศนคติด้านพฤติกรรม, ความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาโท โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดพังงา มหาวิทยาลัยรามคำแหง

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความก้าวหน้าทางนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีการเงินทำให้เกิด สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) เพื่อเป็นสื่อกลางแลกเปลี่ยนในการซื้อสินค้าและบริการ ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้อย่างอิสระเช่นเดียวกับการทำธุรกรรมโดยใช้สกุลเงินทั่วไป ทำให้บริษัทขนาดใหญ่จากหลายอุตสาหกรรมเกิดการยอมรับ รวมถึงในประเทศไทยที่มีผู้บริหารรุ่นใหม่เริ่มให้ความสนใจกับการรับบิตคอยน์ เพราะเล็งเห็นถึงข้อดีด้านต้นทุน สามารถนำไปใช้งานได้ต่อไปในอนาคต (<https://www.moneybuffalo.in.th/business,2551>)

ในปัจจุบันการดำเนินชีวิตของประชาชนโดยเฉพาะเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต มีความเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Disruption) มากขึ้น ทราบได้จากความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือที่มากกว่าเพศชาย (ปฐมภรณ์ จันท์วิภาวี, 2564) รวมถึงความสนใจใน Bitcoin และแนวโน้มติดตามข่าวสารมากกว่าเพศชาย (อิษณาดี วุฒินากุล, 2564) นอกจากนี้ ตลอดหลายปีที่ผ่านมาจังหวัดภูเก็ต ยังให้ความสนใจในสกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ เพราะเล็งเห็นถึงโอกาสในการสนับสนุนท้องถิ่น จึงร่วมเสนอแนวทางที่จะนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาขับเคลื่อนเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การพัฒนาระบบบริหารจัดการภายในเทศบาล และสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในท้องถิ่น (เทศบาลนครภูเก็ต, 2565) ดังนั้น หากทางจังหวัดออกนโยบายให้นำเทคโนโลยีบล็อกเชนเข้ามา มีบทบาทสำคัญ มีแนวโน้มว่า เพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต จะให้การตอบรับด้านทัศนคติในการเลือกใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ในทิศทางบวก

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการเลือกใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ในปัจจุบัน ได้แก่ ปัจจัยความผันผวนของราคาในระดับสูง ซึ่งแตกต่างจากการเปลี่ยนแปลงของสกุลเงินทั่วไป ปัจจัยด้านการบันทึกบัญชีของร้านค้าหรือแบรนด์ เนื่องจากกฎหมายที่กำหนดเพื่อควบคุมการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ ปัจจัยด้านของหน่วยงานกำกับดูแล ได้แก่ ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) และกระทรวงการคลัง ที่ต่างตระหนักถึงความเสี่ยงและผลกระทบ ที่อาจส่งผลกระทบต่อประชาชนและธุรกิจ ส่งผลให้เกิดหลักเกณฑ์ห้ามผู้ประกอบการใช้สินทรัพย์ดิจิทัลเป็นสื่อกลางในการชำระสินค้าและบริการ

จากข้อมูลดังกล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา ทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) ของผู้บริหารกลุ่มเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์แนวโน้มและเป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจ ประกอบด้วย หน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง คือ ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) และกระทรวงการคลัง สามารถนำไปใช้วางแผนและ

กำหนดนโยบายให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน รวมถึงผู้ประกอบการรายเล็กและใหญ่ นักธุรกิจรุ่นใหม่ ในจังหวัดภูเก็ต ที่มีความสนใจที่จะกำหนดแผนการดำเนินงานและนโยบาย ด้านการบริการในอนาคตต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติ และความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิทคอยน์ (Bitcoin) ของ ผู้บริโภคกลุ่มเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อเปรียบเทียบความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิทคอยน์ (Bitcoin) ตามปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันของผู้บริโภคกลุ่มเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของทัศนคติที่มีต่อความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิทคอยน์ (Bitcoin) ของผู้บริโภคกลุ่มเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต

### สมมติฐานของการวิจัย

1. ความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิทคอยน์ (Bitcoin) แตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันของผู้บริโภคกลุ่มเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต
2. ทัศนคติมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิทคอยน์ (Bitcoin) ของผู้บริโภคกลุ่มเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต

### นิยามศัพท์เฉพาะ

สกุลเงินดิจิทัลบิทคอยน์ (Bitcoin ตัวย่อ BTC) หมายถึง สกุลเงินดิจิทัลที่ถูกสร้างขึ้นมาด้วย ภาษาคอมพิวเตอร์ ไม่มีใครหรือองค์กรใดเป็นเจ้าของ ระบบถูกรันด้วยคอมพิวเตอร์จากผู้ใช้งาน ทั่วโลก ใช้ระบบซอฟต์แวร์เป็นตัวถอดรหัสสมการคณิตศาสตร์ และเก็บข้อมูลด้วยเทคโนโลยี Blockchain ถูกออกแบบมาให้เป็นสกุลเงินที่สามารถใช้จ่ายได้ในชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นการซื้อ สินค้าหรือการรับบริการด้านต่าง ๆ

บล็อกเชน (Blockchain) หมายถึง ระบบในการจัดการฐานข้อมูลหรือเครือข่ายการบันทึก ข้อมูลในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ใช้งานทุกคนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ เมื่อธุรกรรมต่างๆ ถูกบันทึก และได้รับการยอมรับจากระบบแล้ว จะไม่มีใครสามารถเข้าไปปลอมแปลงหรือเปลี่ยนแปลงข้อมูล ใดๆได้ เพราะทุกคนที่ใช้งานต่างมีประวัติการทำธุรกรรมหรือสำเนาทั้งหมดอยู่กับตน

ผู้บริโภคกลุ่มเพศหญิง หมายถึง เพศหญิงที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดภูเก็ต สัญชาติไทย เคยใช้หรือไม่เคยใช้สกุลเงินดิจิทัลบิทคอยน์ (Bitcoin) มีความสนใจนำสกุลเงินดิจิทัลบิทคอยน์ที่ลงทุน มาใช้เป็นสื่อกลางในการชำระค่าสินค้าและบริการซึ่งอยู่นอกเหนือไปจากวัตถุประสงค์เพื่อการลงทุน

ทัศนคติด้านความรู้สึก (The Affective Component) หมายถึง อารมณ์หรือความรู้สึกที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคกลุ่มเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต โดยความรู้สึก รัก เกลียด ชอบ ไม่ชอบนั้น มีผลแตกต่างกันออกไปตามบุคลิกภาพของบุคคลนั้น เรียกได้ว่า ค่านิยมของผู้บริโภคแต่ละบุคคลอาจพัฒนามาจากข้อมูลบุคลิกภาพหรือประสบการณ์ของการชำระค่าบริการในอดีต ที่ผ่านมา

ทัศนคติด้านความรู้หรือความเข้าใจ (The knowledge or Cognitive Component) หมายถึง ความเชื่อของผู้บริโภคกลุ่มเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ตแต่ละบุคคล เกี่ยวกับการชำระค่าสินค้าและบริการในรูปแบบต่างๆ มีทั้งชอบและไม่ชอบ เกิดจากประสบการณ์โดยตรงของทัศนคติที่มีต่อการชำระค่าสินค้าและบริการ ประกอบกับข้อมูลข่าวสารจากแหล่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง หากผู้บริโภคมีความรู้ ความสามารถแยกแยะได้ว่าวิธีการใดดีก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อรูปแบบการชำระนั้น แต่หากคิดว่าวิธีการนั้นไม่ดี ก็จะมีทัศนคติไม่ดีต่อรูปแบบการชำระนั้นเช่นกัน

ทัศนคติด้านพฤติกรรม (The Behavioral Component) หมายถึง การแสดงออกของผู้บริโภคกลุ่มเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ตที่มีต่อรูปแบบการชำระค่าสินค้าและบริการ เป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความเข้าใจ ความรู้สึก และความคิด

ความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Intention to use Bitcoin Payment) หมายถึง ผู้บริโภคเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต มีความพร้อมหรือความเป็นไปได้ที่จะแสดงพฤติกรรมของการใช้งานสกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ทดแทนเงินสดหรือบัตรเครดิต

### ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา : ทำการศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) ของผู้บริโภคกลุ่มเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต กำหนดตัวแปร ดังนี้

ตัวแปรต้น ประกอบด้วย (1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ (2) ทัศนคติการเลือกใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) ของผู้บริโภค ตามแนวความคิดด้านทัศนคติของ Schiffman และ Kanuk (1994) ได้แก่ ความรู้หรือความเข้าใจ (The knowledge or Cognitive Component) ความรู้สึก (The Affective Component) และแนวโน้มพฤติกรรม (The Behavioral Component)

ตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) ตามแนวความคิดของ Ajzen and Fishbein (2010)

ขอบเขตด้านประชากร : การวิจัยครั้งนี้มีประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคทั่วไปที่เป็นเพศหญิง มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดภูเก็ต สัญชาติไทย เคยใช้หรือไม่เคยใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) มีทัศนคติเชิงบวกพร้อมนำสกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) มาชำระสินค้าและบริการหรือใช้แทนเงินสด โดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

ขอบเขตด้านระยะเวลา : ระยะเวลาที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลที่ศึกษา คือ ตั้งแต่เดือนมีนาคม ถึง เดือน เมษายน 2562 เป็นระยะเวลา รวม 2 เดือน

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Schiffman และ Kanuk (1994) กำหนดองค์ประกอบของทัศนคติไว้ 3 ส่วน ได้แก่ องค์ประกอบส่วนความเข้าใจ (Cognitive Component) คือ ความรู้และการรับรู้ที่ได้รับจากประสบการณ์โดยตรงต่อทัศนคติ ส่งผลต่อความเชื่อถือ ซึ่งผู้บริโภคมีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล องค์ประกอบส่วนของความรู้สึก (Affective Component) คือ การสะท้อนถึงอารมณ์หรือความรู้สึก ของผู้บริโภคที่มีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยอารมณ์และความรู้สึกที่เกิดขึ้นจะเป็นการประเมินทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ผ่านการให้คะแนนความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจ ดีหรือไม่ดี เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย เป็นต้น องค์ประกอบส่วนของพฤติกรรม (Conative Component หรือ Behavior หรือ Doing) คือ การสะท้อนถึงความน่าจะเป็น หรือแนวโน้ม พฤติกรรมของผู้บริโภค ด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งต่อทัศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

แนวคิดของ Ajzen and Fishbein (2010) กล่าวว่า ความตั้งใจใช้งาน หมายถึง ความพร้อมหรือความเป็นไปได้ของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมกระทำการทำงานให้ปรากฏออกมา

เงินดิจิทัล (Crypto Currency) มาจากคำว่า Cryptology หมายถึง กระบวนการสำหรับการแปรรูปข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ธรรมดาให้อยู่ในรูปที่บุคคลทั่วไปไม่สามารถอ่านเข้าใจได้ โดยเข้ารหัส ก่อนการจัดเก็บข้อมูลหรือก่อนการส่งข้อมูล และถอดรหัสเพื่ออ่านข้อมูล คำว่า Virtual Currency หรือเงินเสมือน หมายถึง เงินในโลกดิจิทัลที่ถูกสร้างขึ้นโดยกลุ่มคนบางกลุ่ม และยอมรับการใช้งานกันภายในกลุ่มสังคมนั้น โดยที่ไม่ได้มีรัฐบาลของประเทศใดรับรองหรือควบคุมเหมือนเงินตรา ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน ดังนั้น มูลค่าของเงินดิจิทัลจึงขึ้นอยู่กับความต้องการอย่างแท้จริง หรืออุปสงค์ อุปทาน (Demand-Supply) ที่มีอยู่อย่างจำกัดในสกุลนั้น

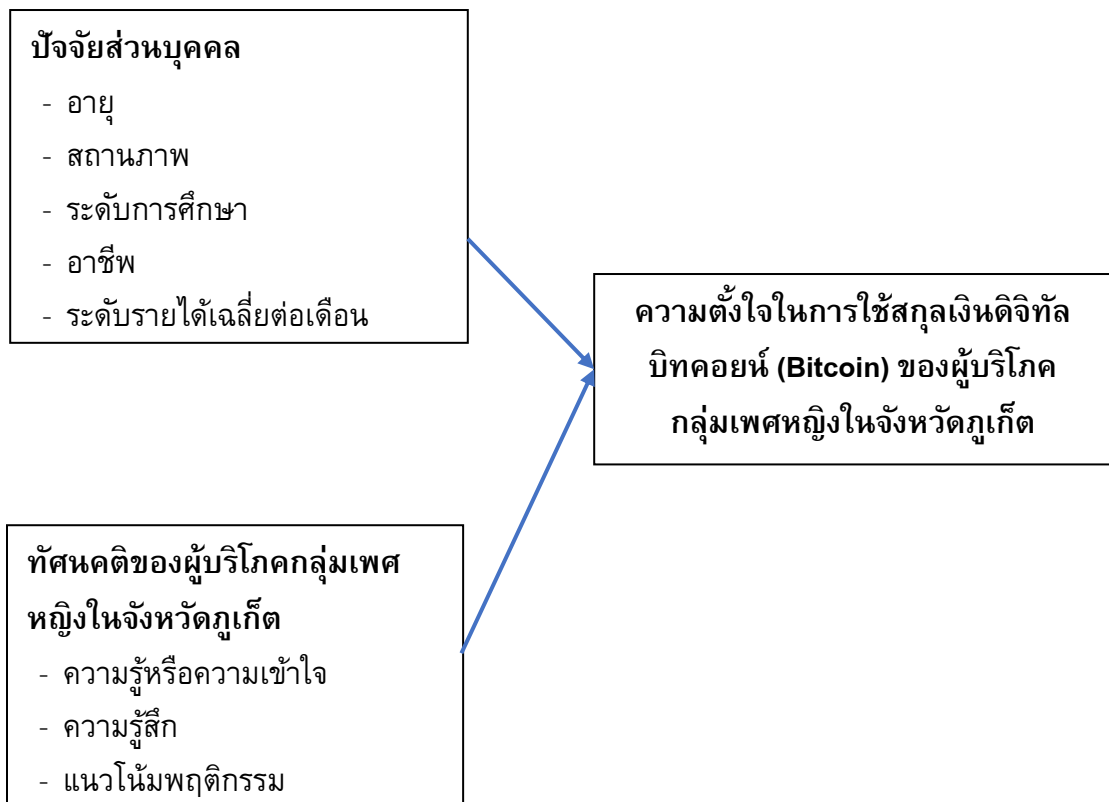
มินตรา เชื้ออ๋า (2561) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการรับรู้และทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) ในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการรับรู้ ประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์ ความง่ายในการใช้งาน และความเสถียร มีผลต่อการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ ในประเทศไทยในระดับมาก และทัศนคติต่อการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี เนื่องจาก ประเทศไทยเข้าสู่ช่วงของการพัฒนาเทคโนโลยีด้านการเงิน ซึ่งเงินดิจิทัลมีมากมายหลายสกุล และจะเพิ่มขึ้นอีกโดยใครก็ได้ หากเงินสกุลนั้นสามารถตอบสนองพฤติกรรมและรูปแบบการใช้ชีวิตของคนในสังคมได้ มีการมองว่าบิตคอยน์มีความเสถียรภาพและน่าเชื่อถือ ประชาชนทั่วไปอาจนำสกุลเงินดิจิทัลมาใช้อย่างแพร่หลาย และอาจกลายเป็นสกุลเงินหลักของประเทศไทยในอนาคต

เกียรติกร เทียนธรรมชาติ (2561) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง อิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับใช้เงินดิจิทัล (บิตคอยน์) ของผู้บริโภคกลุ่ม Millennials ในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยของ

การตัดสินใจ ประกอบด้วย ความง่ายในการใช้งาน ประโยชน์ที่ได้รับ สิ่งอำนวยความสะดวก และ ผลกระทบเครือข่าย ส่งผลต่อการยอมรับใช้เงินดิจิทัล (บิทคอยน์) ของผู้บริโภคกลุ่ม Millennial โดย ที่การตัดสินใจยอมรับการใช้เงินดิจิทัลส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นทางด้านอิทธิพลทางสังคมมากที่สุด เนื่องจากผู้บริโภคจะมีการเลือกใช้เงินดิจิทัล หากคนรอบตัวมีการใช้เหมือนกัน นอกจากนี้ ผู้ตอบ แบบสอบถามยังให้ความสำคัญกับอิทธิพลในด้านผลกระทบเครือข่าย ความเชื่อมั่น และข้อมูลด้าน บุคลิกภาพ ซึ่งประกอบด้วย นโยบายของรัฐบาล ความผันผวนของค่าเงินดิจิทัล และบุคลิกภาพ แบบเปิดใจสู่การเรียนรู้ มีลักษณะเป็นคนอยากรู้อยากเห็น ตามลำดับ

ภิญญาพัชญ์ นาแหลม (2564) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แรงจูงใจและพฤติกรรมในการใช้สกุลเงิน ในรูปแบบดิจิทัลของผู้บริโภค : กรณีศึกษาสกุลเงินบิทคอยน์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ ด้านการศึกษา ด้านอาชีพ และด้านรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมในการใช้สกุลเงินในรูปแบบดิจิทัลของผู้บริโภค ขณะที่ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ และอายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อแรงจูงใจในด้านปัจจัยเชิงอรรถประโยชน์ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อแรงจูงใจในด้านการยอมรับการใช้เทคโนโลยี

#### กรอบแนวคิด



## ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคทั่วไปที่เป็นเพศหญิง มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดภูเก็ต สัญชาติไทย โดยประชากรเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ตมีทั้งสิ้น 220,911 คน (ส่วนบริหารและพัฒนาเทคโนโลยีการทะเบียน สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง, 2564) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตร Yamane (1973) ได้เท่ากับ 399.28 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันข้อผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามที่อาจเกิดขึ้น ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง แล้วทำการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) เริ่มจากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Sampling) โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนอำเภอของจังหวัดภูเก็ต ออกเป็น 3 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองภูเก็ต อำเภอกะทู้ และอำเภอถลาง เมื่อนำกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้มาแบ่งกลุ่มเท่าๆ กัน จะได้อำเภอละ 134 คน จากนั้นสุ่มตัวอย่างตามจุดมุ่งหมายของการวิจัย (Purposive Sampling) โดยผู้วิจัยจัดส่งแบบสอบถามออนไลน์ให้แก่กลุ่มตัวอย่างที่ตรงตามคุณสมบัติที่กำหนดไว้ ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย ได้แก่ Line, Facebook, Instagram และช่องทางอื่นๆ

## ผลการวิจัย

จากกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 25 – 35 ปี จำนวน 231 คน (ร้อยละ 57.80) มีสถานภาพโสด จำนวน 263 คน (ร้อยละ 65.80) ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 268 คน (ร้อยละ 67) ประกอบอาชีพอยู่ในกลุ่มของข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 187 คน (ร้อยละ 46.80) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท จำนวน 170 คน (ร้อยละ 42.50)

ตาราง 1 ทศนคติที่มีต่อสกุลเงินดิจิทัลบิทคอยน์ (Bitcoin) ของผู้บริโภค

ทศนคติ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทศนคติ
ทศนคติด้านความรู้สึก	3.20	1.272	ปานกลาง
ทศนคติด้านความรู้หรือความเข้าใจ	3.55	1.154	ดี
ทศนคติด้านพฤติกรรม	3.35	1.217	ปานกลาง

จากตาราง 1 พบว่า ทศนคติโดยรวมที่มีต่อสกุลเงินดิจิทัลบิทคอยน์ (Bitcoin) ของผู้บริโภคเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ตในแต่ละด้าน ประกอบด้วย ด้านความรู้สึก ด้านความรู้หรือความเข้าใจ และด้านพฤติกรรม เมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ย พบว่า ทศนคติด้านความรู้หรือความเข้าใจที่มีต่อสกุลเงินดิจิทัลบิทคอยน์ (Bitcoin) อยู่ในระดับดี ทศนคติด้านพฤติกรรมที่มีต่อสกุลเงินดิจิทัลบิทคอยน์

(Bitcoin) อยู่ในระดับปานกลาง และทัศนคติด้านความรู้สึก ที่มีต่อสกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) อยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 2 ความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) ของผู้บริโภคกลุ่มเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต

ความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) ของผู้บริโภค	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความตั้งใจ
คาดว่าจะใช้บิตคอยน์ (Bitcoin) ในการชำระเงินค่าสินค้าและบริการ แทนการใช้เงินสดหรือการชำระเงินรูปแบบอื่นๆ ในอีก 2-3 เดือนข้างหน้า	2.83	1.031	ปานกลาง
ใช้บิตคอยน์ (Bitcoin) ในการชำระเงินค่าสินค้าและบริการ เป็นประจำในอนาคต	3.31	1.057	ปานกลาง
มีความตั้งใจที่จะแนะนำการชำระเงินค่าสินค้าและบริการโดยใช้บิตคอยน์ (Bitcoin) ให้กับผู้อื่น	3.35	1.141	ปานกลาง
สมมติว่า ท่านใช้บิตคอยน์ (Bitcoin) ในการชำระเงินค่าสินค้าและบริการ แทนการใช้เงินสด ท่านมีความตั้งใจที่จะชำระเงินรูปแบบอื่นๆ เพิ่มเติม โดยใช้บิตคอยน์ (Bitcoin) เช่น การใช้ทดแทนบัตรเครดิต เป็นต้น	3.39	1.075	ปานกลาง
รวม	3.22	1.099	ปานกลาง

จากตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) ของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ตมีความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) โดยรวมและ 4 ประเด็นย่อย อยู่ในระดับปานกลาง



การทดสอบสมมติฐาน 1 : ความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) แตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันของผู้บริโภคกลุ่มเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ ตัวแปรด้านอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ตาราง 3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	F	Sig.	ผลการทดสอบ
อายุ	15.866	0.000*	แตกต่างกัน
สถานภาพ	4.404	0.013*	แตกต่างกัน
ระดับการศึกษา	1.823	0.163	ไม่แตกต่างกัน
อาชีพ	3.946	0.004*	แตกต่างกัน
ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	1.540	0.204	ไม่แตกต่างกัน

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) แตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันของผู้บริโภคกลุ่มเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต พบว่า อายุ สถานภาพ และอาชีพที่ต่างกันของผู้บริโภคกลุ่มเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต มีผลต่อความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ในส่วนของระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนที่ต่างกันของผู้บริโภคกลุ่มเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต ไม่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การทดสอบสมมติฐาน 2 : ทศนคติมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) ของผู้บริโภคกลุ่มเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 4 การวิเคราะห์สมการถดถอยของความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) โดยรวม ของผู้บริโภคกลุ่มเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต

ตัวพยากรณ์	B	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	0.304		2.260	0.024*
ด้านความรู้สึก ( $X_1$ )	0.225	0.214	4.586	0.000*
ด้านความรู้หรือความเข้าใจ ( $X_2$ )	0.182	0.190	3.923	0.000*
ด้านพฤติกรรม ( $X_3$ )	0.471	0.456	9.843	0.000*
$R^2 = 0.583$	$F = 184.817$		$Sig. = 0.000^*$	

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4 พบว่า ทศนคติที่มีต่อสกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) สามารถทำนายค่าสมการของการวิเคราะห์ของความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) ได้เท่ากับร้อยละ 58.30 และมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ทศนคติที่มีต่อสกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) อย่างน้อย 1 ตัว ที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05 และมีผลต่อความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) และนำไปเขียนสมการถดถอยได้ ดังนี้

$$Y_T = 0.304 + 0.225X_1 + 0.182X_2 + 0.471X_3$$

จากสมการสามารถสรุปได้ว่า ทศนคติที่มีต่อสกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) โดยรวมของผู้บริโภคกลุ่มเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต หากทศนคติที่มีต่อสกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) ของผู้บริโภคกลุ่มเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ ด้านความรู้สึก ด้านความรู้หรือความเข้าใจ และด้านพฤติกรรม เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้ความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) เพิ่มขึ้น 0.225, 0.182 และ 0.471 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยให้ตัวแปรอื่นๆ คงที่ จะเห็นได้ว่า ทศนคติด้านพฤติกรรมมีผลต่อความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) สูงสุด

### สรุปและอภิปรายผล

งานวิจัยนี้ศึกษาทศนคติที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) ของผู้บริโภคกลุ่มเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต สรุปผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันของผู้บริโภคกลุ่มเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต ประกอบด้วย อายุ สถานภาพ และอาชีพที่ต่างกันของผู้บริโภคกลุ่มเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต มีผลต่อความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) ยกเว้นระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนที่ต่างกันของผู้บริโภคกลุ่มเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต ไม่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) ขณะที่ทศนคติที่มีต่อสกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) โดยรวมของผู้บริโภคกลุ่มเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต

ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคกลุ่มเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต โดยส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 25 – 35 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพอยู่ในกลุ่มของข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท เนื่องจากในจังหวัดภูเก็ตมีหน่วยงานของภาครัฐอยู่เป็นจำนวนมาก ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในกลุ่มของข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เป็นส่วนใหญ่ โดยกลุ่มอาชีพดังกล่าวมีคุณสมบัติเบื้องต้น คือ มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นขั้นต่ำ เงินเดือนโดยเฉลี่ยตามฐานเงินเดือนของวุฒิการศึกษาระดับ

ปริญญาตรีอยู่ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท ดังนั้น จึงสอดคล้องกับช่วงอายุโดยส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ช่วงระหว่าง 25 – 35 ปี ซึ่งเป็นอายุของการเริ่มต้นของวัยทำงาน โดยสอดคล้องกับการศึกษาของ รัชฎยากร ขวัญใจสกุล (2561) ที่กล่าวว่า กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนมากมีอายุระหว่าง 31 – 35 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 20,001 – 30,000 บาทมากที่สุด โดยกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวมานั้น มีการยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านระบบโมบายแบงก์กิ้งและระบบโมบายเพย์เมนต์ ซึ่งจัดเป็นรูปแบบการบริการที่มีการเปลี่ยนแปลงจากสังคมเงินสดไปสู่การใช้ชีวิตดิจิทัลผ่านระบบการบริการการเงินอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อใช้จ่ายชำระค่าบริการในชีวิตประจำวัน

ทัศนคติที่มีต่อสกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) ด้านความรู้หรือความเข้าใจอยู่ในระดับดี ด้านพฤติกรรมและด้านความรู้สึกอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งตรงกับแนวคิดของ Schiffman และ Kanuk (1994) ที่กล่าวว่า ความเข้าใจที่เกิดจากความรู้ การรับรู้จากประสบการณ์ และความรู้สึกที่เกิดขึ้น จะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมของผู้บริโภค ดังนั้น หากผู้บริโภคมีความรู้และการรับรู้ในระดับที่ดี ควบคู่ไปกับความรู้สึกที่เกิดจากความพึงพอใจในระดับที่ดี จะสะท้อนไปถึงแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคในระดับที่ดีด้วยเช่นกัน จากผลการวิจัยในครั้งนี้ จะเห็นได้ว่า ทัศนคติด้านความรู้หรือความเข้าใจโดยรวมเป็นเพียงด้านเดียวที่อยู่ในระดับดี เนื่องจากเมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยของทัศนคติด้านความรู้ความเข้าใจรายข้อ ทำให้ทราบว่า ผู้บริโภคเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ตมีความรู้และเข้าใจต่อความผันผวนของสกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ ต่อทิศทางที่อาจเกิดจากนโยบายทางบวกหรือทางลบของภาครัฐ รวมถึงความปลอดภัยที่เกิดจากการทำธุรกรรมผ่านสกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ และทัศนคติด้านความรู้สึกอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากเมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยของทัศนคติดังกล่าว ทำให้ทราบว่า เพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต มีทักษะในการใช้บิตคอยน์ที่ไม่มากพอทำให้เกิดความรู้สึกกังวลที่จะใช้ รวมถึงความรวดเร็วและความสะดวกระหว่างใช้งาน ยังไม่สามารถตอบสนองต่อความรู้สึกของผู้บริโภคเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ตได้ ทั้งสองด้านที่กล่าวมาข้างต้น ส่งผลต่อการตัดสินใจที่จะใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ต่อไปเมื่อเกิดปัญหาระหว่างใช้งาน ทำให้ระดับของทัศนคติด้านพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับการศึกษาของ มินตรา เชื้ออ่ำ (2561) ที่กล่าวว่า ทัศนคติต่อการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยเมื่อพิจารณาทัศนคติเป็นรายด้าน พบว่า ประชาชนมีทัศนคติในด้านความรู้สึกดี ทัศนคติในด้านความรู้ ความเข้าใจ อยู่ในระดับดีมาก ส่งผลให้เกิดทัศนคติด้านพฤติกรรมอยู่ในระดับดี เนื่องจาก ประเทศไทยเข้าสู่ช่วงของการพัฒนาเทคโนโลยีด้านต่างๆ เพิ่มมากขึ้น ไม่เว้นแม้แต่เทคโนโลยีด้านการเงิน ซึ่งเงินดิจิทัลมีมากมายหลายสกุล และจะเพิ่มขึ้นอีกโดยใครก็ได้ หากเงินสกุลนั้นสามารถตอบสนองพฤติกรรมและรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้คนในสังคมได้ มีการมองว่าบิตคอยน์มีความเสถียรภาพ และน่าเชื่อถือ ประชาชนทั่วไปอาจนำสกุลเงินดิจิทัลมาใช้อย่างแพร่หลาย และอาจกลายเป็นสกุลเงินหลักของประเทศไทยในอนาคต

ความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) ของผู้บริโภคเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ตโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งอาจหมายถึง ผู้บริโภคสามารถเกิดความคิดเห็นได้ทั้ง 2 ด้าน คือ เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยต่อการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ แสดงให้เห็นว่า การให้ความสำคัญกับประเด็นย่อยด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการเตรียมความพร้อมด้านความรู้ในส่วนจากระบบการใช้งานให้แก่ผู้บริโภค การสร้างความเชื่อมั่นระหว่างผู้บริโภคและสกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ ให้ผู้บริโภครับรู้ถึงความง่ายและความสะดวกระหว่างการใช้งาน เป็นส่วนที่ช่วยเพิ่มระดับความตั้งใจของผู้บริโภคให้สามารถใช้บิตคอยน์แทนเงินเงินสดได้อีก 2-3 เดือนข้างหน้า สามารถใช้ได้เป็นประจำในอนาคต เกิดความตั้งใจที่จะแนะนำผู้อื่นมากขึ้น รวมถึงมีความตั้งใจที่จะใช้บิตคอยน์ชำระเงินในรูปแบบอื่นๆ เพิ่มเติม โดยสอดคล้องกับการศึกษาของ ธัญยากร ขวัญใจสกุล (2561) ที่กล่าวว่า ความตั้งใจในการใช้บริการชำระเงินผ่านระบบโมบายแบงก์กิ้งและระบบโมบายเพย์เมนต์ของผู้ใช้ขึ้นอยู่กับความรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งานมากที่สุด การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และความเชื่อมั่นไว้วางใจในผู้ให้บริการ เนื่องจากผู้ใช้บริการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการจัดการธุรกรรมผ่านบริการที่มีความหลากหลาย ครอบคลุมการใช้งาน สะดวก รวดเร็ว สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ มากกว่าการทำธุรกรรมในรูปแบบเดิม มีการรับรู้ถึงความง่ายของผู้ใช้จากการใช้งานระบบโมบายเพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันที่ออกแบบมาให้ไม่ซับซ้อน รวมถึงการบริการข้อมูลมีความถูกต้อง ปลอดภัย สร้างความเชื่อมั่นและเพิ่มการใช้บริการระบบมากขึ้นในอนาคต ส่งผลต่ออิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการชำระเงินผ่านระบบโมบายแบงก์กิ้ง

**การทดสอบสมมติฐานความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) แตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันของผู้บริโภคกลุ่มเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ ตัวแปรด้านอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน**

อายุ สถานภาพ และอาชีพ ที่ต่างกันมีความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) ต่างกัน โดยผู้บริโภคเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ตที่มีช่วงอายุที่ต่างกัน เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่พบว่า กลุ่มอายุของผู้บริโภคระหว่าง 46 – 55 ปี มีความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์แตกต่างกับกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี กลุ่มอายุระหว่าง 25 – 35 ปี และกลุ่มอายุระหว่าง 36 – 45 ปี เนื่องจากกลุ่มอายุ 46 – 55 ปี เป็นช่วงของวัยกลางคน แม้จะมีหน้าที่การงานมั่นคง รายได้เพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอ ภาระหนี้สินที่เริ่มลดลง ส่งผลให้มีรายได้ส่วนเกินจึงถือเป็นช่วงระยะมั่นคง แต่เนื่องจากมีอายุที่มากขึ้น มีภาระครอบครัวที่ต้องดูแล จึงมีความรับผิดชอบสูงขึ้น และต้องเริ่มคิดถึงชีวิตหลังวัยเกษียณ ดังนั้น เมื่อเปรียบเทียบความสามารถในการยอมรับความเสี่ยงที่น้อยลงของผู้บริโภคกลุ่มอายุระหว่าง 46 – 55 ปี กับกลุ่มอายุอื่นๆ จะได้ว่า อายุที่ต่างกันจะมีความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์แตกต่างกัน ต่อมาคือ สถานภาพที่แตกต่างกัน เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า สถานภาพสมรส มีความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ แตกต่างกับสถานภาพ

โสด เนื่องจากสถานภาพโสด มีอำนาจ มีอิสระในการตัดสินใจ มีภาระในส่วนของการใช้จ่ายน้อย จึงเกิดการยอมรับความเสี่ยงได้ในระดับสูง ดังนั้น ผู้บริโภคกลุ่มเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ตที่มีสถานภาพสมรส จึงมีความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ แตกต่างกับผู้บริโภคที่มีสถานภาพโสด และอาชีพที่แตกต่างกัน เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า ผู้บริโภคกลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ แตกต่างกับกลุ่มอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา เนื่องจากผู้บริโภคที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือเจ้าของกิจการ มีสภาพคล่อง และอิสระทางการเงินมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่นๆ ทำให้มีความสามารถในการยอมรับความเสี่ยง มีสภาพจิตใจที่นิ่งต่อสภาวะความผันผวนที่อาจเกิดขึ้นจากสกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ รวมถึงประสบการณ์จากการบริหารทำให้เกิดตรรกะทางความคิดด้านการเงิน ที่สามารถมองเห็นในวงกว้างถึงประโยชน์จากการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ได้มากกว่ากลุ่มอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ส่งผลให้ผู้บริโภคกลุ่มเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ตที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือเจ้าของกิจการ มีความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ แตกต่างกับผู้บริโภคกลุ่มอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา โดยสอดคล้องกับการศึกษาของ มินตรา เชื้ออ่ำ (2561) ที่กล่าวว่า ประชาชนผู้ใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ในประเทศไทยมี เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่งผลให้มีการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ในประเทศไทย และภิญญาพัชญ์ นาแหลม (2564) ที่กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ การศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเนื่อง ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สกุลเงินดิจิทัลของผู้บริโภค

### **การทดสอบสมมติฐาน ทศนคติมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) ของผู้บริโภคกลุ่มเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต**

ทศนคติที่มีต่อสกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) ได้แก่ ด้านความรู้สึก ด้านความรู้หรือความเข้าใจ และด้านพฤติกรรม มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) และทศนคติด้านพฤติกรรมมีผลต่อความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) สูงสุด ซึ่งตรงกับแนวคิดของ Ajzen and Fishbein (2010) ที่กล่าวว่า ความตั้งใจใช้งาน หมายถึงความพร้อมหรือความเป็นไปได้ของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมการกระทำการใช้งานให้ปรากฏออกมา โดยพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ตที่เป็นผลจากความเข้าใจที่เกิดจากความรู้ การรับรู้จากประสบการณ์ และความรู้สึกที่เกิดขึ้น ส่งผลต่อเนื่องให้เกิดความตั้งใจในทิศทางเดียวกัน ดังนั้น พฤติกรรมจึงมีอิทธิพลต่อความตั้งใจมากที่สุด สรุปได้ว่า ทิศทางหรือระดับความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) เกิดจากทศนคติของผู้บริโภค สอดคล้องกับการศึกษาของ มินตรา เชื้ออ่ำ (2561) ที่กล่าวว่า ทศนคติต่อการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ มีความสัมพันธ์กับการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ในประเทศไทย โดยทศนคติที่มีต่อการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์โดยรวม ประกอบด้วย ความรู้สึก ความรู้ ความเข้าใจ พฤติกรรม และการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ในประเทศไทยโดยรวมมีความสัมพันธ์กัน

## ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคกลุ่มเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต ที่มีอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในอัตราส่วนที่ต่างกัน ผู้วิจัยขอเสนอแนะให้ผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการที่สนใจจะใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ในการทำธุรกรรมเพื่อชำระสินค้าและบริการ ในจังหวัดภูเก็ตหรือจังหวัดอื่นๆ ที่ต้องการใช้ข้อมูลจากการวิจัยในครั้งนี้อ้างอิง เช่น ผู้ประกอบการทางด้านโรงแรม ผู้ประกอบการด้านร้านอาหาร เป็นต้น โดยนำข้อมูลทั่วไปที่เป็นข้อมูลโดยส่วนใหญ่ของผู้บริโภคเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ กลุ่มช่วงอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา กลุ่มอาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไปวางแผนเพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ ด้วยกลยุทธ์ยิ่งแบ่งปันยิ่งได้มากกว่า โดยกำหนดโปรโมชั่นให้กับกลุ่มอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจที่อยู่ในจังหวัดภูเก็ต ด้วยการใส่รหัสพนักงานเพื่อแลกกับโค้ดส่วนลด แต่หากผู้ใช้งานแชร์โค้ดที่ได้รับให้กับเพื่อนๆ ได้ใช้งานต่อ ผู้ใช้งานท่านนั้นจะได้รับส่วนลดเพิ่มเป็นสองเท่าของโค้ดส่วนลดเดิม กลยุทธ์ทางการตลาดที่กล่าวมานี้ นอกจากสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้แล้ว ยังสามารถขยายกลุ่มคนใช้งานหรือกลุ่มผู้บริโภคให้มากขึ้น โดยยังคงรักษาฐานของกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มเดิมที่มีในปัจจุบันอยู่

2. ทักษะคิดโดยรวมที่มีต่อสกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) ด้านความรู้หรือความเข้าใจอยู่ในระดับดี ด้านพฤติกรรมและด้านความรู้สึกอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้น ผู้วิจัยขอเสนอแนะให้เพิ่มทักษะด้านของความรู้สึก คือ บริษัทผู้บริการด้านบิตคอยน์ (Bitcoin) มีการพัฒนาระบบให้มีระบบที่สามารถรักษาความปลอดภัย ปรับปรุงขั้นตอนในการใช้งานให้ไม่สลับซับซ้อน สร้างความรู้สึกในด้านที่ดีให้กับผู้บริโภค และการส่งเสริมสนับสนุนจากผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินธุรกิจในจังหวัดภูเก็ต ที่มีความสนใจจะใช้สกุลเงินบิตคอยน์ในการทำธุรกรรมซื้อขาย เช่น ผู้ประกอบการโรงแรม ผู้ประกอบการร้านอาหาร ธนาคาร และผู้ประกอบการด้านอื่นๆ ที่มีการดำเนินการด้านการบริการ เป็นต้น จัดตั้งกลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การหาแนวทางร่วมกันระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการ ผู้ให้บริการ และบริษัทผู้บริการด้านบิตคอยน์ (Bitcoin) เพื่อพัฒนาระบบและสร้างโมเดลการดำเนินงานให้ผู้ประกอบการสามารถเห็นถึงภาพการดำเนินงานในวงกว้าง สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ให้บริการต่อไปในอนาคต ส่งผลให้ผู้ให้บริการรู้สึกถึงประโยชน์จากการใช้บิตคอยน์ชำระค่าสินค้าและบริการ ความง่ายและความสะดวกสบาย ตามลำดับ

3. ความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) ของผู้บริโภคเพศหญิงในจังหวัดภูเก็ตโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้น ผู้วิจัยขอเสนอแนะให้ ผู้ให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นสถาบันทางการเงิน ผู้ให้บริการที่เป็นผู้ประกอบการ ต้องเข้าใจถึงสาเหตุหรือปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ของผู้บริโภคเพศหญิงในจังหวัด ภูเก็ต ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยด้านความ

พร้อมของผู้บริโภคที่จะใช้บิทคอยน์แทนเงินสด และจะใช้งานบิทคอยน์เป็นประจำในอนาคต ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นต่อสกุลเงินดิจิทัลบิทคอยน์ รวมถึงปัจจัยด้านความตั้งใจที่จะชำระเงินในรูปแบบอื่นๆ ดังนั้นผู้ให้บริการสามารถสามารถสร้างแรงจูงใจในการใช้บริการ จากสาเหตุหรือปัจจัยดังที่ได้กล่าวมา ส่งผลต่อเนื่องให้ผู้บริโภคมีระดับความตั้งใจที่มากยิ่งขึ้นตามไปด้วย โดยการให้ข้อมูลบนแพลตฟอร์มผ่านช่องทางต่างๆ เช่น Facebook, Instagram, Twitter รวมถึงสนับสนุน Influencer ที่มีการให้ข้อมูลด้านสกุลเงินดิจิทัลบิทคอยน์ อธิบายถึงขั้นตอนในการใช้งานในทุกช่องทาง เป็นต้น ทำให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่ถูกลบยให้ตรงประเด็นปัญหา เข้าใจง่าย และสามารถเข้าถึงข้อมูลได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ ผู้ให้บริการสามารถให้ความรู้แก่ผู้บริโภคที่มาทำธุรกรรมผ่านพนักงานของตนเอง เพื่อลดความกังวลจนทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกคุ้นเคยในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิทคอยน์ทั้งหมดที่กล่าวมานี้ ล้วนเป็นการสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่ดี และส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิทคอยน์ มากยิ่งขึ้น

4. อายุ สถานภาพ และอาชีพ ที่ต่างกันนั้นมีผลต่อความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิทคอยน์ (Bitcoin) ดังนั้น ผู้วิจัยขอเสนอแนะให้ธนาคาร ผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการ ที่สนใจจะใช้สกุลเงินดิจิทัลบิทคอยน์ในการทำธุรกรรมเพื่อชำระสินค้าและบริการ ให้ความสำคัญกับอายุ สถานภาพ และอาชีพ ที่แตกต่างกัน เนื่องจากปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิทคอยน์ ดังนั้น ธนาคาร ผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการ จะต้องกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับแต่ละกลุ่ม ซึ่งมีความแตกต่างกัน เช่น จากผลการวิจัย สามารถเน้นขายสินค้าที่ดึงดูดเพศหญิงที่โสด มีช่วงอายุ 25 – 35 ปีได้ หรือจัดโปรโมชั่นเพื่อสอดรับกับกลุ่มผู้ประกอบการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยหากผู้บริโภคอยู่ในกลุ่มอาชีพดังกล่าว จะได้ส่วนลดพิเศษ หรือจัดกิจกรรมให้กลุ่มอาชีพดังกล่าวลงทะเบียนเพื่อใช้สิทธิในการลุ้นรับเหรียญสกุลต่างๆ แลกกับข้อมูลส่วนบุคคลที่ใช้ในการลงทะเบียน ซึ่งสามารถนำข้อมูลไปวิเคราะห์เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไปได้อีกในอนาคต

5. ทักษะคนที่ถือสกุลเงินดิจิทัลบิทคอยน์ (Bitcoin) ได้แก่ ด้านความรู้สึก ด้านความรู้หรือความเข้าใจ และด้านพฤติกรรม มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิทคอยน์ (Bitcoin) และทัศนคติด้านพฤติกรรมมีผลต่อความตั้งใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิทคอยน์ (Bitcoin) สูงสุด ดังนั้น ผู้วิจัยขอเสนอแนะให้ภาครัฐหรือหน่วยงานที่กำกับดูแล ประกอบด้วย ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) และกระทรวงการคลัง ทราบและยอมรับผลความตั้งใจหรือความต้องการของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ตที่ได้จากผลการวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งภาครัฐหรือหน่วยงานที่กำกับดูแล ต้องร่วมกันกำหนดมาตรการในการควบคุมหรือกำกับดูแลบิทคอยน์ในประเทศไทย ป้องกันความเสียหายหรือบรรเทาความเสี่ยงจากความผันผวนของค่าเงินสกุลเงินดิจิทัลบิทคอยน์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต โดยอาจจัดตั้งหน่วยงานหรือองค์กรอิสระ เพื่อทำหน้าที่ให้ความรู้ทางด้านสกุลเงินดิจิทัลบิทคอยน์โดยเฉพาะ สร้าง

การรับรู้ทั้งด้านความรู้ ความง่าย ประโยชน์จากการใช้งาน และความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น ทำหน้าที่เป็นคนกลางระหว่างผู้ใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ ผู้ประกอบการและบริษัทผู้ให้บริการด้านบิตคอยน์ เพื่อตรวจสอบการดำเนินการที่เกิดขึ้นระหว่างกันและกัน ด้วยการสร้างแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินดิจิทัลแยกออกมาเป็นแพลตฟอร์มเชื่อมระหว่างบริษัทผู้ให้บริการด้านบิตคอยน์และผู้บริโภคที่มีการยอมรับการใช้จ่ายด้วยสกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ ทำหน้าที่ตรวจสอบบุคคลที่ไม่ประสงค์ดีต่อผู้บริโภค เช่น มิจฉาชีพที่มีการโฆษณา สร้างแรงจูงใจให้ใช้จ่ายผ่านสกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ จากหน้าที่ดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า เมื่อมีหน่วยงานอิสระซึ่งเป็นคนกลาง ทำหน้าที่ตรวจสอบและดำเนินการทางกฎหมายอย่างเข้มงวด จะส่งผลให้เกิดการยอมรับทั้งภายในภาครัฐ หน่วยงานที่กำกับ และประชาชน มีแนวโน้มยอมรับสกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์เพิ่มมากขึ้น

### เอกสารอ้างอิง

- Money Buffalo. (2561). ถ้าอยากใช้ “Bitcoin” ในชีวิตประจำวัน ต้องทำยังไง?. สืบค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2565, จาก <https://bit.ly/3wwVHI0>
- Blockchain.com. (2565). Confirmed Transactions Per Day. สืบค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2565, จาก <https://www.blockchain.com/charts/n-transactions?timespan=all>
- Buy Bitcoin Worldwide. (2565). Bitcoin Price Today & History Chart. สืบค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2565, จาก <https://www.buybitcoinworldwide.com/price/>
- สำนักงานเทศบาลนครภูเก็ต. (2565). ทน.ภูเก็ต เปิดการบรรยายระบบ Block Chain ช่วยพัฒนาเมืองได้อย่างไร, สืบค้นเมื่อ 22 มีนาคม 2565, จาก <https://bit.ly/3wuWLG3>
- TODAY Bizview. (2565). สรุป แงก์ชาติ ก.ล.ต. และ คลัง จะห้ามไม่ให้หา ‘คริปโต’ทุกประเภท มาชำระค่าสินค้าและบริการ, สืบค้นเมื่อ 22 มิถุนายน 2565, จาก <https://workpointtoday.com/crypto-is-forbidden-to-pay-for-goods-and-services/>
- Brand Buffet. (2564). เปิดผลสำรวจ “อ็อปซอสส์” คนไทยทุกวัยสนใจ Bitcoin แม้เสี่ยงสูงแต่ทำกำไรเร็ว “รุ่นใหม่”ลงทุนสูงสุด, สืบค้นเมื่อ 24 มิถุนายน 2565, จาก <https://bit.ly/3FNxefo>
- ส่วนบริหารและพัฒนาเทคโนโลยีการทะเบียน สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง. (2563). จำนวนประชากร, สืบค้นเมื่อ 24 มิถุนายน 2565, จาก [https://stat.bora.dopa.go.th/new\\_stat/webPage/statByYear.php](https://stat.bora.dopa.go.th/new_stat/webPage/statByYear.php)
- อังศุธร ศรีกาญจนสอน. (2562). การจัดกลุ่มผู้ลงทุนไทยตามพฤติกรรมการลงทุนใน Bitcoin (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. สืบค้นจาก <https://repository.nida.ac.th/handle/662723737/5133>
- นายธัญยากร ขวัญใจสกุล. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระเงินผ่าน



- ระบบโมบายแบงก์กึ่งและระบบโมบายเพย์เมนต์ (การค้นคว้าอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. สืบค้นจาก <https://bit.ly/3LvcOJH>
- ภิญญาพัชญ์ นาแหลม. (2564). แรงจูงใจและพฤติกรรมในการใช้สกุลเงินในรูปแบบดิจิทัลของผู้บริโภค : กรณีศึกษาสกุลเงินบิทคอยน์ (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง. สืบค้นจาก <https://bit.ly/3Mv6p24>
- มินตรา เชื้ออ้อ. (2561). การรับรู้และทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการใช้สกุลเงินดิจิทัล บิทคอยน์ (Bitcoin) ในประเทศไทย. วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 1(3), 83 – 97. สืบค้นจาก <https://bit.ly/3MhncWh>
- เกียรติกร เทียนธรรมชาติ. (2561). อิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับใช้เงินดิจิทัล (บิทคอยน์) ของผู้บริโภคกลุ่ม Millennials ในกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. สืบค้นจาก <https://bit.ly/39t6ZPz>
- กรวิทย์ ทรัพย์เจริญวิทย์. (2558). ทัศนคติความรู้ความเข้าใจ พฤติกรรม และคุณลักษณะการใช้งานของเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้เครื่องชำระค่าโทรศัพท์อัตโนมัติของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ปี 2558. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. สืบค้นจาก <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/1760>
- อลิสรา ธีระศักดิ์พงษ์. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้งาน Bitcoin. (การค้นคว้าอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. สืบค้นจาก <https://bit.ly/3yBPMxO>
- จิรายุทธ์ ธารารุ่งเรือง, และพัฒน์ พัฒนรังสรรค์. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสนใจใช้งานสกุลเงินดิจิทัลลิบรา. Journal of Business, Economic and Communications, 16(4), 107 – 122. สืบค้นจาก <https://bit.ly/3FPwI6c>
- ปฐมภรณ์ จันทร์วิภาวี. (2564). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมการเงินโมบายแบงก์กึ่ง (สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). ภูเก็ต. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. สืบค้นจาก <https://bit.ly/3NfDivB>
- ภัททิยา เฟิงประไพ, และบุญภา ปันทุรอมพร. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล บิตคอยน์ (Bitcoin) ของนักลงทุนรายย่อยในสถานการณ์ COVID-19. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง. สืบค้นจาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/twin-9/6214154018.pdf>