



การเลือกใช้แพลตฟอร์มซื้อขายสกุลเงินคริปโตในประเทศไทย



วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม  
หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐกิจดิจิทัล  
คณะเศรษฐศาสตร์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต

ปีการศึกษา 2565



**CRYPTOCURRENCY PLATFORM SELECTION IN THAILAND**

**BY**

**SUWAPAT BOONKUNAPONG**



**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT  
OF THE REQUIREMENTS FOR  
THE DEGREE OF MASTER OF ECONOMICS IN DIGITAL ECONOMY  
FACULTY OF ECONOMICS**

**GRADUATE SCHOOL, RANGSIT UNIVERSITY**

**ACADEMIC YEAR 2022**

วิทยานิพนธ์เรื่อง  
การเลือกใช้อแพลตฟอร์มซื้อขายสกุลเงินคริปโตในประเทศไทย

โดย  
ศุภภัทร บุญคุณาพงษ์

ได้รับการพิจารณาให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐกิจดิจิทัล

มหาวิทยาลัยรังสิต  
ปีการศึกษา 2565

ดร. วรรณสินธุ์ สัตยานุวัตร  
ประธานกรรมการสอบ

ผศ. ดร. เทอดศักดิ์ ชมไต้สุวรรณ  
กรรมการ

ผศ. ดร. ชันย์พัทธ์ ไคร้วานิช  
กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษา

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(ผศ. ร.ต. หญิง ดร. วรรณิ์ สุขสาตร)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
31 สิงหาคม 2565

Thesis entitled

**CRYPTOCURRENCY PLATFORM SELECTION IN THAILAND**

by

SUWAPAT BOONKUNAPONG

was submitted in partial fulfillment of the requirements  
for the degree of Master of Economics in Digital Economy

Rangsit University  
Academic Year 2022

---

Wanasin Sattayanuwat, Ph.D.  
Examination Committee Chairperson

Asst. Prof. Thoedsak Chomtohsuwan, D.Econ.  
Member

---

Asst. Prof. Tanpat Kraiwanit, Ph.D.  
Member and Advisor

Approved by Graduate School

(Asst.Prof.Plt.Off. Vannee Sooksatra, D.Eng.)

Dean of Graduate School

August 31, 2022

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ดี ด้วยความกรุณาจาก ผศ. ดร. ชันย์พันธ์ ไกรวานิช เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำแนะนำ แนวคิดเห็นต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งใน การทำวิจัย ตลอดจน การแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ของงานวิจัยโดยตลอด ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง ผู้วิจัยตั้งตระหนักเห็นถึงความตั้งใจจริงและความทุ่มเทของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ จนวิจัยเล่มนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ผู้วิจัย ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ครอบครัว และมหาวิทยาลัยรังสิต ซึ่งเปิดโอกาส ให้ได้รับการศึกษาเล่าเรียน ตลอดจนคอยช่วยเหลือ ให้คำปรึกษา สนับสนุนในทุกเรื่อง รวมทั้งเป็น กำลังใจที่ดีเสมอมาจนสำเร็จการศึกษา

ผู้วิจัยหวังว่า งานวิจัย ฉบับนี้จะมีประโยชน์อยู่ไม่น้อย จึงขอมอบส่วนดีทั้งหมดนี้ ให้แก่ มหาวิทยาลัยรังสิตและคณาจารย์ ที่ได้ประสิทธิประสาทวิชา ทำให้ผลงานวิจัยเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ เกี่ยวข้อง สำหรับจุดบกพร่องต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นนั้น ผู้วิจัยน้อมรับผิดชอบไว้แต่เพียงผู้เดียว และยินดี ที่รับฟังคำแนะนำจากทุกท่านที่ได้เข้ามาศึกษา เพื่อเป็นประโยชน์การพัฒนางานวิจัยต่อไป

สุดท้ายขอกราบขอบพระคุณ คณาจารย์และผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยฉบับนี้ ที่ข้าพเจ้ามิได้ กล่าวถึงมา ณ ที่นี้

สุวภัทร บุญคุณาพงษ์

ผู้วิจัย

6106688 : สุวภัทร บุญคุณาพงษ์  
 ชื่อวิทยานิพนธ์ : การเลือกใช้งานแพลตฟอร์มซื้อขายสกุลเงินคริปโตในประเทศไทย  
 หลักสูตร : เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐกิจดิจิทัล  
 อาจารย์ที่ปรึกษา : ผศ. ดร. ชันย์พัทธ์ ไกรวานิช

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรื่องการเลือกใช้งานแพลตฟอร์มซื้อขายสกุลเงินคริปโตของนักลงทุนที่ซื้อขายสกุลเงินคริปโตในประเทศไทย การเก็บข้อมูลแบบสอบถามออนไลน์ โดยกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ที่เคยใช้แพลตฟอร์มซื้อขายสกุลเงินคริปโต อายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 634 คน ผลการวิจัยพบว่า เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และความคิดเห็นต่อการใช้งาน สามารถพยากรณ์ตัวแบบได้ถูกต้องร้อยละ 72 สามารถกำหนดข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้งาน ผู้พัฒนาแพลตฟอร์มต้องการจะส่งเสริมทัศนคติในการใช้งานแพลตฟอร์ม จะต้องเสริมสร้างรับรู้ประโยชน์ โดยเน้นให้ผู้รับรู้รู้ว่า แพลตฟอร์มทำให้สามารถซื้อขายสกุลเงินคริปโตได้ทุกที่ทุกเวลา รวมถึงให้ผู้รับรู้รู้ว่าแพลตฟอร์มนั้นมีสกุลเงินที่ได้รับความนิยมและมีความหลากหลายสกุลภายในแพลตฟอร์ม นอกจากนั้นแล้วจะต้องเสริมสร้างการรับรู้ความง่าย ว่าสมัครและใช้งานได้ด้วยตัวเอง รวมถึงให้ผู้รับรู้รู้ว่าแพลตฟอร์มนั้นใช้งานได้ง่าย เช่น จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การใช้งานเพื่อให้ผู้ใช้ศึกษาและรับรู้ประโยชน์และความง่าย เพื่อทำให้ผู้ใช้มีประสบการณ์ที่ดีในการใช้งานแพลตฟอร์ม

(วิทยานิพนธ์มีจำนวนทั้งสิ้น 65 หน้า)

คำสำคัญ: การเลือกใช้งาน, แพลตฟอร์ม, การซื้อขายสกุลเงินคริปโต

6106688 : Suwapat Boonkunapong  
 Thesis Title : Cryptocurrency Platform Selection in Thailand  
 Program : Master of Economics in Digital Economy  
 Thesis Advisor : Asst. Prof. Tanpat Kraiwanit, Ph.D.

### Abstract

The objective of this research was to study the selection of cryptocurrency trading platform among investors trading cryptocurrency in Thailand. According to the data gathered through online questionnaire, the target group was 634 users of cryptocurrency trading platforms, aged 18 years and over. The research revealed that gender, age, occupation, education level, monthly income, and opinions on use could be used to predict the model with an accuracy of 72% and to formulate recommendations for the implementation of research results. The platform developers who would like to foster an attitude of using the platform must enhance the awareness of the benefits by emphasizing that users could trade cryptocurrencies through a platform anytime and anywhere. Moreover, they should let users know that a platform provides the most popular and diverse currencies. In addition, they should strengthen the perception of ease that users could sign up for and use a platform themselves as well as recognize that a platform is easy to use, such as creating a media to promote the use of a platform for users to study and understand benefits and ease in order to make users have a good experience in using a platform.

(Total 65 pages)

Keywords: Selection, Platform, Cryptocurrency Trading

Student's Signature ..... Thesis Advisor's Signature .....



## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 3</b>	<b>16</b>
<b>วิธีการดำเนินการวิจัย</b>	
3.1 ประชากรที่ศึกษาและกลุ่มตัวอย่าง	16
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	17
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	17
3.4 สถิติในการวิเคราะห์	17
3.5 สถิติเพื่อการทดสอบสมมติฐาน	19
<b>บทที่ 4</b>	<b>23</b>
<b>ผลการศึกษา</b>	
4.1 ลักษณะทั่วไปของข้อมูล	23
4.2 ความคิดเห็นต่อการใช้งานแพลตฟอร์ม	27
4.3 การทดสอบสมมติฐาน ด้วย Binary Logistic Regression	29
<b>บทที่ 5</b>	<b>35</b>
<b>สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>	
5.1 สรุปผลการศึกษา	35
5.2 อภิปรายผล	36
5.3 ข้อเสนอแนะ	38
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>40</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>43</b>
<b>ภาคผนวก ก</b> แบบสอบถาม	44
<b>ภาคผนวก ข</b> บทความ	48
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>65</b>



## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 จำนวน ร้อยละ แบ่งตามเพศ	23
4.2 จำนวน ร้อยละ แบ่งตามอายุ	23
4.3 จำนวน ร้อยละ แบ่งตามการศึกษา	24
4.4 จำนวน ร้อยละ แบ่งตามอาชีพ	24
4.5 จำนวน ร้อยละ แบ่งตามรายได้ต่อเดือน	25
4.6 จำนวน ร้อยละ แบ่งตามพฤติกรรมการใช้งานแพลตฟอร์ม	25
4.7 จำนวน ร้อยละ แบ่งตามจำนวนครั้งการใช้งานแพลตฟอร์ม	26
4.8 จำนวน ร้อยละแบ่งตามแพลตฟอร์มซื้อขายสกุลเงิน	26
4.9 จำนวน ร้อยละ แบ่งตามการเลือกแพลตฟอร์ม	27
4.10 จำนวน ร้อยละ สมัครงานแพลตฟอร์ม	27
4.11 ความปลอดภัยในการใช้งาน โดยแสดงค่าร้อยละความถี่	28
4.12 แบ่งตามประโยชน์จากค่าธรรมเนียมหรือค่าธรรมเนียมถูก	28
4.13 สัมประสิทธิ์ค่าพยากรณ์ ด้วยตัวแบบ Logistic Regression โดยตัวแปรอิสระทุกตัว	29
4.14 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรเชิงพหุ Method = Enter (กรณีที่ 1 ใช้ตัวแปรอิสระทุกตัว)	30
4.15 การทดสอบด้วยตาราง Classification Table (a) โดยตัวแปรอิสระทุกตัว	30
4.16 การทดสอบความเหมาะสมของตัวแปรอิสระ โดยวิธี Omnibus Tests Of Model Coefficients	31
4.17 การทดสอบความสอดคล้องของโมเดล	31
4.18 สัมประสิทธิ์ค่าพยากรณ์ ด้วย เฉพาะตัวแปรอิสระที่มีนัยสำคัญ	32
4.19 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรเชิงพหุ Method = Enter (กรณีที่ 2 ใช้เฉพาะตัวแปรอิสระที่มีนัยสำคัญ)	32
4.20 สัมประสิทธิ์ค่าพยากรณ์ ด้วยตัวแบบ Logistic Regression เฉพาะตัวแปรอิสระที่มีนัยสำคัญ	33

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.21	การทดสอบความเหมาะสม ของตัวแปรอิสระที่ใช้ในโมเดล โดยวิธี Omnibus Tests Of Model Coefficients	33
4.22	การทดสอบความสอดคล้องของโมเดล	33



## สารบัญรูป

รูปที่		หน้า
1.1	กลุ่มผู้ลงทุนบิทคอยน์	2
1.2	กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย	4
3.1	การทดสอบสมมติฐานตัวแปรตาม	19



# บทที่ 1

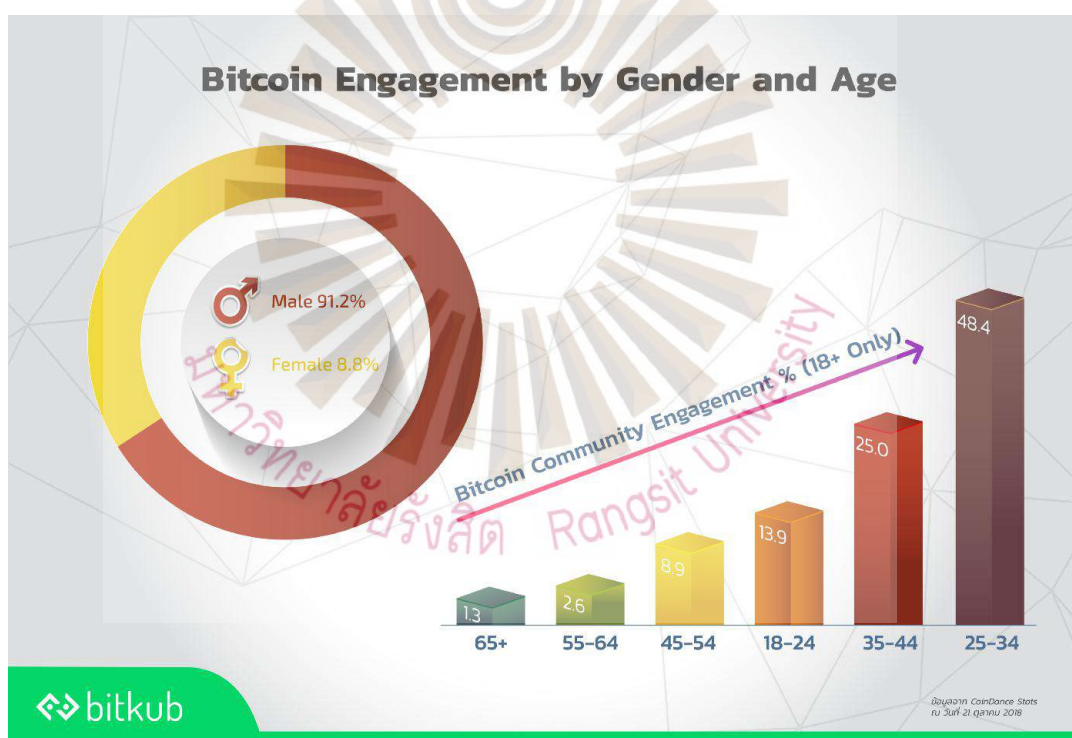
## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ทุกวันนี้เศรษฐกิจและสังคมโลกขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีที่พัฒนาอย่างรวดเร็ว สังคมกำลังพึ่งพาเทคโนโลยีดิจิทัลมากขึ้น สินค้าและบริการในตลาดทุนได้รับการพัฒนาให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัลมากขึ้น การเงินและตลาดทุนได้รับการพัฒนาอย่างมากมาย การซื้อขายในรูปแบบของเหรียญหรือธนบัตรเปลี่ยนเป็นเงินดิจิทัลทำให้เกิดสกุลเงินดิจิทัลหรือสกุลเงินดิจิทัลซึ่งเป็นสกุลเงินดิจิทัลหรือเสมือนที่มีความปลอดภัยในการทำธุรกรรมด้วยการเข้ารหัสและใช้เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนซึ่งทำให้แทบเป็นไปได้ที่จะปลอมแปลง หรือใช้จ่ายสองครั้ง เป็น สกุลเงินดิจิทัลที่เป็นเครือข่ายการกระจายอำนาจที่ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน (สำนักราชบัณฑิตยสภา, 2562) ด้วยการกระจายการดำเนินงานผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ Blockchain ช่วยให้ Cryptocurrencies ทำงานได้โดยไม่ต้องใช้อำนาจจากส่วนกลางซึ่งไม่ได้ขึ้นอยู่กับผู้ไกล่เกลี่ยบุคคลที่สาม ดังนั้นสกุลเงินดิจิทัลจึงเพิ่มความสนใจและการยอมรับและมีการใช้กันอย่างแพร่หลาย เช่น Bitcoin, Ethereum และสกุลเงินดิจิทัลอื่นๆ (Coinmarketcap, 2021) ที่ได้รับความเชื่อมั่นจากนักลงทุนทั่วโลก ในขณะที่สกุลเงินดิจิทัลดูเหมือนจะมีมูลค่าเพิ่มขึ้น

ในประเทศไทยนั้น มีความนิยม และความสนใจที่เพิ่มขึ้นของสกุลเงินดิจิทัลสามารถดูได้จากจำนวนบัญชีนักลงทุน 1,490,067 บัญชีในเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2564 (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ประเทศไทย พ.ศ. 2564) เมื่อราคาซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลสูงขึ้นจำนวนบัญชีใหม่จะเพิ่มขึ้นตามสถานการณ์ของตลาด ปัจจุบันการเปิดบัญชีบุคคลธรรมดาเพื่อซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลในประเทศไทยสามารถทำได้ผ่านธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล (Digital Asset Exchange) ที่ได้รับใบอนุญาตจากคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ในเรื่องนี้ การแข่งขันระหว่างการแลกเปลี่ยนสินทรัพย์ดิจิทัลบนเว็บไซต์ก่อนข้างสูงเมื่อถึงเวลาที่ตลาดสกุลเงินดิจิทัลได้รับความนิยม แต่ละเว็บไซต์พยายามค้นหาคุณลักษณะที่โดดเด่นหรือความแตกต่างของการใช้งานเพื่อดึงดูดผู้ใช้ให้ได้มากที่สุด ผู้ให้บริการยังได้พัฒนารูปแบบแพลตฟอร์มเพื่อรองรับระบบปฏิบัติการบนสมาร์ตโฟนหรือแท็บเล็ต ซึ่งอาจกลายเป็นข้อดีและประโยชน์ของบริการแลกเปลี่ยนสินทรัพย์ดิจิทัล รวมถึงทางเลือกทางเลือกสำหรับผู้ใช้งาน เนื่องจากในปัจจุบันแพลตฟอร์มมีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันของผู้คน เข้าถึงได้ง่ายจากสมาร์ตโฟนหรือแท็บเล็ต เพื่อรองรับความต้องการของผู้ใช้จำนวนมากขึ้น จากรูปแบบพื้นฐานของการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลบนเว็บไซต์

การแลกเปลี่ยนสินทรัพย์ดิจิทัลได้พัฒนาแพลตฟอร์มเพื่อให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงและใช้งานได้ทุกเมื่อ ธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัลแต่ละแห่งจำเป็นต้องแข่งขันกันเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดมากขึ้น เพื่อให้แน่ใจว่าการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นบนแพลตฟอร์มของตนได้มากที่สุด ดังนั้นการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลบนแพลตฟอร์มจึงเป็นทางเลือกที่ดี เนื่องจากสะดวกและสามารถทำได้ทุกเมื่อ ตามความต้องการผู้ใช้ แต่ละแพลตฟอร์มมีรูปแบบการใช้งานที่คล้ายคลึงกัน ทำให้ผู้ใช้มีทางเลือกที่แตกต่างกันสำหรับการใช้แพลตฟอร์มการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัล นำไปสู่การแข่งขันระหว่างบริษัทที่สร้างแพลตฟอร์ม ปัจจุบันการซื้อขายสกุลเงินคริปโตในประเทศไทย เริ่มเป็นที่พูดถึงและสนใจเป็นอย่างมาก ในช่วง 2-3 ปี ที่ผ่านมา โดยจุดเริ่มต้นของ (Exchange) ที่เกิดขึ้นในประเทศไทยนั้น มีชื่อว่า TDAX ให้บริการ วันที่ 19 กันยายน 2560 ต่อมาจดทะเบียนขอใบอนุญาตจาก กต. ในชื่อ Satang Pro (Siam Blockchain, 2020) ซึ่งจนถึงปัจจุบันมี (Exchange) ที่มีการขอใบอนุญาตจากทางกต. ได้อย่างถูกต้องมีทั้งสิ้น 8 ราย ได้แก่ 1) Bitkub 2) Satang Pro 3) Huobi 4) ERX 5) Zipmex 6) Upbit 7) Z.comEX 8) Bitazza (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2565)



รูปที่ 1.1 กลุ่มผู้ลงทุนบิทคอยน์  
ที่มา : Lertrungsi, 2018

อย่างไรก็ตามแพลตฟอร์มคริปโต ยังถือเป็นสิ่งใหม่ที่เพิ่งเกิดขึ้นในระยะเวลาไม่นาน และอนาคตมีโอกาสที่จะเติบโตและเกิดการแข่งขันอย่างมากมาย (นฤพล รัตนวิบูลย์ลาภ, 2564) จึงทำให้

ผู้วิจัยสนใจศึกษาการเลือกใช้แพลตฟอร์มซื้อขายสกุลเงินคริปโตในประเทศไทย เพื่อนำข้อมูลจากการศึกษาที่ได้ไปใช้วางแผนกลยุทธ์ในการเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการแพลตฟอร์มให้มากขึ้น รวมถึงรับรู้พฤติกรรมการเข้าถึงเทคโนโลยีของแพลตฟอร์มให้รองรับต่อความต้องการของนักลงทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ การที่ผู้วิจัยเน้นกลุ่มเป้าหมายที่มีการใช้แพลตฟอร์มอยู่แล้ว เนื่องจากเป็นกลุ่มที่สามารถยอมรับความเสี่ยงได้

## 1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อศึกษาทางประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อการเลือกแพลตฟอร์มซื้อขายสกุลเงินคริปโตของนักลงทุนในประเทศไทย

1.2.2 เพื่อศึกษาความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกแพลตฟอร์มซื้อขายสกุลเงินคริปโตของนักลงทุนในประเทศไทย

## 1.3 ขอบเขตในการศึกษา

การวิจัยเรื่องการเลือกใช้แพลตฟอร์มซื้อขาย สกุลเงินคริปโต ของนักลงทุนในประเทศไทย ครั้งนี้มุ่งศึกษากลุ่มตัวอย่าง ประชาชนในประเทศไทย ซึ่งเคยซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลอยู่แล้ว ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือน เมษายน 2565 แบ่งเป็น 2 ขอบเขตดังต่อไปนี้

### 1.3.1 ขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างและประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย โดยการเลือกแบบเจาะจง จากกลุ่มคนที่มิใช่ใช้งานแพลตฟอร์มซื้อขายสกุลเงินคริปโต และรู้จักสกุลเงินดิจิทัลใน Facebook Group และ Line Group เกี่ยวกับผู้ใช้งานแพลตฟอร์มซื้อขายสกุลเงินคริปโต ในประเทศไทย โดยผู้ตอบแบบสอบถามจะเลือกตอบ แบบบังเอิญจากจำนวนประชากรในกลุ่ม ผ่านการกรอกข้อมูลช่องทางออนไลน์ Google Form โดยสุ่มตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 643 คน

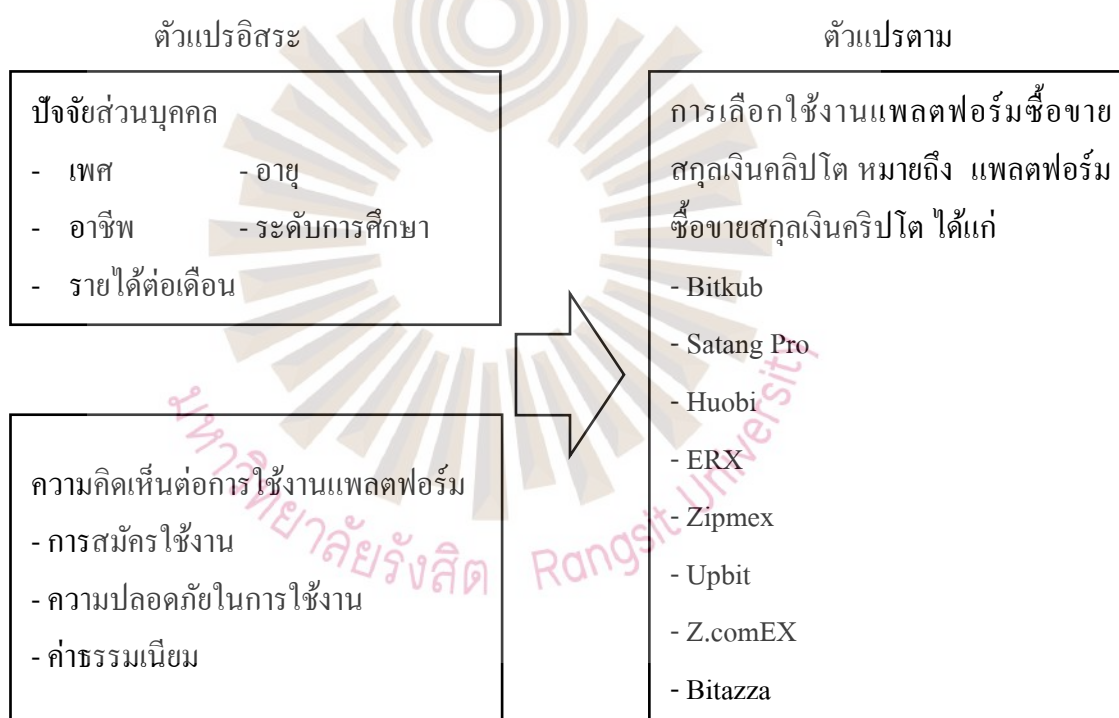


### 1.3.2 ขอบเขตของเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเกี่ยวกับผู้ใช้งานแพลตฟอร์มซื้อขายสกุลเงินคริปโตในประเทศไทย หมายถึงการรับรู้ประโยชน์เพื่อการตัดสินใจในการใช้งานแพลตฟอร์ม ความสะดวก ความปลอดภัย ความรวดเร็ว และค่าธรรมเนียมถูก

### 1.4 กรอบแนวความคิด

การศึกษาเรื่องการเลือกใช้งานแพลตฟอร์มซื้อขายสกุลเงินคริปโต ของนักลงทุนในประเทศไทย ซึ่งสามารถสร้างกรอบแนวคิดได้ดังนี้



รูปที่ 1.2 กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย



## 1.5 สมมติฐานของงานวิจัย

1.5.1 ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการเลือกใช้แพลตฟอร์มซื้อขายสกุลเงินคริปโตของ นักลงทุนที่ซื้อขายสกุลเงินคริปโตในประเทศไทย

1.5.2 ปัจจัยการด้านความคิดเห็นต่อการใช้งานที่มีผลต่อการเลือกใช้ แพลตฟอร์มซื้อขายสกุลเงินคริปโตของนักลงทุนที่ซื้อขายสกุลเงินคริปโตในประเทศไทย

## 1.6 นิยามศัพท์

**การเลือก** หมายถึง การที่จะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือหลายสิ่งเพื่อความสำเร็จตรงตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ ในทางปฏิบัติการตัดสินใจเลือกเกี่ยวกับปัญหาที่ยุ่งยากซับซ้อน และมีวิธีการแก้ไขปัญหามากกว่าหนึ่งทางเสมอ (ปรารธนาอริ มูฮัมหมัดอัล โคลเลซ, 2563)

**แพลตฟอร์มซื้อขายสกุลเงินคริปโต** หมายถึง แพลตฟอร์มซื้อขายสกุลเงินดิจิทัล (คริปโตเคอเรนซี) เป็นแพลตฟอร์มประเภท Trading Exchange กระดานซื้อขายเหรียญ Crypto Currency โดยนำเงิน Fiat Currency หรือเงินบาทไปซื้อเงินสกุลคริปโตต่าง ๆ ได้ (นฤตล เพชรสุข, 2563) โดยในปัจจุบันนี้มี Exchange ที่มีการขอใบอนุญาตจากทางกต.ได้อย่างถูกต้องได้แก่ 1) Bitkub 2) Satang Pro 3) Huobi 4) ERX 5) Zipmex 6) Upbit 7) Z.comEX 8) Bitazza (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2565)

**สกุลเงินดิจิทัล (คริปโตเคอเรนซี)** หมายถึง เงินเสมือนรูปแบบหนึ่งโดยอาศัยหลักวิทยาการเข้ารหัสลับและการวางระบบโครงข่ายแบบกระจายศูนย์กลาง โดยการทำธุรกรรมจะถูกทำผ่าน P2P และบล็อกเชน (Mendoza-Tello, Mora, Pujol-López, & Lytras, 2018)

## 1.7 ประโยชน์ที่ได้รับ

ปัจจัยที่มีผลถึงพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้แพลตฟอร์มซื้อขายสกุลเงินคริปโต ในประเทศไทย เพื่อซื้อขายสกุลเงินคริปโต และสามารถนำข้อมูลไปวางแผนทางการตลาดให้ สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ในอนาคต

## บทที่ 2

### ทบทวนวรรณกรรม

ในงานวิจัยเรื่องการเลือกใช้แพลตฟอร์มซื้อขายสกุลเงินคริปโต ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นกรอบแนวคิดและแนวทางการวิจัยการศึกษาต่อไป

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีประชากรศาสตร์
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีการเลือกใช้
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานแพลตฟอร์ม
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีประชากรศาสตร์

ลักษณะประชากรศาสตร์ คือกล่าวคือ ภูมิหลังต่าง ๆ ของแต่ละบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส ปัจจัยเหล่านี้เผยให้เห็นภูมิหลังของบุคคลตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน บุคคลมีคุณสมบัติทางประชากรต่างกันจะต้องมีรูปแบบการตัดสินใจแตกต่างกัน

พรทิพย์ วรกิจ โภคธร (2539) ให้นิยามลักษณะทางประชากรว่าเป็นลักษณะของปัจเจกบุคคลที่แตกต่างกัน ลักษณะประชากรที่แตกต่างกันจะต้องมีอิทธิพลต่อลักษณะทางประชากรศาสตร์ในการสื่อสาร ตัวแปรทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วยดังนี้:

- 1) เพศ - ความแตกต่างของแต่ละบุคคลจะมีอิทธิพลต่อการสื่อสาร ลักษณะที่แตกต่างกันระหว่างชายและหญิงส่งผลให้เกิดรูปแบบการสื่อสารที่แตกต่างกันระหว่างชายและหญิง
- 2) อายุ – การสอนผู้ที่มีความแตกต่างให้เชื่อในบางสิ่งหรือเปลี่ยนทัศนคติหรือพฤติกรรมเป็นเรื่องยาก เมื่ออายุมากขึ้น พวกเขาจะได้รับการสอนหรือเปลี่ยนพฤติกรรมได้ยากขึ้น
- 3) การศึกษาเป็นตัวแปรสำคัญอย่างยิ่งที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารของผู้รับข้อความ พบว่ามีการใช้ภาษาที่แปลกใหม่ในคนหนุ่มสาวมากกว่าผู้ใหญ่ จาก

การศึกษาจำนวนมากพบว่าการศึกษาผู้รับข้อความทำให้พวกเขามีพฤติกรรมการสื่อสารที่แตกต่างกัน เช่น ผู้ที่มีการศึกษาสูงมักไม่ค่อยเชื่อในบางสิ่งและมีแนวโน้มที่จะยินดีรับสื่อสิ่งพิมพ์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539) กล่าวว่า การแบ่งการตลาดตามตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ครอบครัว จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษาอาชีพ และรายได้ต่อเดือน ลักษณะงานประชากรศาสตร์ เป็นลักษณะที่สำคัญ และสถิติที่วัดได้ของประชากรและช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมาย ในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยาและสังคมวัฒนธรรมช่วยอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายนั้น ข้อมูลด้านประชากรจะสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิผลต่อการกำหนดตลาดเป้าหมายคนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกัน โดยประกอบไปด้วย

1) เพศ ความต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิง แนวโน้มมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่า เพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้ต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย นอกจากนี้เพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างกันมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้ เพราะวัฒนธรรมและสังคม กำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน แต่เพศชายมีพฤติกรรมที่มีลักษณะการตัดสินใจที่รวดเร็วกว่าเพศหญิง

2) อายุ เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรม คนที่อายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่คนอายุมากมักจะมีความคิดที่เป็นอนุรักษ์นิยม ยึดถือมั่นในการปฏิบัติ ระมัดระวังมองโลกในแง่ร้ายกว่าคนที่อายุน้อย เนื่องมาจากผ่านประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกัน

3) รายได้ การศึกษา และอาชีพ เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติ และพฤติกรรมแตกต่างกันคนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดีเพราะเป็นผู้มีความกว้างขวางและเข้าใจสารได้ดี และเป็นตัวแปรสำคัญในการกำหนดส่วนแบ่งทางการตลาด ปัจจุบันไม่ได้วัดเพียงเกณฑ์รายได้เพียงอย่างเดียว แต่ยังวัดและแบ่งจากระดับการศึกษา รายได้จะสามารถวัดความสามารถในการจับจ่ายของแต่ละบุคคลได้ดี และการเลือกซื้อสินค้าแท้จริงแล้ว อาจเกิดจากสิ่งแวดล้อมการดำรงชีวิต รสนิยม อาชีพ การศึกษา เป็นตัวกำหนดเป้าหมายได้เช่นกัน

4) สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้และสถานภาพทางสังคมของบุคคล มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อพฤติกรรมของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร เพราะแต่ละคนมี

วัฒนธรรมและประสบการณ์ ทักษะ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน ปัจจัยบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสารแต่ละคนเช่นปัจจัยทางจิตวิทยา และสังคมที่จะมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสาร

5) อาชีพ จะสามารถบ่งชี้และนำไปสู่ความจำเป็นในการใช้สินค้าได้และความต้องการสินค้าและบริการที่ต่างกัน เช่น ผู้ที่มีอาชีพรับราชการจะซื้อของที่จำเป็น นักธุรกิจจะซื้อสิ่งของราคาสูงกว่าความจำเป็นในชีวิตประจำวัน

6) ลักษณะครอบครัว มีลักษณะสำคัญ 3 ประการ คือการเข้าสู่ชีวิตสมรส การแตกแยกของชีวิตสมรส (อันเนื่องมาจากการแยกกันอยู่ การหย่าร้าง) และการสมรสใหม่ สถานภาพเป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่สำคัญที่เกี่ยวกับสังคม เศรษฐกิจ กฎหมาย เป็นเป้าหมายสำคัญของนักการตลาด โดยสนใจจำนวนและลักษณะบุคคลในครอบครัว เพื่อพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมกับตลาดในปัจจุบัน นั่นคือประเด็นสำคัญในการศึกษาจากสถานภาพสมรสของประชากร คือประเภทของสถานภาพสมรส องค์ประกอบสหประชาชาติได้รวบรวมประเภทของสถานภาพสมรสดังนี้

- (1) โสด
- (2) สมรส
- (3) หม้ายและไม่สมรสใหม่
- (4) หย่าร้างและไม่สมรสใหม่
- (5) สมรสแต่แยกกันอยู่ และไม่ถูกต้องตามกฎหมาย

สถานภาพสมรสมีผลต่อการตัดสินใจของบุคคล คนโสดมีอิสระทางความคิดมากกว่าคนที่แต่งงานมีครอบครัวแล้ว การตัดสินใจในหลายเรื่องคนโสดสามารถตัดสินใจได้ด้วยตนเอง โดยไม่ต้องรอความคิดเห็นจากผู้อื่นโดยสิ้นเชิง แต่ในทางกลับกันนั้นจะเห็นได้ว่าผู้ที่แต่งงานและมีครอบครัวแล้วจะต้องอาศัยการตัดสินใจร่วมกับสมาชิกคนในครอบครัว ดังนั้นบุคคลที่โสดจะมีอิสระทางความคิดได้มากกว่าและตัดสินใจในทุกเรื่องได้รวดเร็วกว่า

สรุปได้ว่าปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ คือตัวแปรสำคัญในการกำหนดส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคมีความแตกต่างในสิ่งแวดล้อม ซึ่งสิ่งแวดล้อมเหล่านี้ก็จะเปลี่ยนไปตามกาลเวลาที่มีการเพิ่มขึ้นและการลดลงต่าง ๆ ของสิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบการส่วนใหญ่นำหลักของประชากรศาสตร์มาใช้ในการดำเนินธุรกิจและสามารถกำหนดตลาดเป้าหมายองค์กรได้อย่างเหมาะสม

กิติมา สุรสนธิ (2541, น. 15-17) กล่าวว่า ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์หมายถึงการแบ่งกลุ่มบุคคลจำแนกออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามลักษณะประชากร ซึ่งคุณสมบัติต่าง ๆ จะแตกต่างกันออกไปและมีผลต่อความต้องการและพฤติกรรมของบุคคลเหล่านั้น โดยมีปัจจัย ดังต่อไปนี้

1) เพศ (Sex) หญิงชายมีความแตกต่างกันทั้งในด้านสรีระ ความถนัด สภาวะทางจิตใจอารมณ์ จากงานวิจัยทางด้านจิตวิทยาทั้งหลายได้แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมได้กำหนดบทบาท และ กิจกรรมของคนทั้งสองเพศไว้แตกต่างกัน

2) อายุ (Age) อายุเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งต่อพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ เนื่องจากอายุจะเป็นตัวกำหนดหรือเป็นสิ่งที่บ่งบอก เกี่ยวกับความมีประสบการณ์ในเรื่องต่าง ๆ ของบุคคลที่มีอายุมากกว่า ดังคำกล่าวที่ว่าผู้ใหญ่อาบน้ำร้อนมาก่อน เกิดมาหลายฝน หรือเรียกคนที่มีประสบการณ์น้อยกว่าว่าเด็กเมื่อวานขึ้น เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นเครื่องบ่งชี้หรือแสดงความคิดความเชื่อ ลักษณะการโต้ตอบต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นของบุคคล คนเราโดยทั่วไปเมื่ออายุเพิ่มขึ้น ประสบการณ์สูงขึ้น ความฉลาดรอบคอบก็เพิ่มมากขึ้น วิธีคิดและสิ่งที่สนใจก็จะเปลี่ยนแปลงไปด้วย

3) การศึกษา (Education) การศึกษาหรือความรู้ เป็นลักษณะอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร การที่คนได้รับการศึกษาที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่แตกต่างกัน จึงย่อมมีความรู้สึนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกัน คนทั่ว ๆ ไป มักจะสนใจหรือยึดแนวความคิดในแนวสาขาของตนเป็นสำคัญ และบุคคลมักมีลักษณะบาง ประการที่แสดง หรือบ่งชี้ถึงพื้นฐานการศึกษาหรือสาขาวิชาที่เรียนมา เนื่องจากสถาบันการศึกษา เป็นสถาบันที่อบรม กล่อมเกลาให้บุคคลมีบุคลิกภาพไปในทิศทางที่แตกต่างกัน ทางด้านผู้สอน มีอิทธิพลต่อความคิดของผู้เรียน โดยการแทรกความรู้สึนึกคิดของตนเองให้แก่ผู้เรียน ดังนั้นการศึกษาจึงเป็นตัวกำหนดกระบวนการเลือกสรรของผู้รับ

4) สถานภาพทางสังคม (Socio Status) อันได้แก่ เชื้อชาติ และชาติพันธุ์ ถิ่นฐานภูมิลาเนา พื้นฐานของครอบครัว อาชีพ รายได้ และฐานะทางการเงิน ปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อผู้รับ ซึ่งในการวิจัยทางด้านนิเทศศาสตร์ได้ชี้ให้เห็นว่าสถานะทาง สังคม และเศรษฐกิจของผู้รับสารมีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารนั้น และจะทำให้สถานะภาพทางสังคม และเศรษฐกิจทำให้คนมีวัฒนธรรมที่ต่างกัน มีประสบการณ์ที่ต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน



จากการศึกษาค้นคว้าแนวคิดด้านประชากรศาสตร์ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539) มาใช้เป็นกรอบแนวคิดการวิจัยในส่วนตัวแปรอิสระ เนื่องจากประชากรศาสตร์ คือ ลักษณะที่แตกต่างกันระหว่างบุคคล โดยนำลักษณะที่แตกต่างกันนั้นมาเป็นเกณฑ์ที่แสดงถึงความแตกต่างของแต่ละบุคคล ลักษณะด้านประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญ ซึ่งสถิติที่วัดได้ของประชากร จะช่วยกำหนดเป้าหมาย และอธิบายถึงความคิด และ ความรู้สึกของกลุ่มตัวอย่างได้เป็นอย่างดี ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาที่เกี่ยวกับประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครในการยอมรับเทคโนโลยีพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัล

## 2.2 แนวคิดและทฤษฎีการเลือกใช้

การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการเลือกที่กระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ ซึ่งผู้ใช้งานต้องตัดสินใจทางเลือกต่าง ๆ ของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ภายในใจของผู้ใช้งานแพลตฟอร์ม

### กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้

ผู้ใช้งานจะมีความแตกต่างกัน มีความต้องการและผู้บริโภคมีรูปแบบการตัดสินใจซื้อที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งกระบวนการตัดสินใจซื้อ เป็น 5 ขั้นตอน

ขั้นที่ 1 การรับรู้ปัญหาหรือความต้องการ (Problem or Need Recognition) ผู้บริโภคจะรับรู้หรือตระหนักถึงปัญหาที่มีต่อความต้องการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการนั้น เกิดจากความต้องการหรือความจำเป็น และเกิดจากสิ่งกระตุ้นภายใน (Internal Stimuli) เช่น ความต้องการดื่มน้ำเพราะหิวกระหาย และความรู้สึกหิวข้าว เป็นต้น สิ่งกระตุ้นภายนอก (External Stimuli) เกิดการกระตุ้นของส่วนประสมการตลาด (4 P's) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ขั้นที่ 2 การแสวงหาข้อมูล (Information Search) ปัญหาและต้องการแก้ไขโดยการหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อช่วยในการตัดสินใจ โดยแหล่งข้อมูลแบ่งออกเป็น

(1) แหล่งบุคคล (Personal Search) คือ การสอบถามครอบครัว เพื่อน หรือคนรู้จักที่เคยใช้ สินค้าหรือบริการนั้นมาแล้ว

(2) แหล่งทางการค้า (Commercial Search) คือ แหล่งข่าวสารที่ได้จาก  
 จุดขายสินค้าอื่น ๆ หรือจากพนักงานขายของบริษัท

(3) แหล่งข่าวทั่วไป (Public Search) คือ เป็นแหล่งที่ได้จาก  
 สื่อมวลชนต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ และอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

(4) ประสบการณ์ผู้ใช้งาน (Experimental Search) คือ เกิดจาก  
 ประสบการณ์ส่วนตัว ของผู้บริโภคที่เคยทดลองใช้สินค้าหรือบริการนั้นมาก่อน

ขั้นที่ 3 การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternative) เมื่อผู้บริโภคได้ข้อมูล  
 แล้ว จะประเมินทางเลือกโดยกำหนดเกณฑ์หรือคุณสมบัติ เช่น ยี่ห้อ ราคา รูปแบบการให้บริการ  
 เป็นต้น

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจซื้อ (Decision Making) โดยปกติผู้ใช้งานแต่ละคนจะ  
 ต้องการข้อมูลและเวลาในการตัดสินใจแตกต่างกัน คือ ผลึกทัศน์บางอย่างต้องการข้อมูลมาก ต้อง  
 ใช้ระยะเวลาในการเปรียบเทียบนาน แต่บางผลึกทัศน์ผู้บริโภคก็ไม่ต้องใช้ระยะเวลาการตัดสินใจ  
 นาน

ขั้นที่ 5 พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) หลังจากซื้อสินค้าหรือ  
 บริการแล้ว จะได้รับประโยชน์ในการบริโภค ซึ่งอาจรับความพอใจหรือไม่พอใจก็ได้ ถ้าผู้ซื้อเกิด  
 ความพอใจ จะทำให้เกิดการซื้อซ้ำ หรืออาจแนะนำสินค้าให้กับลูกค้าใหม่ ๆ ได้ หรือถ้าเกิดความไม่  
 พอใจ ผู้บริโภคอาจเลิกใช้ครั้งต่อไป และอาจส่งผลต่อการบอกต่อทำให้ไม่เกิดลูกค้ากลุ่มใหม่ ๆ ทำ  
 ให้มีการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นจะน้อยลง

## 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานแพลตฟอร์ม

Engel, Blackwell, and Miniard (1993) อธิบายว่าพฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึงการกระทำ  
 ทั้งหมดที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาการบริโภคและการซื้อสินค้าและบริการรวมถึงกระบวนการ  
 ตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อน และหลังการกระทำเหล่านั้น

Schiffman and Kanuk (1997) อธิบายว่าพฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออก ตั้งแต่การค้นหา  
 การซื้อ การประเมิน หรือการบริโภคผลิตภัณฑ์หรือบริการ รวมถึงแนวคิดใดๆ ที่ผู้บริโภคคาดหวัง  
 ว่าจะได้รับการตอบสนอง เป็นการศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ ทั้ง  
 ด้านเงิน เวลา และอำนาจในการบริโภคสินค้าและบริการ



ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, งามอาจ ปทะวานิช, และปริญ ลักขิตานนท์ (2546) อธิบายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การค้นหา การคิด การซื้อ การใช้ การประเมินผลสินค้าและบริการ ซึ่งคาดว่าจะตอบสนองความต้องการ ของผู้บริโภค หรือเป็นขั้นตอนเกี่ยวกับความคิดประสบการณ์ การซื้อการใช้สินค้าและบริการของผู้ซื้อ เพื่อสนองความต้องการและความพึงพอใจ หรือ การศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจ และการตอบสนอง ของผู้ซื้อ ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าและ กระบวนการก่อนที่บุคคลจะตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการใด ๆ

ธงชัย สันติวงษ์ (2554) อธิบายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคล หนึ่งที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มา และการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายความ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้ว และเป็นสิ่งที่มีส่วนในการกำหนดให้เกิดการกระทำดังกล่าว

ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ (2538, น. 38) กล่าวว่าพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2545) สรุปพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง สิ่งที่เกี่ยวข้องกับการที่ผู้บริโภค การซื้อสินค้าสำหรับส่วนตัวหรือการบริโภคในครอบครัว ซึ่งตรงกันข้ามกับพฤติกรรมที่ซื้อขององค์กรตรงที่บุคคลซื้อเพื่อใช้ประโยชน์ส่วนตัว แต่องค์กรซื้อเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในองค์กร เท่านั้น

## 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จุฑารัตน์ ชวคนุช (2557) ได้ศึกษาปัญหากฎหมายในการนำบิทคอยน์มาใช้สำหรับการทำธุรกรรมออนไลน์ในประเทศไทย จากการศึกษาพบว่า บิทคอยน์เป็นสกุลเงินดิจิทัลหรือสกุลเงินเสมือนจริงที่อยู่ในรูปของรหัสไม่สามารถจับต้องได้เพราะอยู่ในรูปของรหัสสามารถใช้ซื้อสินค้าและบริการบนโลกออนไลน์แต่ในปัจจุบันเริ่มมีหลายที่ยอมรับการชำระเงินด้วยบิทคอยน์ในการซื้อสินค้าและบริการจริงโดยไม่ผ่านระบบออนไลน์และสามารถแลกเปลี่ยนเป็นเงินจริงได้ เนื่องจากบิทคอยน์นั้นไม่อยู่ภายใต้การควบคุมของบุคคลใดไม่ว่ารัฐบาลหรือธนาคารใด และยังไม่เปิดเผยตัวตนผู้ใช้ การนำเอาบิทคอยน์มาใช้สำหรับทำธุรกรรมออนไลน์นั้นทำให้เกิดการกระทำที่ผิด

กฎหมาย และยังไม่มีกฎหมายเฉพาะที่ใช้ในการควบคุมอีกด้วย ดังนั้นการนำบิทคอยน์มาใช้ในประเทศไทยจึงควรออกกฎหมายประกาศ ระเบียบ คำสั่ง หรือมาตรการที่ใช้ในการควบคุมในการนำบิทคอยน์ มาใช้สำหรับทำธุรกรรมออนไลน์เพื่อควบคุมการใช้บิทคอยน์เป็นช่องทางของการกระทำผิดกฎหมาย

กนกวรรณ ศรีนวล (2558) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการลงทุน และแรงจูงใจในการลงทุนที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความแตกต่างของแต่ละปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการลงทุนที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 3) เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย อายุ 40-59 ปี แต่งงานแล้ว จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไปต่อเดือน ประกอบอาชีพอิสระ และมีประสบการณ์การลงทุน 4-5 ปี พฤติกรรมการลงทุนและแรงจูงใจในการทำงานมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

อลิสสา วีรศักดิ์ดาพงศ์ (2559) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบิทคอยน์ การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันของการใช้ Bitcoin ในประเทศไทย 2) เพื่อระบุปัจจัยที่มีผลต่อการเลือก Bitcoin และ 3) เพื่อใช้เป็นกรณีศึกษาสำหรับอนาคตของนวัตกรรมทางการเงิน การศึกษาได้ดำเนินการบนพื้นฐานของการออกแบบการศึกษาเชิงปริมาณและ ใช้แบบสอบถามจำนวน 445 ชุดในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างคือนักลงทุนในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยการรับรู้มีผลเสียต่อความสนใจในการเลือก Bitcoin ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความน่าเชื่อถือระบบนิเวศ และสกุลเงินเสมือนมีผลดีต่อความสนใจในการเลือก Bitcoin ปัจจัยสุดท้ายคือการยอมรับนวัตกรรมซึ่งไม่มีผลกระทบต่อทางเลือก Bitcoin ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10 Bitcoin ในช่วงเริ่มต้น ผู้ใช้ส่วนใหญ่เป็นคนที่มีความคิดก้าวหน้าและยินดีรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆอย่างรวดเร็ว พวกเขาเห็นประโยชน์จากเทคโนโลยีและแนวโน้มเสมอ พวกเขาชอบเสี่ยงและแสวงหาผลกำไร เนื่องจาก Bitcoin กลับมาเป็นปัจจัยหลักที่กระตุ้นให้ผู้คนเลือก Bitcoin ตามมาด้วยความใหม่และไม่อยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐบาล

โสวิษฐา สุปราณี (2560) ทำการศึกษาการยอมรับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนในกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ที่จะพัฒนา

และทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนในกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย โดยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ซึ่งเป็นการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็น ระดับบริหาร และ ระดับปฏิบัติการ ทั้งจากบริษัทผู้ผลิตลำดับที่ 1 และบริษัทผู้ประกอบยานยนต์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างต้องปฏิบัติงานอยู่ในส่วนงานที่ต้องมีสัมพันธ์ระหว่างองค์กร และมีประสบการณ์การใช้งานเทคโนโลยี IT ระหว่างองค์กร เช่น ฝ่ายขาย ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ และฝ่ายวิศวกรรม เป็นต้น งานวิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือทำการวิจัย โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผ่าน 2 ช่องทาง ได้แก่ การแจกแบบสอบถามโดยตรงให้แก่กลุ่มตัวอย่าง และการเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยีบล็อกเชนของบุคลากรในอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย รวมถึงความไว้วางใจระหว่างองค์กร และความสัมพันธ์ระหว่างองค์กร เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนในกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย โดยปัจจัยที่เกี่ยวกับอำนาจระหว่างองค์กร ได้แก่ อำนาจที่ไม่ส่งผ่าน (Non-Mediated Power) เป็นปัจจัยสำคัญช่วยให้เกิดความไว้วางใจ นำไปสู่ความสำเร็จในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน โดยประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัยนี้สามารถช่วยให้องค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย นำผลวิจัยนี้ไปใช้เป็นแนวทางนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจขององค์กร รวมถึงการช่วยให้ทราบถึงอิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน ของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

สวิตา พุ่มดนตรี (2560) ศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ (PromptPay) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยมีขอบเขตงานวิจัยและกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนชาวไทยที่มีสัญชาติไทย เป็นผู้ที่เคยใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบการชำระเงิน อิเล็กทรอนิกส์ เช่น ATM, Internet Banking, Credit Card, Debit Card, Mobile Banking เป็นต้น งานวิจัยนี้จะช่วยให้ทางคณะทำงาน National e-Payment ธนาคารแห่งประเทศไทย ผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับ บริการพร้อมเพย์ โดยสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการปรับปรุงการนำเสนอรายละเอียดของ บริการ การเจาะกลุ่มผู้ใช้บริการ การส่งเสริมการตลาด รวมไปถึงการสร้างเชื่อมั่นให้กับลูกค้า ผู้ใช้บริการพร้อมเพย์ได้มากยิ่งขึ้น จากผลการวิจัย พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ (PromptPay) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล มีทั้งหมด 8 ปัจจัย โดยแบ่งเป็น ปัจจัยประชากรศาสตร์ 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านอาชีพ และรายได้ และปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยง 6 ปัจจัย ซึ่งมีผลในทางลบ 1 ปัจจัย

คือ ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง 5 ปัจจัยที่เหลือมีผลทางบวก โดยทั้ง 6 ปัจจัยสามารถเรียงลำดับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการยอมรับจากมาก ไปหาน้อยได้ดังนี้ ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา ปัจจัยด้านความหวังด้านสมรรถภาพ ปัจจัยด้านความหวังจากความพยายาม และสภาพสิ่งแวดล้อม ความสะดวก ปัจจัยด้าน อิทธิพลทางสังคม และแรงจูงใจด้านความบันเทิง และปัจจัยด้านอุปนิสัยส่วนบุคคล ในส่วนของปัจจัยประชากรศาสตร์ ผลวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ และพนักงานองค์การของรัฐ มีแนวโน้มที่จะยอมรับการบริการมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำอาชีพอื่น ๆ และผู้มีรายได้มากกว่า 55,000 บาท มีแนวโน้มที่จะยอมรับการบริการมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า นอกจากนี้สามารถสรุปพฤติกรรมทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างได้คือ ณ ปัจจุบันนี้ยังมีประชาชนที่ยังไม่ลงทะเบียนพร้อมเพย์อยู่พอสมควร โดยเฉพาะกลุ่มที่ไม่ใช่ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ และพนักงานองค์การของรัฐ และยังมีประชาชนไม่เข้าใจเกี่ยวกับบริการพร้อมเพย์อยู่พอสมควร โดยจากกลุ่มตัวอย่างมีคนไม่เข้าใจ หรือเข้าใจไม่ครบถ้วนอยู่เกือบครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด



## บทที่ 3

### วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยในหัวข้อ ปัจจัยพฤติกรรมที่มีผลต่อการเลือกใช้งาน แพลตฟอร์มซื้อขายสกุลเงินคริปโตในประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยศึกษาวิจัย ดังนี้

#### 3.1 ประชากรที่ศึกษาและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรคือ ผู้ใช้งานแพลตฟอร์มในการซื้อขายสกุลเงิน อายุ 18 ปีขึ้นไป ที่เป็นสมาชิกใน Facebook Group ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัล จำนวน 10 Facebook Group ขอดนิยมนขณะที่กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้การสุ่มโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 การสุ่ม Facebook Group ผู้วิจัยใช้การสุ่มจาก 10 Facebook Group ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ตามจำนวนสมาชิกใน Facebook Group จากนั้นผู้วิจัยก็จะทำการสุ่มจาก Facebook Group ทั้ง 3 ขนาด มาจำนวน 5 Facebook Group ได้แก่ Bitcoin Thai Community, BitCoin Thai Club, bitkub.com Trading Club, Bitkub Academy Group, Zipmex Crypto Club ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มคนจาก 5 Facebook Group โดยการสุ่มตามสัดส่วนจริงให้ได้กลุ่ม ตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 634 คน

กลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่ และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น จึงใช้สูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ Cochran (1953) ดังนี้

$$n = \frac{P[1-P]z^2}{e^2} \quad (3-1)$$

- เมื่อ
- n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
  - p = ค่าสัดส่วนของประชากรที่ต้องการศึกษา
  - z = ค่าที่กำหนดความเชื่อมั่น ในระดับ 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 = 1.96
  - e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิด



### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามลักษณะประชากรศาสตร์ เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ทำแบบสอบถาม ที่เป็นคำถามปลายปิดแบบ Check List โดยมี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมการใช้งานแพลตฟอร์มซื้อขายสกุลเงินคริปโต

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้แพลตฟอร์มซื้อขายสกุลเงินคริปโต

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามทางออนไลน์ ซึ่งเก็บข้อมูลจากประชาชนทั่วไปที่ใช้งานเคยใช้งานแพลตฟอร์มซื้อขายสกุลเงินคริปโต ทั้งผู้ใช้แพลตฟอร์มบิทคับ (Bitkub) และผู้ใช้แพลตฟอร์มอื่นๆ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามทางออนไลน์ผ่านช่องทาง Google Forms จำนวน 634 คน โดยนำ Link แบบสอบถามที่ทำขึ้นมาไปเผยแพร่ใน Facebook Group ของกลุ่มผู้ใช้งานแพลตฟอร์มในการซื้อขายสกุลเงินคริปโต จำนวน 5 กลุ่ม ซึ่งเป็นวิธีการสำรวจที่เหมาะสมและตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือน เมษายน พ.ศ. 2565 ทำการศึกษาเอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึง การฟังบทสัมภาษณ์ทางเว็บไซต์ Youtube และ Podcast ต่าง ๆ

### 3.4 สถิติในการวิเคราะห์

นำข้อมูลที่ได้จากแบบสำรวจมาวิเคราะห์ด้วย โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1) ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลของลักษณะประชากรศาสตร์ จากแบบสำรวจที่ 1 ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

$$P = \frac{F}{N} \times 100 \quad (3-2)$$

เมื่อ	P	= ร้อยละ
	F	= ความถี่ที่ต้องการแปลงให้เป็นร้อยละ
	N	= จำนวนความถี่ทั้งหมด

### 2) ค่าเฉลี่ยเลขาคณิต (Arithmetic Mean)

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{N} \quad (3-3)$$

เมื่อ	$\bar{X}$	= ค่าเฉลี่ยเลขาคณิต
	$\sum x$	= ผลรวมคะแนนทั้งหมด
	N	= จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

### 3) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n\sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}} \quad (3-4)$$

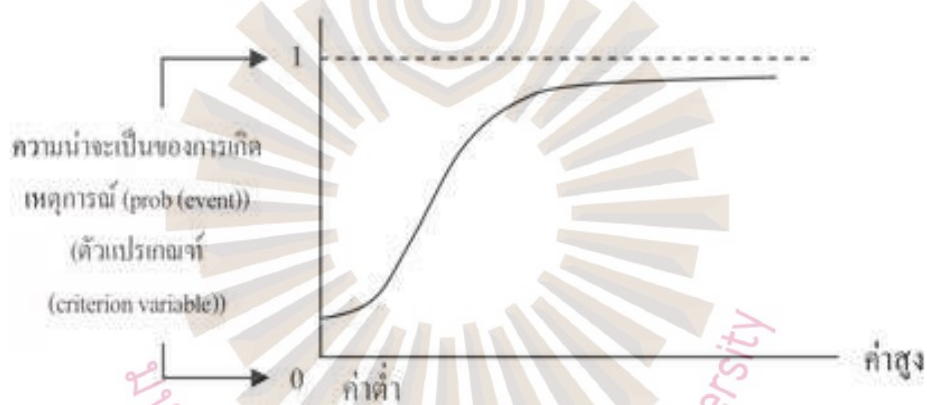
เมื่อ	S.D.	= ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	X	= ค่าคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง
	n	= จำนวนในกลุ่มตัวอย่าง
	$\sum x^2$	= ผลรวมของกำลังสองของกลุ่มตัวอย่าง
	$(\sum x)^2$	= ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง



### 3.5 สถิติเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

ในการศึกษาครั้งนี้กำหนดให้ตัวแปรอิสระอันประกอบไปด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ความคิดเห็นต่อการใช้งาน และตัวแปรตามคือการเลือกแพลตฟอร์ม โดยกำหนดตัวแปรให้แพลตฟอร์มในประเทศ มีค่าเท่ากับ 1 และแพลตฟอร์มต่างประเทศ มีค่าเท่ากับ 0

การทดสอบสมมติฐานตัวแปรตาม ประเภท Binary Logistic Model จะใช้เมื่อตัวแปรตาม Y มี 2 ค่า คือ ไม่เกิดเหตุการณ์  $Y = 0$  หรือเกิดเหตุการณ์  $Y = 1$  มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระ X ซึ่งไม่อยู่ในรูปเชิงเส้น เพราะตัวแปรตามมี 2 ค่า คือ 0 กับ 1 จึงไม่มีความสัมพันธ์อยู่ในรูปเส้นตรง ซึ่งความสัมพันธ์ของตัวแปรของการวิเคราะห์โลจิสติกจะอยู่ในรูปคล้ายตัว S



รูปที่ 3.1 การทดสอบสมมติฐานตัวแปรตาม

กรณีที่ 1 มีตัวแปรอิสระ 1 ตัว

ในการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) สมการที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง X กับ Y จะอยู่ในรูปเชิงเส้น ดังนี้

$$Y = b_0 + b_1x + e \quad (3-5)$$

สำหรับในการวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติกนั้น เมื่อ Y มีค่าได้ 2 ค่า จะพบว่าความสัมพันธ์ X และ Y ไม่ได้อยู่ในรูปเชิงเส้น แต่จะอยู่ในรูป

$$P(Y) = \frac{e^{b_0 + b_1 x}}{1 + e^{b_0 + b_1 x}} \quad (3-6)$$

กรณีที่ 2 มีตัวแปรอิสระมากกว่า 1 ตัว

เมื่อมีตัวแปรอิสระมากกว่า 1 ตัว หรือมีตัวแปรอิสระ  $p$  ตัว Logistic Response Function จะกลายเป็น

$$P(y) = \frac{e^{b_0 + b_1 x_1 + \dots + b_p x_p}}{1 + e^{b_0 + b_1 x_1 + \dots + b_p x_p}} \quad (3-7)$$

เมื่อ  $P(y)$  = ความน่าจะเป็นของการเกิดเหตุการณ์ที่สนใจ  
 $Q(y)$  = ความน่าจะเป็นของการไม่เกิดเหตุการณ์ที่สนใจ โดยที่  
 $Q(y) = 1 - P(y)$

โดยที่

$P(y) \geq 0.5$  สรุปว่า เกิดเหตุการณ์ที่สนใจ

$P(y) < 0.5$  สรุปว่า ไม่เกิดเหตุการณ์ที่สนใจ

โดยค่า 0.5 นี้เป็นค่าความน่าจะเป็นที่จะใช้เป็น Cutting Score ซึ่งอาจกำหนดให้เป็นอื่นได้โดยทั่วไปนิยม 0.5

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระที่ไม่เป็นเชิงเส้น จึงทำการปรับตัวในรูปเชิงเส้น ให้อยู่ในรูปของ Odds หรือ Odd Ratio อัตราส่วนระหว่างความน่าจะเป็นของการเกิดเหตุการณ์กับความน่าจะเป็นของการไม่เกิดเหตุการณ์ ดังนี้

$$\text{Odds} = \frac{P(y)}{Q(y)}$$

ค่าของ Odds แสดงถึงโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ที่สนใจ เป็นกึ่งเท่าของโอกาสที่จะไม่เกิดเหตุการณ์ที่สนใจ จะอยู่ในรูป  $\text{Log}(\text{odds})$  เรียกว่า Logit หรือ Logistic Response Function ซึ่งเขียนในรูปสมการดังนี้

$$\text{Log (Odds)} = \log\left(\frac{P(y)}{Q(y)}\right) \quad (3-8)$$

$$\text{หรือ Log (Odds)} = b_0 + b_1x_1 + \dots + b_px_p$$

ค่าสถิติทดสอบที่สำคัญ

1) Wald Statistic สถิติทดสอบของวอลด์ เป็นการทดสอบสมมติฐานว่า ค่าสัมประสิทธิ์ไม่เท่ากับ 0 ซึ่งมีการแจกแจงแบบไคสแควร์ และ Wald Statistic เป็นกำลังสองของอัตราส่วนระหว่างคู่สัมประสิทธิ์กับค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์นั้น

$H_0: b_i = 0; i = 1, 2, \dots, p$  (ตัวแปรอิสระไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของ Odds Ratio)

$H_1: b_i \neq 0; i = 1, 2, \dots, p$

Standard Error of Estimate

$$\text{Wald} = \left( \frac{b_i}{\text{Standard Error of Estimate}} \right)^2 \quad (3-9)$$

2) เป็นการนำอัตราส่วนของค่าสูงสุดของ Likelihood Function ที่เป็นของ Full Model (L1) กับของ Simple Model (L0) มาใช้ในการตรวจสอบตัวแบบและโดยการแปลงค่าอัตราส่วนด้วย Log จะได้ Likelihood-Ratio Test Statistic ดังนี้

$$-2 \log\left(\frac{L_0}{L_1}\right) = -2[\log(L_0) - \log(L_1)] = -2LL \quad (3-10)$$

3) Hosmer-Lemeshow Goodness of Fit Test จะใช้ทดสอบความเหมาะสม model โดยทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

$H_0$  : โมเดลเหมาะสม

$H_1$  : โมเดลไม่เหมาะสม

ในการทดสอบหาค่าสถิติ  $x^2$  ไม่มีนัยสำคัญหรือยอมรับ  $H_0$  แสดงว่าโมเดลมีความเหมาะสม



## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องการใช้แพลตฟอร์มซื้อขายสกุลเงิน คริปโตในประเทศไทย โดยเก็บตัวอย่างข้อมูล 634 ราย จากการทำแบบสอบถามทางออนไลน์ สามารถได้ผลลัพธ์ดังนี้

#### 4.1 ลักษณะทั่วไปของข้อมูล

ตารางที่ 4.1 จำนวน ร้อยละ แบ่งตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	39	49.8
หญิง	244	50.2
รวม	634	100

จากตารางที่ 4.1 แสดงให้เห็นว่า เพศชายมีจำนวนอยู่ที่ 39 คน (61.5%) และในส่วนของเพศหญิงมีจำนวนอยู่ที่ 244 คน (38.5%) ซึ่งรวมกันแล้วจะมีจำนวน รวมทั้งหมดมีจำนวนอยู่ที่ 634 คน (100%)

ตารางที่ 4.2 จำนวน ร้อยละ แบ่งตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	176	27.8
21 - 30 ปี	270	42.6
31 - 40 ปี	104	16.4
41 - 50 ปี	76	12.0
ตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป	8	1.3
รวม	634	100.0

จากตารางที่ 4.2 แสดงให้เห็นว่า ผู้มีอายุ ต่ำกว่า 20 ปี มีจำนวนอยู่ที่ 176 คน (28.8%) ผู้มีอายุ 21-30 ปี มีจำนวนอยู่ที่ 270 คน (42.6) ผู้มีอายุ 31-40 ปี มีจำนวนอยู่ที่ 104 คน (16.4%) ผู้มีอายุ 41-50 ปี มีจำนวนอยู่ที่ 76 คน (12%) ผู้มีอายุ 50 ปี ขึ้นไป มีจำนวนอยู่ที่ 8 คน (1.3%) รวมทั้งหมดมีจำนวนอยู่ที่ 634 คน (100%)

ตารางที่ 4.3 จำนวน ร้อยละ แบ่งตามการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าปริญญาตรี	122	19.2
ปริญญาตรี	396	62.5
ปริญญาโท หรือ สูงกว่า	116	18.3
รวม	634	100

จากตารางที่ 4.3 แสดงให้เห็นว่า ผู้มีการศึกษาน้อยกว่าปริญญาตรีมีจำนวนอยู่ที่ 122 คน (19.2%) ที่มีความการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวนอยู่ที่ 365 คน (62.5%) ที่มีความการศึกษาปริญญาโท หรือสูงกว่ามีจำนวนอยู่ที่ 116 (18.3%) รวมทั้งหมดมีจำนวนอยู่ที่ 634 คน (100.00 %)

ตารางที่ 4.4 จำนวน ร้อยละ แบ่งตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ	16	2.5
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4	0.6
พนักงานบริษัทเอกชน	174	27.4
กิจการส่วนตัว	64	10.1
นักศึกษา	376	59.3
รวม	634	100

จากตารางที่ 4.4 แสดงให้เห็นว่า ผู้มีอาชีพข้าราชการมีจำนวนอยู่ที่ 16 คน (2.5%) ผู้มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจมีจำนวนอยู่ที่ 4 คน (0.6%) ผู้มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีจำนวนอยู่ที่ 174 (27.4%) ผู้มีอาชีพกิจการส่วนตัวมีจำนวนอยู่ที่ 64 คน (10.1%) ผู้มีอาชีพนักศึกษา 376 คน (59.3%) รวมทั้งหมดมีจำนวนอยู่ที่ 634 คน (100%)



ตารางที่ 4.5 จำนวน ร้อยละ แบ่งตามรายได้ต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	176	27.8
10,001 - 20,000 บาท	194	30.6
20,001 - 30,000 บาท	62	9.8
30,001 - 40,000 บาท	42	6.6
40,001 บาท ขึ้นไป	160	25.2
รวม	634	100

จากตารางที่ 4.5 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ย/เดือน น้อยกว่า 10,000 บาท มีจำนวนอยู่ที่ 176 คน (27.8%) ผู้ที่ตอบแบบสอบถามมีรายได้/เดือน 10,001-20,000 บาท มีจำนวนอยู่ที่ 194 คน (30.6%) ผู้ที่ตอบแบบสอบถามมีรายได้/เดือน 20,001-30,000 บาท มีจำนวนอยู่ที่ 62 คน (9.8%) ผู้ที่ตอบแบบสอบถามมีรายได้/เดือน 30,001-40,000 บาท มีจำนวนอยู่ที่ 42 คน (6.6%) ผู้ที่ตอบแบบสอบถามมีรายได้/เดือน มากกว่า 40,001 บาท มีจำนวนอยู่ที่ 160 คน (25.2%) รวมทั้งหมดมีจำนวนอยู่ที่ 634 คน (100%)

ตารางที่ 4.6 จำนวน ร้อยละ แบ่งตามพฤติกรรมการใช้งานแพลตฟอร์ม

การใช้งานแพลตฟอร์ม	จำนวน	ร้อยละ
เคย	634	100
ไม่เคย	0	0
รวม	634	100

จากตารางที่ 4.6 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามเคยใช้งานแพลตฟอร์ม มีจำนวนอยู่ที่ 634 คน (100%) ผู้ที่ตอบแบบสอบถามไม่เคยใช้งานแพลตฟอร์ม มีจำนวนอยู่ที่ 0 คน (0%) รวมทั้งหมดมีจำนวนอยู่ที่ 634 คน (100%)

ตารางที่ 4.7 จำนวน ร้อยละแบ่งตามจำนวนครั้งการใช้งานแพลตฟอร์ม

จำนวนครั้งการใช้งานแพลตฟอร์ม	จำนวน	ร้อยละ
ใช้เป็นครั้งคราว	84	13.2
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	34	5.4
สัปดาห์ละ 1-5 ครั้ง	204	32.2
ทุกวัน	308	48.6
อื่น ๆ	4	0.6
รวม	84	100.0

จากตารางที่ 4.7 แสดงให้เห็นว่าผู้ที่มาตอบแบบสอบถามเคยใช้งานแพลตฟอร์มเป็นครั้งคราว มีจำนวนอยู่ที่ 84 คน (13.2%) ผู้ที่มาตอบแบบสอบถามเคยใช้งานแพลตฟอร์ม สัปดาห์ละ 1 ครั้ง มีจำนวนอยู่ที่ 34 คน (5.4%) ผู้ที่มาตอบแบบสอบถามเคยใช้งานแพลตฟอร์ม สัปดาห์ละ 1-5 ครั้ง มีจำนวนอยู่ที่ 204 คน (32.2%) ผู้ที่มาตอบแบบสอบถามเคยใช้งานแพลตฟอร์มทุกวัน มีจำนวนอยู่ที่ 308 คน (48.6%) ผู้ที่มาตอบแบบสอบถามเคยใช้งานแพลตฟอร์ม อื่นๆ มีจำนวนอยู่ที่ 4 คน (0.6%) รวมทั้งหมดมีจำนวนอยู่ที่ 634 คน (100%)

ตารางที่ 4.8 จำนวน ร้อยละแบ่งตามแพลตฟอร์มซื้อขายสกุลเงิน

แพลตฟอร์มซื้อขายสกุลเงินคริปโต	จำนวน	ร้อยละ
Bitkub	204	32.2
Binance	176	27.8
Satang Pro	22	3.5
Kucoin	6	0.9
Houbi	4	0.6
Zipmex	18	2.8
Bitazza	204	32.2
รวม	634	100

จากตารางที่ 4.8 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มาตอบแบบสอบถามเลือกแพลตฟอร์ม (Bitkub) ซื้อขายสกุลเงิน จำนวนอยู่ที่ 204 คน (32.82%) ผู้ที่มาตอบแบบสอบถามเลือกแพลตฟอร์ม (Binance)

จำนวนอยู่ที่ 176 คน (27.80%) ผู้ที่มาตอบแบบสอบถามเลือกแพลตฟอร์ม (Satang Pro) จำนวนอยู่ที่ 22 คน (3.5%) ผู้ที่มาตอบแบบสอบถามเลือกแพลตฟอร์ม (Kucoin) จำนวนอยู่ที่ 6 คน (0.90%) ผู้ที่มาตอบแบบสอบถามเลือกแพลตฟอร์ม (Houbi) จำนวนอยู่ที่ 4 คน (0.6%) ผู้ที่มาตอบแบบสอบถามเลือกแพลตฟอร์ม (Zipmex) จำนวนอยู่ที่ 18 คน (2.80%) ผู้ที่มาตอบแบบสอบถามเลือกแพลตฟอร์ม (Bitazza) จำนวนอยู่ที่ 204 คน (32.20%) รวมทั้งหมดมีจำนวนอยู่ที่ 634 คน (100%)

ตารางที่ 4.9 จำนวน ร้อยละ แบ่งตามการเลือกแพลตฟอร์ม

การเลือกแพลตฟอร์ม	จำนวน	ร้อยละ
ในประเทศ (1)	448	70.66
ต่างประเทศ (0)	186	29.34
รวม	634	100

จากตารางที่ 4.9 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามเลือกแพลตฟอร์มในประเทศ มีจำนวนอยู่ที่ 448 คน (70.66%) ผู้ที่ตอบแบบสอบถามเลือกแพลตฟอร์มต่างประเทศ มีจำนวนอยู่ที่ 186 คน (29.34%) รวมทั้งหมดมีจำนวนอยู่ที่ 634 คน (100%)

#### 4.2 ความคิดเห็นต่อการใช้งานแพลตฟอร์ม

ตารางที่ 4.10 จำนวน ร้อยละ สมัครใช้งานแพลตฟอร์ม

ใช้งาน	จำนวน	ร้อยละ
สมัครง่าย	430	68.0
สมัครยาก	204	32.0
รวม	634	100.0

จากตารางที่ 4.10 ผู้ที่ทำแบบสอบถามทั้งหมด 634 คน ผู้ที่สมัครใช้งานแพลตฟอร์มง่าย เป็นจำนวน 430 คน (68.0%) และผู้ที่สมัครใช้งานแพลตฟอร์มยาก เป็นจำนวน 204 คน (32.0%) รวมทั้งหมดจำนวน 634 คน (100%)

ตารางที่ 4.11 ความปลอดภัยในการใช้งาน โดยแสดงค่าร้อยละความถี่

ความปลอดภัยในการใช้งาน	ความถี่	ร้อยละ
น้อยที่สุด	19	3.7
น้อย	46	4.3
ปานกลาง	90	13.7
มาก	273	42.9
มากที่สุด	206	35.4
รวม	634	100.0

จากตารางที่ 4.11 แสดงให้เห็นว่ามีผู้ที่เลือกเนื่องจากความปลอดภัย ในระดับน้อยที่สุด มีค่าความถี่อยู่ที่ 19 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7 มีผู้ที่เลือกเนื่องจากความปลอดภัย ในระดับน้อย มีค่าความถี่อยู่ที่ 46 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 มีผู้ที่เลือกเนื่องจากความปลอดภัย ในระดับปานกลาง มีค่าความถี่อยู่ที่ 90 คน คิดเป็นร้อยละ 13.7 มีผู้ที่เลือกเนื่องจากความปลอดภัย ในระดับมาก มีค่าความถี่อยู่ที่ 273 คน คิดเป็นร้อยละ 42.9 มีผู้ที่เลือกเนื่องจากความปลอดภัย ในระดับมากที่สุด มีค่าความถี่อยู่ที่ 206 คน คิดเป็นร้อยละ 35.4 ซึ่งถ้ารวมข้อมูลทั้งหมด จะมีความถี่อยู่ที่ 634 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 100

ตารางที่ 4.12 แบ่งตามประโยชน์จากค่าธรรมเนียมหรือค่าธรรมเนียมถูก

ไม่มีค่าธรรมเนียม / ค่าธรรมเนียมถูก	ความถี่	ร้อยละ
น้อยที่สุด	19	3.7
น้อย	34	6.7
ปานกลาง	87	17.0
มาก	338	46.6
มากที่สุด	156	26.0
รวม	634	100.0

จากตารางที่ 4.12 แสดงให้เห็นว่ามีผู้ที่เลือกเนื่องจากไม่มีค่าธรรมเนียมหรือค่าธรรมเนียมถูก ในระดับ น้อยที่สุด มีค่าความถี่อยู่ที่ 19 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7 มีผู้ที่เลือกเนื่องจากไม่มีค่าธรรมเนียมหรือค่าธรรมเนียมถูก ในระดับน้อย มีค่าความถี่อยู่ที่ 34 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 มีผู้ที่เลือกเนื่องจากไม่มีค่าธรรมเนียมหรือค่าธรรมเนียมถูก ในระดับปานกลาง มีค่าความถี่อยู่ที่ 87 คน

คิดเป็นร้อยละ 17.0 มีผู้ที่เลือกเนื่องจากไม่มีค่าธรรมเนียมหรือค่าธรรมเนียมถูก ในระดับมาก มีค่าความถี่อยู่ที่ 338 คน คิดเป็นร้อยละ 46.6 มีผู้ที่เลือกเนื่องจากไม่มีค่าธรรมเนียมหรือค่าธรรมเนียมถูก ในระดับมากที่สุด มีค่าความถี่อยู่ที่ 156 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 ซึ่งถ้ารวมข้อมูลทั้งหมด จะมีความถี่อยู่ที่ 634 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 100

### 4.3 การทดสอบสมมติฐาน ด้วย Binary Logistic Regression

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดตัวแปรตามเป็น ตัวแปรคัมมี โดยมี ค่าเป็น 1 กับ 0 ให้เลือกแพลตฟอร์มในประเทศ มีค่าเท่ากับ 1 และ ให้เลือกแพลตฟอร์มต่างประเทศ มีค่าเป็น 0 ดังนั้น สถิติที่ใช้คือ Binary Logistic Regression ได้ผลดังนี้

กรณีที่ 1 เมื่อใช้ตัวแปรอิสระทุกตัว

ตารางที่ 4.13 สัมประสิทธิ์ค่าพยากรณ์ ด้วยตัวแบบ Logistic Regression โดยตัวแปรอิสระทุกตัว

ตัวแปรอิสระ	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
เพศ	.252	.215	1.366	1	.242	1.286
อายุ	-.011	.141	.006	1	.940	.989
อาชีพ	-.080	.156	.262	1	.609	.923
ระดับการศึกษา	.946	.204	21.430	1	.000	2.575
รายได้ต่อเดือน	-.498	.118	17.810	1	.000	.608
ความคิดเห็นต่อการใช้งาน	.268	.082	10.811	1	.001	1.308
Constant	-.554	1.116	.246	1	.620	.575

จากตารางที่ 4.13 พบว่าตัวแปรอิสระ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มี 3 ตัว คือ ระดับการศึกษา รายได้ ความคิดเห็นต่อการใช้งาน นั้นหมายความว่า เมื่อ ระดับการศึกษา เปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย ทำให้มีผลต่อการเลือกใช้งานแพลตฟอร์มในประเทศ เพิ่มขึ้น 2.575 เท่า และ เมื่อ รายได้เปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย ทำให้มีผลต่อการเลือกใช้งานแพลตฟอร์มในประเทศ เพิ่มขึ้น 0.608 เท่า และ เมื่อ ความคิดเห็นการใช้งานเปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย ทำให้มีผลต่อการใช้งานแพลตฟอร์มในประเทศ เพิ่มขึ้น 1.308 เท่า

ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรเชิงพหุ Method = Enter (กรณีที่ใช้ตัวแปรอิสระทุกตัว)

ตัวแปร	สัญลักษณ์	ค่าสัมประสิทธิ์	Sig.
Constant		-.554	.620
เพศ	$\beta_{01}$	.252	.242
อายุ	$\beta_{02}$	-.011	.940
อาชีพ	$\beta_{03}$	-.080	.609
ระดับการศึกษา	$\beta_{04}$	.946	.000
รายได้ต่อเดือน	$\beta_{05}$	-.498	.000
ความคิดเห็นต่อการใช้งาน	$\beta_{06}$	.268	.001

สามารถแสดง สมการพยากรณ์ได้ดังต่อไปนี้

จะได้ Model ดังนี้  $P = \frac{1}{1 + e^{-z}}$  เมื่อ P คือ ความน่าจะเป็นที่ส่งผลต่อการเลือกใช้งานแพลตฟอร์มซื้อขายสกุลเงินคริปโตในประเทศไทย

โดย  $Z = -0.554 + 0.252 (\beta_{01}) - 0.011 (\beta_{02}) - 0.080 (\beta_{03}) + 0.946 (\beta_{04}) - 0.498 (\beta_{05}) + 0.268 (\beta_{06})$

เพื่อทดสอบความถูกต้องของสมการพยากรณ์ จึงได้ทำการทดสอบ ด้วยวิธี Back Testing ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.15 การทดสอบด้วยตาราง Classification Table (a) โดยตัวแปรอิสระทุกตัว

ค่าสังเกต	ค่าพยากรณ์			
	การเลือกใช้แพลตฟอร์ม		ร้อยละที่ถูกต้อง	
	ต่างประเทศ	ในประเทศ		
Step 1	การเลือกใช้ ต่างประเทศ	354	72	83.1
	แพลตฟอร์ม ในประเทศ	104	98	48.5
ร้อยละความถูกต้องรวม				72.0

a. The Cut Value is .500



จากตารางที่ 4.15 พบว่า การทดสอบค่าพยากรณ์มีร้อยละความถูกต้องรวมอยู่ที่ 72.0 เมื่อกำหนดให้ค่าพยากรณ์ มากกว่า 0.5 มีค่าเป็น 1 คือ การเลือกใช้แพลตฟอร์มในประเทศไทย และถ้า น้อยกว่า 0.5 คือ 0 คือ การเลือกใช้แพลตฟอร์มต่างประเทศ

ตารางที่ 4.16 การทดสอบความเหมาะสมของตัวแปรอิสระ โดยวิธี Omnibus Tests Of Model Coefficients

	ค่าทางสถิติ	Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	179.669	7	.000
	Block	179.669	7	.000
	Model	179.669	7	.000

มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.16 พบว่า มีค่า Chi Square ใน Step Block และ Model มีค่าเท่ากัน คือ 179.669 และมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งแสดงว่า ตัวแปรทำนายที่อยู่ในสมการนั้น มีความเหมาะสม

ตารางที่ 4.17 การทดสอบความสอดคล้องของโมเดล

	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
Step 1	609.239a	.249	.348

จากตารางที่ 4.17 การทดสอบ Cox & Snell R Square หรือ  $R_{cs}^2$  มีค่า 0.249 หมายความว่า ตัวแปรอิสระ 6 ตัว สามารถอธิบายโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ที่สนใจได้ร้อยละ 24.9 และค่า Nagelkerke R Square มีค่า 0.348 หมายความว่า ตัวแปรอิสระ 6 ตัว สามารถอธิบายโอกาสที่จะเกิด เหตุการณ์ที่สนใจร้อยละ 34.8

กรณีที่ 2 เมื่อใช้เฉพาะตัวแปรอิสระที่มีนัยสำคัญ

หลังจากนั้น นำตัวแปรอิสระ ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นำไปพิจารณาต่อได้

ดังนี้

ตารางที่ 4.18 สัมประสิทธิ์ค่าพยากรณ์ ด้วย เฉพาะตัวแปรอิสระที่มีนัยสำคัญ

เกณฑ์คะแนน	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
ระดับการศึกษา	.957	.203	22.260	1	.000	2.605
รายได้	-.472	.086	30.225	1	.000	.623
ความคิดเห็นต่อการใช้งาน	.265	.081	10.665	1	.001	1.303

จากตารางที่ 4.18 พบว่าตัวแปรอิสระ ระดับการศึกษา รายได้ ความคิดเห็นต่อการใช้งาน สามารถอธิบายตัวแปรตามได้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 หมายความว่า เมื่อ ระดับการศึกษา 1 หน่วย ทำให้มีผลต่อการเลือกใช้งานแพลตฟอร์มในประเทศ เพิ่มขึ้น 160.5% (โดยคำนวณจาก  $2.605 - 1 * 100$ ) หรือ 2.605 เท่า และ เมื่อ รายได้ 1 หน่วย ทำให้มีผลต่อการเลือกใช้งานแพลตฟอร์มในประเทศ ลดลง 37.7% (โดยคำนวณจาก  $0.623 - 1 * 100$ ) หรือ 0.623 เท่า และ เมื่อ ความคิดเห็นต่อการใช้งาน 1 หน่วย ทำให้มีผลต่อการเลือกใช้งานแพลตฟอร์มในประเทศ เพิ่มขึ้น 30.3% (โดยคำนวณจาก  $1.303 - 1 * 100$ ) หรือ 1.303 เท่า

ตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรเชิงพหุ Method = Enter (กรณีที่ 2 ใช้เฉพาะตัวแปรอิสระที่มีนัยสำคัญ)

ตัวแปร	สัญลักษณ์	ค่าสัมประสิทธิ์	Sig.
ระดับการศึกษา	$\beta_{04}$	.957	.000
รายได้ต่อเดือน	$\beta_{05}$	-.472	.000
ความคิดเห็นต่อการใช้งาน	$\beta_{06}$	.265	.001

สามารถแสดง สมการพยากรณ์ได้ดังต่อไปนี้

จะได้ Model ดังนี้  $P = \frac{1}{1 + e^{-z}}$  เมื่อ P คือ ความน่าจะเป็นที่ส่งผลต่อการเลือกใช้งาน

แพลตฟอร์มซื้อขายสกุลเงินคริปโตในประเทศไทย

$$\text{โดย } Z = 0.957 (\beta_{04}) - 0.472 (\beta_{05}) + 0.265 (\beta_{06})$$

เพื่อทดสอบความถูกต้องของสมการพยากรณ์ จึงได้ทำการทดสอบ ด้วยวิธี Back Testing ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.20 สัมประสิทธิ์ค่าพยากรณ์ ด้วยตัวแบบ Logistic Regression เฉพาะตัวแปรอิสระที่มี  
นัยสำคัญ

	ค่าสังเกต	ค่าพยากรณ์		
		การเลือกใช้แพลตฟอร์ม		ร้อยละที่ถูกต้อง
		ต่างประเทศ	ในประเทศ	
Step 1	การเลือกใช้ แพลตฟอร์ม	ต่างประเทศ	ในประเทศ	
		352	74	82.6
		110	92	45.5
	ร้อยละความถูกต้องรวม			70.7

a The Cut Value is 0.500

จากตารางที่ 4.20 พบว่าการทดสอบค่าพยากรณ์มีร้อยละความถูกต้องรวมอยู่ที่ 70.7 เมื่อกำหนดให้ค่าพยากรณ์ มากกว่า 0.5 มีค่าเป็น 1 คือ ในประเทศ และถ้าน้อยกว่า 0.5 คือ 0 คือ ต่างประเทศ ซึ่งน้อยกว่าตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.21 การทดสอบความเหมาะสม ของตัวแปรอิสระที่ใช้ในโมเดล โดยวิธี Omnibus Tests Of Model Coefficients

ค่าทางสถิติ	Chi-square	df	Sig.
Step	177.945	4	.000
Block	177.945	4	.000
Model	177.945	4	.000

มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์พบว่า มีค่า Chi Square ใน Step Block และ Model มีค่าเท่ากัน คือ 177.945 และมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งแสดงว่า ตัวแปรทำนายที่อยู่ในสมการนั้น มีความเหมาะสม

ตารางที่ 4.22 การทดสอบความสอดคล้องของโมเดล

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	610.962a	.247	.345

จากตารางที่ 4.22 การทดสอบ Cox & Snell R Square หรือ  $R_{cs}^2$  มีค่า 0.247 หมายความว่า ตัวแปรอิสระ 3 ตัว สามารถอธิบายโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ที่สนใจได้ร้อยละ 24.7 และค่า Nagelkerke R Square มีค่า 0.345 หมายความว่า ตัวแปรอิสระ 3 ตัว สามารถอธิบายโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ที่สนใจร้อยละ 34.5

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าการพยากรณ์เฉพาะตัวแปรอิสระทั้งหมดดีกว่า การใช้เฉพาะตัวแปรที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 คือ ระดับการศึกษา รายได้ ความคิดเห็นใช้งาน ดังนั้นเลือกการใช้ตัวแปรอิสระทั้งหมด ประกอบไปด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และความคิดเห็นต่อการใช้งาน จะมีประสิทธิภาพมากกว่า



## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การเลือกใช้แพลตฟอร์มซื้อขายสกุลเงินคริปโตในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยบุคคลและศึกษาความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกแพลตฟอร์มซื้อขายสกุลเงินคริปโตของนักลงทุนในประเทศไทย โดยทำแบบสอบถามทางออนไลน์และเก็บรวบรวมข้อมูลจากจำนวน 634 คน และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Binary Logistic Regression สามารถสรุปข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้งาน ได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

จากการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์จำนวน 634 คน ข้อมูลประชากรส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี ประกอบอาชีพนักศึกษา มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท

ปัจจัยด้านประสบการณ์การใช้งานแพลตฟอร์มซื้อขายสกุลเงินคริปโตในประเทศไทย ส่วนใหญ่เคยใช้แพลตฟอร์ม มักจะเลือกใช้งานแพลตฟอร์มในประเทศไทย คือ บิทคับ (Bitkub) และ บิททาสซ่า (Bitazza) โดยมีความถี่ในการใช้งานคือทุกวันเนื่องจากมีความสะดวกและง่ายในการใช้งาน และส่วนใหญ่เคยถือสกุลเงินคริปโต (Cryptocurrency)

ปัจจัยด้านการรับรู้ความคิดเห็นต่อการเลือกใช้งานแพลตฟอร์มซื้อขายสกุลเงินคริปโตในประเทศไทย โดยประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับคือความสะดวกและง่ายในการใช้งาน ความปลอดภัย รวดเร็วในการใช้งาน และ ค่าธรรมเนียมถูก แพลตฟอร์มที่ซื้อขายสกุลเงินดิจิทัล (คริปโตเคอเรนซี) เป็นแพลตฟอร์มประเภท Trading Exchange กระดานซื้อขายเหรียญ Crypto Currency โดยนำเงิน Fiat Currency หรือเงินบาทไปซื้อเงินสกุลคริปโตต่าง ๆ ได้ โดยในปัจจุบันนี้มี Exchange ที่มีการขอใบอนุญาตจากทางกต. ได้อย่างถูกต้อง ได้แก่ 1) Bitkub 2) Satang Pro 3) Huobi 4) ERX 5) Zipmex

6) Upbit 7) Z.comEX 8) Bitazza (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2565)

จากแบบสอบถามผู้ที่เคยใช้งานแพลตฟอร์มซื้อขายสกุลเงินคริปโต มีทั้งหมด 634 พบว่ามีร้อยละ 70.66 กับผู้ที่เลือกใช้งานแพลตฟอร์มในประเทศไทย และร้อยละ 29.34 กับผู้ที่เลือกใช้งานแพลตฟอร์มต่างประเทศ

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าการพยากรณ์ตัวแปรอิสระทั้งหมดคือ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ความคิดเห็นต่อการใช้งานเหมาะสมกว่า การใช้เฉพาะตัวแปรอิสระที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยสามารถมีความสามารถในการพยากรณ์ถูกต้อง ร้อยละ 72

## 5.2 อภิปรายผล

5.2.1 จากการศึกษาบทความ กนกวรรณ ศรีนวล (2558) พบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยศึกษาปัจจัยบุคคล พฤติกรรมการลงทุน และเหตุจูงใจในการลงทุน ที่มีผลต่อการเลือกลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย การศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษาความแตกต่างของข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการลงทุน ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 3) เพื่อศึกษาเหตุจูงใจ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ 10,001-20,000 บาท ประกอบอาชีพนักศึกษา และเคยใช้งานแพลตฟอร์ม ด้านพฤติกรรมการลงทุนมีอิทธิพลต่อการเลือกลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเหตุจูงใจในการใช้งานแพลตฟอร์ม มีอิทธิพลต่อการเลือกลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2.2 การรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ความง่าย ต่อการใช้งานแพลตฟอร์มในการซื้อขายสกุลเงินคริปโตของผู้ใช้งานในประเทศไทย อภิปรายผลได้ดังนี้ จากผลการวิจัยที่พบว่าการรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายมีอิทธิพลร่วมกันต่อการใช้งานแพลตฟอร์มในการซื้อขายสกุลเงินคริปโตของผู้ใช้งานในประเทศไทย ทั้งนี้ เนื่องจากแพลตฟอร์มในการซื้อขายสกุลเงินคริปโตนั้น มีประโยชน์ต่อผู้ใช้งาน สามารถใช้งานได้ทุกที่และเวลารวมทั้งสร้างประโยชน์ที่จะทำได้



ผลตอบแทนจากการซื้อขาย และแพลตฟอร์มมีรูปแบบการใช้งานที่ง่ายทำให้ผู้ใช้งานนั้นมีความรู้สึกที่ดีต่อการใช้งาน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Yousafzai and Yani-de-Soriano (2011) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยของลูกค้าเฉพาะกลุ่มที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตพบว่าการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานและการรับรู้ความง่ายมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานธนาคารบนอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ยังเป็นไปตามทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี ตามแนวคิดของ Davis, Bagozzi, and Warshaw (1989) ที่อธิบายไว้ว่าการรับรู้ประโยชน์ คือระดับความเชื่อของบุคคลในการใช้งานเทคโนโลยีและเชื่อว่ามีความโน้มที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้งานได้ โดยการรับรู้ประโยชน์จะส่งผลกับทัศนคติของบุคคลต่อการใช้งานเทคโนโลยี และการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน ที่เป็นระดับความเชื่อของผู้ใช้งานกับการใช้เทคโนโลยีนั้นว่าสามารถเรียนรู้ได้ง่าย ใช้งานไม่ยากไม่ต้องใช้ความพยายามในการใช้งานมาก และเมื่อผู้ใช้งานรับรู้ความง่ายมาก ก็จะมีอิทธิพลทางตรงที่ส่งผลต่อทัศนคติ

5.2.3 ปัจจัยความน่าเชื่อถือของแพลตฟอร์ม ความผันผวนของราคา ผลตอบแทนของการถือครอง ความปลอดภัยของระบบ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้คือปัจจัยที่มีผลทำให้เกิดการยอมรับในการใช้สกุลเงินคริปโต เหตุผลเพราะว่าความน่าเชื่อถือของแพลตฟอร์มนั้น เป็นส่วนในการสร้างคุณค่าเพิ่มอย่างหนึ่งเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีผลประโยชน์ร่วม และผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร ที่ต้องเกิดจากความเชื่อแน่นเพราะในหลักคุณลักษณะที่ดี ทำให้เกิดการสร้างความเชื่อเพิ่ม มีคำถามมากมายเพื่อให้มั่นใจว่า การสร้างความเชื่ออาจไม่พอเพียง หากผู้ที่มีส่วนได้เสียไม่เชื่อถือกระบวนการดำเนินงานที่ดี ที่เป็นที่ยอมรับของนานาประเทศ ที่เกี่ยวข้องกับการปกครอง การปฏิบัติตามสัญญา การปฏิบัติงานตามมาตรฐานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องตามข้อกำหนด โดยมีหลักการนโยบาย และการดำเนินงานที่เป็นกระบวนการ โดยมีโครงสร้างพื้นฐานและโครงสร้างขององค์กรที่สัมพันธ์กับโครงสร้างของประเทศที่ประกอบไปด้วย การมีวัฒนธรรม จริยธรรม และพฤติกรรมในการที่จะปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ พันธกิจ นโยบาย กลยุทธ์ ที่แผนงาน โครงการที่เป็นรูปธรรม ที่ต้องสัมพันธ์กับการมีสารสนเทศที่ถูกต้อง น่าเชื่อถือได้ มีบริการ โครงสร้างพื้นฐาน และระบบงานที่ดี และแน่นอนว่าองค์กรและประเทศต้องมีบุคลากรที่มีทักษะ และศักยภาพที่สามารถเอื้อให้วิสัยปฏิบัติบรรลุผล สนองตอบความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียภายใต้กรอบของหลักการและนโยบาย ในระดับองค์กร และในระดับประเทศ ถ้าองค์กรมีลักษณะดังที่กล่าวมานี้ ก็จะสร้างความเชื่อมั่น ที่จะยืนยันถึงความสามารถขององค์กรได้ เพราะความเชื่อมั่นสำคัญมากในการดำเนินธุรกิจ สอดคล้องกับ Armendariz and Murdoch (2010) กล่าวว่า การดำเนินธุรกิจที่จะสามารถเติบโตได้อย่างมีศักยภาพนั้นความน่าเชื่อถือ เป็นปัจจัยสำคัญที่ขาดไม่ได้ ราคาซื้อขายต้องไม่มีความผัน

พวนในทางลบที่สูงมาก เพราะถ้ามีความผันผวนหรือมีความแปรปรวนสูงก็จะกระทบต่อระดับความมั่นใจของผู้ลงทุน รวมทั้งระยะเวลาในการถือครองจะต้องคุ้มค่าในการถือประโยชน์ เพราะค่าความผันผวนและระยะเวลาในการถือครองมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้แพลตฟอร์มของผู้ลงทุน สอดคล้องกับ King and Levine (1993) กล่าวว่า ข้อดีของการถือหุ้นหรือสินทรัพย์หรือลงทุนในระยะยาวนั้นคือ จะมีความเสี่ยงต่ำ มากกว่าการลงทุนในระยะสั้น กับประโยคที่ว่า “ลงทุนระยะสั้น เสี่ยงสูง – ลงทุนระยะยาว เสี่ยงต่ำ” นั่นเอง ซึ่งก็เกิดจากการที่หุ้นหรือตลาดทุนนั้นมีความผันผวนอยู่ตลอดเวลา จึงไม่อาจคาดเดาได้ว่าหุ้นจะขึ้นหรือต่ำลงในเวลาใด ทำให้การลงทุนระยะสั้นมีโอกาสสูงมากที่จะขาดทุน ในขณะที่การลงทุนระยะยาว บริษัทจะมีการเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งกำไรและยอดขาย ทำให้ผลตอบแทนสูงขึ้นตามการเติบโตของบริษัทด้วยเช่นกัน จึงมีความเสี่ยงต่ำและมีโอกาสที่จะได้กำไรสูง ทั้งนี้ ผลการสำรวจที่ผ่านมา พบว่าการลงทุนระยะยาว 10 ปีขึ้นไป แทบจะไม่มีใครหรือกองทุนใดขาดทุนในสินทรัพย์ระยะยาวเลย ดังนั้นการถือหุ้นหรือลงทุนระยะยาวก็เหมาะกับคนที่ไม่มีเงินเหลือมากพอกับการลงทุน และวางแผนเพื่อถึงกำไรในอนาคต โดยต้องการเงินก้อนมาสร้างครอบครัว สร้างความสุขสบายหลังวัยเกษียณ หรือนำเงินมาทำธุรกิจที่ขาดฝันไว้ ส่วนใครที่ต้องการเงินมาหมุนเวียนใช้จ่ายในแต่ละปีอาจไม่เหมาะกับการลงทุนประเภทนี้มากนัก

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้งาน

- 1) หากผู้พัฒนาแพลตฟอร์มต้องการจะส่งเสริมแนวคิดในการใช้งานแพลตฟอร์ม จะต้องเสริมสร้างการรู้ถึงประโยชน์ โดยเน้นให้ผู้รับรู้ว่าแพลตฟอร์มทำให้สามารถซื้อขายสกุลเงินคริปโตได้ทุกที่ทุกเวลา รวมถึงให้ผู้รับรู้ว่าแพลตฟอร์มนั้นมีสกุลเงินที่ได้รับความนิยมและมีความหลากหลายสกุลภายในแพลตฟอร์ม นอกจากนั้นแล้วจะต้องเสริมสร้างการรับรู้ความง่าย ว่าสมัครและใช้งานได้ด้วยตนเอง รวมถึงให้ผู้รับรู้ว่าแพลตฟอร์มนั้นใช้งานได้ง่าย เช่น จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การใช้งานเพื่อให้ผู้ใช้ศึกษาและรับรู้ประโยชน์และความง่าย เพื่อทำให้ผู้ใช้รู้สึกดีในการใช้งานแพลตฟอร์ม
- 2) หากผู้พัฒนาแพลตฟอร์มต้องการใช้ผู้ใช้มีพฤติกรรม การใช้งานที่เพิ่มมากขึ้นจะต้องส่งเสริมให้ผู้ใช้นั้นรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้งาน โดยเน้นให้ผู้รับรู้ว่าเพียงมีแค่โทรศัพท์ หรือแท็บเล็ต ก็สามารถใช้งานแพลตฟอร์มและเข้าไปใช้งานทำการซื้อขายได้ หรือรับรู้

ว่าการยืนยันตัวตนก่อนใช้งานนั้น ใช้ข้อมูลไม่มากและสามารถใช้ข้อมูลส่วนบุคคลของตนเองทำการสมัครได้อย่างทันที เมื่อผู้ใช้รู้ว่าตนเองมีความสามารถที่จะใช้งานก็จะมีพฤติกรรมการใช้ที่เพิ่มมากขึ้น โดยผ่านการทำสื่อประชาสัมพันธ์ หรือการจัดให้มีคอร์สอบรมออนไลน์

### 5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) การศึกษาครั้งนี้ไม่ได้นำประสบการณ์การใช้งาน E-banking รวมถึงการใช้ E-wallet มาศึกษาร่วมด้วย ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรที่จะ ศึกษาเพิ่มเติม
- 2) ควรศึกษาการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้งานแอปพลิเคชันซื้อขายสกุลเงินดิจิทัล เพื่อนำไปปรับปรุงแนวทางในการสื่อสารให้เข้ามาใช้บริการแอปพลิเคชันมากยิ่งขึ้น
- 3) ควรศึกษาความพึงพอใจหลังการใช้บริการแพลตฟอร์ม เพื่อทราบจุดแข็งและจุดอ่อนของแพลตฟอร์ม เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงระบบ และพัฒนาระบบการทำงานของแพลตฟอร์มให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น

## บรรณานุกรม

- กนกวรรณ ศรีนวล. (2558). การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการลงทุน และแรงจูงใจในการลงทุนที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (Master's thesis). สืบค้นจาก <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/2416>
- กิติมา สุรสอนธิ. (2541). ความรู้ทางการสื่อสาร (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จุฑารัตน์ ชวตนะ. (2557). ปัญหากฎหมายในการนำบิทคอยน์มาใช้สำหรับทำธุรกรรมออนไลน์ในประเทศไทย (Master's thesis). สืบค้นจาก <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/1027>
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ. (2538). การบริหารธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพฯ: วังอักษร
- ธงชัย สันติวงษ์. (2554). พฤติกรรมบุคคลในองค์กร. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เจริญพัฒน์.
- นฤพล เพชรสุข. (2563). BITKUB คู่มือสมัคร BITKUB BITCOIN WALLET 2020. สืบค้นจาก <https://www.articleheros.com/bitkub-guideline/>
- นฤพล รัตนวิบูลย์ลาภ. (2564). การยอมรับเทคโนโลยีและการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันแพลตฟอร์มเทรดสกุลเงินดิจิทัล (คริปโตเคอเรนซี) ของนักลงทุน First Jobber (Master's thesis). สืบค้นจาก <https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/4262/1/TP%20BM.076%202564.pdf>
- ปรารณาอารี มุฮัมหมัดอัลโกลเลซ. (2563). การยอมรับเทคโนโลยีพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของผู้บริโภคในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร (Master's thesis). สืบค้นจาก <http://ir-ithesis.swu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/930/1/g611130371.pdf>
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. (2539). การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ประกายพริก.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, งามอาจ ปทะวานิช, และปริญญา ลักษิตานนท์. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: บริษัทธีระฟิล์ม และโซเท็กซ์จำกัด.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- ศวิศา พุ่มคนตรี. (2560). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ (PromptPay) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล* (Master's thesis). สืบค้นจาก [http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU\\_2016\\_5802030113\\_5848\\_4265.pdf](http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5802030113_5848_4265.pdf)
- โสวิชญา สุปราณี. (2560). *การยอมรับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนในกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย* (Master's thesis). สืบค้นจาก [http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU\\_2017\\_5902037216\\_7286\\_6011.pdf](http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5902037216_7286_6011.pdf)
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2563). *สินทรัพย์ดิจิทัล*. สืบค้นจาก <https://www.sec.or.th/digitalasset#EBD>
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2564). *รายงานสรุปภาวะตลาดสินทรัพย์ดิจิทัล รายสัปดาห์*. สืบค้นจาก <https://www.sec.or.th/TH/Pages/WEEKLYREPORT-2564-08.aspx>
- สำนักราชบัณฑิตยสภา. (2562). *ศัพท์คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ฉบับราชบัณฑิตยสภา [Web log message]*. สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/pg/RatchabanditThai/photos/?tab=album&albumid=2527569647301115>
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2545). *กลยุทธ์การตลาด*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อลิสา ชีรศักดิ์พงศ์. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกBitcoin* (Master's thesis). สืบค้นจาก [http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU\\_2016\\_5823036032\\_5597\\_6287.pdf](http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5823036032_5597_6287.pdf)
- Armendariz, B., & Murdoch, J. (2010). *The Economics of Microfinance* (2<sup>nd</sup> ed.). Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Cochran, W. G. (1953). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons. Inc.
- Coinmarketcap. (2021). *Cryptocurrencies*. Retrieved from <https://coinmarketcap.com>
- Davis, F.D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: comparison of the oretical models. *Management Science*, 35(8), 982-1003.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P.W. (1993). *Consumer Behavior*. Chicago: The Dryden Press.
- King, R. G., & Levine, R. (1993). Finance, Entrepreneurship and Growth: Theory and Evidence. *Journal of Monetary Economics*, 32, 513-542.



## บรรณานุกรม (ต่อ)

- Lertrungsi, S. (2018). *Statistic and Information of Cryptocurrency*. Retrieved from <https://medium.com/bitkub/bitcoin-ethereum-crypto-statistics-d618e432ebcb>
- Mendoza-Tello, J. C., Mora, H., Pujol-López, F. A., & Lytras, M. D. (2018). Social commerce as a driver to enhance trust and intention to use cryptocurrencies for electronic payments. *IEEE Access*, 6, 50737-50751
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L. L. (1997). *Consumer Behavior* (6<sup>th</sup> ed.). New York: Prentice Hall.
- Siam Blockchain. (2020). *10 Mostly used Exchange for Thai*. Retrieved from <https://siamblockchain.com/2020/02/06/10-mostly-used-exchange-for-thai/>
- Yousafzai, S., & Yani-de-Soriano, M. (2011). Understanding customer-specific factors underpinning internet banking adoption. *International Journal of Bank Marketing*, 30(1), 60-81.









## แบบสอบถามงานวิจัย

### เรื่อง : การเลือกใช้แพลตฟอร์มซื้อขายสกุลเงินคริปโตในประเทศไทย

#### ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนตัวทั่วไป

1. เพศ

- ชาย  
 หญิง

2. ช่วงอายุ

- อายุต่ำกว่า 20 ปี  
 อายุระหว่าง 21 – 30 ปี  
 อายุระหว่าง 31 – 40 ปี  
 อายุระหว่าง 41 – 50 ปี  
 อายุ 51 ปี ขึ้นไป

3. อาชีพ

- รับราชการ  
 พนักงานรัฐวิสาหกิจ  
 พนักงานบริษัทเอกชน  
 ธุรกิจส่วนตัว  
 นักเรียน นิสิต นักศึกษา

4. ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี  
 ปริญญาตรี หรือ เทียบเท่า  
 สูงกว่าปริญญาตรี

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- น้อยกว่า 10,000 บาท  
 ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท  
 ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท  
 ระหว่าง 30,001 – 40,000 บาท  
 มากกว่า 40,001 บาท

## ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่อการใช้งานแพลตฟอร์ม

1. ท่านใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์หรือแพลตฟอร์มทางการเงินบ่อยแค่ไหน

- ทุกวัน
- สัปดาห์ละ 1-5 ครั้ง
- สัปดาห์ละ 1 ครั้ง
- 2 สัปดาห์ 1 ครั้ง
- ใช้เป็นครั้งคราว

2. ท่านคิดว่าการสมัครใช้งานแพลตฟอร์มสกุลเงินคริปโตในประเทศไทย อย่างไร

- สมัครใช้งานง่าย
- สมัครใช้งานยาก

3. ท่านคาดว่าจะได้รับประโยชน์จากการใช้งานแพลตฟอร์มซื้อขายสกุลเงินคริปโตในประเทศไทยด้านใด คำชี้แจง ใส่เครื่องหมายถูก ลงในช่องที่ใกล้เคียงกับความคิดท่านมากที่สุด

ประโยชน์ที่ท่านคาดว่าจะได้รับ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ความสะดวก					
ความปลอดภัย					
ความรวดเร็ว					
ค่าธรรมเนียมถูก					

**ส่วนที่ 3 แบบสอบถามประสบการณ์การใช้งานแพลตฟอร์มซื้อขายสกุลเงินคริปโตในประเทศไทย  
และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการใช้งานแพลตฟอร์มซื้อขายสกุลเงินคริปโตในประเทศไทย**

ท่านชื่นชอบแพลตฟอร์มซื้อขายสกุลเงินคริปโต ในประเทศไทย แพลตฟอร์มใดมากที่สุด

- Bitkub
- Binance
- Stang Pro
- Kucoin
- Houbi
- Zipmex
- Bitazza







บทความตีพิมพ์วารสาร

## Cryptocurrency Platform Selection in Thailand

Suwapat Boonkunapong<sup>1\*</sup>, Tanpat Kraiwanit<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Faculty of Economics, Rangsit University, Pathum Thani, 12000, Thailand

### ABSTRACT

This research aimed to investigate cryptocurrency platform selection of investors who trade cryptocurrency. Data were collected online from 648 people with the age of 18 years and above who use cryptocurrency platform. The study result found education level, income, how to use, and platform could forecast the model correctly 72%. Suggestions for research result application are as follow: In terms of business suggestions, platform developers who would like to promote attitude towards using platforms should strengthen perceived usefulness by letting users perceive that the platforms enable them to trade cryptocurrency at any place and any time, including encouraging users to perceive that the platforms have popular currencies and diversity of currencies. In addition, platform developers should enhance perceived ease of use in applying and using by oneself, such as preparing public relations media to promote perceived usefulness and perceived ease of use to ensure users have positive attitude towards how to use the platforms. In terms of academic suggestions, E-banking experience and E-wallet experience were not brought to this study. Thus, an additional study on this matter should be conducted in future research.

**Keywords:** Cryptocurrency trading, Selection, Platform

### Introduction

Today global economy and societies are driven by rapidly developing technologies. Societies are becoming more dependent on digital technologies. Products and services in capital markets are developed to be in a digital form increasingly. Finance and capital markets are developed by leaps and bounds. Trading in the form of coins or banknotes is changed to digital money, giving rise to digital currency or cryptocurrency, which is a digital or virtual currency that is secured transactions by cryptography and used as a medium of exchange, which makes it nearly impossible to counterfeit or double-spend. It is a digital currency that is a decentralized network

based on blockchain technology (Office of the Royal Thai Council, 2019). By spreading its operations across a network of computers, blockchain allows cryptocurrencies to operate without the need for a central authority, which does not depend on third-party mediators (Chutipat, & Sonsuphap, 2020) Therefore, digital currencies increase interest and acceptance and are widely used, such as Bitcoin, Ethereum, and other digital currencies (Coinmarketcap, 2021) that gain confidence from investors across the world while digital currencies seem to increase in value.

In Thailand, the rise in popularity of and attention paid to cryptocurrency can be seen from the number of 1,490,067 investor accounts in August 2021 (The Securities and Exchange Commission, 2021). By the time trading prices of digital currencies are higher, the number of new accounts shall increase according to a market situation. Currently, to open an individual account to trade cryptocurrency in Thailand, it can be done through digital asset businesses (Digital Asset Exchange) that are licensed from The Securities and Exchange Commission. In this regard, competition among digital asset exchanges on websites is quite high by the time the cryptocurrency market is popular. Each website tries to find outstanding features or differences of usage to attract as many users as possible. Service providers also develop a platform model for being able to support the operating system on smartphones or tablets, probably becoming advantages and benefits of digital asset exchange services including an alternative choice for users since at presents platforms play an important role in people's daily life as they are easily accessible from smartphones or tablets so as to facilitate demands of a higher number of users. Based on the basic form of cryptocurrency trading on websites, digital asset exchanges have developed platforms to allow users to access and use them at any time. Each digital asset business needs to compete between each other for snatching more market share to ensure the most cryptocurrency trading shall take place the most on its platform. Consequently, cryptocurrency trading on platforms is a good choice since it is convenient and can be done at any time according to users' demands. Each platform offers similar usability model, making users have different options for using cryptocurrency trading platforms, leading to competition among companies creating platforms (Khitasanga, & Kraiwanich, 2021)

### **Objectives of the study**

1. To study demographic characteristics affecting cryptocurrency trading of investors in Thailand.
2. To study platform using behaviors affecting cryptocurrency trading of investors in Thailand

### Scope of the study

The scope of the research on factors affecting cryptocurrency platform selection is shown below: Bitkub, Satang Pro, Huobi, ERX, Zipmex, Upbit, Z.comEX (The Securities and Exchange Commission, Thailand, 2021).

### Conceptual framework

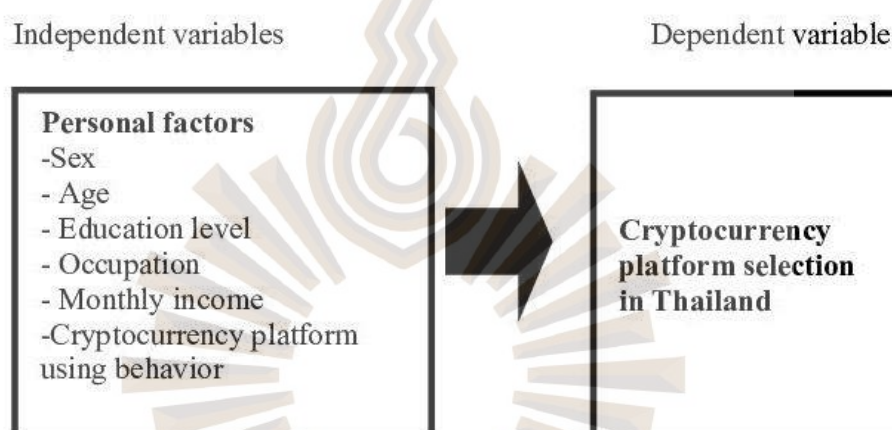


Figure 1 Conceptual framework

### Literature review

According to the table of variables, the researcher reviewed literature about demographic characteristics, namely, various backgrounds of each individual, i.e. sex, age, education level, career, monthly income, marital status. These factors reveal individual's background from the past till present. Individuals with different demographic characteristic shall have different decision-making styles.

Worakitpokatorn (1996) defines demographic characteristics as characteristics of individuals that are different. Different demographic characteristics shall have an influence on demographic characteristics in communication. Demographic variables comprises as follows:

1. Sex - individual differences shall have an influence on communication. Different characteristics between men and women result in different communication styles between men and women.

2. Age – teaching people with differences to believe in something or to change their attitudes or behaviors is difficult. As people age, they are more likely difficult to be taught or to change their behaviors.

3. Education is a highly important variable having an influence on efficiency of communication of message receivers. It is found that new and strange languages are more spoken or used among young people than older adults. Considerable studies revealed that education of message receivers enable them to have different communication behaviors; for example, highly educated people are less prone to believe in something and are more likely to welcome print media.

Engel, Blackwell, & Miniard (1990) described that consumer behavior refers to all actions directly associated with provision of consumption and purchase of goods and services including the process of decision making that takes place before and after those actions.

Schiffman & Kanuk (1987) explained that consumer behavior is behaviors expressed by consumers, ranging from searching for, purchasing, evaluating or consuming produces or services, including any concept that consumers expect to be responded. It is a study on consumers' decision making in consuming existing resources, in terms of money, time, and power to consume products and services, consisting of questions, such as what to buy, why to buy, when to buy, where to buy, how to buy, and how often to buy.

Srinuan (2016) studied individual factors, investment behavior, and investment motivation affecting investment decision making in the Stock Exchange of Thailand. The study aimed 1) to study differences of individual factors influencing investment decision making in the Stock Exchange of Thailand, 2) to study investment behavior influencing investment decision making in the Stock Exchange of Thailand, 3) to study motivation influencing investment decision making in the Stock Exchange of Thailand. The study result showed most of the questionnaire respondents were men, aged 40-59 years, married, graduated with a bachelor's degree, had 50,001 baht and above monthly income, self-employed, and had 4-5 years investment experience. Investment behavior and work motivation had an influence on investment decision making in the Stock Exchange of Thailand with statistical significance level of 0.05.

Teerasakdapong (2016) studied factors affecting Bitcoin selection. The study aimed 1) to study the current situation in using Bitcoin in Thailand, 2) to identify factors affecting Bitcoin

selection and 3) to be used as a case study for the future of financial innovation. The study was conducted on the basis of a quantitative study design and 445 copies of the questionnaire were used for data collection. The sample was investors in Thailand. The study result found that awareness factor had a negative effect on interest in selecting Bitcoin. Factors related to trust, ecosystem, and virtual currency had a positive effect on interest in selecting Bitcoin. The last factor was innovation acceptance which did not have an effect on Bitcoin selection with statistical significance level of 0.10. Bitcoin is in the early adoption stage. Most users are forward-thinking people who quickly welcome new innovation and trends. They always see benefits from technologies and trends. They love to take risks and search for profit since Bitcoin's return is the major factor encouraging people to select Bitcoin, followed by its newness and it is not under the control of the government.

### **Research methodology**

Data used in the study were collected from an online questionnaire responded by people who have experience in using platforms; people who use other platforms and people who use Bitkub platform. Data were collected from 648 people responding to an online questionnaire survey with Google Form, from April 2022. The study was conducted on the basis of survey research design according to the following details: Subtopic

#### *Population and sample*

3-4 people who use Bitkub platform to trade cryptocurrency were interviewed.

Population was people who use Bitkub platform to trade cryptocurrency.

Sample – since the size of the population was large and the exact number of the population was unknown; therefore, Cochran's sample (1977) size formula was used to calculate the sample size.

$$n = \frac{P[1-P]z^2}{e^2}$$

Where n = the size of sample

P = the proportion of population studied

z = 95% confidence level or statistical significance level set at 0.05

= 1.96



$e$  = margin of error

### *Research instrument*

Part 1 Questions about demographic characteristics about individual information of respondents. The questions came in the form of checklist close ended questions, i.e. sex, age, education level, and average monthly income.

Part 2 Questions about behaviors in using platforms to trade cryptocurrency.

Part 3 Questions about decision making in selecting a platform to trade cryptocurrency.

### *Data collection*

Data were collected from the online questionnaire survey responded by people who use platforms to trade cryptocurrency; people who use Bitkub platform and people who use other platforms. Data were collected from the online questionnaire survey with Google Form responded by 400 people. Data were collected from April 2022.

1. Study documents, articles, and research studies about knowledge and understanding of DeFi system, listen to interviews, seminars on [www.youtube.com](http://www.youtube.com) and podcasts.

2. Interview well-informed persons about a certain matter to obtain detailed and accurate answers about the topics required.

3. Consult an expert, here means the advisor. The advisor considers the scope of the content, appropriateness and accuracy of the content to ensure the research instrument is the most accurate and complete. The questionnaire is improved according to suggestions to ensure it contains comprehensive content according to the objectives. The improved questionnaire is tested for collect primary data among 20-40 people. Reliability of the questionnaire is measured, if reliability is greater than 0.6, the questionnaire can be used for collecting data further.

### *Statistics in the analysis*

Data obtained from the survey are analyzed using statistical data analysis software.

1. Percentage is used to analyze demographic data from the survey 1, sex, age, education level, career, and average monthly income.



$$P = \frac{F}{N} \times 100$$

Where	P	=	percentage
	F	=	frequency converted to percentage
	N	=	the total number of frequencies

## 2. Arithmetic Mean

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{N}$$

Where	$\bar{X}$	=	arithmetic mean
	$\sum x$	=	total sum of scores
	N	=	the number of participants

## 3. Standard Deviation

$$S. D. = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

Where	S.D.	=	standard deviation
	X	=	scores of participants
	n	=	sample size
	$\sum x^2$	=	Total sum of the squared of the sample
	$(\sum x)^2$	=	Total sum of the scores to the power of two

### *Statistics for hypothesis testing*

Hypothesis testing for dependent variables in accordance with binary logistic model shall be used when the dependent variable Y has 2 values, namely, an event does not occur, Y = 0, and an event occurs, Y = 1, associated with the independent variable X which is not in a linear model because the dependent variable has 2 values; 0 and 1. Thus, the relationship is not linear. The relationship of variables in logistic regression analysis has the form of the S shape.

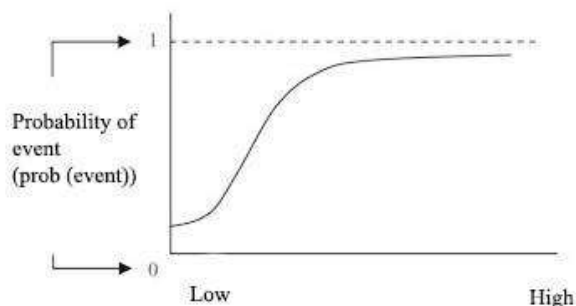


Figure 2 Hypothesis testing for dependent variables

*Case 1: There is 1 independent variable.*

In simple regression analysis, the equation showing the relationship between X and Y is linear as follow:

$$Y = b_0 + b_1x + e$$

As for logistic regression analysis, when Y has 2 values, the relationship between X and Y is nonlinear but in the form below:

$$P(Y) = \frac{e^{b_0 + b_1x_1}}{1 + e^{b_0 + b_1x}}$$

*Case 2: There is more than one independent variable*

When there is more than one independent variable or there is p independent (s), logistic response function will become the formula below.

$$P(Y) = \frac{e^{b_0 + b_1x_1 + \dots + b_px_p}}{1 + e^{b_0 + b_1x + \dots + b_px_p}}$$

When  $P(y)$  = the probability of an event occurring

$Q(y)$  = the probability of an event not occurring where

$Q(y) = 1 - P(y)$

Where  $P(y) \geq 0.5$ , it is concluded that an event occurs.

$P(y) < 0.5$ , it is concluded that an event does not occur.

0.5 is a probability value used as a cutting score. The probability value can be set at any threshold but the most common one is 0.5.

The relationship between dependent variables and independent variables is nonlinear.

Therefore, it is adjusted to be linear in the form of odds or odd ratio. The ratio between the probability of an event occurring and the probability of an event not occurring are shown as follow:

$$Odds = \frac{P(y)}{Q(y)}$$

Odds of an event indicate the likelihood that an event will occur, expressed as a proportion of the likelihood that the event will not occur, in the form of log (odds) called logit or logistic response function, which can be written in the form of the following equation:

$$Log(Odds) = \log \left[ \frac{P(y)}{Q(y)} \right]$$

Or

$$Log(Odds) = b_0 + b_1x + \dots + b_px_p$$

#### *Tests of statistical significance*

1. Wald Statistic is a test of hypothesis that coefficients are not equal to 0. It follows a chi-square distribution. Wald statistic is the squared of the ratio between correlation coefficients and standard error of those coefficients.

$$H_0: b_i = 0; i = 1, 2, \dots, p$$

Independent variables do not affect changes in odds ratio.

$$H_1: b_i \neq 0; i = 1, 2, \dots, p$$

#### Standard Error of Estimate

$$Wald = \left( \frac{b_i}{Standard\_Error\_of\_Estimate} \right)^2$$

2. The ratio of the maximum likelihood function of Full Model (L1) and Simple Model (L0) are used to test the model by transforming the ratio using log and likelihood-ratio test statistic is as follow:

$$-2Log \left( \frac{L_0}{L_1} \right) = -2[\log(L_0) - \log(L_1)] = -2LL$$

3. Hosmer-Lemeshow Goodness of Fit Test is used to test model appropriateness based

on the following hypotheses:

$H_0$ : the model is appropriate

$H_1$ : the model is not appropriate

In the test, if  $\chi^2$  is not significant or does not accept  $H_0$ , it means the model is appropriate

## Results

General characteristics of data as independent variables are shown in the tables below:

**Table 1** Number and percentage classified by sex

Sex	Number	Percent
Male	39	61.5
Female	244	38.5
Total	634	100

According to Table 1, there are 39 men (61.5%) and 244 women. The total number is 634 persons (100%).

**Table 2** Number and percentage classified by age

Age	Number	Percent
< 20 years	176	27.8
21 - 30 years	270	42.6
31 - 40 years	104	16.4
41 - 50 years	76	12.0
>50 years	8	1.3
Total	634	100

According to Table 2, there are 176 people (28.8%) with the age below 20 years, 270 people (42.6%) aged 21-30 years, 104 people (16.4%) aged 31-40 years, 76 people (12%) aged 41-50 years, 8 people (1.3%) aged 50 years and above. The total number is 634 people (100%).

**Table 3** Number and percentage classified by education level

<b>Education</b>	<b>Number</b>	<b>Percent</b>
Below bachelor's degree	122	19.2
Bachelor's degree	396	62.5
Master's degree or higher	116	18.3
Total	634	100

According to Table 3, there are 122 people (19.2%) with below a bachelor's degree, 365 people (62.5%) with a bachelor's degree, 116 people (18.3%) with a master's degree or higher. The total number is 634 people (100%).

**Table 4** Number and percentage classified by career

<b>Career</b>	<b>Number</b>	<b>Percent</b>
Government officer	16	2.5
State enterprise employee	4	0.6
Private company employee	174	27.4
Self-employed	64	10.1
University student	376	59.3
Total	634	100

According to Table 4, there are 16 people (2.5%) who are government officers, 4 people (0.6%) are state enterprise employees, 174 people (27.4%) are private company employees, 64 people (10.1%) are self-employed, 376 people (59.3%) are university students. The total number is 634 people (100%).

**Table 5** Number and percentage classified by average monthly income

<b>Average monthly income</b>	<b>Number</b>	<b>Percent</b>
10,000 Baht or lower	176	27.8
10,001 - 20,000 Baht	194	30.6
20,001 - 30,000 Baht	62	9.8
30,001 - 40,000 Baht	42	6.6
40,001 Baht or higher	160	25.2

Total	634	100
-------	-----	-----

According to Table 5, there are 176 people (27.8%) had average monthly income less than 10,000 baht, 194 people (30.6%) had average monthly income 10,001 - 20,000 baht, 62 people (9.8%) had average monthly income 20,001-30,000 baht, 42 people (6.6%) had average monthly income 30,001-40,000 baht, 160 people (25.2%) had average monthly income more than 40,001 baht. The total number is 634 people (100%).

**Table 6** Number and percentage classified by using platforms

Using platforms	Number	Percent
Ever	634	100
Never	0	0
Total	634	100

According to Table 6, there are 634 people (100%) who used platforms and 0 people (0%) used platforms. The total number is 634 people (100%).

**Table 7** Number and percentage classified by how often they use platforms

How often of using platforms	Number	Percent
Occasionally	84	13.2
Once a week	34	5.4
1-5 times a week	204	32.2
Every day	308	48.6
Others	4	0.6
Total	634	100.0

According to Table 7, there are 84 people (13.2%) who occasionally used platforms, 34 people (5.4%) used platforms once a week, and 204 people (32.2%) used platforms 1-5 times a week, 308 people (48.6%) used platforms every day, and 4 people (0.6%) used other platforms. The total number is 634 people (100%).



**Table 8** Number and percentage classified by cryptocurrency trading

<b>Cryptocurrency trading</b>	<b>Number</b>	<b>Percent</b>
Bitcoin (BTC)	184	29.0
Ethereum (ETH)	98	15.5
Cardano (ADA)	50	7.9
Binance Coin (BNB)	22	3.5
Tether (USDT)	10	1.6
Others	270	42.6
Total	634	100

According to Table 8, there are 184 people (29.0%) who traded Bitcoin (BTC), 98 people (15.5%) who traded Ethereum (ETH), 50 people (7.9%) who traded Cardano (ADA), 22 people (3.5%) who traded Binance Coin (BNB), 10 people (1.6%) who traded Tether (USDT), 270 people (42.6%) who traded other currencies. The total number is 634 people (100%).

Dependent variable (platform selection) is determined as dummy variable with 2 values, Bitkub is 1 and other platforms are 0 as shown in the tables below:

**Table 9** Number and percentage classified by cryptocurrency platforms

<b>Cryptocurrency platforms</b>	<b>Number</b>	<b>Percent</b>
Bitkub	204	32.82
Other platforms	430	67.80
Total	634	100.0

Based on 648 respondents, there are 204 people (32.82%) who selected Bitkub platform while 430 people (67.80%) selected other platforms.

**Table 10** Coefficient of predicted value of significant variables

	<b>B</b>	<b>S.E.</b>	<b>Wald</b>	<b>df</b>	<b>Sig.</b>	<b>Exp(B)</b>
Education level	.957	.203	22.260	1	.000	2.605
Monthly income	-.472	.086	30.225	1	.000	.623

Platform usage	.265	.081	10.665	1	.001	1.303
Platform	-.570	.055	07.115	1	.000	.566

Significant independent variables are education level, monthly income, platform usage, and platforms, which can explain the dependent variable (platform selection) at the statistical significance level of 0.05. It means that when a change in monthly income occurs, platform selection decreases 37.7% (calculated from  $0.623 - 1 \times 100$ ). A one-time increase in using platforms enables platform selection to increase 1.303 times. A one-level increase in education level enables platform selection to increase 2.605 times. A decrease in cryptocurrency platforms enables cryptocurrency platform selection to decrease by 43.4% (calculated from  $0.566 - 1 \times 100$ ).

**Table 11** Verification of predicted value

Observed value	Predicted value			
	Platform selection		Percentage of total accuracy	
	Others	Bitkub		
Step 1 Platform selection	Others	352	74	82.6
	Bitkub	110	92	45.5
Percentage of total accuracy				70.7

a The cut value is .500

According to Table 11, percentage of total accuracy of predicted value is 70.7. Predicted value greater than 0.5 is determined as 1, Bitkub platform users, and predictive value lower than 0.5 is determined as 0, other platforms users.

### Conclusion and discussion

According to the study, there are 4 independent variables, i.e. education level, monthly income, platform usage, and platforms that could describe the dependent variable with the statistical significance level of 0.05 while other variables are not significant, i.e. sex, age, and career. However, when all 7 variables get into the model for prediction with cute value 0.5, they

can predict the model correctly by 70.7%. As for the second method, significant variables are education level, monthly income, platform usage, and platforms, they can predict the model correctly by 72%.

It is consistent with the study conducted by Srinuan (2016) on individual factors, investment behavior, and investment motivation affecting investment decision making in the Stock Exchange of Thailand. The study aimed 1) to study differences of individual factors influencing investment decision making in the Stock Exchange of Thailand, 2) to study investment behavior influencing investment decision making in the Stock Exchange of Thailand. The study result found that most of the respondents who are women aged 21-30 years, graduated with a bachelor's degree, with monthly income 10,001-20,000 baht, university students and had experience in using platforms. Investment behavior and investment motivation had an influence on investment decision making in the Stock Exchange of Thailand with the statistical significance level of 0.05.

### **Suggestions**

The study on factors affecting cryptocurrency platform selection found the significant independent variables are education level, monthly income, platform usage, and platforms can correctly predict the model by 72%. Suggestions determined for future research are as follows:

1. In terms of business suggestions, platform developers who would like to promote attitude towards using platforms should strengthen perceived usefulness by letting users perceive that the platforms enable them to trade cryptocurrency at any place and any time, including encouraging users to perceive that the platforms have popular currencies and diversity of currencies. In addition, platform developers should enhance perceived ease of use in applying and using by oneself, such as preparing public relations media to promote perceived usefulness and perceived ease of use to ensure users have positive attitude towards how to use the platforms.

2. In terms of academic suggestions, E-banking experience and E-wallet experience were not brought to this study. Thus, an additional study on this matter should be conducted in future research.

## References

- Chutipat, W., & Sonsuphap, R. (2020). *Applying Blockchain for Transparency in Real Estate Sector*. NACC Journal, 13(2), 30-40.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques*. New York: John Wiley & Sons.
- Coinmarketcap. (2021). *Cryptocurrencies*. Retrieved from <https://coinmarketcap.com>
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1990). *Consumer Behavior*. USA: Dryden Press.
- Khitasanga, S., & Kraiwanich, T. (2021). Factors Affecting Cognition in Defi: Decentralized Finance. In *The 16th RSU National Graduate Research Conference*, (pp. 2022-2029). Thailand: Rangsit University.
- Office of the Royal Thai Council. (2019). *Computer terminology and information technology Royal Thai Council edition*. Retrieved from <https://www.facebook.com/pg/RatchabanditThai/photos/?tab=album&albumid=2527569647301115>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1987). *Consumer Behavior*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Srinuan, K. (2016). *A Study of Personal Characteristics Investment Behaviors and Investment Motivation of Thai Investors Affecting Decision Making in the Stock Exchange of Thailand*. Master thesis, Faculty of Business, Bangkok University.
- Teerasakdapong, A. (2016). *An analysis of factors affecting the Intention to use bitcoin*. Master of Science, IT Policies and Management, College of Innovation, Thammasat University.
- The Securities and Exchange Commission. (2021). *Weekly report of the digital asset market summary*. Retrieved from <https://www.sec.or.th/TH/Pages/WEEKLYREPORT-2564-08.aspx>
- Worakitpokatorn, P. (1996). *Principles and Theory of Communication*. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University Press

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	สุวภัทร บุญคุณาพงษ์
วัน เดือน ปีเกิด	17 พฤษภาคม 2523
สถานที่เกิด	จังหวัดขอนแก่น ประเทศไทย
ประวัติการศึกษา	มหาวิทยาลัยรามคำแหง ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการเงินและ การธนาคาร, 2547 มหาวิทยาลัยรังสิต ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา เศรษฐกิจดิจิทัล, 2565
ที่อยู่ปัจจุบัน	91/170 หมู่ 2 หมู่บ้าน โสมเพดรังสิต ตำบลบางพูน อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี 12000

