

พฤติกรรมของเจนเนอเรชันวายต่อการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซี

BEHAVIOR OF GENERATION Y TOWARDS CRYPTOCURRENCY INVESTMENT

ทักษพร ศรีสุวรรณ* และพัชรา ดันติประภา**

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของเจนเนอเรชันวายต่อการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซี โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือเจนเนอเรชันวายที่มีการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา จำนวน 300 คน เลือกตัวอย่างแบบโควต้า โดยเป็นผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2524 - 2530 (อายุ 36 - 42 ปีในปี พ.ศ. 2566) จำนวน 150 คน และผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2531 - 2539 (อายุ 27 - 35 ปี ในปี พ.ศ. 2566) จำนวน 150 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบไปด้วยความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย Chi-square และ t-test

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีระดับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี ในกลุ่มสาขาวิชาบริหารธุรกิจ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 45,000 บาท มีแหล่งที่มาของรายได้จากเงินเดือน ก่อนลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีเคยมีการลงทุนในตราสารทุน สามารถยอมรับผลขาดทุนจากการลงทุนในขณะใดขณะหนึ่งได้ 21 - 40% ของเงินทุน มีความรู้เกี่ยวกับคริปโทเคอร์เรนซีในระดับเข้าใจปานกลาง มีการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีน้อยกว่า 10% ของมูลค่าพอร์ตทั้งหมด โดยพอร์ตการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีมีมูลค่า 1,000 - 10,000 บาท ใช้เงินออมของตัวเองในการลงทุน ส่วนใหญ่ลงทุนในรูปแบบ Exchange ในตลาด Spot ส่วนกรณีที่ลงทุนในตลาด Future ใช้ Leverage 1X - 20X นอกจากนี้ พบว่ามีการลงทุนในเหรียญ BTC และมีการถือครองมากกว่า 1 เดือน สาเหตุที่เริ่มลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีเพราะให้ผลตอบแทนสูง วัตถุประสงค์หลักในการลงทุนเพื่อเก็งกำไร สื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการเริ่มลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีและยังมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีมากที่สุด โดยจะลงทุนเมื่อมีเวลาว่าง ในวันที่มีเวลาว่าง ความถี่ในการลงทุนน้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน ผ่านช่องทาง Binance เพราะใช้งานง่าย โดยก่อนลงทุนจะมีการหาข้อมูลด้วยการศึกษด้วยตนเอง ใช้การวิเคราะห์ทางเทคนิค (Technical Analysis) หรือใช้การพิจารณาจากกราฟในการตัดสินใจลงทุน มีแหล่งที่ใช้ในการหาข้อมูลจากกลุ่มใน Social Media มีเกณฑ์ในประเมินทางเลือกเพื่อลงทุนจากอัตราผลตอบแทน ส่วนใหญ่มีความรู้สึกพึงพอใจในการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีในระดับปานกลาง เพราะสูญเสียเงินต้นจากการลงทุน โดยผู้ที่พึงพอใจในระดับมากและมากที่สุดเพราะได้ผลตอบแทนมาก ทั้งนี้อาจมีการแนะนำผู้อื่นให้ลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซี โดยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซี ประกอบไปด้วยปัจจัยย่อยดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ อันดับแรกคือการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ด้านราคา อันดับแรกคือค่าธรรมเนียม/ค่า GAS ด้านช่องทาง อันดับแรกคือแพลตฟอร์มมีความน่าเชื่อถือ และด้านการส่งเสริมการตลาด อันดับแรกคือ แพลตฟอร์มมีการลดค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรม

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

** รองศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ประจำภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ABSTRACT

This study investigates the millennials' behaviors (also known as Generation Y) towards investing in cryptocurrency. The sample group comprises 300 millennials who have invested in cryptocurrency in the last six months. The sample group is selected by quota sampling, with 150 people born between 1981 and 1987 (in 2023, age 36 - 42 years) and 150 people born between 1990 and 1996 (in 2023, age 27 - 35 years). Data were collected through online questionnaires and analyzed using statistics, including frequency, percentage, mean, Chi-square, and t-test.

Results indicated that most respondents are male. The highest level of education is a bachelor's degree in business administration and work as a private company employee. An average monthly income is more than 45,000 baht, which is mainly earned from the salary. Prior to investing in cryptocurrency, they have invested in equities and been able to accept a loss from the investment of around 21 - 40% of their capital. Currently, the sample group has a moderate level of understanding of cryptocurrency. Using their savings to invest, they invested less than 10% of the total portfolio value in cryptocurrency with a portfolio value of 1,000 - 10,000 Baht. They have mostly invested in the Exchange market form in the Spot market. On the other hand, the respondents who have invested in the Future market use Leverage 1X - 20X. Additionally, those who invest in BTC have held for more than one month. The main reason to start investing in cryptocurrency is because of the high returns. The main objective of investing in cryptocurrency is profit speculation. Social media influence the initiation and the decision for cryptocurrency investment the most. Investment is usually conducted when having and time. The frequency of investment is less than once a month through Binance because this application is easy to use. Before investing, they usually search for information from social media by themselves, use technical analysis, or consider graph dynamics before making decisions. Also, they evaluate investment alternatives due to the rate of returns. According to cryptocurrency investment, most of them feel moderately satisfied due to the loss of principle during investment. In comparison, the highest and highly satisfied people perceived that cryptocurrency investment could provide high returns. They may also recommend other people to invest in cryptocurrency. The marketing mix factors influencing investors the most comprise factors related to the product (information security), price (fee/GAS), communication channel (credibility), and promotion (reduction of transaction fee).

บทนำ

คริปโทเคอร์เรนซี (Cryptocurrency) เป็นสินทรัพย์ดิจิทัลที่สร้างขึ้นบนบล็อกเชน มีความปลอดภัยสูงและมีหลักสำคัญอยู่ที่การกระจายอำนาจ จึงสามารถทำธุรกรรมได้โดยไม่ต้องผ่านตัวกลางทางการเงิน (อรวี, 2559; 2 The Mars, 2561) อีกทั้งยังต่างจากสินทรัพย์ทางการเงินอื่นคือมีความโปร่งใส สะดวก รวดเร็ว ขั้นตอนและต้นทุนในการทำธุรกรรมจึงลดลงเป็นอย่างมาก การลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเพราะให้อัตราผลตอบแทนสูงจึงถูกมองว่าสามารถให้อัตราผลตอบแทนชนะเงินเฟ้อได้ (ณพวีร์ พุกกะมาน, 2564) อีกทั้งการซื้อขายทำได้ง่ายผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

นักลงทุนจึงสามารถลงทุนได้ทุกที่ ทุกเวลา ผ่านตลาดคริปโทเคอร์เรนซีที่เชื่อมต่อกันทั่วโลก อีกทั้งยังมีขั้นต่ำในการลงทุนน้อยกว่าสินทรัพย์ทางการเงินอื่น การลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีจึงเป็นอีกทางเลือกที่น่าสนใจสำหรับกลุ่มนักลงทุนที่ต้องการความยืดหยุ่นและมีทุนทรัพย์น้อย ด้วยเหตุนี้คริปโทเคอร์เรนซีจึงเป็นสินทรัพย์ทางการเงินที่น่าสนใจอย่างมากในปัจจุบัน

นอกจากนี้สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (2563) ระบุว่าเจเนอเรชันวายมีความสนใจและมีแนวโน้มที่จะลงทุนเพิ่มขึ้น อีกทั้งยังพบว่าคนไทยสนใจลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซี 69% ซึ่งเจเนอเรชันวายสนใจสูงสุดถึง 79% (ประชาชาติธุรกิจ, 2565) โดยเจเนอเรชันวายคือผู้ที่เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1981-1996 (Dimock, 2019) หรือ พ.ศ. 2524 - 2539 เป็นกลุ่มประชากรใหญ่ของโลกที่อยู่ในวัยทำงาน มีรายได้และกำลังซื้อสูง อีกทั้งยังเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศ (กรมสุภาพจิต, 2563) ประเทศไทยมีประชากรเจเนอเรชันวายคิดเป็น 23.19% (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2566) โดยเจเนอเรชันวายสามารถรับความเสี่ยงในการลงทุนได้สูง สอดคล้องกับแนวคิดประเภทนักลงทุนแบบมุ่งหวังผล ซึ่งสามารถยอมรับความเสี่ยงสูงขึ้นได้หากได้รับอัตราผลตอบแทนที่สูงขึ้น การลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีจึงเป็นอีกหนึ่งทางเลือกการลงทุนที่เหมาะสมกับเจเนอเรชันวาย (ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุน, 2556; KKP Advice Center, ม.ป.ป.)

จากเหตุผลข้างต้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมของเจเนอเรชันวายต่อการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซี เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีและผู้สนใจ จะสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปประยุกต์ใช้ในการวางกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการลงทุนของเจเนอเรชันวาย อีกทั้งเพื่อให้เกิดคุณค่าในอุตสาหกรรมการเงินไทยต่อไปในอนาคต

แนวคิดและทฤษฎี

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

การศึกษาหาพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) โดยจะมีการกำหนดคำถามเพื่อค้นหาพฤติกรรมผู้บริโภค ในลักษณะของคำถาม 6Ws1H ได้แก่ Who, What, Why, Whom, When, Where และ How เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ (7Os) เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (ชูชัย สมितिไกร, 2562; ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่น ๆ, 2552)

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการลงทุน

แนวคิดเกี่ยวกับการลงทุน (Investment) ศึกษาเกี่ยวกับการลงทุนทางการเงิน คือ การชะลอการใช้จ่ายเงินจำนวนหนึ่ง ในเวลาปัจจุบัน และนำไปซื้อสินทรัพย์หรือตราสารทางการเงิน โดยคาดหวังว่าในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งในอนาคต เงินลงทุนนี้จะงอกเงยขึ้น และก่อให้เกิดผลตอบแทนส่วนเพิ่มที่สามารถชดเชยทั้งระยะยาว อัตราเงินเฟ้อ และความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างคุ้มค่า (ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุน, 2553)

แนวคิดเกี่ยวกับนักลงทุน (Investors) ศึกษาเกี่ยวกับนักลงทุนประเภทบุคคล ซึ่งต้องการได้รับผลตอบแทนสูงสุด ภายใต้ระดับความเสี่ยงระดับหนึ่ง หรือต้องการลงทุนในหลักทรัพย์ที่มีระดับความเสี่ยงต่ำที่สุด ภายใต้ผลตอบแทนระดับใดระดับหนึ่ง (ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุน, 2556)

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับคริปโทเคอร์เรนซีและเจเนอเรชัน

คริปโทเคอร์เรนซี เป็นสินทรัพย์ดิจิทัลประเภทหนึ่งที่เกิดขึ้นบนบล็อกเชนซึ่งเป็นระบบแบบกระจายอำนาจ ไม่สามารถจับต้องได้ มีความปลอดภัยสูง ในด้านประโยชน์การใช้งาน คริปโทเคอร์เรนซีถูกสร้างมาเพื่อประโยชน์ที่ต่างกัน แต่ปัจจุบันคริปโทเคอร์เรนซีถูกนำมาเป็นสินทรัพย์เพื่อการลงทุนและการเก็งกำไรมากขึ้น โดยรูปแบบของการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีมีหลายรูปแบบ ประกอบด้วย ลงทุนในตลาดแรกผ่าน ICO ลงทุนผ่านตลาดรองหรือซื้อขายผ่าน Exchange และลงทุนด้วยการขุด (Mining) (ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุน, 2556; อรวิ, 2559; 2 The Mars, 2561)

เจเนอเรชัน คือ การแบ่งกลุ่มคนตามยุคสมัยของการเกิดเป็นรุ่น ๆ ด้วยสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ที่คนแต่ละยุคเผชิญ ทำให้ผู้คนที่เกิดและเติบโตขึ้นในแต่ละช่วงเวลา มีลักษณะนิสัย และทัศนคติที่แตกต่างกันออกไป (วณิชญ์ พุฒนา, 2560; Dimock, 2019)

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาคือเจเนอเรชันวายที่มีการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซี ในปี พ.ศ. 2566 ช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา ตั้งแต่เดือนเมษายน พ.ศ. 2566 ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2566 โดยเจเนอเรชันวายคือผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2524 - 2539 กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 300 คน ซึ่งกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยตารางกำหนดขนาดตัวอย่าง (Seymour Sudman, 1976 อ้างถึงใน กุณพิสิ รื่นรมย์, 2551) ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยใช้โควตา (Quota Sampling) โดยจะแบ่งเป็น 2 กลุ่มตามช่วงอายุของนักลงทุน ในการศึกษาจะแบ่งกลุ่มตัวอย่างจากเจเนอเรชันวาย 2 กลุ่ม (ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุน, 2556; บัณฑิต ตั้งวรเชษฐ์, 2561) ได้แก่ ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2524 - 2530 จำนวน 150 ราย และผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2531 - 2539 จำนวน 150 ราย

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ใช้ข้อมูลแบบปฐมภูมิ (Primary Data) ดังนี้

1) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากเจเนอเรชันวายที่มีการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซี จำนวน 9 ราย แบ่งเป็น ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2524 - 2530 จำนวน 4 ราย และผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2531 - 2539 จำนวน 5 ราย เพื่อให้ได้ข้อมูลเบื้องต้น และนำไปใช้ในการพัฒนาแบบสอบถาม

2) แบบสอบถาม (Questionnaire) ทำการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม โดยเป็นการสำรวจออนไลน์จำนวน 300 ชุด จากไลน์ เฟซบุ๊ก เอ็กซ์ (ทวิตเตอร์) และส่งอีเมลไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับคริปโทเคอร์เรนซีและการลงทุน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของเจเนอเรชันวายต่อการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซี วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละและค่าเฉลี่ย และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ t-test และ Chi-square ในส่วนของข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีของนักลงทุนเจเนอเรชันวายใช้มาตรวัดแบบ Rating Scale 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด = 5 ถึงน้อยที่สุด = 1 โดยแปลผลค่าเฉลี่ยดังนี้ 4.50 - 5.00 มีผลมากที่สุด, 3.50 - 4.49 มีผลมาก, 2.50 - 3.49 มีผลปานกลาง, 1.50 - 2.49 มีผลน้อย และ 1.00 - 1.49 มีผลน้อยที่สุด

ผลการศึกษา การอภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษา

ลักษณะของผู้ลงทุน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาในกลุ่มสาขาวิชาบริหารธุรกิจ (บัญชี, การเงิน, การตลาด และการจัดการ เป็นต้น) มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 45,000 บาท ก่อนเริ่มลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีเคยมีการลงทุนในตราสารทุนมาก่อน รองลงมาคือกองทุนรวมประเภทต่าง ๆ สามารถยอมรับผลการขาดทุนจากการลงทุนในขณะใดขณะหนึ่งได้ 21 - 40% ของเงินทุน มีระดับความรู้เกี่ยวกับคริปโทเคอร์เรนซีส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ทราบถึงลักษณะการทำงานของระบบบล็อกเชน คริปโทเคอร์เรนซี แนวคิดวิธีการลงทุน การเทรด และราคาของเหรียญ แต่ไม่เข้าใจทั้งหมด สาเหตุหลักที่ทำให้เริ่มลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีคือให้ผลตอบแทนสูง รองลงมาคือให้ผลตอบแทนรวดเร็ว โดยสื่อสังคมออนไลน์ (YouTube, Facebook และ Twitter เป็นต้น) มีอิทธิพลอย่างมากในการชักชวนให้เริ่มลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซี วัตถุประสงค์ที่ลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีเพื่อเก็งกำไร สัดส่วนการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีในพอร์ตการลงทุนทั้งหมดส่วนใหญ่ น้อยกว่า 10% และกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากมีมูลค่าพอร์ตการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีมากกว่ากลุ่มอายุน้อย ส่วนใหญ่ใช้เงินออมของตนเองในการลงทุน โดยใช้การพิจารณาจากกราฟในการตัดสินใจลงทุน (ซื้อขาย) โดยลงทุนในรูปแบบ Exchange ในตลาด Spot มากที่สุด กรณีที่มีการลงทุนในตลาด Future ใช้ Leverage 1X - 20X ส่วนใหญ่มีการลงทุนในเหรียญ BTC มีการถือครองมากกว่า 1 เดือน โดยมีการลงทุนในช่วงที่มีเวลาว่าง ในวันที่มีเวลาว่าง ความถี่ในการลงทุนเฉลี่ยน้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน โดยลงทุนผ่านช่องทาง Binance เพราะใช้งานง่าย รองลงมาคือมีความเป็นสากล สื่อสังคมออนไลน์ (YouTube, Facebook, Twitter และ Telegram เป็นต้น) มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซี มีการศึกษาหาข้อมูลก่อนลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีด้วยตนเอง (อินเทอร์เน็ต, หนังสือ และ YouTube เป็นต้น) ใช้การวิเคราะห์ทางเทคนิค (Technical Analysis) หรือการพิจารณาจากกราฟ โดยหาข้อมูลจากกลุ่มใน Social Media (Line, Facebook, Twitter, TikTok และ Telegram เป็นต้น) ใช้อัตราผลตอบแทนในการประเมินทางเลือกเพื่อลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความความรู้สึกพึงพอใจในการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีในระดับปานกลาง เพราะสูญเสียเงินต้นจากการลงทุน ส่วนผู้ที่พึงพอใจมากและมากที่สุดเพราะได้ผลตอบแทนมาก และมีแนวโน้มที่จะแนะนำให้ผู้อื่นลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซี

การมีผลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีมากที่สุดคือ การรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีผลต่อพฤติกรรมการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีมากที่สุดคือ ค่าธรรมเนียม/ค่า GAS ปัจจัยย่อยด้านช่องทาง ที่มีผลต่อพฤติกรรมการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีมากที่สุดคือ แพลตฟอร์มมีความน่าเชื่อถือ และแพลตฟอร์มมีการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อพฤติกรรมการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีมากที่สุดคือ แพลตฟอร์มมีการลดค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรม

ลักษณะเพิ่มเติมของกลุ่มอายุมาก

กลุ่มอายุมากคือผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2524 - 2530 สามารถยอมรับผลขาดทุนจากการลงทุนในขณะใดขณะหนึ่งได้ 21 - 40% ของเงินทุน มีระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับคริปโทเคอร์เรนซีมากกว่ากลุ่มอายุน้อย เริ่มลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีเพราะให้ผลตอบแทนสูงและให้ผลตอบแทนที่รวดเร็ว วัตถุประสงค์หลักในการลงทุนเพื่อเป็นโอกาสในการเพิ่มรายได้ โดยมีสัดส่วนการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีในพอร์ตการลงทุนทั้งหมดน้อยกว่า 10% มีมูลค่าพอร์ตการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีมากกว่า 50,000 บาท ใช้ข้อมูลภาวะตลาดคริปโทเคอร์เรนซี (ขึ้น, ลง) ในการตัดสินใจลงทุน (ซื้อขาย) มีการลงทุนในรูปแบบ Exchange และ ICO โดยส่วนใหญ่ลงทุนในตลาด Spot ส่วนกรณีที่มีการลงทุนในตลาด Future

จะลงทุนโดยใช้ Leverage 1X - 20X ส่วนใหญ่มีการลงทุนในเหรียญ BTC และ ETH มีการถือครองคริปโทเคอร์เรนซีแบบมากกว่า 1 เดือน มักจะลงทุนในช่วงเวลาว่างและช่วงค่ำ (19.01 - 22.00 น.) ในวันที่มีเวลาว่างและวันหยุด ความถี่โดยเฉลี่ยในการลงทุนน้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน ผ่านช่องทาง Binance นักวิเคราะห์ที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีก่อนลงทุนมีการหาความรู้ด้วยการศึกษด้วยตนเองและลงคอร์สเรียน มีการหาข้อมูลจาก YouTube, Application ที่เกี่ยวกับการลงทุน และกราฟ, เพื่อน คนรู้จัก และหนังสือ นิตยสารเกี่ยวกับการลงทุน ใช้อัตราผลตอบแทนเป็นเกณฑ์เพื่อประเมินทางเลือกในการลงทุน มีความรู้สึกพึงพอใจในการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีมากกว่ากลุ่มอายุน้อย โดยสาเหตุที่พอใจในระดับปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด เนื่องจากสูญเสียเงินต้นจากการลงทุน ส่วนผู้ที่พอใจในระดับมาก และมากที่สุดเพราะได้ผลตอบแทนมาก รวดเร็ว และได้สังคมใหม่ โดยจะแนะนำอย่างแน่นนอนและอาจแนะนำผู้อื่นให้ลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซี

ลักษณะเพิ่มเติมของกลุ่มอายุน้อย

กลุ่มอายุน้อยคือผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2531 - 2539 สามารถยอมรับผลขาดทุนจากการลงทุนในขณะใดขณะหนึ่งได้ 21 - 40% ของเงินทุน มีระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับคริปโทเคอร์เรนซีน้อยกว่ากลุ่มอายุมาก เริ่มลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีเพราะให้ผลตอบแทนสูงและเป็นเทคโนโลยีใหม่ วัตถุประสงค์หลักในการลงทุนเพื่อเก็งกำไร มีการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีเพียงอย่างเดียว 100% มีมูลค่าพอร์ตการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีไม่เกิน 50,000 บาท โดยพิจารณากราฟในการตัดสินใจลงทุน (ซื้อขาย) มีการลงทุนในรูปแบบ Exchange การชดและ NFT โดยส่วนใหญ่ลงทุนในตลาด Spot ส่วนกรณีที่มีการลงทุนในตลาด Future จะลงทุนโดยใช้ Leverage 21X - 100X ส่วนใหญ่มีการลงทุนในเหรียญ BTC ETH และเหรียญอื่น ๆ การถือครองคริปโทเคอร์เรนซีแบบมากกว่า 1 เดือน และ Day Trade โดยกลุ่มช่วงอายุน้อยมีการถือครองแบบ Day Trade (ซื้อขายภายในวัน) มากกว่ากลุ่มอายุมาก สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่เน้นเก็งกำไรในระยะสั้นมากกว่า มักจะมีการลงทุนในช่วงเวลาว่างและช่วงดึก (22.01 - 04.00 น.) ในวันที่มีเวลาว่างและลงทุนทุกวัน ความถี่โดยเฉลี่ยในการลงทุนมากกว่า 4 ครั้ง/เดือน ผ่านช่องทาง Binance สื่อสังคมออนไลน์และเพื่อนมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีก่อนลงทุนมีการหาความรู้ด้วยการศึกษด้วยตนเองและสอบถามคนรู้จัก มีการหาข้อมูลจากกลุ่มใน Social Media ใช้โอกาสในการใช้งานของเหรียญเป็นเกณฑ์เพื่อประเมินทางเลือกในการลงทุน มีความรู้สึกพึงพอใจในการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีน้อยกว่ากลุ่มอายุมาก เนื่องจากสูญเสียเงินต้นจากการลงทุน โดยสาเหตุที่พอใจในระดับปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด เนื่องจากสูญเสียเงินต้นจากการลงทุน ส่วนสาเหตุที่พอใจในระดับมาก และมากที่สุดเพราะได้ผลตอบแทนมาก ได้ความรู้ใหม่ ชอบความผันผวนของตลาด และได้ความบันเทิง สนุก โดยจะแนะนำอย่างแน่นนอนและอาจแนะนำผู้อื่นให้ลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซี

อภิปรายผลการศึกษา

พฤติกรรมของเจนเอเรชั่นวายต่อการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซี จากการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) ด้วยคำถาม 6Ws1H อภิปรายผลการศึกษาได้ ดังนี้

1) ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีระดับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี ในกลุ่มสาขาวิชาบริหารธุรกิจ (บัญชี การเงิน การตลาด การจัดการ เป็นต้น) ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 45,000 บาท มีแหล่งที่มาของรายได้จากเงินเดือน เคยมีการลงทุนในตราสารทุนก่อนที่จะเริ่มลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซี สามารถยอมรับผลขาดทุนจากการลงทุนในขณะใดขณะหนึ่งได้ 21 - 40% ของเงินทุน และมีความรู้เกี่ยวกับคริปโทเคอร์เรนซีในระดับเข้าใจปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของมินตรา เชื้ออ่ำ (2561) เรื่องการรับรู้และทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิทคอยท์ (Bitcoin) ในประเทศไทย และ อังศุธร ศรีกาญจนสอน (2562) เรื่องการจัดกลุ่มผู้ลงทุนไทยตามพฤติกรรมการลงทุนใน Bitcoin ที่พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย การศึกษาระดับปริญญาตรี สอดคล้องกับผลการศึกษาของผลการศึกษาของจิตาภา ดำรงค์สมบัติ (2564) เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจที่จะลงทุนใน

สกุลเงินดิจิทัล พบว่าส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสอดคล้องกับผลการศึกษาของเกียรติก ร เทียนธรรมชาติ (2561) เรื่องอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับใช้เงินดิจิทัล (บิทคอยน์) ของผู้บริโภคกลุ่ม Millennials ในกรุงเทพมหานคร พบว่าส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

แต่ผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของจิตาภา ดำรงค์สมบัติ (2564) เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจที่จะลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง รายได้ต่อเดือน 15,000 - 30,000 บาท และมีอาชีพพนักงานราชการ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของมินตรา เชื้ออ่ำ (2561) เรื่องการรับรู้และทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิทคอยน์ (Bitcoin) ในประเทศไทย พบว่าส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรืออาชีพอิสระ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป และมีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับดีมาก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของอังศุร ศรีกาญจนสอน (2562) เรื่องการจัดกลุ่มผู้ลงทุนไทยตามพฤติกรรมการลงทุนใน Bitcoin ที่พบว่าส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานลงทุน/ธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาท เคยมีประสบการณ์ลงทุนในทองคำและกองทุนรวมประเภทต่าง ๆ ทั้งนี้ความไม่สอดคล้องทั้งหมดอาจเกิดจากความแตกต่างกันทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยต่าง ๆ

2) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีน้อยกว่า 10% ของมูลค่าพอร์ตทั้งหมด โดยมีมูลค่าพอร์ต 1,000 - 10,000 บาท ใช้เงินออมของตนเองในการลงทุน ส่วนใหญ่ลงทุนในรูปแบบ Exchange ในตลาด Spot ส่วนกรณีที่ลงทุนในตลาด Future ใช้ Leverage 1X - 20X ส่วนใหญ่มีการลงทุนในเหรียญ BTC และมีการถือครองมากกว่า 1 เดือน สอดคล้องผลการศึกษาของเกียรติก ร เทียนธรรมชาติ (2561) เรื่องอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับใช้เงินดิจิทัล (บิทคอยน์) ของผู้บริโภคกลุ่ม Millennials ในกรุงเทพมหานคร พบว่าส่วนใหญ่ให้ความเชื่อมั่นและมีการลงทุนในเหรียญ Bitcoin (BTC)

3) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เริ่มลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีเพราะให้ผลตอบแทนสูง วัตถุประสงค์หลักในการลงทุนเพื่อเก็งกำไร มีเหตุผลในการลงทุนผ่านช่องทางที่ลงทุนเพราะใช้งานง่ายสอดคล้องผลการศึกษาของมินตรา เชื้ออ่ำ (2561) เรื่องการรับรู้และทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิทคอยน์ (Bitcoin) ในประเทศไทย พบว่าส่วนใหญ่ใช้บิทคอยน์ในการเก็งกำไร และสอดคล้องกับผลการศึกษาของอังศุร ศรีกาญจนสอน (2562) เรื่องการจัดกลุ่มผู้ลงทุนไทยตามพฤติกรรมการลงทุนใน Bitcoin พบว่าวัตถุประสงค์ในการลงทุนในกลุ่มอายุ 23 - 39 ปี (ผู้ที่เกิดระหว่าง พ.ศ. 2523 - 2539) เพื่อเก็งกำไร

แต่ผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของจิตาภา ดำรงค์สมบัติ (2564) เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจที่จะลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล ซึ่งพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลคือเป็นโอกาสในการลงทุนทางเลือกใหม่ ทั้งนี้ความไม่สอดคล้องอาจเกิดจากการที่การศึกษาของจิตาภา ดำรงค์สมบัติ ณ ปี พ.ศ. 2564 การลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีเพิ่งเริ่มเป็นที่แพร่หลายในประเทศไทย

4) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participate in the buying?)

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีผู้ชักชวนให้เริ่มลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีคือสื่อสังคมออนไลน์ (YouTube, Facebook และ Twitter เป็นต้น) โดยสื่อสังคมออนไลน์ มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซี ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของอังศุร ศรีกาญจนสอน (2562) เรื่องการจัดกลุ่มผู้ลงทุนไทยตามพฤติกรรมการลงทุนใน Bitcoin พบว่าส่วนใหญ่ตัดสินใจลงทุนด้วยตนเอง และให้ความสำคัญกับข่าวสาร และการโฆษณาในสื่อต่าง ๆ ทั้งนี้ความไม่สอดคล้องอาจเกิดจากการเติบโตของสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทยเติบโตขึ้นเกือบสองล้านคนในปี พ.ศ. 2565 และในปี พ.ศ. 2566 จำนวนผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้นในหลายแพลตฟอร์ม เช่น TikTok Youtube และ Twitter เป็นต้น

อีกทั้งในแบบสอบถามของผู้ศึกษาในเรื่องผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีไม่ได้มีตัวเลือกตัดสินใจลงทุนด้วยตนเอง จึงมีผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบไม่มี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3

5) ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีการลงทุนเมื่อมีเวลาว่าง ในวันที่มีเวลาว่าง และมีความถี่ในการลงทุนน้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน

6) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีผ่านช่องทาง Binance เพราะใช้งานง่าย

7) ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พิจารณาจากกราฟในการตัดสินใจลงทุน (ซื้อขาย) คริปโทเคอร์เรนซี โดยก่อนลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีมีการหาข้อมูลด้วยการศึกษาด้วยตนเอง (อินเทอร์เน็ต หนังสือ และ YouTube เป็นต้น) ใช้การวิเคราะห์ทางเทคนิค (Technical Analysis) มีแหล่งที่ใช้ในการหาข้อมูลจากกลุ่มใน Social Media (Line Facebook Twitter TikTok และ Telegram เป็นต้น) ใช้เกณฑ์ในประเมินทางเลือกเพื่อลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีโดยเลือกจากอัตราผลตอบแทน ส่วนใหญ่มีความรู้สึกพึงพอใจในการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีในระดับปานกลาง เพราะสูญเสียเงินต้นจากการลงทุน ส่วนผู้ที่พึงพอใจในระดับมากและมากที่สุดเพราะได้ผลตอบแทนมาก และอาจมีการแนะนำผู้อื่นให้ลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซี ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของอังสุธร ศรีกาญจนสอน (2562) เรื่องการจัดกลุ่มผู้ลงทุนไทยตามพฤติกรรมการลงทุนใน Bitcoin พบว่าส่วนใหญ่ตัดสินใจลงทุนด้วยตนเอง และให้ความสำคัญกับข่าวสาร และการโฆษณาในสื่อต่าง ๆ ทั้งนี้ความไม่สอดคล้องอาจเกิดจากการเติบโตของผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทยเติบโตขึ้นเกือบสองล้านคนในปี พ.ศ. 2565 และ ในปี พ.ศ. 2566 จำนวนผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้นในหลายแพลตฟอร์ม อีกทั้งในแบบสอบถามของผู้ศึกษาในเรื่องผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีไม่ได้มีตัวเลือกตัดสินใจลงทุนด้วยตนเอง จึงมีผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบไม่มี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของมินตรา เชื้ออ่ำ (2561) เรื่องการรับรู้และทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิทคอยน์ (Bitcoin) ในประเทศไทย พบว่าส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อการใช้บิทคอยน์อยู่ในระดับดี ทั้งนี้ความไม่สอดคล้องอาจเกิดจากตลาดคริปโทเคอร์เรนซีเริ่มเข้าสู่ภาวะถดถอยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2565

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมของเจเนอเรชันวายต่อการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซี อภิปรายผลการศึกษาได้ ดังนี้

1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการให้ระดับการมีผลต่อการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซี เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับมีผลมาก (4.0) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อพฤติกรรมของเจเนอเรชันวายต่อการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีสูงสุดอันดับแรก คือ การรักษาความปลอดภัยของข้อมูล รองลงมาคือ ความมีชื่อเสียงของเหรียญ บริษัทผู้พัฒนาเหรียญมีความน่าเชื่อถือ และปริมาณการซื้อขายของเหรียญ (Volume) สอดคล้องกับผลการศึกษาของจิตภา ดำรงค์สมบัติ (2564) เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจที่จะลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล พบว่าหนึ่งในปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลได้แก่ ความปลอดภัยและความโปร่งใสของระบบในการเก็บข้อมูล

2) ปัจจัยด้านราคา (Price)

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการให้ระดับการมีผลต่อการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซี เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ในระดับมีผลมาก (3.8) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อพฤติกรรมของเจเนอเรชันวายต่อการ

ลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีสูงสุดอันดับแรก คือ ค่าธรรมเนียม/ค่า GAS รองลงมาคือ ราคาต่อเหรียญ และค่าธรรมเนียมของแพลตฟอร์ม

3) ปัจจัยด้านช่องทาง (Place)

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการให้ระดับการมีผลต่อการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซี เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทาง ในระดับมีผลมาก (4.2) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อพฤติกรรมของเจเนอเรชันวายต่อการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีสูงสุดอันดับแรก คือ แพลตฟอร์มมีความน่าเชื่อถือ และแพลตฟอร์มมีการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล รองลงมาคือ แพลตฟอร์มใช้งานง่าย แพลตฟอร์มมีความเป็นสากล แพลตฟอร์มมีการฝากเงิน - ถอนเงิน สะดวก และแพลตฟอร์มมีจำนวนคนใช้งานจำนวนมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของจิตาภา ดำรงค์สมบัติ (2564) เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจที่จะลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล พบว่าหนึ่งในปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลได้แก่ ความปลอดภัยและความโปร่งใสของระบบในการเก็บข้อมูล

4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการให้ระดับการมีผลต่อการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซี เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับมีผลมาก (3.5) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อพฤติกรรมของเจเนอเรชันวายต่อการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีสูงสุดอันดับแรก คือ แพลตฟอร์มมีการลดค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรม รองลงมาคือ แพลตฟอร์มมีการให้ความรู้เกี่ยวกับคริปโทเคอร์เรนซี หรือสอนวิธีการลงทุน และแพลตฟอร์มมีการแจกเหรียญฟรี

ข้อเสนอแนะ

1) ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซี (บริษัทผู้พัฒนาเหรียญ)

ด้านผลิตภัณฑ์ควรคำนึงถึงความปลอดภัยของข้อมูลเป็นสำคัญ สร้างความน่าเชื่อถือ มีความโปร่งใสและมีการสื่อสารให้ลูกค้ารับรู้ ด้านราคาควรตั้งราคา (ค่าธรรมเนียม/ค่า GAS) อย่างสมเหตุสมผล ด้านช่องทางควรมีช่องทางการสื่อสารหลักของกิจการ Official Website และช่องทางสื่อสังคมออนไลน์แบบเป็นทางการ ควรออกแบบให้มีความน่าเชื่อถือ ง่ายต่อการใช้งานและมีความเป็นสากล และด้านการส่งเสริมการตลาดควรมีการสื่อสารข้อมูลเป็นประจำ มีการให้ความรู้เกี่ยวกับการลงทุนคริปโทเคอร์เรนซี และข่าวสารอื่นที่เกี่ยวข้อง และควรมีจัดกิจกรรมที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาดอื่น

2) ตัวกลางที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซี

ด้านผลิตภัณฑ์ควรมีการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเหรียญและบริษัทผู้พัฒนาเหรียญแก่ลูกค้าด้วยความถูกต้อง รวดเร็ว และโปร่งใส โดยต้องคำนึงถึงความปลอดภัยในข้อมูลของลูกค้าเป็นสำคัญ ด้านราคาควรกำหนดราคาค่าธรรมเนียมของแพลตฟอร์มอย่างสมเหตุสมผล ด้านช่องทางควรคำนึงถึงความน่าเชื่อถือ และความปลอดภัยของข้อมูลในแพลตฟอร์มเป็นสำคัญ โดยต้องออกแบบแพลตฟอร์มให้ใช้งานง่าย เป็นสากล ฝาก - ถอนเงินได้สะดวก ด้านการส่งเสริมการตลาดควรทำการส่งเสริมการตลาดด้วยการลดค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรม ให้ความรู้เกี่ยวกับการเงิน การลงทุน และคริปโทเคอร์เรนซีอย่างต่อเนื่อง และร่วมสนับสนุนในงานอีเวนต์หรือสินค้าอื่น ๆ

3) กลุ่มลูกค้าอายุมากหรือผู้ที่เกิดระหว่าง พ.ศ. 2524 - 2530

3.1) ประชาสัมพันธ์และให้ความรู้ว่าคริปโทเคอร์เรนซีเป็นอีกหนึ่งทางเลือกในการลงทุนที่สามารถสร้างโอกาสในการเพิ่มรายได้ และกระจายการลงทุนเพื่อลดความเสี่ยง ให้ความรู้ว่าคริปโทเคอร์เรนซีเป็นอีกหนึ่งทางเลือกในการลงทุนที่ให้ผลตอบแทนสูง พร้อมการชี้แจงในประเด็นความเสี่ยงในการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีควบคู่กัน ผ่านช่องทาง YouTube, Application ที่เกี่ยวข้องกับการลงทุน และกราฟ และหนังสือ นิตยสารเกี่ยวกับการลงทุน

3.2) จัดคอร์สเรียนในหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการเงิน การลงทุน และคริปโทเคอร์เรนซี ทั้งในระดับเบื้องต้น ระดับปานกลางและระดับสูง เพื่อเป็นการให้ความรู้ และเพื่อเปิดโอกาสในการสร้างสังคมใหม่ให้แก่กลุ่มลูกค้าช่วงอายุมาก

3.3) จัดให้มีบริการนักวิเคราะห์ส่วนตัวแบบเฉพาะราย สำหรับผู้ที่ต้องการมีนักวิเคราะห์ให้คำแนะนำการลงทุนแบบส่วนตัว โดยเน้นไปที่การวิเคราะห์ข้อมูลภาวะตลาดคริปโทเคอร์เรนซี (ขึ้น, ลง) ข่าวเศรษฐกิจ และข้อมูลอื่นลูกค้าต้องการ

4) กลุ่มอายุน้อยหรือผู้ที่เกิดระหว่าง พ.ศ. 2531 – 2539

4.1) จัดให้มีการส่งเสริมการตลาด โดยมีการประชาสัมพันธ์และให้ความรู้ว่าคริปโทเคอร์เรนซีเป็นการลงทุนที่เป็นเทคโนโลยีใหม่ สามารถลงทุนได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีขั้นตอนการซื้อขายง่าย มีเหรียญให้ลงทุนจำนวนมาก และมีสภาพคล่องสูง สามารถแปลงเป็นเงินสดได้เร็ว ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์

4.2) จัดสัมมนาให้ความรู้ผ่านช่องทางออฟไลน์และช่องทางออนไลน์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยจัดงานแบบไม่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมสัมมนา โดยเริ่มให้ความรู้ตั้งแต่ระดับพื้นฐานเกี่ยวกับเรื่องการเงิน การลงทุน และคริปโทเคอร์เรนซี รวมไปถึงเน้นย้ำในประเด็นเรื่องความเสี่ยงและอัตราผลตอบแทนที่อาจเกิดขึ้นจากการลงทุน อีกทั้งเชิญไอดอลที่มีชื่อเสียงมาร่วมเป็นแขกรับเชิญ เพื่อจูงใจให้กลุ่มลูกค้าช่วงอายุน้อยเข้าร่วมงาน

4.3) จัดทำช่องทางการให้ความรู้เกี่ยวกับการเงิน การลงทุน และคริปโทเคอร์เรนซีในสื่อสังคมออนไลน์ โดยจัดทำในรูปแบบที่กระชับ เข้าใจง่าย สนุกสนาน และมีความทันสมัย เพื่อดึงดูดให้กลุ่มลูกค้าช่วงอายุน้อยเข้ามศึกษาหาความรู้

บรรณานุกรม

- กรมสุขภาพจิต. (2563). *Gen Y/Gen Me กลุ่มผู้กุมชะตาโลก*. สืบค้นจาก <https://www.dmh.go.th/news/view.asp?id=1251>
- กฤษณิณี รื่นรมย์. (2551). *การวิจัยตลาด*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกียรติกร เทียนธรรมชาติ. (2561). *อิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับใช้เงินดิจิทัล (บิทคอยน์) ของผู้บริโภคกลุ่ม Millennials ในกรุงเทพมหานคร* (การศึกษาค้นคว้าอิสระ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จิตาภา ดำรงค์สมบัติ. (2564). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจที่จะลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล*. ใน *การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ครั้งที่ 4* (น. 276-276). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- ณพวิรุฬห์ พุกกะมาน. (18 ธันวาคม 2564). *ทำไมบิทคอยน์ถึงสามารถเอาชนะ Hyper Inflation ได้*. ผู้จัดการออนไลน์. สืบค้นจาก <https://mgronline.com/stockmarket/detail/9640000125057>
- ประชาชาติธุรกิจ. (2565). *วิชา เผยคนไทย 69% สนใจลงทุนคริปโต*. สืบค้นจาก <https://www.prachachat.net/finance/news-877603>
- มินตรา เชื้ออ่ำ. (2561). *การรับรู้และทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการใช้สกุลเงินดิจิทัลบิทคอยน์ (Bitcoin) ในประเทศไทย*. *วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 4(3), 79-91.
- วนัญญา พุฒนาค. (2560). *การแบ่งคนเป็น Generations มาจากไหน? ทำไมต้องนิยามจากช่วงอายุ?*. สืบค้นจาก <https://thematter.co/social/where-does-generation-come-from/26074>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). *การบริหารตลาดยุคใหม่ฉบับปรับปรุงใหม่ปี 2552*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุน. (2553). *ก้าวแรกสู่การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์* (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.

- ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุน. (2556). *ตลาดการเงินและการลงทุนในหลักทรัพย์* (พิมพ์ครั้งที่ 16). กรุงเทพฯ: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2563). *ส่องทัศนคติเข้าใจพฤติกรรมการลงทุน*. สืบค้นจาก <https://www.sec.or.th/TH/Documents/Seminars/SECSymposium2020-01.pdf>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2566). *สถิติประชากรศาสตร์ ประชากรและเคหะ*. สืบค้นจาก <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/01.aspx>
- อรวี. (2559). *ทำความเข้าใจ Blockchain ใน 5 นาที สำคัญอย่างไร และเกี่ยวข้องกับ FinTech*. สืบค้นจาก <https://techsauce.co/tech-and-biz/understand-blockchain-in-5-minutes>
- อังศุธร ศรีกาญจนสอน. (2562). *การจัดกลุ่มผู้ลงทุนไทยตามพฤติกรรมการลงทุนใน Bitcoin*. (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี).
- 2 The Mars. (2561). *คู่มือในการทำกำไรใน ICO & CRYPTOCURRENCY*. กรุงเทพฯ: เกรท ไอเดีย.
- Dimock, M. (2019). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. Retrieved from <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- KKP Advice Center. (ม.ป.ป.). *นิสัยทางการเงินของคนแต่ละ GEN*. สืบค้นจาก <https://advicecenter.kkpfpg.com/en/money-lifestyle/money/financial-investment/financial-habit-in-each-generation>