

การตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของนักลงทุนเจนเนอเรชันซีในเขตกรุงเทพมหานคร
และปริมณฑล

Investment Decision-Making in Cryptocurrency of Generation Z
Investors in the Bangkok Metropolitan Region

อารีรัตน์ อ่อนจันทร์

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย
ผู้รับผิดชอบบทความ

Areerat Onchan

Master of Business Administration Program
Ramkhamhaeng University, Thailand

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการลงทุนปัจจุบัน 2) วิเคราะห์ปัจจัยด้านจิตวิทยาการเงินและปัจจัยด้านสังคม 3) ศึกษาการตัดสินใจลงทุน และ 4) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของนักลงทุนกลุ่มเจนเนอเรชันซี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือนักลงทุนกลุ่มเจนเนอเรชันซีที่มีอายุระหว่าง 14 ถึง 29 ปี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า

พฤติกรรมการลงทุน นักลงทุนส่วนใหญ่เลือกใช้แพลตฟอร์ม Binance มากที่สุด (ร้อยละ 51.5) สินทรัพย์ดิจิทัลที่ถือครองส่วนใหญ่เป็นกลุ่ม Platform/Smart Contract เช่น Ethereum หรือ Solana (ร้อยละ 56.3) โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการออมเงินในระยะยาวหรือเพื่อการเกษียณก่อนกำหนด (ร้อยละ 63.0) และส่วนใหญ่จัดสรรเงินลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลในสัดส่วนร้อยละ 5 - 10 ของพอร์ตการลงทุนทั้งหมด

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ในภาพรวมปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนอยู่ในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยด้านจิตวิทยาการเงินมีอิทธิพลสูงที่สุด ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือการตัดสินใจซื้อตามการแนะนำของ Finfluencer หรือบุคคลในสื่อสังคมออนไลน์ (Herding Behavior) รองลงมาคือความกังวลต่อการขาดทุนมากกว่าความดีใจเมื่อได้รับกำไร (Prospect Theory)

ปัจจัยด้านเอกลักษณ์ นักลงทุนเจนเนอเรชันซีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านเอกลักษณ์ในระดับมากที่สุดเช่นกัน โดยมีพฤติกรรมเชื่อมั่นในการสืบค้นข้อมูลด้วยตนเองมากกว่าคำแนะนำจากสถาบันการเงิน และมองว่าสกุลเงินดิจิทัลช่วยสร้างโอกาสทางการเงินที่เท่าเทียม รวมถึงมีความพร้อมในการทดลองใช้งานนวัตกรรมทางการเงินใหม่ๆ ทันทีที่เปิดตัว

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยระบุว่า นักลงทุนควรตระหนักถึงอคติทางพฤติกรรม เช่น การทำตามฝูงชนและความกลัวการสูญเสีย เพื่อลดความเสี่ยงจากการตัดสินใจด้วยอารมณ์ และควรส่งเสริมความรู้ด้านการเงิน (Financial Literacy) เพื่อให้สามารถวางแผนการลงทุนได้อย่างมีเหตุผลและกระจายความเสี่ยงได้อย่างเหมาะสม

คำสำคัญ การตัดสินใจลงทุน, สกุลเงินดิจิทัล, เจเนอเรชันซี, จิตวิทยาการเงิน, ผู้มีอิทธิพลทางการเงิน (Finfluencer)

ABSTRACT

The objectives of this research were: 1) to study demographic characteristics and current investment behaviors; 2) to analyze financial psychological and social factors; 3) to investigate investment decision-making; and 4) to compare personal factors and behaviors affecting digital currency investment decisions among Generation Z investors. The sample consisted of 400 Generation Z investors, aged 14 to 29, residing in Bangkok and its vicinity. The research instrument was a questionnaire, and data were analyzed using percentage, mean, and standard deviation.

The research findings are summarized as follows:

Regarding investment behavior, the majority of investors preferred the Binance platform (51.5%). The most held digital assets were in the Platform/Smart Contract group, such as Ethereum or Solana (56.3%). The primary investment objective was long-term savings or early retirement (63.0%), with most investors allocating 5-10% of their total investment portfolio to digital currencies.

In terms of factors influencing decision-making, the overall impact was at the highest level, with financial psychology being the most significant factor. The highest-rated variables included following the advice of financial influencers (Finfluencers) or social media personalities (Herding Behavior), followed by the tendency to prioritize the avoidance of losses over the acquisition of gains (Prospect Theory).

Furthermore, Generation Z investors placed a high level of importance on identity factors; they demonstrated greater trust in self-conducted research than institutional advice, viewed digital currencies as a catalyst for financial equality, and showed a high readiness to adopt new financial innovations immediately upon release.

The recommendations suggest that investors should be conscious of behavioral biases, such as herding behavior and loss aversion, to mitigate emotional decision-making risks. Additionally, promoting financial literacy is essential for fostering rational investment planning and effective risk diversification.

Keywords: Investment Decision-Making, Digital Currency, Generation Z, Financial Psychology, Finfluencer

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงในภูมิทัศน์ทางการเงินโลกในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ได้ก้าวเข้าสู่ยุคของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมกรรมการออมและการลงทุนของประชากรทั่วโลก โดยเฉพาะการเกิดขึ้นของเทคโนโลยีบล็อกเชน (Blockchain) และคริปโทเคอร์เรนซี (Cryptocurrency) นวัตกรรมดังกล่าวได้ทำลายข้อจำกัดของการทำธุรกรรมทางการเงินแบบดั้งเดิมที่ต้องพึ่งพาสถาบันการเงินส่วนกลาง สู่ระบบบัญชีแยกประเภทแบบกระจายศูนย์ (Distributed Ledger Technology: DLT) ที่มีความโปร่งใสและตรวจสอบได้ ส่งผลให้สินทรัพย์ดิจิทัลพัฒนาจากการเป็นเพียงสื่อกลางการแลกเปลี่ยน ไปสู่การเป็นสินทรัพย์การลงทุนทางเลือกที่มีมูลค่ามหาศาลและได้รับความสนใจอย่างกว้างขวางในแวดวงเศรษฐศาสตร์และการเงินพฤติกรรม

สำหรับประเทศไทย การยอมรับและใช้งานคริปโทเคอร์เรนซีมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยมีกลุ่มเจเนอเรชันซี (Generation Z) เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญ เนื่องจากเป็นกลุ่มประชากรที่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Natives) และมีความต้องการสร้างอิสรภาพทางการเงินตั้งแต่อายุน้อย อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมการตัดสินใจลงทุนของคนรุ่นใหม่มักได้รับอิทธิพลจากปัจจัยแวดล้อมที่ซับซ้อน ทั้งจากสื่อสังคมออนไลน์ การตลาดของกลุ่มผู้มีอิทธิพลทางการเงิน (Finfluencers) และการเกิดอคติทางพฤติกรรม (Behavioral Biases) เช่น การตัดสินใจซื้อตามกระแสสังคม (Herd Behavior) หรือความกลัวที่จะตกขบวน (FOMO) ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนมีผลโดยตรงต่อระดับความเสี่ยงและความสำเร็จในการลงทุน

ด้วยเหตุนี้ การศึกษาวิจัยนี้จึงมีเป้าหมายเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยทางจิตวิทยาและเอกลักษณ์เฉพาะตัวของเจเนอเรชันซีที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยมุ่งเน้นไปที่การทำความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างกระแสข้อมูลในโลกดิจิทัลกับกระบวนการตัดสินใจของผู้ลงทุนรายย่อย ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ไม่เพียงแต่จะเป็นประโยชน์ต่อนักลงทุนรุ่นใหม่ในการปรับกลยุทธ์และพัฒนาความเท่าทันทางการเงินเท่านั้น แต่ยังเป็นองค์ความรู้สำคัญสำหรับหน่วยงานกำกับดูแลในการออกแบบมาตรการคุ้มครองผู้ลงทุนและนโยบายการให้ความรู้ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะพื้นฐานทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการลงทุนปัจจุบันของนักลงทุน เจเนอเรชันซีที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในด้านการลงทุนสกุลเงินดิจิทัล
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจลงทุน โดยเน้นปัจจัยด้านจิตวิทยาการเงิน (Behavioral Finance) และปัจจัยด้านสังคมที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สินทรัพย์ดิจิทัล
3. เพื่อศึกษาการตัดสินใจในการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของนักลงทุนเจเนอเรชันซีที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
4. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยในการลงทุนส่วนบุคคลและพฤติกรรมของนักลงทุนเจเนอเรชันซีที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลให้การตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลแตกต่างกัน
2. พฤติกรรมของนักลงทุนที่แตกต่างกันส่งผลให้การตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลแตกต่างกัน
3. ปัจจัยการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของนักลงทุนเจเนอเรชันซีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากร: กลุ่มนักลงทุนเจเนอเรชันซี (อายุ 14–29 ปี) ที่มีประสบการณ์ซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลในประเทศไทย

ขอบเขตด้านพื้นที่: ครอบคลุมเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีความหนาแน่นของผู้ใช้งานแพลตฟอร์มสินทรัพย์ดิจิทัลสูงสุด มี 5 จังหวัด (นนทบุรี, ปทุมธานี, สมุทรปราการ, สมุทรสาคร, นครปฐม)

ขอบเขตด้านเนื้อหา: เน้นศึกษาอคติทางพฤติกรรม (Behavioral Biases), อิทธิพลจากสื่อสังคมออนไลน์ และการบริหารพอร์ตการลงทุนส่วนบุคคล

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ด้านวิชาการ: เป็นข้อมูลอ้างอิงสำหรับงานวิจัยในสาขาการเงินพฤติกรรมและพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล

ด้านนักลงทุน: ช่วยให้นักลงทุนเจเนอเรชันซีตระหนักถึงอคติในใจตนเอง และสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การตัดสินใจให้มีความสมเหตุสมผลมากขึ้น

ด้านนโยบาย: หน่วยงานกำกับดูแลสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการออกแบบสื่อรณรงค์ให้ความรู้ทางการเงินที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย (Targeted Financial Literacy)

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับเจนเนอเรชันซี (Generation Z): ศึกษาลักษณะของผู้ที่เกิดระหว่าง ปี พ.ศ. 2540 - 2555 ซึ่งเป็นกลุ่ม "Digital Natives" ที่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยี มีความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ตได้รวดเร็ว และมีเป้าหมายทางการเงินที่ต้องการอิสรภาพทางการเงินตั้งแต่อายุยังน้อย

แนวคิดเรื่องการตัดสินใจลงทุน (Investment Decisions) เน้นที่ทฤษฎีการเงินเชิงพฤติกรรม (Behavioral Finance) เพื่ออธิบายอคติทางจิตวิทยาที่มีผลต่อการตัดสินใจ ได้แก่:

พฤติกรรมตามกัน (Herding Behavior) การตัดสินใจลงทุนตามคำแนะนำของ Finfluencer หรือตามกระแสในโลกโซเชียล

อคติจากความมั่นใจที่มากเกินไป (Overconfidence Bias) ความเชื่อมั่นว่าความรู้ของตนสามารถทำกำไรได้มากกว่านักลงทุนทั่วไป

ทฤษฎีความคาดหวัง (Prospect Theory) พฤติกรรมที่ให้ความสำคัญกับการกลัวการขาดทุนมากกว่าความดีใจเมื่อได้กำไรในสัดส่วนที่เท่ากัน

แนวคิดเกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัล (Cryptocurrency) ศึกษาเกี่ยวกับเทคโนโลยีบล็อกเชน (Blockchain) และระบบบัญชีแยกประเภทแบบกระจายศูนย์ (DLT) ซึ่งเป็นนวัตกรรมที่มาเปลี่ยนรูปแบบการทำธุรกรรมทางการเงินแบบดั้งเดิม

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และวิถีชีวิตคนเมือง ศึกษาบริบทของเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลที่เป็นศูนย์กลางนวัตกรรมและการเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล

การลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล ทบทวนองค์ประกอบและปัจจัยสำคัญในการเข้าถึงตลาดคริปโตเคอร์เรนซี เช่น แพลตฟอร์มการซื้อขาย (Exchange) และความสะดวกในการทำธุรกรรม

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของกลุ่มเจนเนอเรชันซี (Generation Z) โดยเฉพาะในบริบทของเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้

1. อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์และปัจจัยทางจิตวิทยาสังคม งานวิจัยส่วนใหญ่ชี้ให้เห็นว่ากลุ่ม Generation Z มีพฤติกรรมการลงทุนที่ได้รับอิทธิพลอย่างสูงจากสื่อสังคมออนไลน์และบุคคลที่มีชื่อเสียง (Finfluencers) โดย Chonthicha Kuldilok (2023) และ ธนากร สุขสมบัติ (2566) ระบุว่า "ความกลัวการตกกระแส" (FOMO) และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norms) เป็นแรงจูงใจที่สำคัญกว่าคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญดั้งเดิม สอดคล้องกับรายงานของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2568/256) ที่พบว่านักลงทุน Gen Z กว่าร้อยละ 48.8 ตัดสินใจผ่านข้อมูลโซเชียลมีเดีย ซึ่งมีอิทธิพลสูงกว่านักวิเคราะห์ทางการเงินถึง 2 เท่า สะท้อนถึงพฤติกรรมการตัดสินใจที่อิงกับความเชื่อมั่นในนวัตกรรมและการเข้าถึงข้อมูลแบบทุดิยภูมิ (ณัฐพงศ์ วิรุฬผล และคณะ, 2565)

2. ความรอบรู้ทางการเงินและอคติทางจิตวิทยา ในด้านระดับความรู้ พบความย้อนแย้งที่น่าสนใจ โดยจตุพร และคณะ (2568) ระบุว่าปัจจัยด้านความรู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสูงที่สุด อย่างไรก็ตาม Al-Mansour (2020) และ อิทธิพัทธ์ และคณะ (2567) พบว่าแม้เจนเนอเรชันซีจะมีความเชี่ยวชาญ

ด้านเทคโนโลยี (Technological Savvy) แต่ยังคงมีความเปราะบางด้านความรู้ทางการเงินดิจิทัล (Digital Financial Literacy) โดยมักมีอคติจากความมั่นใจที่มากเกินไป (Overconfidence Bias) เมื่อเทียบกับความรู้จริง ซึ่งนำไปสู่พฤติกรรมการลงทุนเพื่อสร้างความมั่งคั่งอย่างรวดเร็ว (Quick Wealth Creation) แทนการถือครองระยะยาว (สร้างบุญ อาวุโสสกุล, 2566)

3. เป้าหมายทางการเงินและวิถีชีวิตคนเมือง บริบทของผู้อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีความเชื่อมโยงกับค่าครองชีพที่สูงขึ้น ส่งผลให้กลุ่ม Gen Z มีทัศนคติกล้ารับความเสี่ยง (Risk-Taking) โดยมองว่าคริปโทเคอร์เรนซีเป็นเครื่องมือในการบรรลุเป้าหมายอิสรภาพทางการเงินที่รวดเร็ว หรือ FIRE Movement (วรเมธ เอกปัญญาสกุล, 2567) นอกจากนี้ วิถีชีวิตแบบ Hyper-connected ในเมืองใหญ่ยังส่งเสริมพฤติกรรมการ "ลงทุนแบบเรียลไทม์" ผ่านแอปพลิเคชันที่ใช้งานง่าย (UI/UX) ซึ่งความสะดวกในการเข้าถึงตลาด (Instant Market Access) เป็นปัจจัยหลักที่กระตุ้นการตัดสินใจลงทุน (ปฏิภาณ พาณิชเลิศ, 2565; Mubarak และคณะ, 2024)

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย (Research Design)

การศึกษานี้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง (Population and Sample)

ประชากร: คือ นักลงทุนกลุ่มเจนเนอเรชันซี (Generation Z) ที่มีอายุระหว่าง 14 ถึง 29 ปี ซึ่งอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

กลุ่มตัวอย่าง: จำนวน 400 คน โดยกำหนดเกณฑ์การเลือกจากผู้ที่เคยมีประสบการณ์หรือกำลังสนใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (Research Instrument)

เครื่องมือหลักคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งประกอบด้วยส่วนสำคัญ ดังนี้ ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลและลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการลงทุนในปัจจุบันมาตรวัดปัจจัยด้านจิตวิทยาการเงิน และปัจจัยด้านเอกลักษณ์ของเจนเนอเรชันซี

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ (Data Analysis)

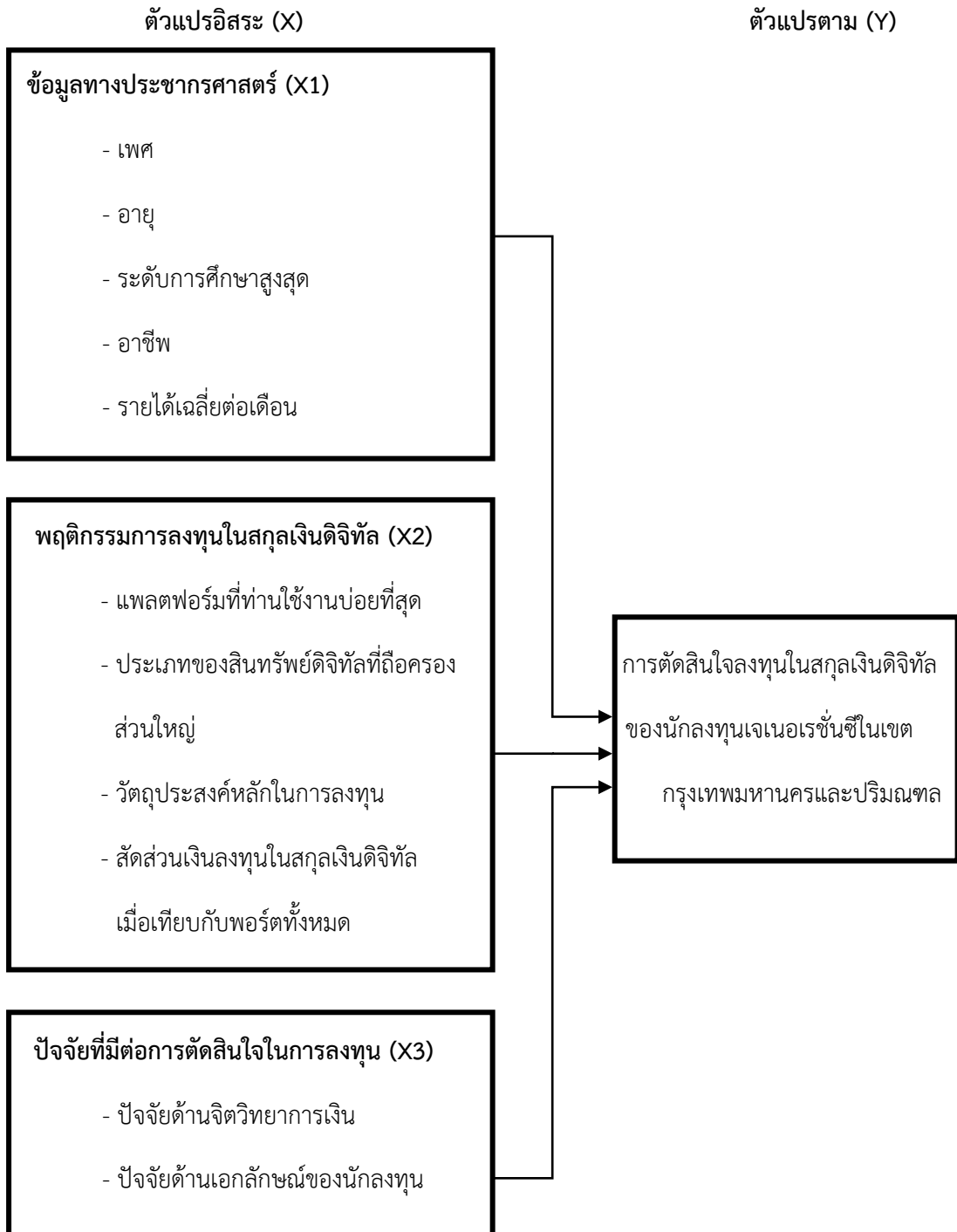
การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมทางสถิติเพื่อประมวลผล ดังนี้

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics): ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายลักษณะประชากร, ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อวัดระดับความคิดเห็นและอิทธิพลของปัจจัยต่าง ๆ

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics): มีการใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Regression Analysis) เพื่อทดสอบอิทธิพลของตัวแปรต้น (ปัจจัยทางจิตวิทยาและเอกลักษณ์) ที่มีต่อตัวแปรตามคือการตัดสินใจลงทุน

5. กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)

กรอบแนวความคิดของการวิจัยเรื่อง การตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของนักลงทุน เจเนอเรชันซี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถสรุปได้ ดังนี้



สรุปผลการวิจัย

ทดสอบสมมติฐานที่ 1

ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลให้การตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของนักลงทุนเจนเอเรชั่นซี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แตกต่างกัน

1. ด้านเพศ: แม้เพศชายจะมีค่าเฉลี่ยความสนใจสูงสุด ($\bar{X} = 4.481$) ตามด้วย LGBTQ+ ($\bar{X} = 4.469$) และเพศหญิง ($\bar{X} = 4.411$) แต่ค่า Sig. เท่ากับ 0.202 ซึ่งสูงกว่า 0.05 แสดงว่าทุกเพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนไม่แตกต่างกัน

2. ด้านอายุ กลุ่มอายุ 25 – 29 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.465$) แต่เมื่อดูค่า Sig. ที่ 0.311 พบว่าช่วงวัยภายในกลุ่มเจนเอเรชั่นซีเอง (14-29 ปี) มีแนวโน้มการตัดสินใจลงทุนที่ใกล้เคียงกัน แสดงว่าทุกช่วงอายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนไม่แตกต่างกัน

3. ด้านระดับการศึกษา ผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช. มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.500$) โดยมีค่า Sig. ที่ 0.565 ซึ่งสูงกว่า 0.05 ซึ่งให้เห็นว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้การตัดสินใจลงทุนไม่แตกต่างกัน

4. ด้านอาชีพ กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ยการตัดสินใจลงทุนสูงสุด ($\bar{X} = 4.556$) ในขณะที่กลุ่มอาชีพอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยใกล้เคียงกันที่ประมาณ 4.43 โดยค่า Sig. ที่ 0.798 ซึ่งสูงกว่า 0.05 ยืนยันว่าอาชีพที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนไม่แตกต่างกัน

5. ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.542$) โดยมีค่า Sig. ที่ 0.507 ซึ่งสูงกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่าปริมาณรายได้ไม่ได้ทำให้การตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของคนกลุ่มนี้ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนไม่แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็น: ค่าเฉลี่ย (Mean) ของทุกกลุ่มปัจจัยอยู่ในเกณฑ์ที่สูงมาก (มากกว่า 4.30 ขึ้นไป) สะท้อนว่านักลงทุนเจนเอเรชั่นซีในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล มีระดับการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลอยู่ในระดับ "มากที่สุด" ในทุกกลุ่มย่อยความสอดคล้อง ผลวิจัยนี้สะท้อนว่าการเข้าถึงสกุลเงินดิจิทัลในปัจจุบันมีความเป็นประชาธิปไตยทางการเงินสูง คือไม่ว่าจะเป็นใคร เพศไหน หรือมีรายได้เท่าใด หากเป็นกลุ่มเจนเอเรชั่นซีแล้ว จะมีทัศนคติและการตัดสินใจลงทุนที่ไปในทิศทางเดียวกัน

ทดสอบสมมติฐานที่ 2

พฤติกรรมของนักลงทุนที่แตกต่างกันส่งผลให้การตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของนักลงทุนเจนเนอเรชันซี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แตกต่างกัน

1. ด้านแพลตฟอร์มที่ใช้งานบ่อยที่สุด ที่แตกต่างกัน เป็นเพียงปัจจัยเดียวในตารางนี้ที่ทำให้การตัดสินใจลงทุนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแพลตฟอร์มที่ใช้งานบ่อยที่สุด มีค่า Sig. เท่ากับ 0.018 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่านักลงทุนที่ใช้แพลตฟอร์มต่างกัน มีระดับการตัดสินใจลงทุนไม่เท่ากัน โดยกลุ่มที่ใช้ Orbix มีค่าเฉลี่ยการตัดสินใจสูงสุด ($\bar{X} = 4.516$) รองลงมาคือ Binance ($\bar{X} = 4.415$) และ Bitkub ($\bar{X} = 4.412$) ตามลำดับ ในขณะที่กลุ่มที่ระบุแพลตฟอร์มอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{X} = 3.667$) ส่งผลให้การตัดสินใจลงทุนแตกต่างกัน

2. ด้านประเภทของสินทรัพย์ดิจิทัลที่ถือครองส่วนใหญ่ ที่แตกต่างกัน พฤติกรรมการลงทุนในด้านอื่นๆ พบว่ามีค่า Sig. มากกว่า 0.05 จึงไม่มีผลต่อความแตกต่างในการตัดสินใจลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้ ประเภทของสินทรัพย์ดิจิทัลที่ถือครอง ค่า Sig. เท่ากับ 0.153 แสดงว่าไม่ว่านักลงทุนจะเน้นถือเหรียญกลุ่มรักษามูลค่า (Bitcoin), กลุ่ม Smart Contract (Ethereum/Solana) หรือกลุ่มเหรียญมีม (Dogecoin) ต่างก็มีระดับการ ค่าเฉลี่ยเกาะกลุ่มอยู่ที่ 4.42 - 4.47 ส่งผลให้การตัดสินใจลงทุนไม่แตกต่างกัน

3. ด้านวัตถุประสงค์หลักในการลงทุน ที่แตกต่างกัน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.286 ซึ่งให้เห็นว่าแรงจูงใจที่ต่างกัน เช่น เพื่อเก็งกำไรระยะสั้น ออมเงินระยะยาว หรือเพื่อความสนุกตามกระแสสังคม ซึ่งมีค่า Sig. สูงกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า ส่งผลให้การตัดสินใจลงทุนไม่แตกต่างกัน

4. ด้านสัดส่วนเงินลงทุนเมื่อเทียบกับพอร์ตทั้งหมด ที่แตกต่างกัน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.084 แม้กลุ่มที่ลงทุนมากกว่า 10% ของพอร์ตจะมีค่าเฉลี่ยการตัดสินใจสูงสุด ($\bar{X} = 4.521$) แต่ในทางสถิติถือว่ายังไม่แตกต่างจากกลุ่มที่ลงทุนน้อยกว่าอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่า ส่งผลให้การตัดสินใจลงทุนไม่แตกต่างกัน

จากผลการวิเคราะห์อิทธิพลของแพลตฟอร์ม การที่ แพลตฟอร์ม เป็นปัจจัยเดียวที่ทำให้เกิดความแตกต่าง อาจสะท้อนถึงความเชื่อมั่นในระบบ พีเจอร์ หรือความยากง่ายในการใช้งานของแต่ละแอปพลิเคชันที่ส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุนเจนเนอเรชันซี และค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนใหญ่อยู่ในระดับที่สูงมาก (มากกว่า 4.40) แสดงถึงความเชื่อมั่นและการตัดสินใจที่เด็ดขาดในการลงทุนของนักลงทุนกลุ่มเจนเนอเรชันซี ไม่ว่าจะมียพฤติกรรมเลือกลงทุนหรือวัตถุประสงค์ที่ต่างกันก็ตาม ส่งผลให้การตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลไม่แตกต่างกัน

ทดสอบสมมติฐานที่ 3

ปัจจัยการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของนักลงทุนเจนเอเรชั่นซี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ปัจจัยด้านจิตวิทยาการเงินที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลสามารถอธิบายผลการวิเคราะห์ได้ว่า ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 จากการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านจิตวิทยาการเงินทั้ง 3 ด้าน ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากค่า Sig. ของทุกตัวแปรเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ลำดับความสำคัญของปัจจัย พิจารณาจากค่า Standardized Coefficients Beta หากเปรียบเทียบว่าปัจจัยใดมี น้ำหนัก หรืออิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนมากที่สุด โดยดูจากค่า Beta พบลำดับดังนี้ พฤติกรรมการหลีกเลี่ยงความสูญเสีย (Prospect Theory) มีค่า beta = 0.260 (มีอิทธิพลสูงที่สุด) พฤติกรรมการตัดสินใจตามกลุ่มคน (Herding) มีค่า beta = 0.210 ความมั่นใจในตัวเองมากเกินไป (Overconfidence) มีค่า beta = 0.203

2. รายละเอียดรายปัจจัย พิจารณาจากค่า Unstandardized Coefficients B ด้านการตัดสินใจตามคำแนะนำ (Herding) ค่า B = 0.184 หมายความว่า หากนักลงทุนเจนเอเรชั่นซี มีพฤติกรรมการเชื่อ Finfluencer หรือคนในโซเชียลเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้ระดับการตัดสินใจลงทุนสูงขึ้น 0.184 หน่วย ด้านความมั่นใจในตัวเอง (Overconfidence) ค่า B = 0.177 หมายความว่า หากนักลงทุนมีความเชื่อมั่นว่า ความรู้ของตนสามารถทำกำไรได้มากกว่าคนอื่นเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้มีการตัดสินใจลงทุนเพิ่มขึ้น 0.177 หน่วยด้านความกังวลต่อการขาดทุน (Prospect Theory) ค่า B = 0.142 หมายความว่า แม้นักลงทุนจะมีความกังวลต่อการขาดทุนมากกว่าความดีใจเมื่อได้กำไร (ความกลัวเสียเงิน) แต่ปัจจัยเชิงจิตวิทยานี้ก็ยังคงเป็นตัวผลักดันให้เกิดการตัดสินใจลงทุนที่เพิ่มขึ้น 0.142 หน่วย

วิเคราะห์และการสร้างสมการจากค่าสถิติในตาราง สามารถสร้างสมการพยากรณ์การตัดสินใจลงทุน Y ได้ดังนี้ $Y = 2.179 + 0.184 (\text{Herding}) + 0.177 (\text{Overconfidence}) + 0.142 (\text{Prospect Theory})$ โดยที่ Y คือ การตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของนักลงทุนเจนเอเรชั่นซี

บทสรุปเชิงอภิปรายผลวิจัยนี้สะท้อนว่า อารมณ์และจิตวิทยา มีผลอย่างมากต่อนักลงทุนเจนเอเรชั่นซี ในตลาดโดยเฉพาะ Prospect Theory (ลำดับ 1) ที่ชี้ให้เห็นว่าความอ่อนไหวต่อผลได้ผลเสียเป็นแรงขับเคลื่อนหลัก ตามมาด้วยพลังของ Finfluencer (ลำดับ 2) ซึ่งเป็นลักษณะเด่นของคนรุ่นนี้ที่ใช้โซเชียลมีเดียเป็นแหล่งข้อมูลหลักในการตัดสินใจ

อภิปรายผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันทำให้การลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของนักลงทุนเจนเนอเรชันซีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ไม่แตกต่างกัน ด้วยนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลทั้ง 5 ด้าน มีการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของนักลงทุนเจนเนอเรชันซีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่าจากกลุ่มตัวอย่าง นักลงทุนเจนเนอเรชันซีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จะเกิดระหว่างปี พ.ศ. 2540–2552 อยู่ในช่วงอายุ 14 –29 ปี มีพฤติกรรมการลงทุนที่คล้ายคลึงกัน อาจเนื่องมาจาก ความคุ้นเคยกับเทคโนโลยี เปิดรับข้อมูลข่าวสารรวดเร็ว ให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าและผลตอบแทนมาก และยอมรับความเสี่ยงได้ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด โอกาสในการสร้างกำไรกำไร ใช้ข้อมูลจากแหล่งเดียวกัน โซเชียลต่างๆ จึงส่งผลให้ปัจจัยส่วนบุคคล ที่เกี่ยวกับประชากรในยุคเจนเนอเรชันซี จะไม่ใช่ตัวกำหนดในการตัดสินใจลงทุนในยุคดิจิทัลนี้ อีกต่อไป ไม่ว่าจะ เป็น เพศชาย เพศหญิง หรือ LGBTQ+ จะมีรายได้มากหรือรายได้น้อย การประกอบอาชีพที่ต่างกันมีค่าเฉลี่ยความตั้งใจลงทุน สูงที่สุด สะท้อนว่าคนรุ่นนี้มองสกุลเงินดิจิทัล เป็นเครื่องมือสร้างโอกาสมากกว่าแค่การออมเงินแบบเดิม ความเป็นเอกภาพคนเจนเนอเรชันซี ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล มีพฤติกรรมการลงทุนที่หลอมรวมเป็นเนื้อเดียวกัน โดยได้รับอิทธิพลจากโลกดิจิทัลชุดเดียวกัน ทำให้ปัจจัยพื้นฐานทางชีวประวัติไม่สามารถใช้แบ่งแยกความต้องการลงทุนของคนกลุ่มนี้ได้อีกต่อไป ซึ่งการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลสำหรับเจนเนอเรชันซี กลายเป็น วัฒนธรรมร่วม ที่ก้าวข้ามขีดจำกัดด้านฐานะและสังคม

จากผลการศึกษาพฤติกรรมการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลนักลงทุนเจนเนอเรชันซีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ด้านแพลตฟอร์มที่ใช้งาน พบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่นิยมใช้ Binance มากที่สุดอย่างมีนัยสำคัญ สะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อมั่นในแพลตฟอร์มที่มีขนาดใหญ่ มีสภาพคล่องสูง และมีผลิตภัณฑ์การลงทุนที่หลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมของนักลงทุนยุคใหม่ที่ให้ความสำคัญกับความสะดวก ความน่าเชื่อถือ และโอกาสในการเข้าถึงสินทรัพย์ที่หลากหลาย ขณะที่ Bitkub และ Orbix แม้จะมีผู้ใช้งานรองลงมา แต่ก็ยังได้รับความนิยมในระดับหนึ่ง โดยเฉพาะ Bitkub ที่เป็นแพลตฟอร์มในประเทศ แสดงให้เห็นว่านักลงทุนบางส่วนยังคงให้ความสำคัญกับความคุ้นเคยและการเข้าถึงบริการในประเทศ

ด้านประเภทของสินทรัพย์ดิจิทัลที่ถือครอง พบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่เลือกลงทุนในกลุ่ม Platform/Smart Contract เช่น Ethereum และ Solana มากที่สุด ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มของนักลงทุนที่มองเห็นคุณค่าของเทคโนโลยีบล็อกเชนและการนำไปใช้งานจริง มากกว่าการถือครองเพียงเพื่อเก็งกำไรเพียงอย่างเดียว อย่างไรก็ตาม การที่เหรียญมีราคามีสัดส่วนค่อนข้างสูง แสดงให้เห็นว่านักลงทุนเจนเนอเรชันซียังคงมีพฤติกรรมการลงทุนแบบผสมผสานระหว่างการวิเคราะห์พื้นฐานและการเก็งกำไรตามกระแส ขณะที่กลุ่มเหรียญรักษามูลค่ามีสัดส่วนน้อยกว่า สะท้อนว่ากลุ่มตัวอย่างนี้อาจยังไม่เน้นการลงทุนเชิงอนุรักษ์นิยมในระยะยาวเท่าที่ควร

ด้านวัตถุประสงค์ในการลงทุน ผลการศึกษาพบว่านักลงทุนส่วนใหญ่มุ่งเน้นการออมเงินในระยะยาว หรือเพื่อการเกษียณก่อนกำหนด ซึ่งเป็นผลที่น่าสนใจ เนื่องจากสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มเจนเนอเรชันซีเริ่มมีการวางแผนทางการเงินในระยะยาวมากขึ้น และมองว่าสกุลเงินดิจิทัลเป็นหนึ่งในเครื่องมือสร้างความมั่นคงทางการเงินในอนาคต อย่างไรก็ตาม ยังมีกลุ่มที่เน้นเก็งกำไรระยะสั้นและลงทุนตามกระแสในสัดส่วนหนึ่ง ซึ่งแสดงถึงความหลากหลายของพฤติกรรมและระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ของนักลงทุน

ด้านสัดส่วนการลงทุนเมื่อเทียบกับพอร์ตทั้งหมด พบว่านักลงทุนส่วนใหญ่จัดสรรเงินลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลในระดับ 5% - 10% ของพอร์ต ซึ่งสะท้อนถึงการบริหารความเสี่ยงอย่างเหมาะสม โดยไม่ได้ลงทุนในสินทรัพย์ที่มีความผันผวนสูงมากเกินไป ผลดังกล่าวชี้ให้เห็นว่านักลงทุนส่วนใหญ่มีความเข้าใจในหลักการกระจายความเสี่ยง (Diversification) และยังคงมองว่าสินทรัพย์ดิจิทัลเป็นเพียงส่วนหนึ่งของพอร์ตการลงทุนเท่านั้น ไม่ใช่สินทรัพย์หลัก

โดยสรุปผลการวิจัยครั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่า นักลงทุนเจนเนอเรชันซีมีพฤติกรรมการลงทุนที่มีความสมดุลระหว่าง การมองหาโอกาสในการเติบโต และ การบริหารความเสี่ยง กล่าวคือ แม้จะให้ความสนใจในสินทรัพย์ดิจิทัลที่มีศักยภาพสูงและมีความผันผวน แต่ก็ยังคงมีการวางแผนระยะยาวและการกระจายการลงทุนอย่างเหมาะสม ซึ่งถือเป็นพัฒนาการที่สำคัญของพฤติกรรมนักลงทุนยุคใหม่

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านจิตวิทยาการเงินและเอกลักษณ์ของนักลงทุนเจนเนอเรชันซี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ปัจจัยด้านจิตวิทยาการเงินมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.542) แสดงให้เห็นว่านักลงทุนกลุ่มนี้ไม่ได้ใช้เพียงเหตุผลเชิงตัวเลขหรือข้อมูลพื้นฐานเท่านั้น แต่ยังได้รับอิทธิพลอย่างมากจากอารมณ์ ความรู้สึก และสภาพแวดล้อมทางสังคม โดยเฉพาะบริบทของโลกดิจิทัล ประเด็นที่สำคัญที่สุด คือ การตัดสินใจลงทุนตามคำแนะนำของ Finfluencer หรือคนในโซเชียล ($\bar{X} = 4.83$) ซึ่งอยู่ในระดับสูงมาก สะท้อนให้เห็นว่า อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) เป็นแรงขับเคลื่อนหลักของพฤติกรรมการลงทุนในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะในกลุ่มเจนเนอเรชันซีที่เติบโตมากับโซเชียลมีเดีย การเข้าถึงข้อมูลที่รวดเร็วและการสื่อสารแบบเรียลไทม์ ทำให้บุคคลที่มีชื่อเสียงหรือผู้เชี่ยวชาญออนไลน์กลายเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญแทนที่สถาบันการเงินแบบดั้งเดิม

ผลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดพฤติกรรมการเงินที่ระบุว่า นักลงทุนมักมีแนวโน้ม ทำตามฝูงชน ขณะเดียวกัน ความกังวลต่อการขาดทุนมากกว่าความพึงพอใจจากกำไร ($\bar{X} = 4.46$) สะท้อนถึงพฤติกรรม ความกลัวการสูญเสีย ซึ่งเป็นหนึ่งในหลักสำคัญของจิตวิทยาการเงิน แสดงให้เห็นว่าแม้นักลงทุนจะเลือกลงทุนในสินทรัพย์ที่มีความเสี่ยงสูงอย่างสกุลเงินดิจิทัล แต่ยังคงมีความอ่อนไหวต่อการขาดทุนในระดับสูง ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดการตัดสินใจที่ระมัดระวังเกินไป หรือการขายสินทรัพย์เร็วเกินไปในช่วงตลาดผันผวน สำหรับความมั่นใจในความสามารถของตนเอง ($\bar{X} = 4.14$) แม้จะอยู่ในระดับ “มาก” แต่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดในกลุ่ม สะท้อนว่านักลงทุนเจนเนอเรชันซีไม่ได้มีความมั่นใจในตนเองสูงเกินไป (Overconfidence Bias) แต่ยังคงเปิดรับข้อมูลจากภายนอก โดยเฉพาะจาก Finfluencer มากกว่าเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองเพียงอย่างเดียว

ปัจจัยด้านเอกลักษณ์ของเจนเนอเรชันซี พบว่ามีอิทธิพลในระดับ “มากที่สุด” เช่นกัน ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.357) และมีความสอดคล้องของความคิดเห็นสูงมาก สะท้อนถึงลักษณะร่วมของคนในเจนเนอเรชันนี้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะพฤติกรรมการณ์ คั่นคว้าข้อมูลด้วยตนเอง ($\bar{X} = 4.44$) ซึ่งแสดงถึงความเป็นอิสระในการตัดสินใจ และความไม่ยึดติดกับสถาบันการเงินแบบดั้งเดิม นอกจากนี้ ความเชื่อว่าสกุลเงินดิจิทัลเป็นเครื่องมือสร้างโอกาสทางการเงินที่เท่าเทียม ($\bar{X} = 4.41$) ยังสะท้อนมุมมองเชิงอุดมการณ์ของนักลงทุนกลุ่มนี้ ที่มองว่าทางการเงินดิจิทัลเป็นระบบที่เปิดกว้าง โปร่งใส และเข้าถึงได้ง่ายกว่าระบบเดิม อีกทั้งพฤติกรรมการณ์เปิดรับเทคโนโลยีใหม่อย่างรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.33$) ยังตอกย้ำความเป็น Digital Native ที่พร้อมทดลองนวัตกรรมใหม่อยู่เสมอ เมื่อพิจารณาร่วมกันระหว่างปัจจัยด้านจิตวิทยาและเอกลักษณ์ของเจนเนอเรชันซี จะพบ ความย้อนแย้งเชิงพฤติกรรม ที่น่าสนใจ กล่าวคือ แม้นักลงทุนจะระบุว่าตนเองชอบคั่นคว้าข้อมูลด้วยตนเอง แต่ในทางปฏิบัติกลับให้ความสำคัญกับคำแนะนำของ Finfluencer ในระดับที่สูงมากสะท้อนว่าการหา ข้อมูลเองของนักลงทุนเจนเนอเรชันซี อาจหมายถึงการคั่นคว้าผ่านโซเชียลมีเดีย และรับข้อมูลจากบุคคลที่ตนเชื่อถือในโลกออนไลน์ มากกว่าการศึกษาจากแหล่งข้อมูลทางการหรือสถาบันการเงินดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมการณ์การลงทุนของนักลงทุนเจนเนอเรชันซี เป็นการผสมผสานระหว่าง ความเป็นอิสระในการเข้าถึงข้อมูล และ อิทธิพลของสังคมออนไลน์ โดยมีโซเชียลมีเดีย และ Finfluencer เป็นตัวกลางสำคัญในการกำหนดทิศทางการตัดสินใจลงทุน ซึ่งแตกต่างจากนักลงทุนในยุคก่อนอย่างชัดเจน และสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงของระบบนิเวศทางการเงินในยุคดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญ

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1. นักลงทุนควรใช้วิจารณญาณในการรับข้อมูลจาก Finfluencer หรือโซเชียลมีเดีย โดยควรตรวจสอบแหล่งที่มาและเปรียบเทียบข้อมูลจากหลายแหล่งก่อนตัดสินใจลงทุน เพื่อลดความเสี่ยงจากข้อมูลที่ไม่น่าเชื่อถือหรือมีอคติ
2. ควรส่งเสริมความรู้ด้านการเงิน (Financial Literacy) และความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล เพื่อช่วยให้นักลงทุนสามารถตัดสินใจได้อย่างมีเหตุผลมากขึ้น และลดการตัดสินใจจากอารมณ์หรือกระแสสังคม
3. นักลงทุนควรมีการวางแผนการลงทุนที่ชัดเจน เช่น การกำหนดเป้าหมาย ระยะเวลา และระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ รวมถึงการกระจายการลงทุน (Diversification) เพื่อบริหารความเสี่ยง
4. ควรตระหนักถึงอคติทางพฤติกรรม เช่น การทำตามฝูงชน (Herd Behavior) และความกลัวการสูญเสีย (Loss Aversion) ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดการตัดสินใจที่ไม่เหมาะสม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรขยายขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมกลุ่มประชากรที่หลากหลายมากขึ้น เช่น นักลงทุนในช่วงอายุอื่น หรือพื้นที่ต่างจังหวัด/ต่างประเทศ เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมและเพิ่มความสามารถในการอ้างอิงผลการวิจัย
2. ควรศึกษาปัจจัยอื่นเพิ่มเติม เช่น ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ เทคโนโลยี หรือความรู้ทางการเงิน เพื่อวิเคราะห์ร่วมกับปัจจัยด้านจิตวิทยาให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น
3. ควรใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) หรือการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อให้เข้าใจแรงจูงใจและพฤติกรรมเชิงลึกของนักลงทุนมากขึ้น
4. ควรศึกษาอิทธิพลของ Finfluencer ในเชิงลึก เช่น รูปแบบเนื้อหา ความน่าเชื่อถือ หรือแพลตฟอร์มที่ใช้ เพื่อวิเคราะห์ว่าปัจจัยใดส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุนมากที่สุด
5. ควรมีการศึกษาติดตามผลในระยะยาว (Longitudinal Study) เพื่อดูการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการลงทุนตามสภาวะตลาดและแนวโน้มของเทคโนโลยีในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- จตุพร และคณะ. (2568). การตัดสินใจลงทุนในคริปโตเคอร์เรนซีของประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (ชื่อวารสาร/แหล่งตีพิมพ์).
- ณัฐพงศ์ วิรุฬผล และคณะ. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในคริปโตเคอร์เรนซีของนักลงทุนรุ่นใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร. (ชื่อวารสาร/แหล่งตีพิมพ์).
- ธนากร สุขสมบัติ. (2566). อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์และพฤติกรรมการคล้อยตามกลุ่มที่มีผลต่อความตั้งใจในการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลของประชากรในเขตปริมณฑล. (ชื่อวารสาร/แหล่งตีพิมพ์).
- ปฎิภาณ พาณิชเลิศ. (2565). พฤติกรรมการลงทุนและปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนในคริปโตเคอร์เรนซี. (ชื่อวารสาร/แหล่งตีพิมพ์).
- วรมธ เอกปัญญาสกุล. (2567). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเพื่อวางแผนการเป็นอิสระทางการเงินของกลุ่มเจนเอเรชั่นซี ในเขตกรุงเทพมหานคร. (ชื่อวารสาร/แหล่งตีพิมพ์).
- สร้างบุญ อาวุโสสกุล. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการลงทุนของคน Generation Z ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (ชื่อวารสาร/แหล่งตีพิมพ์).

อิทธิพัทธ์ และคณะ. (2567). ความรอบรู้ทางการเงินดิจิทัลและพฤติกรรมการจัดการความเสี่ยงในการลงทุนสินทรัพย์ดิจิทัลของนักลงทุนรุ่นใหม่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (ชื่อวารสาร/แหล่งตีพิมพ์).

Al-Mansour. (2020). The Analysis of Cryptocurrency as an Investment Alternative for Generation Z. (*Journal Name*).

Kuldilok, C. (2023). The Impact of Social and Environmental Factors on Cryptocurrency Investment Behavior Among Gen Z in Thailand. (*Journal Name*).

Mubarak et al. (2024). Financial Digitalization and Investment Behavior: A Study of Gen Z in Emerging Urban Economies. (*Journal Name*).

The Stock Exchange of Thailand. (2025). *Financial Influencers Sway Gen Z Study*.