

อิทธิพลของคุณภาพความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (ISS) ต่อ
ความตั้งใจใช้งานแพลตฟอร์ม Bitkub อย่างต่อเนื่อง
โดยมีปัจจัยความไว้วางใจเป็นตัวแปรคั่นกลาง

**Influence of Quality of Information System Success (ISS)
on Customer Intention to Continue Use in Bitkub
Platform with Trust as the Mediator Factor**

จารุพร ตั้งพัฒน์กิจ¹

Received: 01.03.2022, Revised: 22.05.2022, Accepted: 15.06.2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบปัจจัยคุณภาพความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (ISS) ที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแพลตฟอร์ม Bitkub อย่างต่อเนื่อง โดยผ่านตัวแปรคั่นกลางคือ ความไว้วางใจ จากนั้นจึงเก็บข้อมูลโดยใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มผู้ใช้งานแพลตฟอร์ม Bitkub ในประเทศไทยจำนวน 350 ตัวอย่าง จากนั้นผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา เพื่อหาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทำการวิเคราะห์โมเดลเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้งานแพลตฟอร์ม Bitkub โดยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ในกลุ่มเจเนอเรชันวาย (อายุระหว่าง 20-37 ปี) มีผลในเรื่องคุณภาพความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (ISS) ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแพลตฟอร์ม Bitkub อย่างต่อเนื่อง โดยผ่านความไว้วางใจ อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 ซึ่งก่อให้เกิดผลดีต่อแพลตฟอร์ม Bitkub เมื่อผู้ใช้เกิดความไว้วางใจในระบบสารสนเทศ ทำให้หากเมื่อต้องการซื้อขายสินทรัพย์ดิจิทัลหรือทำธุรกรรมผ่านแพลตฟอร์ม Bitkub ก็จะมี ความไว้วางใจในตัว แพลตฟอร์ม Bitkub ที่เปรียบเสมือนตัวแทนของสินทรัพย์ที่มีมูลค่าจริง สามารถนำมาซื้อขายหรือทำธุรกรรมต่าง ๆ ได้อย่างมั่นใจและปลอดภัย จนกระทั่งผู้ใช้ได้รับความมั่นใจและไว้วางใจในคุณภาพของแพลตฟอร์ม Bitkub จนทำให้มีการใช้งานต่อเนื่องเสมอ

คำสำคัญ: ความสำเร็จของระบบสารสนเทศ, ความไว้วางใจ, แพลตฟอร์ม

¹ ดร.จารุพร ตั้งพัฒน์กิจ อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา
อีเมล: Jaruporn.tan@ku.th

Influence of Quality of Information System Success (ISS) on Customer Intention to Continue Use in Bitkub Platform with Trust as the Mediator Factor

Jaruporn Tangpattanakit¹

Received: 01.03.2022, Revised: 22.05.2022, Accepted: 15.06.2022

Abstract

This research aimed to test the quality of the Information System Success (ISS) factor, which its affect Bitkub platform customer intention to continue using by trust as the mediator factor. Data were collected by using a questionnaire as a tool to collect data from the representative sample consisted of 350 Bitkub platform users in Thailand. The researchers were statistically analyzed using the descriptive statistics for finding mean, Standard Deviation (SD), and Structural Equation Modeling (SEM). The results found that Bitkub platform users are generation Y (between age 20-37 years old) male. The quality of Information System Success (ISS) factor significantly the customers intention to continue use on mediators is trust which had a statistically significant level of 0.01. It effects with Bitkub platform positively when users make do trust in the information system. Not only, users want to be trading the digital assets or transaction through the Bitkub platform, but also users will be trust in the application. Bitkub platform that represents real value assets. It cans be traded or transacted with confidence and security. Until the users received confidence and trust in the quality of the Bitkub platform to continue use in Bitkub platform.

Keywords: Information System Success, Trust, Platform

¹ Dr., Faculty of Management Science; Marketing; Kasetsart University Sriracha Campus
E-mail: Jaruporn.tan@ku.th

บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีได้มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามามีบทบาทต่อสังคมและเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก เนื่องจากผู้คนมีการเข้าถึงเทคโนโลยีได้ง่ายยิ่งขึ้น ส่งผลให้สินค้าและบริการต่าง ๆ ถูกปรับตัวให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัลมากขึ้น รวมถึงการลงทุนในสินทรัพย์ต่าง ๆ อย่าง ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2563 ที่ผ่านมา มีกระแสการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล หรือที่เรียกกันว่า “คริปโทเคอเรนซี” (Cryptocurrency) ซึ่งเป็นสกุลเงินดิจิทัลที่ได้รับความนิยมในการนำมาแลกเปลี่ยนซื้อขายเพราะมีความเชื่อกันว่าสามารถให้ผลตอบแทนที่สูงได้ในเวลาอันรวดเร็วกว่าการลงทุนในประเภทสินทรัพย์อื่น ๆ ผู้คนจึงหันมาสนใจนำมาเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการหรือซื้อขายเพื่อเก็งกำไรจากผลต่างของราคาในตลาดของสกุลเงินดิจิทัล (จอมขวัญ คงสกุล, 2564) โดยข้อมูลรายงานของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ในปี พ.ศ. 2564 ระบุว่า มูลค่าตลาดของการซื้อขายสินทรัพย์ดิจิทัลผ่านศูนย์ซื้อขายสินทรัพย์ดิจิทัลที่ได้รับใบอนุญาตในประเทศไทย มีมูลค่ารวมอยู่ที่ 1.56 ล้านล้านบาท จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นได้ว่าเทคโนโลยีเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญที่ช่วยให้เกิดการสร้างโอกาสให้แก่ธุรกิจและบริการต่าง ๆ โดยเฉพาะธุรกิจที่อยู่ในกลุ่ม E-Commerce ด้วยการใช้ระบบเทคโนโลยีเป็นศูนย์กลางในการแลกเปลี่ยนซื้อขายสินทรัพย์ดิจิทัล อย่าง แพลตฟอร์มซื้อขายสินทรัพย์ดิจิทัล Bitkub ที่มีบริการให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่ชัดเจนและเพียงพอ ไปร่งใสต่อการประกอบการตัดสินใจในการเลือกทำธุรกรรม และจับคู่หรือหาคู่สัญญาให้ต่อผู้ที่ประสงค์ในการซื้อขายสินทรัพย์ดิจิทัลเพื่อควบคุมการหลอกลวงให้ลงทุนในสินทรัพย์ที่ไม่ทราบแหล่งที่มาอย่างชัดเจน รักษาเสถียรภาพในการเข้าใช้งาน ตลอดจนทำให้มีความสามารถในการสร้างความไว้วางใจให้แก่ผู้ใช้งาน (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2564)

ถึงแม้ว่าเทคโนโลยีจะมีบทบาทสำคัญต่อการเข้าถึงสินทรัพย์ดิจิทัลของผู้ใช้บริการได้อย่างสะดวก แต่กลับพบว่าผู้ให้บริการยังมีโอกาสพบกับความเสี่ยงในการทำธุรกรรม เนื่องจาก ระบบเกิดความขัดข้อง หรือล่าช้า เกิดความเสี่ยงและไม่ปลอดภัย รวมไปถึงการหลอกลวง หรือการ Hack ข้อมูลที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการทำธุรกรรมออนไลน์ ซึ่งเป็นภัยคุกคามความปลอดภัยต่อการทำธุรกรรม ก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้ให้บริการ ในท้ายที่สุดทำให้ผู้บริการลดความไว้วางใจ ซึ่งเป็นสิ่งยากต่อการเรียกกลับคืน (Khandare, 2013) ดังนั้นจึงต้องทำให้ผู้บริการเกิดความมั่นใจว่า ธุรกรรมที่ทำนั้นต้องได้รับการประมวลอย่างถูกต้อง แม่นยำ และปลอดภัยจริง เหมือนกับพวกสถาบันทางการเงินเช่น ธนาคารพาณิชย์ และธนาคารกลางในทุก ๆ ประเทศ จะต้องรับประกันความปลอดภัยของเงินภายในบัญชีของลูกค้าและธุรกรรมออนไลน์ทางการเงินของสถาบันทางการเงินต่าง ๆ ซึ่งสะท้อนถึงระบบและข้อมูลนั้นต้องมีคุณภาพ ปลอดภัยด้วย เพื่อให้ผู้บริการจะได้ก่อเกิดความไว้วางใจในการใช้บริการ และยินยอมที่จะชำระเงินเป็นค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมสำหรับบริการ เพื่อให้เกิดความไว้วางใจ (Nelms, Maurer, Swartz, & Mainwaring, 2020) ดังนั้นเทคโนโลยีที่ดีมีความน่าเชื่อถือจึงเป็นสิ่งสำคัญ (Beck, Avital, Rossi, & Thatcher, 2017) โดยเฉพาะธุรกรรมออนไลน์ทางการเงิน ควรได้รับความไว้วางใจ เพราะความไว้วางใจเชื่อมโยงกับความเต็มใจที่จะเข้าใช้งาน แต่ยังคงอยู่บนพื้นฐานของความคาดหวังว่าคุณค่าของตนเองมีความสามารถ ไปร่งใส และมีความน่าเชื่อถือในขณะเกิดการแลกเปลี่ยนภายใต้ของเงื่อนไขและการพึงพาซึ่งกันและกัน (Johns, Barnes, & Florencio, 2003) การสร้างความไว้วางใจให้แก่ผู้บริการเพื่อเป็นการจูงใจให้เกิดพฤติกรรมกรตั้งใจใช้งานแพลตฟอร์มศูนย์กลางซื้อขายสินทรัพย์ดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง ซึ่งแพลตฟอร์มศูนย์กลางซื้อขาย

สินทรัพย์ดิจิทัลที่ปัจจุบันเป็นผู้นำตลาดมีส่วนแบ่งการตลาดถึงร้อยละ 92 (The Standard Wealth, 2564) ดังนั้น ผู้ให้บริการต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (ISS) โดยให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพของระบบ คุณภาพของข้อมูล และคุณภาพของการบริการ เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการเข้าใช้งาน

จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา พบว่าในประเทศไทยเคยมีการศึกษาในเรื่องธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสินทรัพย์ เช่น การลงทุนกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (เรวัต เทียมหมอก และสุเมธ ชูดาราทระกูล, 2563) การตัดสินใจลงทุนหุ้นในสถานการณ์ Covid – 19 ของนักลงทุนรายย่อย (ณัฐกมล กุลสวัสดิ์ และบุญภา บัณฑุอัมพร, 2563) ปัจจัยการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในยุคโควิด-19 (สิริวัชร รัญญาไพศาล, ไกรวุฒิ ตั้งสัตยาชีพ และสิริภา รัญญาไพศาล, 2564) เป็นต้น แต่ยังไม่พบการศึกษาถึงการลงทุนเกี่ยวกับแพลตฟอร์มซื้อขายสินทรัพย์ดิจิทัลในประเทศไทย รวมถึงวิจัยต่าง ๆ ในประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษามีจำนวนน้อยเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (ISS) ที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งาน โดยผ่านความไว้วางใจเป็นตัวแปรคั่นกลาง (พิมพ์ิศาสุริยมงคล, 2562; สรวาลย์ ตั้งปัทมชาติ และจรัญญา ปานเจริญ, 2563) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ที่จะศึกษาถึงอิทธิพลของคุณภาพความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (ISS) ต่อการที่ไว้วางใจซื้อขายสินทรัพย์ดิจิทัลที่มีความเสี่ยงสูงจนเกิดความตั้งใจใช้งานแพลตฟอร์ม Bitkub อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาแพลตฟอร์มที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรมทางการเงินหรือการลงทุนออนไลน์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น คริปโทเคอร์เรนซี (Cryptocurrency), หุ้น (Stock), กองทุนรวม เป็นต้น จนส่งผลต่อระบบสารสนเทศที่จะมีประสิทธิภาพในการให้บริการต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพของระบบของระบบสารสนเทศ (ISS) ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแพลตฟอร์ม Bitkub อย่างต่อเนื่อง ผ่านความไว้วางใจ
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพของข้อมูลของระบบสารสนเทศ (ISS) ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแพลตฟอร์ม Bitkub อย่างต่อเนื่อง ผ่านความไว้วางใจ
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการของระบบสารสนเทศ (ISS) ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแพลตฟอร์ม Bitkub อย่างต่อเนื่อง ผ่านความไว้วางใจ

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีความไว้วางใจ

Morgan and Hunt (1994) อธิบายว่า ความไว้วางใจ คือ ความเชื่อมั่นของลูกค้าที่มีต่อความน่าเชื่อถือ และความซื่อสัตย์ของคู่ค้า อีกทั้งยังเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ซึ่งความไว้วางใจนั้นถือเป็นโครงสร้างที่มีบทบาทในการทำธุรกรรมที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Koufaris & Hampton, 2004; Sirdeshmukh, Singh, & Sabol, 2002) และมีความสัมพันธ์เชิงบวกระยะยาวระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายในธุรกิจ

อิเล็กทรอนิกส์ (Awad & Ragowsky, 2008; Kim & Park, 2013) ซึ่งในสถานการณ์ที่มีความเสี่ยงสูงนั้น ความไว้วางใจจึงมีผลต่อลูกค้าในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า การเข้าใช้งานแพลตฟอร์มที่เกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ (Lee et al., 2006; Chang & Cheung, 2005; Kim & Forsythe, 2008) ซึ่งจะนำไปสู่ทัศนคติที่จะส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการทำธุรกรรมที่มีความเสี่ยงของผู้บริโภคต่อไปในอนาคต (Guiltingan, 1989)

แนวคิดและทฤษฎีคุณภาพความสำเร็จของระบบสารสนเทศ

แบบจำลองความสำเร็จของระบบสารสนเทศของ DeLone and McLean (2003) ช่วยส่งเสริมธุรกิจให้เชื่อมโยงกับเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างอินเทอร์เน็ต เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ใช้งาน ซึ่งมีการนำมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจ เช่น ในด้านระบบ E-Commerce ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจทางการตลาด อาทิ การขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ แม้ไม่มีหน้าร้านก็สามารถขายสินค้าได้บนเว็บไซต์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง (Molla & Licker, 2001) ในแง่ B2C E-Commerce ธุรกิจที่ขายสินค้า/บริการระหว่างเจ้าของธุรกิจ และผู้ซื้อรายบุคคล(C) แม้จะมีการสัมพันธ์ระยะสั้น แต่สอดคล้องกับธุรกิจออนไลน์ที่ต้องการความน่าเชื่อถือและปลอดภัย (Brown & Jayakody, 2008) ด้านปัจจัยเทคโนโลยี อาทิ ระบบ ERP ที่มีความเชื่อมโยงภายในองค์กรหรือธุรกิจต่าง ๆ ซึ่งมักใช้ใน ธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง (Egdair, Rajemi & Nadarajan, 2015) เป็นต้น ซึ่งปัจจัยที่สำคัญที่สร้างความสำเร็จของระบบสารสนเทศ ได้แก่ **คุณภาพระบบ** จะต้องคำนึงถึงความสะดวกในการใช้งาน เวลาที่ใช้ในการตอบสนองในระบบ ความง่ายในการใช้งาน เสถียรภาพในการประมวลผล และความปลอดภัย **คุณภาพสารสนเทศ** ต้องคำนึงถึงคุณภาพ ความถูกต้องแม่นยำ ระยะเวลาในการตอบสนองที่รวดเร็ว ซึ่งจะสามารถก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ใช้งาน **คุณภาพบริการ** ต้องสามารถตอบสนองผู้ใช้บริการให้เกิดความพึงพอใจในระบบ จนก่อให้เกิดความมั่นใจและวางใจต่อระบบสารสนเทศนั้น (DeLone & McLean, 2003)

ระบบสารสนเทศที่มีคุณภาพกับความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง

ระบบสารสนเทศที่มีคุณภาพ จำเป็นต้องตอบสนองต่อการให้บริการในทุกๆ ด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพระบบ คุณภาพสารสนเทศ และคุณภาพบริการ จนกระทั่งเกิดความตั้งใจในการใช้งานอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสินทรัพย์หรือสิ่งที่มีมูลค่าต่าง ๆ เช่น เงิน ทอง หุ่น Bitcoin เป็นต้น ซึ่งคุณภาพของระบบสารสนเทศ

ในบริบทของแพลตฟอร์ม Bitkub โดยในส่วนของ 1) คุณภาพระบบนั้น ต้องออกแบบหน้าแพลตฟอร์มให้มีระบบนำทางที่ดี สะดวกต่อการใช้งานของผู้ใช้ สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้งานได้รวดเร็ว ตลอดจนจนถึงสร้างความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของระบบ เช่น ระบบการให้บริการห้องสมุดเคลื่อนที่ ที่ระบบการใช้งานตอบสนองต่อนักศึกษาในได้ทันทีมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว ค้นหานั่งสือได้อย่างรวดเร็ว (Huang, Pu, Chen & Chiu, 2015) 2) คุณภาพข้อมูลในแพลตฟอร์ม ต้องนำเสนอข้อมูลที่ทันสมัยถูกต้องแม่นยำ และเข้าใจง่าย รวมทั้งเนื้อหาที่มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้ จนสามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ได้จริง และ 3) คุณภาพการบริการ เจ้าหน้าที่ที่มีความเอาใจใส่ในความต้องการของผู้ใช้งาน อีกทั้งยังสามารถดำเนินการตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้งานได้ทันที (DeLone & McLean, 2003) เมื่อเกิดปัญหาสามารถช่วยแก้ปัญหาได้รวดเร็ว

ดังนั้น คุณภาพทั้งสามด้านเหล่านี้ หากดีมีคุณภาพจนกระทั่งผู้ใช้งานรับรู้ได้ถึงคุณภาพความสำเร็จของระบบสารสนเทศที่ดีจากการเข้าใช้งาน ส่งผลให้ผู้ใช้งานเกิดความตั้งใจใช้งานมากยิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต (Chen & Cheng, 2009; Delone & Mclean, 2004) จึง สามารถตั้งสมมติฐานได้ว่า

H1a : คุณภาพของระบบมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานแพลตฟอร์ม Bitkub อย่างต่อเนื่อง

H2a : คุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานแพลตฟอร์ม Bitkub อย่างต่อเนื่อง

H3a : คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานแพลตฟอร์ม Bitkub อย่างต่อเนื่อง

แนวคิดและทฤษฎีคุณภาพความสำเร็จของระบบสารสนเทศและความไว้วางใจ

อิทธิพลเชิงบวกของคุณภาพความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (คุณภาพของระบบ คุณภาพของข้อมูล และคุณภาพการบริการ) ที่ส่งผลกระทบต่อความไว้วางใจของผู้ใช้งาน ได้รับการสนับสนุนจากการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของ Filieri, Alguezai and McLeay (2015) พบว่าการให้ข้อมูลที่มีความเกี่ยวข้องกับความต้องการของผู้ใช้งาน และมีคุณภาพระบบที่มีประสิทธิภาพ บนแพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นสามารถกระตุ้นการรับรู้ถึงความไว้วางใจของผู้บริโภคได้ ซึ่งในบริบทของแพลตฟอร์ม Bitkub นั้น ได้มีการนำเสนอถึงความปลอดภัย ความเป็นส่วนตัว และความถูกต้องสมบูรณ์ในทุก ๆ กระบวนการในการดำเนินการของระบบ รวมไปถึงการตรวจสอบข้อมูลที่เป็นจริงก่อนนำเสนอกรณีของการใช้สกุลเงินดิจิทัลต่าง ๆ (Krasnova et al., 2009) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wang Law, Guillet, Hung, and Fong (2015) ได้ศึกษาเรื่องแพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า คุณภาพของเว็บไซต์ได้รับการยอมรับว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ขับเคลื่อนความไว้วางใจของลูกค้าด้านการทำธุรกรรมบนแพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้ Brown and Jayakody (2008) กล่าวว่า คุณภาพของการบริการที่ผู้ให้บริการนำเสนอให้แก่ผู้ใช้งานนั้น ส่งผลต่อความเต็มใจของผู้ใช้งานในการไว้วางใจในแพลตฟอร์ม ยกตัวอย่างเช่น การให้บริการในแพลตฟอร์ม Bitkub นั้น มุ่งเน้นไปที่สวัสดิภาพของผู้ใช้งานต้องมาก่อนเสมอ (DeLone & McLean, 2003) ส่งผลให้ผู้ใช้งานรับรู้ถึงคุณภาพของระบบ คุณภาพของข้อมูล และคุณภาพการบริการที่ดีจากการเข้าใช้งานส่งผลให้ผู้ใช้งานเกิดความไว้วางใจในแพลตฟอร์มมากยิ่งขึ้น (Caceres & Paparoidamis, 2007; Nicolaou & Mcknight, 2006) จึงตั้งสมมติฐานได้ว่า

H1b : คุณภาพของระบบมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจ

H2b : คุณภาพข้อมูลมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจ

H3b : คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจ

แนวคิดและทฤษฎีความไว้วางใจที่มีผลต่อความตั้งใจใช้อย่างต่อเนื่อง

ในบริบทของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การศึกษาเชิงประจักษ์ส่วนใหญ่ได้ยืนยันว่าความตั้งใจของลูกค้าในการเข้าใช้งานระบบได้รับผลกระทบเชิงบวกจากระดับของความไว้วางใจที่พวกเขามีต่อแพลตฟอร์มนั้น (Chuang & Fan,

2011; Molla & Licker, 2001) นอกจากนี้ Masri, You, Ruangkanjanases, Chen and Pan (2020) กล่าวว่า เมื่อผู้บริโภค ยิ่งเกิดความไว้วางใจต่อแพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากเท่าใด ก็จะมีแนวโน้มความตั้งใจในการใช้งานมากขึ้นเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Schniederjans and Yadav (2013) พบว่า หากผู้บริโภคเกิดความไว้วางใจในระบบออนไลน์ และพนักงานผู้ให้บริการในระบบสารสนเทศขององค์กร จะทำให้พวกเขาเกิดความเต็มใจที่จะเข้าใช้งานต่อไปในระบบ สอดคล้องกับ Bitkub ที่ได้มีการสร้างความไว้วางใจ จากการที่ Bitkub เป็นองค์กรอันดับหนึ่งที่มีชื่อเสียง และเป็นผู้นำ เกี่ยวกับการให้บริการการลงทุนเกี่ยวกับคริปโตเคอร์เรนซีที่ครอบคลุมที่สุด (van Slyke, Belanger, & Comunale, 2004) มีการวางมาตรการในการปฏิบัติงานอย่างรัดกุม สามารถปรับตัวกับวิกฤตได้อย่างรวดเร็วด้วยพื้นฐานระบบงานขององค์กร ที่ประกอบไปด้วยคุณภาพความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (ISS) ที่มีความเสถียร อีกทั้งแพลตฟอร์มยังมีการนำเสนอ ข้อมูลแบบเรียลไทม์ นอกจากนั้นภายในแพลตฟอร์มยังมีเครื่องมือทางเทคนิคที่ใช้งานง่าย รวมไปถึงการดูแลผู้ใช้งานด้วย ทัศนคติ และความเชี่ยวชาญของทีมผู้ดูแล (วรวิญญู สุขนันท์, 2563) ดังนั้นเมื่อผู้ใช้งานเกิดความไว้วางใจในแพลตฟอร์ม Bitkub ส่งผลให้ผู้ใช้งานเกิดความตั้งใจใช้อย่างต่อเนื่อง (De Ruyter, Wetzels, & Kleijnen, 2001) จึงตั้งสมมติฐานได้ว่า

H4 : ความไว้วางใจ ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแพลตฟอร์ม Bitkub อย่างต่อเนื่อง

อิทธิพลของตัวแปรคั่นกลางด้านความไว้วางใจ

ความไว้วางใจเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความตั้งใจในการเข้าใช้งาน โดยคุณภาพของแพลตฟอร์มพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์เป็นตัวทำนายถึงความไว้วางใจของลูกค้ำที่แข็งแกร่ง และพบว่ามิตบทบาทเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่าง คุณภาพความสำเร็จของระบบสารสนเทศกับความตั้งใจในการใช้งานแพลตฟอร์มของผู้ใช้งานในอนาคต (Wang et al., 2015) หากผู้ใช้งานเกิดความไว้วางใจในคุณภาพของระบบสารสนเทศ ผู้ใช้จะใช้งานระบบต่อไป แต่หากผู้ใช้งานไม่ ไว้วางใจในคุณภาพระบบสารสนเทศผู้ใช้เหล่านั้นจะพยายามหาวิธีหลีกเลี่ยง หรือยุติการใช้งานระบบนั้น (Thielsch et al., 2018)

ดังนั้นจากการศึกษางานวิจัยนี้คาดว่า ในบริบทของแพลตฟอร์ม Bitkub ความไว้วางใจเป็นตัวแปรคั่นกลางที่ ส่งผลกระทบต่อคุณภาพความสำเร็จของระบบสารสนเทศ ที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะใช้งานต่อไปในอนาคต ซึ่งหากผู้ใช้งาน เกิดการรับรู้ว่ารระบบมีประสิทธิภาพสูง ในแง่ของระบบ ข้อมูล และการบริการ พวกเขาจะถือว่าระบบนั้นมีประโยชน์และ ไว้วางใจได้ นอกจากนั้นความไว้วางใจยังได้รับอิทธิพลเชิงบวกที่เพิ่มขึ้นเช่นกัน จากการที่แพลตฟอร์ม Bitkub นั้น มีความถูกต้อง มีประสิทธิภาพ และมีความรวดเร็วในการตอบสนองของระบบให้แก่ผู้ใช้งาน รวมไปถึงความสอดคล้องของ ข้อมูล เวลาในการรับข้อมูล และการที่ผู้ใช้งานสามารถทำความเข้าใจต่อข้อมูลได้ง่าย นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นถึงความ เชี่ยวชาญในการให้บริการ ความรวดเร็ว และความเอาใจใส่ต่อความเฉพาะของผู้ใช้งาน ซึ่งความไว้วางใจที่เพิ่มขึ้น นั้น จะส่งผลให้ความตั้งใจในการเข้าใช้งานเพิ่มขึ้นด้วย ดังนั้น เมื่อผู้ใช้งานเกิดความไว้วางใจในคุณภาพความสำเร็จของ ระบบสารสนเทศ จะส่งผลให้ผู้ใช้งานเกิดความตั้งใจใช้งานแพลตฟอร์มอย่างต่อเนื่อง โดยผ่านความไว้วางใจ (Zhou, 2013) จึงตั้งสมมติฐานได้ว่า

H1 : คุณภาพของระบบมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานแพลตฟอร์ม Bitkub อย่างต่อเนื่องโดยผ่านความไว้วางใจ

H2 : คุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานแพลตฟอร์ม Bitkub อย่างต่อเนื่อง โดยผ่านความไว้วางใจ

H3 : คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานแพลตฟอร์ม Bitkub อย่างต่อเนื่องโดยผ่านความไว้วางใจ

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. ประชากรหรือกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ที่ใช้งานแพลตฟอร์ม Bitkub ในประเทศไทย คำนวณขนาดตัวอย่างตามเทคนิคการวิเคราะห์สถิติของตัวแปรพหุคูณ กำหนดกลุ่มตัวอย่าง 10 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ 35 ตัวแปร ดังนั้นขนาดตัวอย่างจึงเท่ากับ 350 ตัวอย่าง (Schreiber, Nora, Stage, Barlow, & King, 2006)

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างตามวิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง จากการอาศัยความรู้และประสบการณ์การการใช้งานของผู้ใช้งานแพลตฟอร์ม Bitkub ซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของผู้วิจัย (Kelly, 2010) โดยจำแนกตามขนาดของกลุ่มผู้ใช้งานแพลตฟอร์ม Bitkub ในประเทศไทย เนื่องจากเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้งานมีความหลากหลายและครอบคลุมในทุกกลุ่มผู้ใช้งาน ประกอบด้วย กลุ่มผู้บริโภคนเจนเนอเรชั่นวาย (ช่วงอายุระหว่าง 20–37 ปี) กลุ่มผู้บริโภคนเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ (อายุระหว่าง 38–56 ปี) และ กลุ่มผู้บริโภค Baby Boomer (อายุระหว่าง 57–75 ปี) แบ่งออกเป็น 5 ภูมิภาค ได้แก่ ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้และภาคเหนือ

3. เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย คือ แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ สร้างขึ้นมาจากกรอบแนวคิดของงานวิจัย ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งเป็นวิธีที่ใช้ในงานวิจัย ดังนี้ ส่วนที่หนึ่ง ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ ช่วงอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพ เป็นคำถามปลายเปิดแบบตรวจสอบรายการ ส่วนที่สอง พฤติกรรมการใช้งาน ได้แก่ จำนวนครั้งโดยเฉลี่ยต่อวันในการเข้าใช้งาน เหตุผลในการเลือกใช้งาน ลักษณะการใช้งาน ผู้มีอิทธิพลต่อการใช้งาน และวัตถุประสงค์ในการเข้าใช้งาน ส่วนที่สาม คุณภาพความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (ISS) ได้แก่ คุณภาพของระบบ คุณภาพของข้อมูล และคุณภาพการบริการ ส่วนที่สี่ ความไว้วางใจ ส่วนที่ห้า ความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นคำถามมาตราส่วนแบบ Likert Scale แบ่งเป็น 5 ระดับช่วงค่าเฉลี่ย (น้อยที่สุด = 1 คะแนน, น้อย = 2 คะแนน, ปานกลาง = 3 คะแนน, มาก = 4 คะแนน และมากที่สุด = 5 คะแนน) โดยการแปลความของแต่ละระดับจะใช้ช่วงอัตราความกว้างเท่ากับ 0.80 (มณฐิณี ประเสริฐลาก และกิตติมา พฤกษุณ, 2558)

4. การวัดคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ทำการหาค่าความเที่ยงตรง และความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม ด้วยการทดสอบตามเทคนิค Index of item objective congruence (IOC) ผลการทดสอบคุณภาพเครื่องมือแบบสอบถามมีค่า IOC มากกว่า 0.60 ทุกข้อคำถาม (Rovinelli & Hambleton, 1976) และทำการทดสอบความเชื่อมั่นด้วยวิธี Alpha Coefficient โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่นที่คำนวณ ต้องมากกว่า 0.80 จากการคำนวณได้ค่าความเชื่อมั่นของ

แบบสอบถาม เท่ากับ 0.93 (Hair, Sarstedt, Ringle, & Mena, 2012) ซึ่งแสดงว่าเครื่องมือแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ สามารถนำไปใช้ในการวิจัยได้

5. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ AMOS เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณภาพของระบบคุณภาพของข้อมูล คุณภาพการบริการ ความไว้วางใจ และความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปร และวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อการใช้งานอย่างต่อเนื่องของแพลตฟอร์ม Bitkub ประกอบไปด้วยค่าดัชนี ได้แก่ Chi - Square/df, GFI, AGFI, CFI, RMR และ RMSEA (Kulthakornsate, 2015)

6. ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ เดือนธันวาคม พ.ศ. 2564 ถึง เดือนมกราคม พ.ศ.2565

ผลการวิจัย

ผลวิเคราะห์ดังตารางที่ 1 ปัจจัยความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (ISS) ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านคุณภาพของบริการ (Service Quality) มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.07 และ SD.= 0.758 ด้านคุณภาพของข้อมูล (Information Quality) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.02 และ SD.= 0.813 และด้านคุณภาพของระบบ (System Quality) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95 และ SD.= 0.792 ปัจจัยความไว้วางใจ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01 และ SD.= 0.748 ปัจจัยความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง (Intention to continue use) ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.05 และ SD.= 1.166

ตารางที่ 1 ภาพรวมระดับความคิดเห็นของปัจจัยความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (ISS) โดยภาพรวม

โดยภาพรวม	ระดับความคิดเห็น			
	\bar{x}	SD	ความหมาย	อันดับ
1. คุณภาพของระบบ (System Quality)	2.95	0.792	ปานกลาง	5
2. คุณภาพของข้อมูล (Information Quality)	3.02	0.813	มาก	3
3. คุณภาพของบริการ (Service Quality)	3.07	0.758	มาก	1
4. ความไว้วางใจ (Trust)	3.01	0.748	มาก	4
5. ความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง (Intention to continue use)	3.05	1.166	มาก	2

วัตถุประสงค์การวิจัยที่ 1 การตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ด้วยการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ ด้วยเมทริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรทุกตัวที่เป็นตัวแปรที่วัดได้ในมาตราอันตรภาค (Interval scale) ใช้เมทริกซ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment : PE) เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์ ได้แก่ เมทริกซ์สหสัมพันธ์โมเดลการวัด (Measurement Model) ปัจจัยด้านคุณภาพของระบบ คุณภาพของ

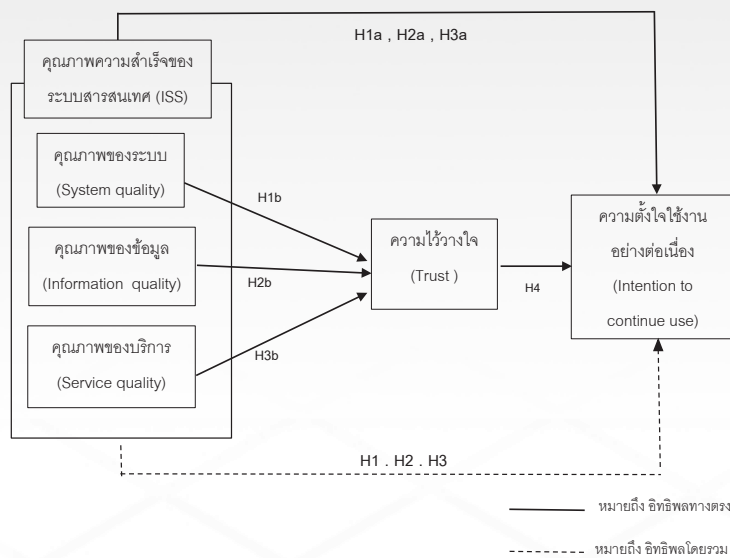
ข้อมูล และคุณภาพการบริการ กับโมเดลการวัดปัจจัยด้านความไว้วางใจ และโมเดลการวัดปัจจัยด้านความตั้งใจใช้งานแพลตฟอร์ม Bitkub อย่างต่อเนื่อง มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ความสัมพันธ์แบบมีทิศทางเดียวกัน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2557) จึงมีความเหมาะสมสำหรับนำไปใช้ในการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 2 ผลการตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูล

ตัวแปร	SQ	IQ	ServQ	TR	IN
คุณภาพของระบบ (SQ)	1				
คุณภาพของข้อมูล (IQ)	-0.057	1			
คุณภาพการบริการ (ServQ)	0.008	0.011	1		
ความไว้วางใจ (TR)	0.252**	0.185**	0.279**	1	
ความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง (IN)	0.324**	0.420**	0.382**	0.546**	1

**มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

วัตถุประสงค์ที่ 2 รูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยด้านคุณภาพของระบบ คุณภาพของข้อมูล คุณภาพการบริการ ที่มีผลต่อปัจจัยด้านความไว้วางใจ และความตั้งใจใช้งานแพลตฟอร์ม Bitkub อย่างต่อเนื่อง จากการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง งานวิจัยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เนื่องจากความกลมกลืนของโมเดลในภาพรวม พบว่า การทดสอบไคสแควร์ (Chi - Square) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (P เท่ากับ 0.751 มากกว่า 0.05) ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ เมื่อพิจารณาดัชนีกลุ่มที่กำหนดไว้ในเกณฑ์มากกว่าหรือเท่ากับ 0.90 พบว่า ดัชนีทุกตัว ได้แก่ GFI เท่ากับ 0.999, AGFI เท่ากับ 0.993 และ CFI เท่ากับ 1.000 ผ่านเกณฑ์ตามลำดับ นอกจากนี้ดัชนีสำหรับที่กำหนดไว้ในระดับที่น้อยกว่า 0.05 พบว่า ดัชนี RMR เท่ากับ 0.013 และ RMSEA เท่ากับ 0.000 ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้เช่นเดียวกัน จึงสรุปได้ว่า ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่เกี่ยวข้องระหว่างปัจจัยด้านคุณภาพของระบบ คุณภาพของข้อมูล คุณภาพการบริการ ผ่านปัจจัยด้านความไว้วางใจ ที่มีผลต่อความตั้งใจใช้งานแพลตฟอร์ม Bitkub อย่างต่อเนื่องมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และสามารถแสดงผลการวิเคราะห์ที่แสดงถึงอิทธิพลของแต่ละตัวแปร ดังรูปภาพที่ 1



Chi-square=1.209, df=3, Chi-square/df=0.403, P-value=0.751,

RMR=0.013, GFI=0.999, RMSEA=0.000, CFI=1.000, TLJ=1.019 AGFI=0.993, HOELTER=2257.000

ภาพที่ 1 รูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 3 แสดงสมมติฐานดังต่อไปนี้

H1a พบว่าคุณภาพของระบบมีผลกระทบต่อความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง ($\beta=0.299$; p-value < 0.001) H2a พบว่าคุณภาพของข้อมูลมีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง ($\beta=0.261$; p-value < 0.001) H3a แสดงผลกระทบเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่องของคุณภาพการบริการ ($\beta=0.299$; p-value < 0.001) และ H4 แสดงให้เห็นว่าความไว้วางใจมีผลกระทบต่อความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง ($\beta=0.698$; p-value < 0.001)

สมมติฐานที่ H1b, H2b และ H3b แสดงให้เห็นว่าคุณภาพของระบบ, คุณภาพของข้อมูล และคุณภาพการบริการมีผลกระทบต่อความไว้วางใจ ($\beta=0.429$; p-value < 0.001 ; $\beta=0.374$; p-value < 0.001 และ $\beta=0.429$; p-value < 0.001 ตามลำดับ)

ตารางที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ความสัมพันธ์	β	Std. Beta	Std. Error	t-value	p-value	ผลลัพธ์
H1a	SQ > IN	0.380	0.257	0.056	6.757	0.000***	Sig.
H1b	SQ > TR	0.247	0.260	0.046	5.377	0.000***	Sig.
H2a	IQ > IN	0.530	0.367	0.054	9.832	0.000***	Sig.
H2b	IQ > TR	0.181	0.196	0.045	4.049	0.000***	Sig.
H3a	Serv > IN	0.434	0.281	0.059	7.353	0.000***	Sig.
H3b	Serv > TR	0.272	0.275	0.048	5.670	0.000***	Sig.
H4	TR > IN	0.521	0.333	0.063	8.251	0.000***	Sig.

ผลการทดสอบผลกระทบของตัวแปรคั่นกลาง (Mediating Effect)

ผลลัพธ์ของการวิเคราะห์แปรคั่นกลาง จากการตรวจสอบปัจจัยด้านคุณภาพความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (ISS) ที่ประกอบไปด้วย คุณภาพของระบบ คุณภาพของข้อมูล และคุณภาพการบริการ เป็นตัวแปรอิสระ และความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง เป็นตัวแปรตาม ในขณะที่ความไว้วางใจ เป็นตัวแปรคั่นกลาง เมื่อทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ค่าอิทธิพลรวม (Total effects) คือ c เมื่อนำไปเทียบกับ c' พบว่ามีค่าอิทธิพลรวมเมื่อเทียบกับค่าอิทธิพลทางตรงนั้นลดลงอย่างมีนัยสำคัญจาก SQ = 0.500 เป็น 0.380, IQ = 0.627 เป็น 0.530, ServQ = 0.576 เป็น 0.434 จึงแสดงผลได้ว่าตัวแปรคั่นกลาง Trust เป็นตัวแปรคั่นกลางที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ของตัวแปร IS Success (System Quality, Information Quality, Service Quality) และความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การทดสอบผลกระทบทของตัวแปรคั่นกลาง

		Trust									
Dependent Measures (v)	Independent Measures (IV)	total effect		direct effect		IV-M		M-DV		Indirect effect	
		B	SE	b	SE	b	SE	b	SE	b	SE
Intention to continue use	System Quality	0.500	0.049	0.380	0.037	0.247	0.049	0.247	0.049	0.128	0.019
	Information Quality	0.624	0.038	0.530	0.036	0.181	0.050	0.181	0.050	0.094	0.019
	Service Quality	0.576	0.035	0.434	0.037	0.272	0.044	0.272	0.044	0.142	0.02

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 63.71 กลุ่มผู้บริโภคนเจนเรชั่นวาย ช่วงอายุระหว่าง 20-37 ปี ร้อยละ 67.72 รองลงมา กลุ่มผู้บริโภคนเจนเรชั่นเอ็กซ์ อายุระหว่าง 38-56 ปี ร้อยละ 28 และ กลุ่มผู้บริโภคน Baby Boomer อายุระหว่าง 57-75 ร้อยละ 4.28 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 70 มีรายได้ 15,000 - 30,000 บาท ร้อยละ 49.14 และมีอาชีพพนักงานบริษัท ร้อยละ 53.71 มีการใช้งานแพลตฟอร์ม Bitkub บ่อยครั้งเท่าที่ต้องการต่อวัน ร้อยละ 84.57 ซึ่งมีจำนวนวันในการใช้งานต่อสัปดาห์ 4-5 วัน ร้อยละ 77.43 และเลือกใช้งานแพลตฟอร์ม Bitkub เนื่องจากมีบริการ 24 ชั่วโมง ร้อยละ 50.57 โดยเลือกลงทุนสกุลเงินประเภทกลุ่ม DeFi (Decentralized Finance) ร้อยละ 30.86 มีการใช้เงินลงทุนสินทรัพย์ดิจิทัลต่อครั้ง น้อยกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 70.57 เลือกใช้งานแพลตฟอร์ม Bitkub บนโทรศัพท์มือถือ ร้อยละ 85.43 ตนเองเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ดิจิทัล ร้อยละ 42.29 และมีวัตถุประสงค์ในการใช้งานแพลตฟอร์ม Bitkub เพื่อเพิ่มพูนเงินทุน ร้อยละ 82.57

สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ นอกเหนือจากโมเดลคุณภาพความสำเร็จของระบบสารสนเทศของ Delone and McLean (2003) ที่เป็นที่ยอมรับและใช้ในการทดสอบกันอย่างแพร่หลาย แต่อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่า ปัจจัยด้านอื่น ๆ อาจช่วยเพิ่มความไว้วางใจในการตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่องได้จนเกิดความพึงพอใจ (ศิริภาภรณ์ บุญมา, 2562) เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาวិเคราะห์ประกอบการตัดสินใจกำหนดวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในการทดสอบความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (ISS) ที่มีอิทธิพลไปยังความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง โดยการเพิ่มตัวแปรด้านอื่น ๆ มากำกับตัวแปรของผลการวิจัยในครั้งนี้ที่มีค่าอิทธิพลน้อยที่สุด คือ คุณภาพของข้อมูล เพื่อตรวจสอบค่าอิทธิพลว่าเมื่อมีตัวแปรกำกับจะสามารถมีประสิทธิภาพเทียบเท่าปัจจัยด้านอื่น ๆ หรือไม่ อย่างการได้ใช้ประโยชน์ (ศิริภาภรณ์ บุญมา, 2562) และจากการวิจัยครั้งนี้ ความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (ISS) ที่มีอิทธิพลไปยังความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง โดยส่วนใหญ่คือกลุ่มตัวอย่างเจนเรชั่นวาย ที่มีช่วงอายุระหว่าง 20 - 37 ปี หากทำการทดสอบขยายกลุ่มตัวอย่างให้กว้างขึ้นครอบคลุมช่วงอายุระหว่าง 38 - 56 ปีในกลุ่มเจนเรชั่นเอ็กซ์ และอายุระหว่าง 57-75 ปี ในกลุ่มเบบี้บูมเมอร์อย่างเจาะจง เพราะเมื่อขยายครอบคลุมไปยังเจนเรชั่นอื่น อาจทำให้ได้ผลการวิจัยที่แตกต่างออกไป (พิมพ์ิตา สุริยมงคล, 2562)

จากผลการศึกษาถึงอิทธิพลของตัวแปรคั่นกลางด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งานบนแพลตฟอร์ม Bitkub ซึ่งส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (คุณภาพของระบบ คุณภาพของข้อมูล และคุณภาพการบริการ) และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการเข้าใช้งานอย่างต่อเนื่องของผู้บริโภค ซึ่งจากงานวิจัยก่อนหน้าของ Hsu et al. (2014) อธิบายว่า ความไว้วางใจได้รับการศึกษาโดยการใช้แนวคิดที่หลากหลาย โดยมีการพิจารณาจากความไว้วางใจของคุณภาพของระบบ คุณภาพของข้อมูล และคุณภาพการบริการ ผลการวิจัยยืนยันว่าความไว้วางใจของผู้ใช้งานเป็นตัวแปรคั่นกลางของคุณภาพความสำเร็จของระบบสารสนเทศ ที่มีผลต่อความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง กล่าวคือ หากผู้ใช้งานรับรู้ว่าคุณภาพของระบบสารสนเทศ เป็นระบบที่มีประสิทธิภาพสูง ใช้งานได้ง่าย และสามารถให้ข้อมูลที่มีความเกี่ยวข้องกับความต้องการ รวมไปถึงการให้บริการที่มีความน่าเชื่อถือ และตอบสนองได้รวดเร็ว พวกเขาจะเกิดความไว้วางใจในแพลตฟอร์ม และส่งเสริมให้เกิดความตั้งใจในการใช้งานต่อไปในอนาคต

ซึ่งในทางจิตวิทยาความไว้วางใจถือเป็นหนึ่งตัวแปรที่สำคัญต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภค (Lee and See, 2004) ถ้าหากผู้ใช้บริการขาดความไว้วางใจในผู้ให้บริการ หรือระบบสารสนเทศบนแพลตฟอร์ม พวกเขาจะเกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการเข้าใช้งาน โดยแสดงออกมาในรูปแบบของการไม่เข้าใช้งานแพลตฟอร์ม หรือมีอัตราในการเข้าไปใช้งานที่ลดลง (Breznitz, 2013) มากไปกว่านั้น เมื่อผู้บริโภคสูญเสียความไว้วางใจแล้วก็ถือเป็นเรื่องที่ยากต่อการเรียกกลับคืน ดังนั้นการสร้างความไว้วางใจจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากต่อการดำเนินการและการวางกลยุทธ์กลยุทธ์ต่าง ๆ ทางธุรกิจ (Salem, 2003) เพื่อจูงใจให้ผู้ใช้งานตอบสนองออกมาในรูปแบบของความตั้งใจเชิงพฤติกรรม โดยที่การสร้าง ความไว้วางใจนั้นต้องอาศัยการสร้างประสบการณ์เชิงบวกที่มีความเหมาะสมต่อความต้องการของแต่ละบุคคล และความเชื่อที่ว่าผู้ให้บริการสามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของพวกเขาได้ อันจะนำไปสู่การเข้าใช้บริการด้วยความเต็มใจ เนื่องจากความไว้วางใจเชื่อมโยงกับความเต็มใจที่จะดำเนินการต่าง ๆ ในรูปแบบเฉพาะเจาะจง (Johns, Barnes & Florencio, 2003) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Doney and Cannon (1997) กล่าวว่า ความไว้วางใจของลูกค้าสามารถพัฒนาได้ผ่านกระบวนการต่าง ๆ จากความสามารถของผู้ให้บริการ ซึ่งแพลตฟอร์ม Bitkub นั้น มีระบบที่เสถียร มีความปลอดภัยในการเข้าใช้งาน และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้งานได้อย่างรวดเร็ว รวมไปถึงการนำเสนอของข้อมูลที่มีความเป็นปัจจุบันอยู่ตลอดเวลา เข้าใจได้ง่าย และตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน อีกทั้งทีมงานผู้ดูแลแพลตฟอร์ม Bitkub มีความเชี่ยวชาญในการแก้ไขปัญหาที่ผู้ใช้งานแต่ละรายต้องเผชิญ ส่งผลให้ผู้ใช้งานเกิดความมั่นใจและความไว้วางใจในแพลตฟอร์ม และนำไปสู่ความสัมพันธ์ที่ระยะยาวในการเข้าใช้งาน (Lacey, 2003)

นอกจากนั้น ยังพบว่าความไว้วางใจมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจของผู้ใช้งาน ในกรณีของแพลตฟอร์ม Bitkub ผลลัพธ์บ่งชี้ว่าผู้ใช้งานของแพลตฟอร์ม Bitkub มีความไว้วางใจในแพลตฟอร์ม โดยที่ความไว้วางใจนี้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้งานในการสานต่อความสัมพันธ์และการเข้าใช้งานแพลตฟอร์ม Bitkub ต่อไปในอนาคต จากผลการวิจัยนี้ ผู้วิจัยจึงเสนอว่าผู้ให้บริการในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ควรให้ความสำคัญต่อความไว้วางใจ และความตั้งใจในการเข้าใช้งานต่อไปในอนาคตของผู้บริโภค โดยการเพิ่มขีดความสามารถทั้งด้านของระบบ ข้อมูล และการบริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเพื่อสร้างความไว้วางใจให้แก่ผู้ใช้งาน ในส่วนของคุณภาพของระบบควรมีความเสถียร การซื้อขายมีความโปร่งใสสามารถตรวจสอบได้ภายในระบบมีการยืนยันพิสูจน์ตัวตนลูกค้าก่อนให้ทำการซื้อขายภายในแพลตฟอร์ม และการรักษาความปลอดภัยให้กับผู้ใช้งาน และคุณภาพของข้อมูลควรมีการปรับปรุงความสามารถในการใช้ภาษาที่ท่า

ให้ผู้ใช้งานเข้าใจได้ง่าย นำเสนอข้อมูลที่เป็นปัจจุบันอยู่ตลอดเวลา และตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน รวมไปถึงคุณภาพการบริการ ส่งเสริมให้มีกรอบรมเพิ่มความรู้และทักษะของพนักงานเพื่อลดจำนวนข้อผิดพลาด และมีความสามารถในการรับฟังและตอบสนองต่อข้อร้องเรียนของลูกค้าและนำเสนอแนวทางแก้ไขที่ลูกค้าจะได้รับได้อย่างเหมาะสม โดยมีการตรวจสอบให้แน่ใจว่าพนักงานรักษาคำมั่นสัญญาและมีความโปร่งใสในการให้ข้อมูลแก่ผู้ใช้งาน

ข้อจำกัดงานวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยมีข้อจำกัดในด้านกลุ่มตัวอย่างที่สำรวจกลุ่มตัวอย่างในรูปแบบเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจำกัดเฉพาะแค่ผู้ใช้งานศูนย์กลางการซื้อขายสินทรัพย์ดิจิทัลอย่างแพลตฟอร์ม Bitkub เพียงเท่านั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย จึงทำให้ไม่สามารถสรุปผลการศึกษากิจการวิจัยในครั้งนี้ให้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการแพลตฟอร์มซื้อขายสินทรัพย์ดิจิทัลต่างประเทศได้ และไม่สามารถระบุผลการศึกษาดังแนวคิดหรือทฤษฎีอื่น ๆ ในปัจจัยทางด้านการตลาดที่นอกเหนือจากวิจัยครั้งนี้ ในการนำไปเป็นแนวทางในการปรับใช้ในกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการแพลตฟอร์มศูนย์กลางซื้อขายสินทรัพย์ดิจิทัล

ข้อเสนอแนะ

1. เนื่องจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพียงอย่างเดียว อาจไม่ได้ข้อมูลเชิงลึกจากผู้ตอบแบบสอบถามอย่างครบถ้วนสมบูรณ์ ดังนั้น ในการทำวิจัยในอนาคตควรมีการทำวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่เป็นประโยชน์เพิ่มเติมมากยิ่งขึ้น

2. จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้สามารถนำผลมาพัฒนาแพลตฟอร์มให้มีประสิทธิภาพ ให้สามารถเพิ่มโอกาสในการแข่งขันและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดให้แก่ธุรกิจ รวมถึงให้แพลตฟอร์มเป็นที่ต้องการเข้าใช้งานตลอดเวลา เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการพัฒนาแพลตฟอร์มให้มีประสิทธิภาพ สามารถเพิ่มโอกาสในการแข่งขันและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดให้แก่ธุรกิจ รวมถึงให้แพลตฟอร์มเป็นที่ต้องการเข้าใช้งานตลอดเวลา

รายการอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2557). *การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างด้วย AMOS*. กรุงเทพฯ: ทิลดา.
- จอมขวัญ คงสกุล. (30 ตุลาคม 2564). *ทำความเข้าใจ “สินทรัพย์ดิจิทัล” ก่อนลงทุน-หลังยอดเปิดบัญชีเทรดพุ่ง 5 เท่า*. สืบค้นจาก <https://www.prachachat.net/finance/news-791295>
- ณัฐกมล กุลสวัสดิ์ และบุฏกา ปันฑุรธัมพร. (2563). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนหุ้นในสถานการณ์ Covid – 19 ของนักลงทุนรายย่อย*. สืบค้นจาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/twin-9/6214154015.pdf>
- พิมพ์วิศา สุริยมงคล. (2562). *ปัจจัยความเชื่อมั่นและความพึงพอใจที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้งานโมบาย แบงก์กิ้งอย่างต่อเนื่อง* (วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล, วิทยาลัยการจัดการ.
- มณัฐณี ประเสริฐลาภ และกิตติมา พฤกษณ. (2558). *การเปรียบเทียบความน่าเชื่อถือของผลการวัดแบบวัดเจตคติของลิเคอร์ที่มีมาตราต่างกัน: ทฤษฎีการสรุปอ้างอิงความน่าเชื่อถือของผลการวัด*. *วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย*, 7(2), 249-258.
- เมทินี จันทรกระแจะ. (2558). *คุณภาพของระบบสารสนเทศและการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, คณะบริหารธุรกิจ.
- เรวัต เทียมหมอก และ สุเมธ ชูดาราทระกูล. (2563). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสบการณ์การลงทุนของนักลงทุนรายย่อยเขตภาคกลางในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. *วารสารรัชภาคย์*, 14(36), 147-162.
- วรัญญ์ สุขนนท์. (26 มกราคม 2563). *มือใหม่เริ่มลงทุนใน Bitcoin ต้องทำอย่างไร?* สืบค้นจาก <https://www.bitkub.com/blog/how-to-bitcoin-e72260759875>
- วันวิสาข์ พิมพ์วิทยา. (2557). *คุณภาพ ของ Mobile Site ที่มีผลต่อความไว้วางใจของผู้ซื้อสินค้าผ่านทาง M-Commerce* (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, คณะบริหารธุรกิจ.
- ศิริภาภรณ์ บุญมา. (2562). *การใช้ประโยชน์และการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อความพึงพอใจความเชื่อถือ ไว้วางใจ และความ ภักดีต่อ K-Mobile Banking Plus ของผู้ใช้งานในกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, คณะบริหารธุรกิจ.
- สราวัลย์ ตั้งปัทมชาติ และ จริญญา ปานเจริญ. (2563). *ความสำเร็จของระบบสารสนเทศที่มีผลต่อพฤติกรรม การชำระเงินผ่านโมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 34(109), 173-185.
- สำนักงานกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2564). *ก.ล.ต.เผยมูลค่าสินทรัพย์ดิจิทัลทั่วโลก (4 ต.ค.) แต่ 2.14 ล้านล้านดอลลาร์*. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/business/964806>
- สิริรักษ์ ธีญะไพศาล, ไกรวุฒิ ตั้งสัตยาชีพ และสิริภา ธีญะไพศาล. (2564). *ปัจจัยการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในยุคโควิด-19*. *วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 16(2), 294-311.
- The Standard Wealth. (2564). *ม่วงบการเงิน 'Bitkub Online' สตาร์ทอัพที่เติบโตหลัก 1,000% จนเข้าตา Yan Ma 'SCBX'*. สืบค้นจาก <https://thestandard.co/bitkub-online>

References

References

- Awad, N. F., & Ragowsky, A. (2008). Establishing trust in electronic commerce through online word of mouth: An examination across genders. *Journal of Management Information Systems*, 24(4), 101-121.
- Beck, R., Avital, M., Rossi, M., & Thatcher, J. B. (2017). Blockchain technology in business and information systems research. *Business & Information Systems Engineering*, 59(6), 381-384.
- Boonma, S. (2019). *Usability and perceived risks affecting satisfaction, trust, and loyalty towards k-mobile banking plus of users in Bangkok* (Master's thesis). Bangkok University, Faculty of Management. (in Thai)
- Breznitz, S. (2013). *Cry wolf: The psychology of false alarms*. New York: Psychology Press.
- Brown, I., & Jayakody, R. (2008). B2C e-commerce success: A test and validation of a revised conceptual model. *Electronic Journal Information Systems Evaluation*, 11(3), 167-184.
- Caceres, R. C., & Paparoidamis, N. G. (2007). Service quality, relationship satisfaction, trust, commitment and business-to-business loyalty. *European Journal of Marketing*, 41(7/8), 836-867.
- Chang, M. K., & Cheung, W. (2005, January). Online trust production: Interactions among trust building mechanisms. In *Proceedings of the 38th Annual Hawaii International Conference on System Sciences* (p. 181c). IEEE.
- Chen, C. W. D., & Cheng, C. Y. J. (2009). Understanding consumer intention in online shopping: A respecification and validation of the DeLone and McLean model. *Behaviour & Information Technology*, 28(4), 335-345.
- Chuang, H. M., & Fan, C. J. (2011). The mediating role of trust in the relationship between e-retailer quality and customer intention of online shopping. *African Journal of Business Management*, 5(22), 9522-9529.
- De Ruyter, K., Wetzels, M., & Kleijnen, M. (2001). Customer adoption of e-service: An experimental study. *International Journal of Service Industry Management*, 12(2), 184-207.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9-30.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2004). Measuring e-commerce success: Applying the DeLone & McLean information systems success model. *International Journal of Electronic Commerce*, 9(1), 31-47.
- Doney, P. M., & Cannon, J. P. (1997). An examination of the nature of trust in buyer-seller relationships. *Journal of Marketing*, 61(2), 35-51.
- Egdair, I. M., Rajemi, M. F., & Nadarajan, S. (2015). Technology factors, ERP system and organization performance in developing countries. *International Journal of Supply Chain Management*, 4(4), 82-89.
- Filieri, R., Alguezaui, S., & McLeay, F. (2015). Why do travelers trust TripAdvisor? Antecedents of trust towards consumer-generated media and its influence on recommendation adoption and word of mouth. *Tourism Management*, 51, 174-185.

- Guiltinan, J. P. (1989). A classification of switching costs with implications for relationship marketing. In *AMA Winter Educators' Conference: Marketing Theory and Practice* (pp. 216-20). Chicago: American Medical Association.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Mena, J. A. (2012). An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling in marketing research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(3), 414-433.
- Hsu, L.-C. (2014). Influence of quality of information system success (ISS) on customer intention to continue use in B2B E-commerce: A contingency approach of system anxiety. *Research Journal of Business Management*, 8, 353-366.
- Huang, Y. M., Pu, Y. H., Chen, T. S., & Chiu, P. S. (2015). Development and evaluation of the mobile library service system success model: A case study of Taiwan. *Electronic Library*, 33(6), 1174-1192.
- Jankrajee, M. (2015). *Information system quality and technology acceptance affecting decision to use mobile banking service of people in Bangkok* (Master's thesis). Bangkok University, Faculty of Management. (in Thai)
- Johns, M. M., Barnes, M., & Florencio, P. S. (2003). Restoring balance to industry-academia relationships in an era of institutional financial conflicts of interest: promoting research while maintaining trust. *Jama*, 289(6), 741-746.
- Kelly, S. E., Bourgeault, I., & Dingwall, R. (2010). Qualitative interviewing techniques and styles. *SAGE Handbook of Qualitative Methods in Health Research* (pp. 307-326). United Kingdom: Sage.
- Khandare, N. (2013). Security of online electronic transactions. *International Journal of Technical eSearch and Applications*, 1(5), 53-58.
- Kim, J., & Forsythe, S. (2008). Adoption of virtual try-on technology for online apparel shopping. *Journal of Interactive Marketing*, 22(2), 45-59.
- Kim, S., & Park, H. (2013). Effects of various characteristics of social commerce (s-commerce) on consumers' trust and trust performance. *International Journal of Information Management*, 33(2), 318-332.
- Kongsakul, J. (2021, October 30). *Get to know "digital assets" before investing - after the opening of trading accounts has increased 5 times*. Retrieved from <https://www.prachachat.net/finance/news-791295>. (in Thai)
- Koufaris, M., & Hampton-Sosa, W. (2004). The development of initial trust in an online company by new customers. *Information & Management*, 41(3), 377-397.
- Krasnova, H., Hildebrand, T., & Guenther, O. (2009). Investigating the value of privacy on online social networks: Conjoint analysis. *ICIS 2009 Proceedings: Thirtieth International Conference on Information Systems*,

- Phoenix 2009 "Information Systems Security and Privacy" (pp. 1-18). n.p.: Association for Information Systems AIS Electronic Library (AISeL).
- Kulthakornsate, N. (2015). The structural equation model of causal. *Journal of Business, Economics and Communications, 10*(2), 145-165.
- Kunsawat, N., & Punruraomporn, B. (2020). *Factors affecting stock investment decisions in the Covid-19 situation of retail investors*. Retrieved from <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/twin-9/6214154015.pdf> (in Thai)
- Lacey, R. W. (2003). *Customer loyalty programs: Strategic value to relationship marketing* (Doctoral dissertation). The University of Alabama, Tuscaloosa, Alabama.
- Lee, H. Y., Ahn, H., & Han, I. (2006, January). Analysis of trust in the e-commerce adoption. In *Proceedings of the 39th Annual Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS'06)* (Vol. 6, pp. 113c). n.p.: IEEE.
- Lee, J. D., & See, K. A. (2004). Trust in automation: Designing for appropriate reliance. *Human Factors, 46*(1), 50-80.
- Marella, V., Upreti, B., Merikivi, J., & Tuunainen, V. K. (2020). Understanding the creation of trust in cryptocurrencies: The case of Bitcoin. *Electron Markets, 30*, 259–271.
- Masri, N. W., You, J. J., Ruangkanjanases, A., Chen, S. C., & Pan, C. I. (2020). Assessing the effects of information system quality and relationship quality on continuance intention in e-tourism. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 17*(1), 174.
- Molla, A., & Licker, P. S. (2001). E-commerce systems success: An attempt to extend and respecify the Delone and MacLean model of IS success. *Journal of Electronic Commerce Research, 2*(4), 131-141.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing, 58*(3), 20-38.
- Nelms, T. C., Maurer, B., Swartz, L., & Mainwaring, S. (2018). Social payments: Innovation, trust, bitcoin, and the sharing economy. *Theory, Culture & Society, 35*(3), 13-33.
- Nicolaou, A. I., & McKnight, D. H. (2006). Perceived information quality in data exchanges: Effects on risk, trust, and intention to use. *Information Systems Research, 17*(4), 332-351.
- Pimonwittaya, W. (2014). *The impact of mobile site quality on consumer trust of M-commerce*. (Master's thesis). Bangkok University, Faculty of Management. (in Thai)
- Preserthlap, M., & Prukpousana, K. (2015). Comparison of the reliability of the results of the different scale Lichert's attitude measurements: a summary theory referring to the reliability of the measurement results. *Silpakorn Educational Research Journal, 7*(2), 249-258. (in Thai)

- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1976). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Paper presented at the Annual Meeting of the American Educational Research Association (60th, April 19-23, 1976)* (pp. 1-37). San Francisco, CA.
- Salem, R. (2003). *Beyond Intractability*. Retrieved from http://www.beyondintractability.org/essay/empathic_listening/
- Schniederjans, D., & Yadav, S. (2013). Successful ERP implementation: An integrative model. *Business Process Management Journal*, 19(2), 364-398.
- Schreiber, J. B., Nora, A., Stage, F. K., Barlow, E. A., & King, J. (2006). Reporting structural equation modeling and confirmatory factor analysis results: A review. *Journal of Educational Research*, 99(6), 323- 338.
- Securities and Exchange Commission. (2021). *The Securities and Exchange Commission (SEC) reported that the value of global digital assets (Oct. 4) reached \$2.14 trillion*. Retrieved from <https://www.bangkokbiznews.com/business/964806> (in Thai)
- Sirdeshmukh, D., Singh, J., & Sabol, B. (2002). Consumer trust, value, and loyalty in relational exchanges. *Journal of Marketing*, 66(1), 15-37.
- Suknantee, V. (2020, January 26). *How to start investing in bitcoin?* Retrieved from <https://www.bitkub.com/blog/how-to-bitcoin-e72260759875> (in Thai)
- Suriyamongkol, P. (2019). *The effect of trust and customer satisfaction on intention to continue using mobile banking* (Master's thesis). Mahidol University, College of Management. (in Thai)
- Tangpatthamachart, S., & Parncharoen, C. (2020). Information system success model on payment behavior via mobile banking of consumers in Bangkok. *Suthiparita Journal*, 34(109), 173-185. (in Thai)
- Thanyaphaisan, S., Tangsattayacheep, K., & Thanyaphaisan, S. (2021). Factors in the investment decisions of investors in the stock exchange of Thailand in the Covid-19 Era. *Phranakhon Rajabhat Research Journal (Humanities and Social Sciences)*, 16(2), 294-311. (in Thai)
- The Standard Wealth. (2021). *Dissecting the financial statements 'Bitkub Online', a startup that has grown by 1000% until the death of the mother vehicle 'SCBX'*. Received from <https://thestandard.co/bitkub-online> (in Thai)
- Thiammok, R., & Tuvadaratragool, S. (2020). Factors affecting the investment experience of retail investors in the central region in the stock exchange of Thailand. *Rajapark Journal*, 14(36), 147-162. (in Thai)
- Thielsch, M. T., Meeßen, S. M., & Hertel, G. (2018). Trust and distrust in information systems at the workplace. *PeerJ*, 6, e5483.
- Van Slyke, C., Belanger, F., & Comunale, C. L. (2004). Factors influencing the adoption of web-based shopping: the impact of trust. *ACM SIGMIS Database: the DATABASE for Advances in Information Systems*, 35(2), 32-49.
- Vanichbuncha, K. (2014). *Analysis of the equation of a project with AMOS*. Bangkok: Three Lada. (in Thai)

- Wang, L., Law, R., Guillet, B. D., Hung, K., & Fong, D. K. C. (2015). Impact of hotel website quality on online booking intentions: eTrust as a mediator. *International Journal of Hospitality Management*, 47, 108-115.
- Zhou, T. (2013). An empirical examination of continuance intention of mobile payment services. *Decision Support Systems*, 54(2), 1085-1091.