

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้เพื่อศึกษาทัศนคติและการยอมรับเทคโนโลยีของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน) ที่มีต่อบริการโอนเงินด้วยบริการบัตรไม่ต้องเพื่อรับเงินโอน (Cardless) ซึ่งธนาคารได้นำเอาบริการโอนเงินรูปแบบใหม่เข้ามาให้บริการแก่ลูกค้า เพื่อทำธุรกรรมโอนเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ให้กับผู้รับโอนที่ไม่มีบัญชีกับธนาคาร โดยที่ผู้รับโอนสามารถรับเงินได้จากตู้กรุงศรีเอทีเอ็มทั่วประเทศ งานวิจัยนี้ได้นำเอาแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model:TAM) มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้า โดยงานวิจัยนี้ได้ศึกษากลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจากการวิจัยนี้พบว่า ความน่าเชื่อถือและความปลอดภัยในการใช้บริการ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้บริการ มีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า

Abstract

The objective of this study is to investigate the customers' attitude towards a technological financial product - "Cardless Transfer" service provided by Bank of Ayudhaya (Public Company Limited). This research employs an application of Technology Acceptance Model (TAM) to examine factors that influence the customers' use of the service. The study investigates customers, who have experienced with the service in Bangkok. The results indicate that customers' trust on technological safety, reliability, a realization of the benefits and ease of use have significant effect attitude and behavior of customers' use of Cardless Transfer service.