

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีโมบาย แบนด์กึ่ง การศึกษานำเอาทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีมาใช้ ทฤษฎีที่ว่าปัจจัยที่มีผลประกอบด้วย การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ การใช้งานง่าย ประสิทธิภาพการใช้ และ พฤติกรรมการบริโภคเทคโนโลยี โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการแจกแบบสอบถามจากลูกค้าธนาคารทั้งที่ใช้ และ ผู้ที่ยังไม่ได้ใช้ บริการโมบาย แบนด์กึ่ง ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ประโยชน์ การใช้งานง่าย ประสิทธิภาพการใช้เทคโนโลยีเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับบริการโมบาย แบนด์กึ่ง

Abstract

This research aims to study factors affecting technology adoption of Mobile Banking. The study based on Technology Acceptance Theory which identified the following factors; perceived usefulness, perceived ease of use, experiences of use, and consumers' behavior. The questionnaires are used to collect data from both users and non-users of mobile banking technology. The research results showed that the perceived benefits, perceived ease of use and experiences are factors affecting the adoption services.