

<b>Thesis Title</b>	Modelling on Intention to Use E-Banking Services of International Tourist in Myanmar	
<b>Author</b>	Mrs. May Thwe Min Han	
<b>Degree</b>	Master of Economics	
<b>Advisory Committee</b>	Lect. Dr. Pairach Piboonrunroj	Advisor
	Asst. Prof. Dr. Anuphak Saosaovaphak	Co-advisor

### **ABSTRACT**

This research is about the intention to use e-banking services by adopting the backbone of TAM (Technology Acceptance Model) in Myanmar. TAM is widely used to examine the two hypothesis, perceived usefulness and perceived ease of use, which impact on the actual use of the technology. This paper took the survey on a medium sample size of 297 respondents in tourist attraction areas in Yangon. This study consists of five hypotheses, where the author put “branding” as a contribution to the TAM, according to the literature study about the banking background of Myanmar. However, because of the rare use of e-banking services by international tourists, the actual use cannot be determined in this paper. This research studied the empirical result of the determinants of five hypotheses, branding, perceived ease of use, perceived usefulness, trust, and behavioural intention to use, by using SEM (Structural Equation Modelling). The outcome of SEM shows that there is no significant relationship between the behavioural intention to use and two main determinants, perceived usefulness and perceived ease of use. They can only influence the intention by using trust determinant as a mediator. However, the research findings show that the same uplift of perceived usefulness and perceived ease of use cannot give the same mediating effects on the trust, which have (0.75) significant impact on the intention, such as the branding, which can give impact on perceived ease of use determinant.

หัวข้อวิทยานิพนธ์      แบบจำลองการให้บริการธุรกรรมธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของนักท่องเที่ยว  
ต่างชาติในประเทศเมียนมาร์

ผู้เขียน                      นางเม ธิวี มิน ฮัน

ปริญญา                      เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษา      ดร. ไพรัช พิบูลย์รุ่งโรจน์                      อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก  
   ผศ.ดร.อนุภาค เสาร์เสาวภาคย์                      อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

### บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาแบบจำลองการให้บริการธุรกรรมธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศเมียนมาร์โดยประยุกต์ใช้ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Technology Acceptance Model: TAM) ในการตรวจสอบสมมติฐาน ได้แก่ การรับรู้ในการใช้ประโยชน์ (perceived usefulness) และการรับรู้ความสะดวกในการใช้งาน (perceived ease of use) มีผลต่อการใช้บริการเทคโนโลยีธุรกรรมธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (Actual use) การศึกษาครั้งนี้ใช้ทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 297 ตัวอย่างในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในเมืองย่างกุ้ง การศึกษาครั้งนี้ประกอบไปด้วย 5 สมมติฐาน โดยจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้เขียนจึงได้นำตัวแปรแบรนด์ (Branding) มาใช้ร่วมกับทฤษฎี TAM อย่างไรก็ดี เนื่องจากจำนวนการให้บริการธุรกรรมธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีการพบน้อยมาก ดังนั้น ตัวแปรด้านการใช้บริการจึงไม่สามารถระบุได้ในการศึกษา การวิจัยนี้ทำการศึกษาผลเชิงประจักษ์ของทั้ง 5 สมมติฐาน ได้แก่ แบนด์ของธนาคาร (Branding) การรับรู้ความสะดวกในการใช้งาน (perceive ease of use) การรับรู้ในการใช้ประโยชน์ (Perceive usefulness) ความเชื่อมั่น (Trust) และพฤติกรรมการใช้บริการ โดยใช้แบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Model) ผลการศึกษาพบว่า สองปัจจัยหลัก ได้แก่ การรับรู้ด้านความสะดวกในการใช้งานและการใช้ประโยชน์ ไม่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับพฤติกรรมการใช้บริการ แต่มีนัยสำคัญผ่านตัวแปรกลาง ได้แก่ ความเชื่อมั่น อย่างไรก็ดี ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้การใช้ประโยชน์และความสะดวกในการใช้งานส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นที่แตกต่างกัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อการใช้บริการ ซึ่งนำไปสู่การรับรู้ด้านความสะดวกในการใช้งานและการใช้ประโยชน์