

คณะกรรมการศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

เอกสารอ้างอิง

เอกสารอ้างอิง

- เกรียงสุข เพ็ญฟูพงศ์. การรับรู้ความสามารถของตนเอง การมองโลกในแง่ดี และความผูกพันในงาน: กรณีศึกษาพนักงานบริษัทผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางและยารักษาโลกแห่งหนึ่ง. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2554.
- เกศวิฑู ทิพย์ศ. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ กรณีศึกษา ธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน). การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเนชั่น, 2557.
- จิฎาดา แก้วแทน. ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟน: กรณีศึกษาในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปทุมธานี. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2557.
- จิรภา รุ่งเรืองศักดิ์. การศึกษาการยอมรับและการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อความไว้วางใจในการใช้บริการระบุ ตำแหน่ง (Location-based services: LBS) ของผู้ใช้บริการในเขต กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2557.
- จิรวัดณ์ วงศ์ธงชัย และกาญจนา สุคันธสิริกุล. “ปัจจัยด้านการรับรู้ที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี บาร์โค้ดสองมิติ ของผู้ใช้งานกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย”, วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี. 8(1): 37-54; มกราคม-พฤษภาคม, 2555.
- ชนิตว์สรณ์ ตรีวิทยาภูมิ. การรับรู้ความเสี่ยง. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551.
- เต็มศักดิ์ คทวนิช. จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2546.
- ถนอมพร เลหาจรัสแสง. “อินเทอร์เน็ต: เครื่องช่วยเพื่อการศึกษา”, วารสารครุศาสตร์. 6(1): 45-66; พฤศจิกายน - กุมภาพันธ์, 2541.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS. กรุงเทพฯ: วี.อิน.เตอร์ พริ้นท์, 2557.
- นนทกร เท็ดหุลทิวเดช. “Cashless Society: เตรียมพร้อมเข้าสู่สังคมไร้เงินสดอย่างเต็มรูปแบบ”, นิตยสารการเงินธนาคาร ฉบับเดือนสิงหาคม 2561. <https://www.sceic.com/th/detail/product/2602>. 5 มกราคม, 2561.
- นิธินาถ วงศ์สวัสดิ์ และปวีณา คำพุกกะ. “ความตั้งใจของผู้ซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านอินเทอร์เน็ต”, วารสารสมาคมนักวิจัย. 19(2): 56-67; พฤษภาคม – สิงหาคม, 2557.
- เบญจวรรณ ขุนฤทธิ์. “การรับรู้ความสามารถของตนเองด้านการเรียนของนักศึกษาหลักสูตร คอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ศูนย์การศึกษานอกที่ตั้ง” ใน การประชุม ชาติใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 7. น.1055-1064. สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่, 2559.
- ปวีณา คำพุกกะ. สถิติธุรกิจ. อุบลราชธานี: พิมพ์ลักษณ์, 2557.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- ประสงค์ พูนธเนศ. “สรรพากรรับมือ National e-Payment”, การประชุมคณะกรรมการฯ National e-Payment ครั้งที่ 3/2559. <http://www.rd.go.th/publish/56581.0.html>. 3 ธันวาคม, 2560.
- ภัทรา มหามงคล. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2554.
- มนปรียา สายบุญ. “อรรถประโยชน์ทางการตลาด”, การเป็นผู้ประกอบการ 2001-1002. <https://sites.google.com/site/entrepreneurship20011002/>. 1 ธันวาคม, 2560.
- รุจณี เลื่อนไธสง. ความสัมพันธ์ระหว่างการเผยแพร่ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตสำหรับนักลงทุน กับความสามารถในการทำกำไรของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. การค้นคว้าอิสระปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2555.
- ฤทธิชัย เจริญผ่อง. “การวิเคราะห์ตลาดในประเทศไทย”, พัฒนาการโทรศัพท์มือถือก่อนจะเป็นสมาร์ตโฟน ในรูปแบบ Infographic. <http://y34.wikidot.com/it-report01-050>. มกราคม, 2561.
- ฤทัยภัทร ทำว่อง. การตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตลำปาง. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเนชั่น, 2557.
- วชิระ ชินหนองจอก. (2553). “ทฤษฎีการรับรู้. ระบบออนไลน์”, ทฤษฎีการรับรู้. <http://gotoknow.org/blog/percaptiontheory/282194>. 17 สิงหาคม, 2562.
- วรรณระ พูนทองชัย. การรับรู้คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิของผู้โดยสารขาออก. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2556.
- วรภาพร วรเนตร. การศึกษาการรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจและความตั้งใจซื้อประกันภัยผ่านอินเทอร์เน็ต. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2554.
- วิลาวัลย์ ดาราฉาย. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ความสามารถของตนเองด้านการเรียนของนักเรียนช่วงชั้นปีที่ 2-3. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2554.
- ศศิพร เหมือนศรีชัย. ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับ ERP Software ของผู้ใช้งานด้านบัญชี. วิทยานิพนธ์ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2555.
- สรพรรค ภักดีศรี. “การศึกษาความพึงพอใจต่อการเรียนรู้ผ่านเว็บของผู้เรียน”, วารสารนักบริหาร. 3(4): 26-33; ตุลาคม-ธันวาคม, 2556.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร. “ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ”, **วารสารเทคโนโลยีสารสนเทศตลาดกระบ้ง**. <https://www.tci-thaijo.org/index.php/itm-journal/article/view/115108>. 10 มกราคม, 2562.
- สุชาติดา กิระนันท์. **รายงานการดำเนินงานเทคโนโลยีสารสนเทศสถิติ: ข้อมูลในระบบสารสนเทศ**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- สุรางค์รัตน์ แสงศรี. **โมเดลการรับรู้วัตรกรรมของสินค้าเครื่องสำอางประเภทแต่งหน้าในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต: มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย, 2552.
- อนุรักษ์ ทองสุโขวงศ์. **รายงานวิจัยการวิเคราะห์ธุรกิจและต้นทุนผลิตภัณฑ์เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน: กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ที่มีใช้อาหารและยา**. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2552.
- อภิญา อิงอาจ และชลธร อริยปิณฑพันธ์. “การรับรู้ ความสามารถของตนด้านการเรียน และความสามารถในการฟันฝ่าอุปสรรคของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ”, **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยกรุงเทพ**. 9(1): 30-43; มกราคม, 2553.
- อุไรพร ชลสิริรุ่งสกุล. **สังคมไร้เงินสด**. กรุงเทพฯ: กรุงเทพธุรกิจ, 2559.
- เอกลักษณ์ ธนเจริญพิศาล. **ความตระหนักและการยอมรับการนำระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO 14001) มาใช้ในองค์การภาครัฐ: ศึกษากรณีสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม**. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2554.
- Ajzen, I. “Intention, perceived control, and weight loss: An application of the theory of planned behavior”, **Journal of Personality and Social Psychology**. 49(3): 843–851, May, 1985.
- . “From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior. In: Kuhl J., Beckmann”, **J. (eds) Action Control**. 50(2): 179-211; December, 1991.
- Ajzen, I. and Fishbein, M. **Understanding attitudes and predicting social behavior**. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, 1980.
- Akujinma, A., F. “Trust and Distrust Determinants of Mobile Banking Adoption in the Nigerian Banking Industry: A Study of First Bank Nigeria Limited”, **Asian Research Journal of Arts & Social Sciences**. 3(4): 1-25, March, 2017.
- Amin, H. “Receptiveness of mobile banking by Malaysian local customers in Sabah: An empirical investigation”, **Journal of Internet Banking and Commerce**. 17(1): 32-40; April, 2012.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- Arens, W. F. **Contemporary advertising**. 9th ed. New York: McGraw-Hill, 2004.
- Assael H. **Consumer behavior: A strategic approach**. Boston, Massachusetts: Houghton Mifflin, 2004.
- Bagozzi, R. “The Legacy of the Technology Acceptance Model and a Proposal for a Paradigm Shift”, **Journal of the Association for Information Systems**. 8(4): 21-30; April, 2007.
- Bandura, A. and et al. “Perceived self-efficacy and pain control: Opioid and nonopioid mechanisms”, **Journal of Personality and Social Psychology**. 53(3): 563-571; September, 1986.
- Bandura, A. “Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change”, **Psychological Review**. 84(2): 191–215; March, 1977.
- Bong-Keun, J. and Yoon, T. E. “An Empirical Investigation on Consumer Acceptance of Mobile Banking Services”, **Business and Management Research**. 2(1): 31-40; January, 2013.
- Burton-Jones, A. and Geoffrey S. H. “Individual differences and usage behavior: revisiting a technology acceptance model assumption”, **ACM SIGMIS Database: the DATABASE for Advances in Information Systems**. 36(2): 58-77; June, 2005.
- Compeau, D. R. and Higgins, C. A. “Computer Self-Efficacy: Development of a Measure and Initial Test”, **MIS Quarterly**. 19(2): 189-211; June, 1995.
- Cox, W. M. and Klinger, E. “A Motivational Model of Alcohol Use: Determinants of Use and Change”, **Journal of Abnormal Psychology**. 97(2): 168-80; June, 1990.
- Curan, J. M. and Lennon, R. “Participating in the conversation: Exploring usage of social media networking sites”, **Academy of Marketing Studies Journal**. 15(1): 21-38; January, 2011.
- Daniel K. M. “Behavioral intention towards mobile banking usage by South African retail banking clients”, **Investment Management and Financial Innovations**. 11(2): 37-51; September, 2014.
- Davis, F. D. “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology”, **MIS Quarterly**. 13(3): 319-340; September, 1989.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- Droidsans.com. “คนไทยขึ้นแท่นแชมป์โลก สัดส่วนผู้ใช้บริการ Mobile Banking สูงสุด 74% ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วประเทศ”, สถิติที่น่ารู้. <https://droidsans.com/thailand-mobile-banking-2019-to-cashless-society>. 12 September, 2019.
- El-Gohary, H. and et al. “The Chaos and Optimal Control of Cancer Model with Complete Unknown Parameters. Chaos, Solitons and Fractals”, **Scientific Research**. 42(4): 2865-2874; April, 2009.
- Grandon, E. E. and Pearson, J. M. “Perceived Strategic Value and Adoption of Electronic Commerce: An Empirical Study of Small and Medium Sized Businesses”, **Journal of Global Information Technology Management**. 6(3): 188-196; July, 2003.
- Heng, B. C. and et al. “The differentiation status of stem cells and their derivatives: A key consideration in transplantation medicine”, **ASAIO Journal**. 50(1): 626–627; May-June, 2005.
- Lule. I. “Application of Technology Acceptance Model (TAM) in M-Banking Adoption in Kenya”, **International Journal of Computing and ICT Research**. 6(1): 31-43; June, 2008.
- Martin, S. S. and Camarero, C. “Consumer trust to a Web site: moderating effect of attitudes toward online shopping”, **Cyberpsychol Behav**. 11(5): 549-554; October, 2008.
- Maroofi, F., Kahrarian, F. and Dehghani, M. “An Investigation of Initial Trust in Mobile Banking”, **International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences**. 3(9): 394-403, September; 2013.
- Ming-Chi, L. “Factors influencing the adoption of internet banking: An integration of TAM and TPB with perceived risk and perceived benefit”, **Electronic Commerce Research and Applications**. 6(8): 143-159; August, 2009.
- Mun Y. Y. and Yujong, H. “Predicting the use of web-based information systems: self-efficacy, enjoyment, learning goal orientation, and the technology acceptance model”, **International Journal of Human-Computer Studies**. 59(4): 431-449; October, 2002.
- Oliveira, T. and et al. “Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology”, **Computers in Human Behavior**. 61(1): 404-414; August, 2016.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- Phonthanukitithaworn, C. and et al. “A Comparative Study of Current and Potential Users of Mobile Payment Services SAGE Open October-December”, **SAGE Journals**. 6(4): 1-8; November, 2016.
- Ramlugun, V. G. and Issuree, H. “Factors Determining Mobile Banking Adoption in Mauritius”, **International Journal Of Innovative Research & Development**. 3(1): 193-202; January, 2014.
- Ranjini, S. N. and Fasal, S. “Mobile Banking and its Adopting Challenges, International”, **Journal of Computer Applications**. 160(4): 0975-8887; February, 2017.
- Reid, M. “Hydraulic resistance due to aquatic vegetation in small streams: Field study”, **Journal of Hydraulic Engineering**. 134(9): 1326-1332; September, 2008.
- Rogers, E. M. **Diffusion of Innovations**. 4th ed. New York: The Free Press, 1995.
- Rubio, N., Oubiña, J. and Villaseñor, N. “Brand awareness–Brand quality inference and consumer’s risk perception in store brands of food product”, **Food Quality and Preference**. 32(1): 289–298; March, 2014.
- Rubio, N and et al. “Consumer identification with store brands: Differences between consumers according to their brand loyalty”, **BRQ Business Research Quarterly**. 18(2): 111-126; April–June, 2014.
- Venkatesh, V. and David, F. D. “A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies”, **Management Science**. 46(2): 186–204; February, 2000.
- Venkatesh, V. and et al. “Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology”, **MIS Quarterly**. 36(1): 157-178; March, 2003.
- Vijayasathy, L. R. “Predicting consumer intentions to use on-line shopping: The case for an augmented technology acceptance model”, **Information & Management**. 41(6): 747-762; July, 2004.
- Venkatesh, V. and et al. “User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View”, **MIS Quarterly**. 27(3): 425-478; September, 2003.
- Wittawin. A. (2019). “Pantip 101: พื้นฐาน pantip.com สำหรับนักการตลาด และนักธุรกิจหน้าใหม่”, **FEATURED, SOCIAL MEDIA** <https://www.thumbsup.in.th/pantip-101>. 12 September, 2019.
- Yamane, T. **Statistics: An Introductory Analysis**. 3rd ed. New York: Harper and Row, 1973.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

Zhou, T. “The effect of initial trust on user adoption of mobile payment”,
Information Development. 27(4): 290-300; December, 2011.

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี