

บรรณานุกรม

- เกศวิฑู ทิพย์ศ. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์กรณีศึกษา ธนาคาร ซี ไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน). มหาวิทยาลัยเนชั่น. กรุงเทพฯ.
- คุณิตา เทพวงศ์. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Bualuang mBanking ของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ ใน เขตจังหวัดชลบุรี. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ฤทัยภัทร ทำว่อง. (2557). การตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตลำปาง 1. การค้นคว้าอิสระ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2559). “ธนาคารบนมือถือ” แบบไหนที่ปลอดภัยแบบไหนที่เราต้องการ. สืบค้นจาก ; <http://www.manager.co.th/columnist/ViewNews.aspx?NewsID=9590000125566>.
- ภัทราวดี วงศ์สุเมธ. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและการใช้งานระบบการเรียนรู้ผ่านเว็บ. การค้นคว้าอิสระปรินญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภานุพงศ์ เสกทวิลาภ. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจด้านพฤติกรรมการใช้ Cloud Storage ใน ระดับ Software-as-a-Service (SaaS) ของพนักงานองค์กรเอกชน ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจของกรุงเทพมหานคร, 12-84.
- ศศิพร เหมือนศรีชัย. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับ ERP Software ของผู้ใช้งานด้านบัญชี. วารสารวิชาชีพ.
- สิงหะ นวิสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร. (2555). ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ KMITL Information Technology Journal, (Jan. – Jun. 2012).
- อรทัย เลื่อนวัน. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ: กรณีศึกษา กรมการพัฒนาชุมชน ศูนย์ราชการแจ้งวัฒนะ. การค้นคว้าอิสระปรินญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- อรวรรณ ใจโต. (2555). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของธนาคารออมสิน ในจังหวัดลำปาง. การค้นคว้าอิสระ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- เอกลักษณ์ ธนเจริญพิศาล. (2554). ความตระหนักรู้และการยอมรับการน ระบบการจัดการ

สิ่งแวดล้อม (ISO 14001) มาใช้ในองค์กรภาครัฐ: ศึกษากรณีสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

- Eun-Ju, L.Kyoung-nan, K. and David, W.S. 2005. Segmenting the non-adopter category in the diffusion of internet banking. *International Journal of Bank Marketing*. 23. 414-437
- F, D.,bagozzi, R,P., & Warshaw, P.R. Davis. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of two Theoretical Models, *Management Science*, Vol. (35:8), 982-1003.
- Karjaluoto, H., Mattila, M., and Pentto, T. 2002. Factor underlying attitude formation towards online banking in Finland. *International Journal of Bank Marketing*. Vol.20 No.6, pp. 261-72
- Lee, E and Lee, J. 2001. Consumer adoption of internet banking: Need-based and/or skill-based? *Marketing management Journal*, 11, 101-113
- Taro Yamane. (1967). *Statistics : An Introductory Analysis* (2nd ed). New York: Harper & Row.