รายการอ้างอิง

หนังสือ

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2548). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพมหานคร: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). *สถิติสำหรับงานวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ทรงศักดิ์ ภูสีอ่อน. (2551). *การประยุกต์ใช้ SPSS วิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัย*. กาฬสินธุ์: ประสานการพิมพ์.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2550). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพมหานคร: บริษัท วี.อินเตอร์ พริ้นท์ จำกัด.

Articles

Ahmad, R. (2005). A conceptualization of a customer-bank bond in the context of the twenty-first century UK retail banking industry. *International Journal of Bank Marketing*, *23*(2), 317-333.

Chen, L. (2008). A model of consumer acceptance of mobile payment. *International journal of Mobile Communications*, *6*(1), 32-52.

Curran, J.M. & Meuter, M.L. (2005). Self-service technology adoption: comparing three technologies. *Journal of Services Marketing*, *19*(2), 103-113.

Davis, F.D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, *13*(3), 319-340.

Davis, F.D., Bagozzi, R.P. & Warshaw, P.R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management science*, *35*(8), 982-1003.

Eriksson, K., Kerem, K. & Nilsson, D. (2005). Customer acceptance of internet banking in Estonia. *International Journal of Bank Marketing*, *23*(2), 200-216.

Herbig, P.A. & Day, R.L. (1992). Customer Acceptance: The Key to Successful Introductions of Innovations. *Marketing Intelligence & Planning*, *10*(1), 4-15.

Krejcie, R.V. & Morgan, D.W., (1970). Determining sample size for research activities. *Education and Psychological Measurement*, *30*, 607-610.

Lai, F., Hutchinson, J. & Zhang, G. (2005). Radio frequency identification (RFID) in China: opportunities and challenges. *International Journal of Retail & Distribution Management*, *33*, 905-916.

Lee, H., Fiore A.M. & Kim, J. (2006). The role of the technology acceptance model in explaining effects of image interactivity technology on consumer responses. *International Journal of Retail & Distribution Management*, *34*, 621-644.

Lee, L.S., Fiedler, K.D. & Smith, J.S. (2008). Radio frequency identification (RFID) implementation in the service sector: A customer-facing diffusion model. *International journal of production economics*, *112*, 587-600.

Lloyd-Walker, B. & Cheung, Y.P. (1988). Research and concepts IT to support service quality excellence in the Australian banking industry. *Managing Service Quality*, *8*(5), 350-358.

McKechnie, S., Winklhofer, H. & Ennew, C. (2006). Applying the technology acceptance model to the online retailing of financial services. *International Journal of Retail & Distribution Management*, *34*(4/5), 388-410.

Moutinho, L. & Meidan, A. (1989). Bank customers' perceptions, innovations and new technology. *Internaltional Journal of Bank Marketing*, *7*(2), 22-27.

Parveen, F. & Sulaiman, A. (2008). Technology Complexity, Personal Innovativeness And Intention To Use Wireless Internet Using Mobile Devices In Malaysia. *International Review of Business Research Papers*, *4*(5), 1-10.

Pikkarainen, T., Pikkarainen, K., Karjaaluoto, H. & Seppo Pahnila (2004). Consumer acceptance of online banking: an extension of the technology acceptance model. *Internet Research*, *14*(3), 224-235.

Ramsay, J. & Smit, M. (1999). Managing customer channel usage in the Australian banking sector. *Managerial Auditing Journal*, *14*(7), 329-338.

Rigopoulos, G., Psarras, J. & Askounis, D.T. (2008). A TAM Model to Evaluate User's Attitude Towards Adoption of Decision Support Systems. *Journal of Applied Sciences*, *8*(5), 899-902.

Singer, D., Avery, A. & Baradwaj, B. (2008). Management innovation and cultural adaptivity in international online banking. *Management Research News*, *31*(4), 258-272.

Srivastava, L. (2007). Radio frequency indentification: ubiquity for humanity. *Info*, *9*(1), 4-14.

Tzeng, S., Chen, W. & Pai, F. (2008). Evaluating the business value of RFID: Evidence from five case studies. *International Journal of Production Economics*, *112*, 601-613.

Wang, Y., Wang, Y., Lin, H., & Tang, T. (2003). Determinants of user acceptance of Internet banking: an empirical study. *International Journal of Service Industry Management*, *14*(5), 501-519.