

รายการอ้างอิง

หนังสือ

รองศาสตราจารย์ ดร. กัลยา วาณิชยปัญญา. (2548). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล (พิมพ์ครั้งที่ 7)*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

งานวิจัย

พิพัฒน์ ประทีปอมรกุล. (2548). *การระบุบุคคลโดยใช้ลักษณะเรขาคณิตของมือและรูปแบบม่านตา*. วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะวิศวกรรมศาสตร์, สาขาวิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์.

วิไลลักษณ์ เสรีตระกูล. (2550). การสังเกตการณ์ระยะยาวของการยอมรับ e-Learning กรณีศึกษา: นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. *BU Academic Review*, 6(1), 75-83.

สวิตา ยอดเมือง. (2550). *แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีเครื่องเล่นเพลงดิจิทัล iPod ในประเทศไทย*. งานค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, วิทยาลัยนวัตกรรมการอุดมศึกษา, สาขาการจัดการเทคโนโลยี.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

ดร. เศรษฐพงศ์ มะลิสวรรณ. (2551). *เทคโนโลยีไบโอเมทริกซ์*. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 สิงหาคม 2552, จาก <http://wareerat.wordpress.com/2008/08/26/เทคโนโลยีไบโอเมทริกซ์>.

หยาดพิรุณ นุตสถาปนา. (2546). *ไบโอเมทริกซ์ ชีวิตดิจิทัลสมบูรณ์แบบ*. สืบค้นเมื่อวันที่ 19 มิถุนายน 2552, จาก http://www.nectec.or.th/bid/mkt_info_tech_biometric1.htm.

Articles

Alice M. Johnson. (2005). The technology acceptance model and the decision to invest in Information Security. *The 2005 Southern Association of Information Systems Conference*, 114-118.

Daniel Singer, Albert Avery and Babu Baradwaj. (2008). Management innovation and cultural adaptivity in international online banking. *Management Research News*, 31(4), 258-272.

Enrique Bigne-Alcaniz, Carla Ruiz-Mafe, Joaquín Alda's-Manzano and Silvia Sanz-Blas. (2008). Influence of online shopping information dependency and innovativeness on Internet shopping adoption. *Online Information Review*, 32(5), 648-667.

Farzana Parveen and Ainin Sulaiman. (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.

Fred D. Davis. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology, Computer and Information Systems. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.

Fred D. Davis, Richard P. Bagozzi, and Paul R. Warshaw. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 982-1003.

- Geng Cui, Wenjing Bao, Tsang-Sing Chan. (2009). Consumers' adoption of new technology products: The role of coping strategies. *Journal of Consumer Marketing*, 26(2), 110–120.
- Hanudin Amin. (2007). An analysis of mobile credit card usage intentions. *Information Management & Computer Security*, 15(4), 260-269.
- Hyun-Hwa Lee, Ann Marie Fiore, Jihyun Kim. (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(8), 621-644.
- James M. Curran and Matthew L. Meuter. (2005). Self-service technology adoption: comparing three technologies. *Journal of Services marketing*, 19(2), 103-113.
- June Lu, Chun-Sheng Yu, Chang Liu and James E. Yao. (2003). Technology Acceptance Model for Wireless Internet. *Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy*, 13(3), 206-222.
- Kent Eriksson, Katri Kerem, Daniel Nilsson. (2004). Customer acceptance of Internet banking in Estonia. *International Journal of Bank Marketing*, 23(2), 200-216.
- Paul J. Hu, Patrick Y.K. Chau, Olivia R. Liu Sheng, and Kar Yan Tam. (1999). Examining the Technology Acceptance Model Using Physician Acceptance of Telemedicine Technology. *Journal of Management Information Systems*, 16(2), 91-112.

- Peter A. Rosen. (2004). The Effect of Personal Innovativeness in the domain of Information Technology on the acceptance and use of technology: A Working Paper.
- Rajiv Kishore, Jungwoo Lee and Ephraim R. McLean. (2001). The role of Personal Innovativeness and Self-Efficacy in Information technology acceptance: An extension of TAM with notions of Risk. *Twenty-Second International Conference on Information Systems*, 469-474.
- Ramayah T. and Muhamad Jantan. (2002). Technology Acceptance: An Individual Perspective Current and Future Research in Malaysia, School of Management, and Centre for Policy Research, Universiti Sains Malaysia, Penang, Malaysia.
- Ritu Agarwal and Jayesh Prasad. (1997). The Role of Innovation Characteristics and Perceived Voluntariness in the Acceptance of Information Technologies. *Decision Sciences*, 28(3), 557-582.
- Ritu Agarwal and Jayesh Prasad. (1998). A Conceptual and Operational Definition of Personal Innovativeness in the Domain of Information Technology. *Information Systems Research*, 9(2), 204-215.
- Sally McKechnie, Heidi Winklhofer and Christine Ennew. (2006). Applying the technology acceptance model to the online retailing of financial services. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 34(4/5), 388-410.
- Seyal A.H. and Rahman N.A. (2007). The influence of external variables on the executives' use of the internet. *Business Process Management Journal*, 13(2), 263-278.

- Shumaila Y. Yousafzai, Gordon R. Foxall and John G. Pallister. (2007). Technology acceptance: a meta-analysis of the TAM: Part 2. *Journal of Modeling in Management*, 2(3), 281-304.
- Sitalakshmi Venkatraman and Indika Delpachitra. (2008). Biometrics in banking security: a case study. *Information Management & Computer Security*, 16(4), 415-430.
- Tero Pikkarainen, Kari Pikkarainen, Heikki Karjaluoto and Seppo Pahnla. (2004). Consumer acceptance of online banking: An extension of the technology acceptance model. *Internet Research*, 14(3), 224–235.
- Walfried M. Lassar, Chris Manolis, and Sharon S. Lassar. (2005). The relationship between consumer innovativeness, personal characteristics, and online banking adoption. *International Journal of Bank Marketing*, 23(2), 176-199.
- Yi-Shun Wang, Yu-Min Wang, Hsin-Hui Lin, Tzung-I Tang. (2003). Determinants of user acceptance of Internet banking: an empirical study. *International Journal of Service Industry Management*, 14(5), 501-519.
- Yogesh Malhotra and Dennis F. Galletta. (1999). Extending the Technology Acceptance Model to Account for Social Influence: Theoretical Bases and Empirical Validation. *The 32nd Hawaii International Conference on System Sciences*.