

## บรรณานุกรม

กฤตชัย งดงาม. (2545ก). การชำระเงิน อี-คอมเมิร์ซที่ไม่ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต.

*E-Commerce*, 4(24), 68-71.

กฤตชัย งดงาม. (2545ข). วิธีการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์. *E-Commerce*, 4(42), 68-71.

การเติบโตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ประเทศไทย ปี 53. (2553). ค้นเมื่อ 15 กันยายน 2553,

จาก <http://www.ecommerce-magazine.com/index.php?>

ความเป็นมาของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce). (2551). ค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2552,

จาก <http://elearning.northcm.ac.th/mis/content.asp>

คอตเลอร์, เฟ. (2542). การตลาดสำหรับนักปฏิบัติ (สายฟ้า พลวายุ, ผู้แปล). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ เอ. อาร์. บิซิเนส เพรส.

จิราภรณ์ เลิศจิระจรัส. (2548). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่.

วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2541). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพมหานคร.

สำนักพิมพ์เทพเนรมิตการพิมพ์.

ณัฐพันธ์ เผ่าพันธุ์. (2551). รายงานการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่สร้างแรงจูงใจต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

ทัศนียา โศตรบรรเทา. (2546). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. มหาสารคาม: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ธีระพร อุวรรณโณ. (2528). การวัดทัศนคติ. ปัญหาการใช้เพื่อทำนายพฤติกรรม.

วารสารการวัดผลการศึกษา, 7, 15-39.

ธีระพร อุวรรณโณ. (2535). เจตคติ: การศึกษาตามแนวทฤษฎีหลัก. กรุงเทพมหานคร:

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะครุศาสตร์.

- ธุรกิจซื้อขายออนไลน์ ปี 52 ยังคงขยายตัวได้ แม้เศรษฐกิจจะชะลอตัวลง. (2552).  
 ค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2552, จาก <http://research.kasikomresearch.com/portal/site/KResearch/KEconResearchDetail/?id=18670&cid=7&langSrhTxt>
- ธุรกิจบริการอินเทอร์เน็ต ปี 52 ผู้ให้บริการมุ่งแข่งขันกันที่ความเร็ว. (2552). ค้นเมื่อ  
 5 พฤษภาคม 2552, จาก <http://research.kasikomresearch.com/portal/site/KResearch/KEconResearchDetail/?cid=7&id=19973>
- นันทวัน มุลรินทร์. (2545). พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ของผู้ใช้บริการเว็บไซต์  
*TARAD.COM*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- Broadband โด 2.6 ล้านครัวเรือน เน้น 3.9G มีข้อจำกัด. (2553). ค้นเมื่อ 14 กันยายน 2553,  
 จาก <http://www.ecommerce-magazine.com/index.php?>
- ปริญ ลักขิตานนท์. (2536). จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร:  
 สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- ปิยาณี รุ่งรัตน์รัชชัย. (2551). *Social networking* หนุนโฆษณาออนไลน์. ค้นเมื่อ 23  
 พฤษภาคม 2551, จาก <http://www.positioningmag.com/magazine/details.aspx?>
- ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 24 ล้านคน กับสถิติของประเทศไทย ปี 53. (2553). ค้นเมื่อ 13 กันยายน  
 2553, จาก <http://www.ecommerce-magazine.com/index.php?>
- พฤติกรรมออนไลน์. (2552). ค้นเมื่อ 22 มิถุนายน 2552, จาก <http://blog.spu.ac.th/InformationSystems/2009/06/22/entry-1>
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2543). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์  
 (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- พันธ์ศักดิ์ ศิริรัชตพงษ์ และชฎามาศ ชูวะเศรษฐกุล. (2553). รายงานผลการสำรวจ  
 กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2553. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์เทคโนโลยี-  
 อิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ.
- พิพัฒน์ จงตระกูล. (2545). การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านอินเทอร์เน็ต.  
 วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ภาวธ พงษ์วิทย์ภานุ และสุชน โรจน์อนุสรณ์. (2551). *e-marketing* เจาะเทคนิคการตลาด  
 ออนไลน์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ตลาด คอท คอม.

- ภาวฐ พงษ์วิทย์ภานุ. (2550). *E-commerce* สุดยอดช่องทางรวย ทุนน้อย ทำง่าย สร้างรายได้ 24 ชั่วโมง. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์พงษ์วรรณการพิมพ์.
- Mobile internet* ทะลุ 12 ล้าน แชนจ์หน้าเน็ตบ้านพร้อมเข้าถึงทุกพื้นที่. (2553). ค้นเมื่อ 14 กันยายน 2553, จาก <http://www.ecommerce-magazine.com/index.php?> *ยักษ์อสังหาฯ เปิดศึกออนไลน์ปั่นกำลังซื้อผ่านเน็ต*. (2552, พฤศจิกายน 11). *โพสต์ทูเดย์*, หน้า 5.
- โรเซ, เอ็ม. (2545). *กลยุทธ์การตลาดปากต่อปาก* (ป. ฉัชยา, ผู้แปล). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์พิมพ์ดี.
- วัชรพงศ์ ยะไวทย. (2543ก). *E-commerce และกลยุทธ์การทำเงินบนอินเทอร์เน็ต*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- วัชรพงศ์ ยะไวทย. (2543ข). *พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และกลยุทธ์การทำเงินบนอินเทอร์เน็ต*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ศรัยกร บุษยะมา. (2545). *การวัดประสิทธิผลขององค์กรด้วยวิธีการแบบคุณภาพ* *กรณีศึกษา: บริษัทริพัฒน์ อินดรัสตรีส์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด*. วิทยานิพนธ์-คุรุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ศิริพงษ์ เสาภายน. (2547). *การวิจัยทางการศึกษา: Educational research* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บู๊ค พอยท์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ธีระฟิล์ม-และไซเท็กซ์.
- ศุภชัย สุขะนินทร์. (2542). *ง่าย ๆ กับธุรกิจการค้าบนอินเทอร์เน็ต: Easy e-commerce*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. (2553). *รายงานผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย พ.ศ. 2553*. ค้นเมื่อ 12 มกราคม 2553, จาก <http://www.nectec.or.th/index.php?searchword>
- ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. (2547). *พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เบื้องต้น*. ค้นเมื่อ 22 พฤศจิกายน 2552, จาก <http://www.ecommerce.or.th/faqs/faq1-1.html>

- สมบูรณ์ ไชยสิทธิพร. (2548). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการล้างทำความสะอาดรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์-เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2551). *รายงานผลที่สำคัญ สํารวจสถานภาพการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย พ.ศ. 2552*. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.
- สุชาดา กิระนันท์. (2538). *ทฤษฎีและวิธีการสำรวจตัวอย่าง*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2540). *เทคนิคการวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ และพฤติกรรมศาสตร์: หลักการ วิธีการและการประยุกต์*. กรุงเทพมหานคร: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สุมาลี ศาลาสูข. (2553). *บทความอภัพเจจํานวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตของไไทย พร้อมสถิติการเติบโตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตประเทศไทยปี 53*. ค้นเมื่อ 10 มกราคม 2554, จาก [http://www.ecommerce-magazine.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=3453&Itemid=48](http://www.ecommerce-magazine.com/index.php?option=com_content&task=view&id=3453&Itemid=48)
- สุเมธ สมภักดี. (2550). *ทฤษฎีการเลือกตัวอย่าง (sampling theory)*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ประกายพริก.
- สุรินทร์ นิยมางกูร. (2546). *เทคนิคการสุ่มตัวอย่าง*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สุพล พรหมมาพันธุ์. (2553). *ตอบโจทย์ธุรกิจด้วยกลยุทธ์ CRM*. *CIO World & Business*, 102, 44-45.
- อคุลย์ จาตุรงค์กุล. (2542). *พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับมาตรฐาน*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Ecommerce-magazine. (2552). *7 เคล็ดลับเพื่อการทำ viral web marketing*. ค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2552, จาก <http://www.ecommerce-magazine.com>

- เอก บุญเจือ. (2545). *การตลาดอิเล็กทรอนิกส์: เอกสารประกอบการสอน*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะบริหารธุรกิจ, ภาควิชาการตลาด.
- Anagnostelis, B., & Alison, C. (1999). *Selection criteria: How to tell if you are looking at a great web site*. Retrieved March 23, 1999, from <http://www.ala.org/parentspage/greatsites/criteria.html>
- Argwal, R., & Prasad, J. (1997). The role of innovation characteristics and perceived voluntariness in the acceptance of information technologies. *Decision Sciences, 28*, 557-582.
- Blackwell, R. D., Miniard, P. W., & Engel, J. F. (2006). *Consumer behavior* (10th ed.). Niles, MI: Thomson South-Western.
- Buell, M. F. (1970). Time of origin of New Jersey pine barrens bogs. *Bull Torrey Bot Club, 97*, 105-108.
- Butler, P., & Peppard, J. (1998). Consumer purchasing on the internet: Processes and prospects. *European Management Journal, 16*(5), 600-610.
- Chaffey, D. (2000). *Internet marketing*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Cho, N., & Park, S. (2001). Development of electronic commerce user-consumer satisfaction index (ECUSI) for Internet shopping. *Industrial Management & Data Systems, 101*(8), 400-406.
- 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 Sciences, 35*, 982-1003.

- Defleur, M. (1966). *The process of communication*. New York: David McKay.
- Donthu, N., & Gilliland, D. (1996). Observations: The infomercial shopper. *Journal of Advertising Research*, 36(2), 69-76.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. New York: Addison Wesley.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1977). Attitude-behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research. *Psychological Bulletin*, 84(5), 888-918.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Gary, P. S., & James, T. P. (2000). Electronic commerce. *Course Technology*, 2(1), 15-20.
- Goldsmith, R. E., & Bridges, E. (2000). E-retailing versus retailing: Using attitudes to predict online buying behavior. *Quarterly Journal of Electronic Commerce*, 1(3), 245-253.
- Goodwin, T. (1999). Measuring the effectiveness of online marketing. *Journal of the Marketing Research Society*, 41(4), 403-407.
- Harris, R. (1999). *Evaluating internet research sources*. Retrieved March 16, 1999, from [http://www.sccu.edu/faculty/R\\_Harris/evalu8it.htm](http://www.sccu.edu/faculty/R_Harris/evalu8it.htm)
- Helander, M. G., & Khalid, H. M. (2000). Modeling the customer in electronic commerce. *Applied Ergonomics*, 31(6), 609-619.
- Herbert, E. K. (1968). *International Encyclopedia of social sciences*. New York: Crowell and Machillan.

- Holloway, R. J., Mittelstaedt, R. A., & Venkatesan, M. (1971). *Consumer behavior: Contemporary research in action*. Boston: Houghton Mifflin.
- Hoyer, W. D., & MacInnis, D. J. (2004). *Consumer behavior* (3rd ed.). Boston: Houghton Mifflin Harcourt.
- Igbaria, M., & Parasuraman, S. (1989). A path analytic study of individual characteristics, computer anxiety and attitudes toward microcomputers. *Journal of Management*, 15, 373-388.
- Igbaria, M., Zinatelli, N., Cragg, P., & Cavaye, A. L. M. (1997). Personal computing acceptance factors in small firm: A structural equation model. *MIS Quarterly*, 21(3) 279-305.
- James, F. E., David, T. K., & Roger, D. B. (1968). *Consumer behavior*. New York: Holt Rinehart and Winston.
- Kirk, E. E. (2002). *Evaluating information found on the Internet*. Retrieved June 5, 2002, from <http://www.library.jhu.edu/elp/useit/evaluate>
- Kotler, P. (1997). *Marketing management: Analysis, planning, implementation and control* (9th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Kotler, P. (2006). *Marketing for hospitality and tourism* (6th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Lee, P. -M. (2002). Behavioral model of online purchasers in e-commerce environment. *Electronic Commerce Research*, 2(1-2), 75-85.
- Matthews, J. B. (1964). *Marketing: An introductory analysis*. New York: McGraw-Hill.

- Miniwatts Marketing Group. (2007). *World Internet usage and population statistics*. Retrieved June 30 2007, from <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>
- Nectec. (2006). *Internet user (Thailand)*. Retrieved June 30, 2007, from <http://202.44.204.43/webstats/internetuser.php?Sec=internetuser>
- Osgood, C. E., Soci, G. J., & Tannenbaum, P. H. (1975). *The measurement of meaning* (9th ed.). Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Paul, B. (2008). *Nielsen reports 875 million consumers have shopped online*. Retrieved September 30, 2008, from <http://www.nielsenmedia.com/ncportal/site/Public/menuitem>
- Pitkow, J., & Hodeges, L. (1995). *Consumer survey of WWW user*. New York: Colleen Kehoe Mimi Recker.
- Robey, D. (1996). Research commentary: Diversity in information systems research: Threat, promise, and responsibility. *Information Systems Research*, 7(4), 400-408.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). New York: Free Press.
- Rovinelli, R., & Hambleton, R. K. (1973). *Some procedures for the validation of criterion-referenced test items*. New York: University of the State of New York.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer behavior* (5th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer behavior* (9th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

- Shim, S., & Eastlick, M. A. (1998). The hierarchical influence of personal values on mall shopping attitude and behavior. *Journal of Retailing*, 74(1), 139-160.
- Solomon, M. R. (2007). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (7th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Stone, B., & Jacobs, R. (2008). *Successful direct marketing methods*. New York: McGraw-Hall.
- Swarbrooke, J., & Horner, S. (1999). *Consumer behavior in tourism*. Oxford, United Kingdom: Butterworth-Heinemann.
- Wikipedia. (2009a). *Social network*. Retrieved December 1, 2009, from [http://en.wikipedia.org/wiki/Social\\_network](http://en.wikipedia.org/wiki/Social_network)
- Wikipedia. (2009b). *Viral marketing*. Retrieved December 1, 2009, from [http://en.wikipedia.org/wiki/Viral\\_marketing](http://en.wikipedia.org/wiki/Viral_marketing)
- Wilson, R. F. (2009). *The six simple principles of viral marketing*. Retrieved December 1, 2009, from <http://www.wilsonweb.com/wmt5/viral-principles.htm>
- Wu, S. -L. (2003). The relationship between consumer characteristics and attitude toward online shopping. *Marketing Intelligence & Planning*, 21(1), 37-44.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd Ed.). New York: Harper & Row.
- Yu, T. -K., & Wu, G. -S. (2007). Determinants of Internet shopping behavior: An application of reasoned behavior theory. *International Journal of Management*, 24(4), 744-823.



## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ นางสาวกรรณิการ์ณ งามชู  
วัน เดือน ปี เกิด 6 เมษายน 2518  
สถานที่เกิด ชุมพร  
ประวัติการศึกษา สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง  
คณะบริการธุรกิจ สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ  
จากวิทยาลัยเทคนิคชุมพร ปีการศึกษา 2539  
สำเร็จการศึกษาปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต  
สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์ จากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
ปีการศึกษา 2546  
ตำแหน่งหน้าที่  
การทำงานปัจจุบัน Assistant Product Manager บริษัท สนุกออนไลน์ จำกัด

