

บรรณานุกรม

- กระทรวงเทคโนโลยีและการสื่อสาร สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2554). *สรุปข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2554*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- กิตติ รักดีวัฒนกุล และทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ. (2547). *คัมภีร์การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)*. กรุงเทพฯ: เคทีพี คอมพ์ แอนด์ คอนซัลท์.
- จิรธี กำไร. (2547). *ก้าวแรกสู่ E-Commerce*. กรุงเทพฯ: เอส.พี.ซี.พรินติ้ง.
- จิราภรณ์ เลิศจิระจรัส. (2548). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ณลินี สุวรรณโชติ. (2548). *โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความไม่ซื่อสัตย์ทางวิชาการของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาเทคโนโลยีวิทยาการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). *โมเดลลิสม์: สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 3)*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2549). *เทคนิคการสร้างเครื่องมือรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 7 ฉบับปรับปรุง)*. กรุงเทพฯ: ศรีอนันต์การพิมพ์.
- บริษัท True Digital Content and Media Company Limited. (2555). *สินค้าออนไลน์ วันที่ค้นข้อมูล 18 กุมภาพันธ์ 2555*. เข้าถึงได้จาก <http://www.weloveShopping.com/porta/seller/>
- มนตรี พิริยะกุล. (2555). *ตัวอย่างกรอบแนวความคิด วันที่ค้นข้อมูล 20 กุมภาพันธ์ 2555*. เข้าถึงได้จาก www.ru.ac.th/.../ตัวอย่างกรอบแนวความคิด1.pdf
- วัชร ธนคุรุธรรม, เสรี ชัดเข้ม และกาญจนา พิทักษ์วัฒนานนท์. (2552). *การตรวจสอบตัวแปรทำนายพฤติกรรมติอินเทอร์เน็ตของวัยรุ่น*. *วารสารวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา*, 7(1), 73-85.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)*. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สุชาดา กรเพชรปानी. (2550). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความไม่ซื่อสัตย์ทางวิชาการของนักศึกษา มหาวิทยาลัย*. *วารสารวิจัยและวัดผลการศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา*, 5(1), 98-113.
- สุวิมล ตีรกานันท์. (2543). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุวิมล แม้นจรัส. (2552). *การจัดการการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 3)*. กรุงเทพฯ: เอช เอ็น กรุ๊ป.
- เสรี ชัดเข้ม. (2548). *เอกสารการสอน รายวิชา 435525 โมเดลสมการโครงสร้าง*. ชลบุรี: ภาควิชาวิจัยและวัดผลการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

- อัยรดา พรเจริญ และสรายุทธ พรเจริญ. (2549). องค์ประกอบที่มีผลกระทบต่อความตั้งใจซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- Ajzen, I. (1987). *Attitudes, traits, and actions: Dispositional prediction of Behavior in social psychology*. *Advances in Experimental Social Psychology*, 20, 1-63.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32, 665-683.
- Ajzen, I. (2006). *Constructing a TPB Questionnaire: Conceptual and Methodological Consideration*. Retrieved January 28, 2011, from <http://www.people.umass.edu/ajzen/pdf/tpb.measurement.pdf>
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs, New Jersey: Printice-Hall.
- Armitang, C. J., & Conner, M. (2001). Efficacy of the theory of planned Behavior: A meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, 40, 471-501.
- Aroian, K. J., & Norris, A. E. (2001). *Statistical methods for healthcare research* (4th ed.). Philadelphia: Lippincott William & Wilkins.
- Aslanbay, Y., Aslanbay M., & Cobanoglu, E. (2008). Internet addiction among Turkish young Consumers. *Young Consumers*, 10(1), 60-70.
- Atilgan-Inan, E., & Karaca, B. (2011). Planned behaviour of young consumers shopping on the Internet. *European Journal of Social Sciences*, 19(4), 528-537.
- Barnett, W., & Presley, A. (2004). Theory Of Planned Behavior Model In Electronic Learning: A Pilot Study. *Issues information System*, 7(1), 22-28.
- Best, W., & Kahn, V. (2006). *Research in education*. Boston: Allyn and Bacon.
- Blackwell, R. D., Miniard, P. W., Engel, J. F. (2006). *Consumer Behavior*. (10th ed.). Canada: Thomson South-Western.
- Delafooz, N., Paim, L. H., & Khatibi, A. (2011). Students' online shopping behavior: An empirical study. *Journal of American Science*, 6(1), 137-147.
- George, J. F. (2004). The theory of planned behavior and Internet purchasing. *Internet Research*, 14(3), 198-212.
- Kerin, R. A., Hartley, S. W., & Rudelius, W. (2004). *Marketing: The Core*. Irwin: McGraw-Hill.

- Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. (10th ed.). Upper Saddle River. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management*. (11th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing Models of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Venturing*, 15, 411-432.
- Kwong, S. W., & Park, J. (2008). *Digital music services: consumer intention and adoption*. *The service Industries Journal*, 28(10), 1463-1481.
- Lee, S. H., & Ngoc, H. T. (2010). Investigating the on-line Shopping intentions of Vietnamese students: an extension of the theory of planned Behavior. *World Transactions on Engineering and Technology Education*, 8(4), 471-476.
- Lim, Y. M., Yap, C. S., & Lee, T. H. (2011). Intention to shop online: A study of Malaysian baby boomers. *African Journal of Business Management*, 5(5), 1711-1717.
- Nielsen. (2011). *State of the Media: The Social Media Report Q3 2011*. New York: Nielsen.
- Picazo-Vela, S., Chou, S. Y., Melcher, A. J., & Pearson, J. (2011). Why provide an online review? An extended theory of planned Behavior and the role of Big-Five personality traits. *Computers in Human Behavior*, 26, 658-696.
- Sara, R. (2009). *Consumer Behavior Report Economic Climate Shifts Consumer*. Retrieved January 28, 2011, from <http://www.pricegrabber.com>.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer Behavior*. (9th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Solomon, M. R. (2002). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. (5th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Solomon, M. R. (2007). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. (7th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Su, D., & Huang, X. (2011). Research on Online Shopping Intention of Undergraduate Consumer in China—Based on the Theory of Planned Behavior. *International Business Research*, 4(1), 86-92.
- Telecommunications and Broadband in Asia-Special Report. (2011). *Internet Users in the World*. Retrieved December 31, 2011, from <http://www.Internetworldstats.com/stats3.htm>.

- Wu, S. I. (2006). A comparison of the Behavior of different customer clusters Towards Internet bookstores. *Information & Management*, 43, 986-1001.
- Zendejdel, M., Paim, L., Bojei, J., & Osman, S. (2011). The effects of trust on online Malaysian Students Buying Behavior. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 5(12), 1125-1132.

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University