ความพึงพอใจในการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบอินเตอร์เน็ต ของบริษัทหลักทรัพย์เคที ซีมิโก้ จำกัด

(SATISFACTION IN SECURITY TRADING ON INTERNET VIA SERVICES OF KT ZMICO SECURITIES COMPANY LIMITED)

ณัฏฐ์ณิฌา สุวรรณรงค์ [1] กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ [2]

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างกันของปัจจัยส่วนบุคคล ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบอินเตอร์เน็ตของบริษัทหลักทรัพย์เคที ซีมิโก้ จำกัด และเพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ของคุณภาพการให้บริการ และปัจจัยอื่นๆ กับความพึงพอใจในการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบอินเตอร์เน็ตของบริษัทหลักทรัพย์เคที ซีมิโก้ จำกัด โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลกับกลุ่มลูกค้าของบริษัทหลักทรัพย์เคทีซีมิโก้ จำกัด ที่ซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบอินเตอร์เน็ตในปี 2554 สิ้นสุดเดือนตุลาคม 2554 มีอายุตั้งแต่ 20 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป และมีอาชีพเป็นนักศึกษา ข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน เจ้าของธุรกิจ/ กิจการ หรือนักลงทุน จำนวน 400 ราย

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 50,001-100,000 บาท มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีสถานภาพโสด โดยให้ความสำคัญกับความกระตือรือร้นในการให้บริการด้วยความเต็มใจ สุภาพ และเป็นมืออาชีพ ความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาที่มีเพิ่มเติมในภายหลัง บริษัทฯ มีชื่อเสียงน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับ การกลับมาใช้บริการของบริษัทฯ หากในอนาคตมีความจำเป็นต้องเลิกใช้

---

[1] นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต

[2] ผู้อำนวยการศูนย์ศึกษาสาทรธานี มหาวิทยาลัยรังสิต

บริการซื้อขายหลักทรัพย์ด้วยเหตุผลส่วนตัวใดก็ตาม ความรวดเร็ว และแม่นยำของระบบการทำธุรกิจผ่านอินเตอร์เน็ต และการเข้าถึงบริการเพื่อติดตามราคาหลักทรัพย์

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษา(ยกเว้น สถานภาพสมรส) ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการซื้อขายหลักทรัพย์ ผ่านระบบอินเตอร์เน็ตของบริษัทหลักทรัพย์เคที ซีมิโก้ จำกัด แตกต่างกัน คุณภาพทั้งบริการในระหว่างรับบริการและบริการหลังได้รับบริการและความไว้วางใจไม่มีความสัมพันธ์ แต่ภาพลักษณ์ตราสินค้าและความภักดีต่อตราสินค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบอินเตอร์เน็ตของบริษัทหลักทรัพย์เคที ซีมิโก้ จำกัด

คำสำคัญ: หลักทรัพย์, ระบบอินเตอร์เน็ต, ความพึงพอใจ, บริษัทหลักทรัพย์เคที ซีมิโก้ จำกัด

ABSTRACT

This study has objectives to study difference of personal factors affecting satisfaction in security trading on internet via services of KT ZMICO Securities Company Limited and to study relationship of services quality and other factors with the satisfaction. It utilizes questionnaire to collect data with group of 400 their customers who had traded on internet in 2011 ended in October 2011; have age of 20 years at least; and are either student, governor (or state enterprise officer), an employee of private firm, business owner, or investor.

The findings show that most samples are male; have age between 31-40 years; are an employee of private firm; earn average monthly income between 50,001-100,000 baht; graduated in bachelor's degree; and are single. They focus on enthusiasm, willingness, gentleness, professionalism in providing services, rapidness of problem solving for after-sale services, famous and acceptable organization, returning to use services in case that there is ignorance, rapidness and accuracy of system on internet, and accessibility of services.

The results from testing hypothesis show different gender, age, career, average monthly income, and educational level (except marital status) affect satisfaction in security trading on internet via services of KT ZMICO Securities Company Limited differently. Quality both services and after-sale services and trust have no relationship but brand image and loyalty have relationship with satisfaction in security trading on internet via services of KT ZMICO Securities Company Limited.

KEY WORDS: SECURITY, INTERNET, SATISFACTION, KT ZMICO SECURITIES COMPANY LIMITED

บทนำ

ในปัจจุบันการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบอินเตอร์เน็ตหรือ eTrade เข้ามามีบทบาทต่อนักลงทุนมากขึ้น ทำให้นักลงทุนสนใจใช้บริการการทำธุรกรรมเกี่ยวหลักทรัพย์ผ่านทางอินเตอร์เน็ตมากขึ้น โดยในปี 2554 มีมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยผ่านทางอินเตอร์เน็ต รวม 3,529,435.45 ล้านบาท และในปี 2555 ถึงสิ้นเดือนกันยายน 2555 มีมูลค่ารวม 3,083,965.86 ล้านบาท (ที่มา: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2555) ซึ่งช่วยทำให้นักลงทุนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และประหยัด และสามารถส่งคำสั่งการซื้อขายหลักทรัพย์บนอินเตอร์เน็ตได้เองผ่านโปรแกรมที่โบรกเกอร์จัดไว้ให้บริการแก่ผู้ลงทุนที่เปิดบัญชีไว้ ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นเจ้าหน้าที่การตลาด ผู้ที่มีความเข้าใจ และความชำนาญจากการใช้เครื่องมืออินเตอร์เน็ตจึงจะได้รับผลประโยชน์อย่างมหาศาล ซึ่งแตกต่างไปจากการซื้อขายหลักทรัพย์แบบดั้งเดิมที่ลูกค้าต้องส่งคำสั่งซื้อขายหลักทรัพย์ให้พนักงานของโบรกเกอร์เป็นผู้ป้อนคำสั่งเข้าสู่ระบบซื้อขายของตลาดหลักทรัพย์ผ่านทางโทรศัพท์หรือมาด้วยตนเองที่ห้องค้าหลักทรัพย์ของโบรกเกอร์ โดยสามารถซื้อขายได้ทุกกระดานและระบุเงื่อนไขการเสนอสั่งซื้อได้ ซึ่งมีค่าธรรมเนียมไม่ต่ำกว่าร้อยละ 0.25 ของมูลค่าการซื้อขาย แต่การซื้อขายแบบออนไลน์ ลูกค้าสามารถส่งคำสั่งซื้อขายหลักทรัพย์และตรวจสอบสถานะซื้อขายได้ด้วยตนเองผ่านเว็บไซต์ของโบรกเกอร์

โดยต้องระบุราคาเสนอซื้อขายที่แน่นอน (Limit order) ไม่สามารถระบุเงื่อนไขการเสนอซื้อขายได้ และซื้อขายได้เฉพาะบนกระดานหลัก กระดานหน่วยย่อย และกระดานต่างประเทศ ด้วยวิธีจับคู่คำสั่งซื้อขายเข้าด้วยกันโดยอัตโนมัติ (Automated Order Matching: AOM) ซึ่งมี ค่าธรรมเนียมไม่ต่ำกว่าร้อยละ 0.20 ของมูลค่าการซื้อขาย การซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบอินเตอร์เน็ตจึงมีประโยชน์ในด้านต่างๆ ซึ่งสามารถสรุปได้ คือ การเพิ่มความคล่องตัวให้นักลงทุนในการตัดสินใจลงทุน การส่งคำสั่งซื้อขายได้ด้วยตนเองและได้ในทุกที่ทุกเวลา และความสามารถในการตรวจสอบคำสั่งและวิเคราะห์ข้อมูลจากข่าว

บริษัทหลักทรัพย์เคที ซีมิโก้ จำกัดเป็นหนึ่งในผู้นำด้านการประกอบธุรกิจนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาต โดยคิดค่าธรรมเนียมในการซื้อขายหลักทรัพย์ตามอัตราที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกำหนดตามประกาศที่ กส. (ว) 10/2552 ลงวันที่ 11 ธันวาคม 2552 เรื่องการแก้ไขข้อบังคับตลาดหลักทรัพย์ฯ เกี่ยวกับการคิดค่าธรรมเนียมในการเป็นนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ฯ โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2553 เป็นต้นไป ทั้งนี้ บริษัทฯ (KTZ) เป็นบริษัทสมาชิกของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) หมายเลข 18 ธุรกิจและบริการของบริษัท ได้แก่ การค้าหลักทรัพย์ผ่านเจ้าหน้าที่การตลาด การค้าหลักทรัพย์ผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งครอบคลุมไปถึงบริการด้านการแจ้งการโอนเงินฝาก การถอนเงินออนไลน์ การโอนหลักทรัพย์ การส่งคำสั่งให้หัก ATS และคำสั่งให้หักชำระจากค่าขายหลักทรัพย์ ฝ่ายตราสารอนุพันธ์ กลุ่มการลงทุนสถาบัน วาณิชธนกิจ ฝ่ายวิจัยหลักทรัพย์ และ ฝ่ายปฏิบัติการหลักทรัพย์

ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญของธุรกิจบริการ โดยมุ่งเน้นการให้บริการบนเครือข่ายอินเตอร์เน็ตผ่านระบบออนไลน์ของบริษัทหลักทรัพย์เคที ซีมิโก้ จำกัด ที่ให้บริการการทำธุรกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ในช่องทางต่างๆ โดยเฉพาะผ่านทางอินเตอร์เน็ต ซึ่งการดำเนินธุรกิจดังกล่าวให้ประสบความสำเร็จต้องขึ้นอยู่กับหลายปัจจัยทั้งตัวบุคคลของผู้ลงทุนที่ใช้บริการ ที่มีความแตกต่างกันในหลายด้าน ด้าน

ปัจจัยเกี่ยวกับคุณภาพของบริการและตราสินค้าของบริษัทฯ ซึ่งล้วนมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจในการใช้บริการดังกล่าว

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

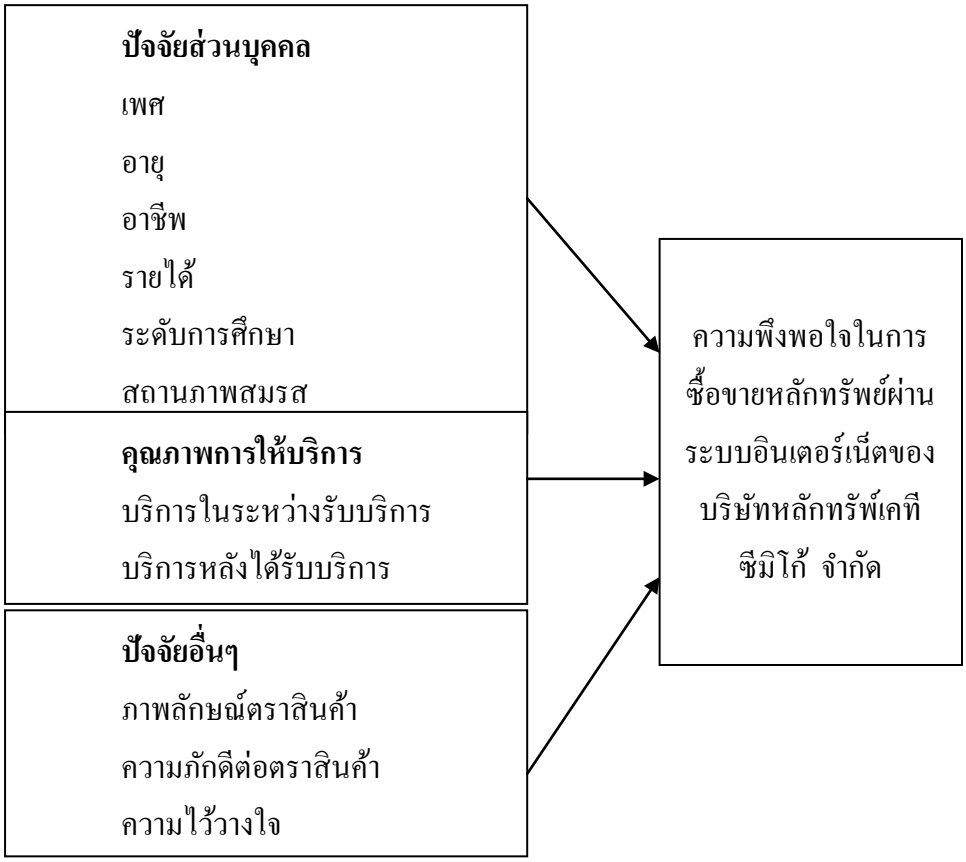
1. เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างกันของปัจจัยส่วนบุคคล ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบอินเตอร์เน็ตของบริษัทหลักทรัพย์เคที ซีมิโก้ จำกัด
2. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ของคุณภาพการให้บริการ กับความพึงพอใจในการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบอินเตอร์เน็ตของบริษัทหลักทรัพย์เคที ซีมิโก้ จำกัด
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยอื่นๆ กับความพึงพอใจในการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบอินเตอร์เน็ตของบริษัทหลักทรัพย์เคที ซีมิโก้ จำกัด

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบอินเตอร์เน็ตของบริษัทหลักทรัพย์เคที ซีมิโก้ จำกัด แตกต่างกัน
2. คุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจในการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบอินเตอร์เน็ตของบริษัทหลักทรัพย์เคที ซีมิโก้ จำกัด
3. ปัจจัยอื่นๆ มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบอินเตอร์เน็ตของบริษัทหลักทรัพย์เคที ซีมิโก้ จำกัด

กรอบแนวความคิด

ตัวแปรอิสระ **ตัวแปรตาม**



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทำให้ได้ข้อมูลด้านสถานการณ์การทำธุรกรรมซื้อขายหลักทรัพย์ ผ่านระบบอินเตอร์เน็ต และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการซื้อขายหลักทรัพย์ทางอินเตอร์เน็ตในปัจจุบัน

2. เพื่อทำให้ได้ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพื้นฐานกับ ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการซื้อขายหลักทรัพย์ทางอินเตอร์เน็ต

3. เพื่อทำให้ได้ข้อมูลสำหรับบริษัทหลักทรัพย์เคที ซีมิโก้ จำกัด ประกอบการพิจารณาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการผ่านระบบอินเตอร์เน็ต เพื่อ

รองรับการใช้งานของลูกค้าที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และประยุกต์ใช้เสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เพื่อเพิ่มความพึงพอใจและความซื่อสัตย์ภักดีในการใช้บริการของลูกค้าและขยายส่วนแบ่งทางการตลาดของบริษัทฯ มากขึ้น

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษาความพึงพอใจในการซื้อขายหลักทรัพย์ ผ่านระบบอินเตอร์เน็ตของบริษัทหลักทรัพย์เคที ซีมิโก้ จำกัด ครอบคลุมเนื้อหาสำคัญต่างๆ ได้แก่

มานิต รัตนสุวรรณ (อ้างถึงในกิตติศักดิ์ หาญกล้า, 2552) ภาพลักษณ์เป็นความประทับใจในสิ่งหนึ่งสิ่งใด หรือคนใดคนหนึ่ง หรือองค์การใดองค์การหนึ่ง ซึ่งเรียกว่าชื่อเสียงก็ได้

ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ (2547) ความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty) หมายถึง ความเกี่ยวข้องหรือความผูกพันที่มีต่อตราสินค้า ร้านค้า ผู้ผลิต การบริการ หรืออื่นๆ ที่อยู่บนพื้นฐานของทัศนคติที่ชอบพอ หรือการสนองตอบ ด้วยพฤติกรรมอย่างการร่วมกิจกรรมทางการตลาด กับตราสินค้าและการซื้อสินค้าซ้ำๆ

Luhmann, Miklas (1998 อ้างถึงในจุไรลักษณ์ จันทสีหราช, 2553) ความไว้วางใจเป็นคำตอบของความเสี่ยงของปัญหาเฉพาะเรื่อง โดยความไว้วางใจเกิดขึ้นได้เมื่อมีความคุ้นเคย

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2548 อ้างถึงในนิทัศน์ ตุลารัตน์เรืองนาม, 2553) ความพึงพอใจ เป็นระดับความรู้สึกของลูกค้า ที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบุติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าจะได้รับกับความคาดหวังจากผลประโยชน์ หรือประสิทธิภาพการทำงานของผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ซึ่งความคาดหวังอาจเกิดจากประสบการณ์ในอดีตหรือจากข้อมูลของคู่แข่งขัน

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณแบบสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลกับลูกค้าของบริษัทหลักทรัพย์เคทีซีมิโก้ จำกัด ที่ซื้อขายหลักทรัพย์

ผ่านระบบอินเตอร์เน็ตในช่วงระหว่างเดือนมกราคมถึงเดือนตุลาคม 2554 ซึ่งมีจำนวน 35,890 ราย (แผนกออนไลน์ บริษัทหลักทรัพย์เคที ซีมิโก้ จำกัด, 2554) และใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ ณ ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 (Taro Yamane, 1973 อ้างถึงในกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติและคณะ, 2552) $n = \frac{N}{1+Ne^2}$ ในการกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยคำนวณได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 396 ตัวอย่าง ผู้วิจัยตัดสินใจเลือกศึกษาตัวอย่าง 400 ราย และสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (Analysis of Variance: ANOVA หรือ F-test) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA)

สรุปผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 50,001-100,000 บาท มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีสถานภาพสมรสโสด โดยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับในระหว่างรับบริการ โดยให้ความสำคัญมากที่สุดกับความกระตือรือร้นในการให้บริการด้วยความเต็มใจ สุภาพ และเป็นมืออาชีพ และหลังได้รับบริการให้ความสำคัญมากที่สุด กับความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาที่มีเพิ่มเติมในภายหลัง สำหรับภาพลักษณ์ตราสินค้าให้ความสำคัญกับบริษัทฯ มีชื่อเสียงน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับ ในด้านความภักดีต่อตราสินค้าให้ความสำคัญมากที่สุดกับความต้องการกลับมาใช้บริการของบริษัทฯ หากในอนาคตมีความจำเป็นต้องเลิกใช้บริการซื้อขายหลักทรัพย์ สำหรับความไว้วางใจให้ความสำคัญมากที่สุดกับความรวดเร็ว และแม่นยำของระบบการทำธุรกิจผ่านอินเตอร์เน็ต ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในการซื้อขายหลักทรัพย์ ผ่านระบบอินเตอร์เน็ตของบริษัทหลักทรัพย์เคที ซีมิโก้ จำกัดในด้านการเข้าถึงบริการเพื่อติดตามราคาหลักทรัพย์ และทำธุรกรรมซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบอินเตอร์เน็ตได้ทุกที่โดยราบรื่นมากที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบอินเตอร์เน็ตของบริษัทหลักทรัพย์เคที ซีมิโก้ จำกัดแตกต่างกัน แต่สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการซื้อขายหลักทรัพย์ ผ่านระบบอินเตอร์เน็ตของบริษัทหลักทรัพย์เคที ซีมิโก้ จำกัดแตกต่างกัน คุณภาพการให้บริการทั้งบริการในระหว่างรับบริการและบริการหลังได้รับบริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบอินเตอร์เน็ต ของบริษัทหลักทรัพย์เคที ซีมิโก้ จำกัด และปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ ภาพลักษณ์ตราสินค้าและความภักดีต่อตราสินค้า มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบอินเตอร์เน็ตของบริษัทหลักทรัพย์เคที ซีมิโก้ จำกัด แต่ความไว้วางใจไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบอินเตอร์เน็ต ของบริษัทหลักทรัพย์เคที ซีมิโก้ จำกัดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้ บริการหลังได้รับบริการมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระอื่นๆ มากที่สุด แต่ความภักดีต่อตราสินค้ามีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระอื่นๆ น้อยที่สุด

ตารางสรุปผลการทดสอบการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

Coefficients[a]					
Model	Unstandardized	Standardized	t	Sig.*	Collinearity

	Coefficients		Coefficients			Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(ค่าคงที่)	1.577	0.500		3.151	0.002		
บริการในระหว่างรับบริการ	0.205	0.109	0.262	1.880	0.064	0.239	4.179
บริการหลังได้รับบริการ	0.130	0.157	0.161	0.831	0.408	0.124	8.033
ภาพลักษณ์ตราสินค้า	0.231	0.067	0.319	3.453	0.001	0.545	1.835
ความภักดีต่อตราสินค้า	0.244	0.050	0.353	4.893	0.000	0.890	1.123
ความไว้วางใจ	0.006	0.108	0.007	0.058	0.954	0.288	3.470

ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตัวแปรอิสระ	สถิติที่ใช้	ค่านัยสำคัญ	ผลการทดสอบ
<u>สมมติฐานที่ 1</u> ปัจจัยส่วนบุคคล			
เพศ	t-Test	0.002	ยอมรับ
อายุ	F-Test	0.000	ยอมรับ
อาชีพ	F-Test	0.002	ยอมรับ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	F-Test	0.000	ยอมรับ
ระดับการศึกษา	F-Test	0.019	ยอมรับ
สถานภาพสมรส	F-Test	0.685	ปฏิเสธ
<u>สมมติฐานที่ 2</u> คุณภาพการให้บริการ			
บริการในระหว่างรับบริการ	MRA	0.064	ปฏิเสธ
บริการหลังได้รับบริการ	MRA	0.408	ปฏิเสธ
<u>สมมติฐานที่ 3</u> ปัจจัยอื่นๆ			
ภาพลักษณ์ตราสินค้า	MRA	0.001	ยอมรับ
ความภักดีต่อตราสินค้า	MRA	0.000	ยอมรับ

ความไว้วางใจ	MRA	0.954	ปฏิเสธ

อภิปรายผล

ผลการศึกษามีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของธัญญพัสส์ เกตุประดิษฐ์ (2554) ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดกับตราสินค้ามีความน่าเชื่อถือสำหรับภาพลักษณ์ของตราสินค้า และอยากกลับมาซื้อสินค้าอีกสำหรับความภักดีต่อตราสินค้าและผลการศึกษาต่างๆ ยกตัวอย่างเช่น ผลการศึกษาของกัลยา ตรีสุชน (2554) พบว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซักอบรีดของคนทำงานที่พักในคอนโดมิเนียม ในกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน แต่อายุ อาชีพ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซักอบรีดของคนทำงานที่พัก ในคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน และความภักดีต่อตราสินค้า มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการซักอบรีดของคนทำงานที่พักในคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ ยังไม่มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาต่างๆ ด้วย เช่น ผลการศึกษาของปัญญา สุทธิกูล (2551) ที่พบว่าความพึงพอใจไม่มีผลต่อความภักดีในตราสินค้ารถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 ที่นั่งในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งนี้

1. ควรมุ่งเน้นการให้บริการอย่างมืออาชีพทั้งการใช้บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถและบุคลิกภาพที่ดี โดยมีความเต็มใจและกระตือรือร้นในการให้บริการเพื่อทำให้สามารถให้บริการได้อย่างถูกต้อง และรวดเร็วตรงความต้องการของผู้ใช้บริการ และการใช้เทคโนโลยีที่มีความทันสมัย โดยมีความปลอดภัยและความเสถียรภาพในระดับสูง เพื่อทำให้ผู้ใช้บริการสามารถติดต่อสื่อสารและเข้าถึงบริการได้โดยง่ายและสะดวก ซึ่งส่งผลดีต่อความไว้วางใจของผู้ใช้บริการในการทำธุรกรรมซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบอินเตอร์เน็ตกับบริษัทฯ และภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัทฯ และตราสินค้า ซึ่งมีจุดแข็งที่มีชื่อเสียงน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับอยู่แล้ว รวมทั้งการ

ใช้บริการซ้ำๆ และแนะนำบุคคลรอบข้าง ซึ่งมีผลมาจากความภักดีต่อตราสินค้าของผู้ใช้บริการ

2. ควรพิจารณาจัดโปรแกรมการให้บริการ ให้มีความหลากหลายครอบคลุมความต้องการของผู้ใช้บริการได้มากขึ้น

3. ควรจัดให้บริการข้อมูลข่าวสารที่มีเนื้อหาจำเป็น และเป็นประโยชน์อย่างครบถ้วน โดยมุ่งเน้นด้านความสามารถในการนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง

4. ควรให้ความสำคัญต่อบริการหลังการขาย โดยเฉพาะการให้บริการติดตามผลและช่วยผู้ใช้บริการแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นในภายหลัง

5. ควรจัดทำฐานข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการเพื่อใช้พิจารณาพัฒนาปรับปรุงระบบการให้บริการให้มีความทันสมัย และสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากที่สุดอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติม ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาดในธุรกิจการ (7Ps) เพื่อทำการศึกษาในเชิงลึกจำแนกองค์ประกอบต่างๆ ของบริการการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบอินเตอร์เน็ต ซึ่งช่วยทำให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกมากขึ้น

2. ควรพิจารณาเลือกใช้เครื่องมือวิจัยอื่นๆ ประกอบร่วมด้วย ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้บริการและ/ หรือผู้ใช้บริการการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบอินเตอร์เน็ต รวมทั้ง ผู้ชำนาญด้านโปรแกรมและระบบอินเตอร์เน็ต เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงคุณภาพในเชิงลึกและสามารถนำมาใช้ประกอบการศึกษาได้หลากหลายมุมมอง

3. ควรทำการศึกษาทบทวนและติดตามผลเป็นระยะตามความเหมาะสม เพื่อสร้างความทันสมัยให้เกิดกับข้อมูลที่สามารถนำไปใช้พัฒนา และปรับปรุงระบบการให้บริการให้ดี และมีประสิทธิภาพมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงอุตสาหกรรม. **กลยุทธ์บริการหลังการขายเพื่อเพิ่มยอดขาย.** รายงานประจำปี, 2554

กฤติยา กาญจนเตมีย์. **“การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้โรงพิมพ์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.”** รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรังสิต, 2550

กฤษณะ บุญเกิด. “**ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของกลุ่มลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ.”** รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรังสิต, 2553

กัลยา ตรีสุชน. “**ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซัก อบ รีดของคนทำงานที่พักในคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร.”** รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรังสิต, 2554

กิตติพันธ์ คงสวัสดิเกียรติและคณะ. **ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ**. กรุงเทพมหานคร: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า, 2552

ขวัญเรือน กิตติวัฒน์. **พลศาสตร์ของการสื่อสาร**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2531

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. **การซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านอินเตอร์เน็ต (eTrade).** เอกสารประกอบเรียนการสอน, 2555

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. **แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์.** เอกสารประกอบการเรียนการสอน, 2554

จิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร. “**การสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand Image Building).**” บทความ, สื่อสิ่งพิมพ์การศึกษาต่อเนื่อง คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, วันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2549

จุไรลักษณ์ จันทสีหราช. "**อิทธิพลของภาพลักษณ์บริษัทที่มีต่อความไว้วางใจและความภักดีของลูกค้าบริษัทฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด.**" สารนิพนธ์สาขาวิชาการจัดการ, คณะบริหารธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2553

ชนารัญช์ โพธารส. "**ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานปฏิบัติการฝ่ายระบบงานสารสนเทศ ธนาคารออมสิน.**" วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะบัณฑิต, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา, 2549

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. **การตลาดบริการ**. พิมพ์ครั้งที่ 5, กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2548

ชุลีพร วงษ์มณี. **"การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการซื้อขายหลักทรัพย์ทางอินเตอร์เน็ต."** รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรังสิต, 2551

ณัฏฐพันธ์ เขจรนันท์และคณะ. **TQM กลยุทธ์องค์กรคุณภาพ.** พิมพ์ครั้งที่ 2, กรุงเทพมหานคร: เอ็กซ์เปอร์เน็ต, 2546

ณัฐกานต์ สุขเกื้อ. "**ความพึงพอใจของลกค้าต่อบริการหลังการขายรถยนต์ของบริษัทสยามนิสสัน กรุงเทพฯ จำกัด.**" วิทยานิพนธ์ปริญญาบริการธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2548

ธัญญพัสส์ เกตุประดิษฐ์. **"ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางอินเตอร์เนตของผู้หญิงในเขตกรุงเทพมหานคร."** รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรังสิต, 2554

น้ำเพชร วิภูสิทธิกุล. "**ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออะไหล่รถยนต์เทียมของผู้บริโภคในเขตอำเภอพระประแดงและอำเภอพระสมุทรเจดีย์.**" รายงาน

การศึกษาค้นคว้าอิสระสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรังสิต, 2553

นิทัศน์ ตุลารัตน์เรืองนาม. **"ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร."** รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรังสิต, 2553

บรรจง รัตนเลิศ. **การติดตามผลและบริการหลังการขาย.** คู่มือประกอบการเรียนการสอนวิชาการตลาด, โรงเรียนเทคโนโลยีภาคตะวันออก, 2555

บุญประคอง เนียมคำ. **ความสำคัญของการติดตามผล**. คู่มือประกอบการเรียนการสอนวิชาศิลปะการขาย, โรงเรียนพาณิชยการตั้งตรงจิตร, 2555

บุริม โอทกานนท์. "**ความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty).**" บทความ, ประชาชาติธุรกิจประจำวันที่ 12 พฤศจิกายน 2552 ปีที่ 33 ฉบับที่ 4157

ปรมะ สตะเวทิน. **การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี**. กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์, 2539

ปัญญา สุทธิกูล, "**ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในตราสินค้ารถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**." การศึกษาค้นคว้าอิสระสาขาวิชาการตลาด, คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรังสิต, 2551

แผนกออนไลน์ บริษัทหลักทรัพย์เคที ซีมิโก้ จำกัด. **จำนวนลูกค้าของบริษัทหลักทรัพย์เคทีซีมิโก้ จำกัด ที่ซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบอินเตอร์เน็ตในปี 2554 สิ้นสุดเดือนตุลาคม 2554**. บทสัมภาษณ์เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2554

พรเพ็ญ เพชรสุขศิริ. **การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการบริหาร**. กรุงเทพมหานคร: เอส แอนด์ จี กราฟฟิค, 2538

พรทิพย์ วรกิจโภคาทร, **การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Public Relations Research**). พิมพ์ครั้งที่ 1, กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรังสิต, 2530

พรรณวิภา อมรปรัชญา. **“การศึกษาพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบอินเตอร์เน็ต.”** รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระสาขาวิชาการจัดการธุรกิจผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรังสิต, 2551

พิมลทิพย์ เปรมศิริศักดิ์. “**ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภควัยเกษียณ.”** วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรังสิต, 2552

มนู แฟงสุวรรณ. “**ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้อมิตซูบิชิ (1 ตัน) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.”** รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระสาขาวิชาการตลาด, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรังสิต, 2552

มาริลีน คาร์สสัน เนลสัน. **ความไว้วางใจต้นทุน "ธุรกิจสีขาว" กลยุทธ์น่านน้ำสีขาว**. กรุงเทพมหานคร: ดีเอ็มจี, 2553

รสสุคนธ์ สุวรรณคัณฑิ. “**การศึกษาความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยในคอนโดสุขาภิบาล 3 แมนชั่นในด้านสาธารณูปโภค”** รายงานการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2550

รัตน์กมล ทองเพิ่ม. **“ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนเอกชนในเขตบึงกุ่ม.”** รายงานการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2550

ลดาพรรณ ไม้หอม. **“ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร.”** รายงานการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองสาขาวิชาการจัดการ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2550

วิทยา สุวรรณดี. “**ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการกองบัญชาการมณฑลทหารบกที่ 14.**” วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณบัณฑิต, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา, 2548

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. **คุณภาพในงานบริการ.** พิมพ์ครั้งที่ 5, กรุงเทพมหานคร: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยไทย-ญี่ปุ่น, 2542

ศรีศักดิ์ จามรมาน. **การซื้อขายหุ้นทางเน็ต (eTrade).** เอกสารประกอบการเรียนการสอน, 2555

สมคิด เอื้อประสพผล. **“ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกสมัยใหม่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.”** รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรังสิต, 2551

สุกัญญา พรสิทธิอนันต์. **“ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านอินเตอร์เน็ต.”** รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรังสิต, 2547

สุวรรณี จริยเดชกุศล. **“พฤติกรรมการเลกือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ประเภทซุปเปอร์เซ็นเตอร์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.”** รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรังสิต, 2548

สุภาวดี ล้ำสกุลวงศ์. “**ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลยี่ห้อฮอนด้าของนักศึกษาระดับปริญญาโทมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร”** รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระสาขาวิชาการตลาด, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรังสิต, 2552

เสกสรร สายสีสด. **หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, 2542

อัจฉริยา ขอดทอง. "**การรับรู้ในกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร.**" รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระสาขาวิชาการตลาด, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรังสิต, 2553

เอกชัย อภิศักดิ์กุลและคณะ. **การวิจัยธุรกิจ.** พิมพ์ครั้งที่ 3, กรุงเทพมหานคร: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า, 2552

Anderson, E. and Weitz, B. "**The Use of Pledges to Build and Sustain Commitment in Distribution Channels**." Journal of Marketing Research, Vol.29, February 1989

Gundlach, G.T. and Morphy, P.E. "**Ethical and Legel Foundations of Relational Marketing Exchanges."** Journal of Marketing, Vol.57, October 1993

Kotler, Philip. **A Framework for Marketing Management**. New Jersey: Prentice-Hall, 2001

Kotler, Philip. **Marketing Management: Analysis Planning Implementation and Control**. 8th Edition, Englewood Cliffs: Prentice – Hall, 1994

Kotler, Philip. **Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control**. 9th Edition, New Jersey: A Simon and Schuster, 1997

Robbins, Stephen P. **Organizational Behavior**. San Diego: Printice Hall, 2003

กิตติศักดิ์ หาญกล้า. **เครือข่ายประชาสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ขององค์กร.** เอกสารอ้างอิง, สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย, 2552 *เข้าถึงได้จาก* http://radiothailand.prd.go.th

เคทีซีมิโก้ บริษัทหลักทรัพย์จำกัด. **ธุรกิจและบริการ.** ข้อมูลออนไลน์, 2555 *เข้าถึงได้จาก* http://www.ktzmico.com

โครงการคลังปัญญาไทย. **หลักทรัพย์.** ข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต, 2554 *เข้าถึงได้จาก* http://www.panyathai.or.th

ชวนะ ภวกานันท์. **คุณค่าของลูกค้าในการตลาดธุรกิจ,** บิสซิเนสไทย, 2546 *เข้าถึงได้จาก* http://www.businessthai.co.th

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. **ข้อมูลสถิติทางธุรกิจหลักทรัพย์: ข้อมูลการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบ Internet 2554-2555**. ข้อมูลออนไลน์, 2555 *เข้าถึงได้จาก* http://www.set.or.th

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. **รายชื่อบริษัทสมาชิก**. ข้อมูลออนไลน์, 2555 *เข้าถึงได้จาก*http://www.set.or.th

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. **สถิติสำคัญตลาดหลักทรัพย์**. ข้อมูลออนไลน์, 2555 *เข้าถึงได้จาก*http://www.set.or.th

ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ. "**ความภักดีในตราสินค้ายี่ห้อ TNI.**" คอลัมน์คลื่นความคิด, มติชนรายวัน ปีที่ 27 ฉบับที่ 9761, วันที่ 30 พฤศจิกายน 2547 *เข้าถึงได้จาก* http://www.eemmba.net

นาโนซอฟท์ แอนด์ โซลูชั่น. "**ความภักดีในตราสินค้า**." บทความออนไลน์, 2555 *เข้าถึงได้จาก* http://www.nanosoft.co.th

บิสิเนสไทย. "**ภาพลักษณ์สินค้าแสดงออกผ่านแบรนด์**." บทความออนไลน์, 2546 *เข้าถึงได้จาก* http://www.businessthai.co.th

ศิริรัตน์ ศิริวรรณและธาดา บุญเกิด. "**ผู้นำกับการสร้างความไว้วางใจในองค์กร**." บทความออนไลน์, เครือเนชั่น, 14 กันยายน 2552 *เข้าถึงได้จาก* http://www.nationejobs.com

ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดลำพูน. **ความสำคัญของคุณภาพ.** ข้อมูลออนไลน์, 2553 *เข้าถึงได้จาก* http://lpn.nfe.go.th

สมาคมผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตไทย. **สถิติที่น่าสนใจและผลสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2011**. ข้อมูลออนไลน์, 2555 *เข้าถึงได้จาก* http://www.tispa.or.th

หอการค้าจังหวัดตาก. “**บริการหลังการขายสำคัญไฉน?.**” บทความออนไลน์, 2555 *เข้าถึงได้จาก* http://www.takchamber.com

อรฤทัย ผกาขยาย. **“ธุรกิจ SMEs ควรให้ความสำคัญกับบริการหลังการขายหรือไม่?.”** บทความออนไลน์, ศูนย์ธุรกิจอุตสาหกรรม, 2555 *เข้าถึงได้จาก* http://boc.dip.go.th

Investor Chart Co., Ltd. **Internet Trading**. Online Information, 2012 ***Av****ailable on* http://www.investorchart.com