

54602754: สาขาวิชาการประกอบการ

คำสำคัญ: พฤติกรรม / ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด / ความพึงพอใจ / เครื่องบันทึกการเก็บเงิน  
ผู้เมธ พงษ์เกตุรา : การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อ  
ความพึงพอใจในการซื้อเครื่องบันทึกการเก็บเงินของบริษัท แมส โอ.เอ. เทรคคิง จำกัด  
กรุงเทพมหานคร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : รศ. ประสพชัย พสุนนท์. 75 หน้า.

วิจัยนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1.เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเลือกซื้อเครื่องบันทึกการเก็บเงิน  
ของบริษัท แมส โอ.เอ. เทรคคิง จำกัด กรุงเทพมหานคร 2.เพื่อศึกษาปัจจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือก  
ซื้อเครื่องบันทึกการเก็บเงินของบริษัท แมส โอ.เอ. เทรคคิง จำกัด กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่  
ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มลูกค้าที่ใช้เครื่องบันทึกการเก็บเงินของบริษัท แมส โอ.เอ. เทรคคิง  
 จำกัด กรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวก จากรายชื่อลูกค้าที่ใช้  
 เครื่องบันทึกการเก็บเงินของบริษัท แมส โอ.เอ. เทรคคิง จำกัด กรุงเทพมหานคร

ผลการพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีระดับ  
 การศึกษาปริญญาตรี มีสถานที่ตั้งของกิจการในกรุงเทพมหานคร มีรูปแบบในการใช้งานแบบ  
 ประกอบการขายเพื่อการพาณิชย์ เป็นประเภณีบุคคลแบบเจ้าของคนเดียว มีลักษณะธุรกิจกิจการ  
 แบบธุรกิจบริการ มีระยะเวลาดำเนินกิจการ 4-6 ปี มีจำนวนพนักงาน/ลูกจ้าง 1-10 คน รายได้ของ  
 กิจการต่อเดือนต่ำกว่า 50,000-300,000 บาท ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า โดยภาพรวมมีผล  
 ต่อการเลือกซื้อในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการเลือกซื้อ พบว่า โดย  
 ภาพรวมมีความพึงพอใจระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เครื่องบันทึกการ  
 เก็บเงินโดยชำระเงินแบบเงินสด ใช้ยี่ห้อของเครื่องบันทึกการเก็บเงินแบบ โปรแกรม MASS SHOP  
 มีสาเหตุการซื้อเครื่องบันทึกการเก็บเงินเพราะสะดวกรวดเร็วในการทำงาน ใช้แหล่งข้อมูลที่ใช้  
 ประกอบการซื้อจากพนักงานขาย มีปัจจัยที่ใช้ประกอบการเลือกซื้อจากผลิตภัณฑ์สินค้า และปัจจัย  
 ด้านประชากรศาสตร์และส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกซื้อเครื่อง  
 บันทึกการเก็บเงิน พบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ เพศ ด้านการ  
 จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ปีการศึกษา 2556

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์.....

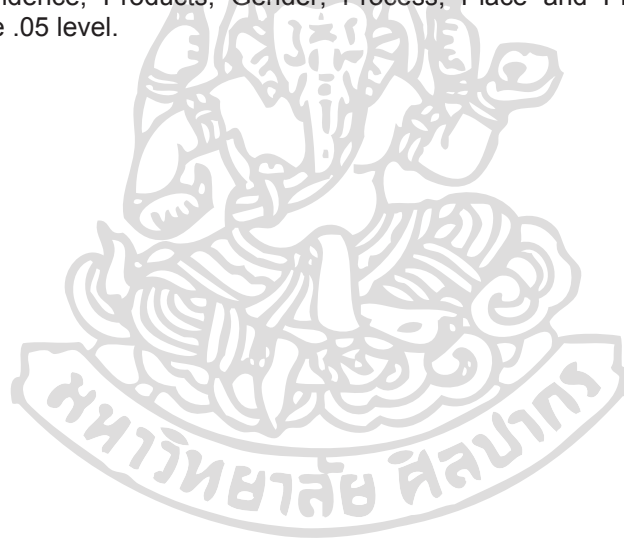
54602754: MAJOR: ENTREPRENEURSHIP

KEY WORDS: BEHAVIOR / MARKETING FACTORS / SATISFACTION / CASH REGISTER MACHINES.

SUMETH PONGPETRA: BEHAVIOR AND MARKETING FACTORS AFFECTING SATISFACTION TO BUY CASH REGISTER MACHINES OF MASS O.A. TRADING CO.,LTD BANGKOK. THESIS ADVISOR: ASSOC. PROF. PRASOPCHAI PASUNON. 75 pp.

The objectives of this research were to study of behavior and marketing factors affecting satisfaction to buy cash register machines of Mass O.A. Trading Co.,Ltd. The sample used in this study is 400 customers who use cash register machines using by a convenience sample. From a list of customers who use the cash register machines.

Results of this study finds that the sample were mostly female, age between 31-40 ; earned Bachelor Degree ; location of the business in Bangkok ; patterns in the use of commercial sales ; is the sole owner of the entity ; A business entity, business service Operation for a period of 4-6 years ; the number of employees per month 1-10 the income of the business under 50,000 to 300,000 THB. Marketing factors that affect the overall buying level (mean 3.84) data about satisfaction in buying the overall satisfaction level (mean 3.84) by using the majority of the bill by cash payment. Make use of the device MASS SHOP collection program motivated me to buy the collection because it is easy to work. The sources used for the purchase of a salesperson. Factors used for the purchase of products and demographic factors and the marketing mix affects satisfaction in buying the machine found the Physical Evidence, Products, Gender, Process, Place and Promotion are statistically significant at the .05 level.



Program of Entrepreneurship  
Student's signature.....  
Thesis Advisor's signature.....

Graduate School, Silpakorn University  
Academic Year 2013

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาอย่างสูงจากอาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ประสพชัย พสุนนท์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ และ ท่านอาจารย์ ดร.สุวิชา วรวิเชียรวงษ์ ที่ได้สละเวลาให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็น ถึงประเด็นต่าง ๆ ในการศึกษาและชี้แนวทางในการแก้ปัญหา การค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติม และได้กรุณาตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์และสรุปผลการศึกษา รวมทั้งการแก้ไขงานให้สมบูรณ์ และขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ เพื่อเป็นพื้นฐานในการวิจัย ครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบคุณคณะเจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัยศิลปากร ขอขอบคุณผู้ดำเนินงานโครงการและเจ้าหน้าที่ MBA ทุกท่านที่ให้ความดูแลช่วยเหลือมาตลอดหลักสูตรการศึกษา ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ห้องสมุด ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญในการเรียนและทำงานวิจัยฉบับนี้ ขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่านและที่มีจากกล่าวนามได้ทั้งหมด ณ ที่นี้ ขอขอบคุณแรงสนับสนุนและกำลังใจที่ได้รับจากครอบครัวตลอดจนเพื่อน ๆ จนทำให้งานวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ลงได้

สุดท้ายนี้ หากงานวิจัยฉบับนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์กับผู้ที่มีความสนใจในการสร้างตราสินค้าเช่นเดียวกันกับผู้วิจัย นับเป็นความปิติอย่างยิ่งที่ได้ทำงานวิจัยฉบับนี้ขึ้นและหากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยไว้ ณ ที่นี้