

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ใช้รถพิเศษหญิงในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ตัวอย่างโดยสามารถแบ่งการวิเคราะห์และแปรผลข้อมูลได้เป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ต่อเดือน ประสิทธิภาพในการขับรถยนต์ ความถี่ในการใช้รถยนต์ต่อสัปดาห์ ความถี่ในการดูแลรักษาแบตเตอรี่รถยนต์ ความถี่ในการเปลี่ยนแบตเตอรี่รถยนต์ ประเภทของแบตเตอรี่รถยนต์ที่ใช้ และยี่ห้อแบตเตอรี่รถยนต์ที่ใช้

ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์ของผู้ใช้รถพิเศษหญิง มีลักษณะแบบมาตราวัด Rating Scale จำนวน 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นลักษณะให้ผู้ใช้รถพิเศษหญิง แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์ของผู้ใช้รถพิเศษหญิง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ใช้รถพิเศษหญิงในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

#### 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปจากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง แสดงผลการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ต่อเดือน ประสิทธิภาพในการขับรถยนต์ ความถี่ในการใช้รถยนต์ต่อสัปดาห์ ความถี่ในการดูแลรักษาแบตเตอรี่รถยนต์ ความถี่ในการเปลี่ยนแบตเตอรี่รถยนต์ ประเภทของแบตเตอรี่รถยนต์ที่ใช้ และยี่ห้อแบตเตอรี่รถยนต์ที่ใช้ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ การบรรยายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวม โดยนำเสนอในรูปแบบตารางความถี่ ร้อยละ แสดงไว้ในตารางที่ 1 ถึง 10

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	20	5.00
อายุ 21-30 ปี	101	25.25
อายุ 31-40 ปี	122	30.50
อายุ 41-50 ปี	84	21.00
อายุ 51 ปีขึ้นไป	73	18.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อายุระหว่าง 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.50 รองลงมาได้แก่ อายุระหว่าง 21 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.25 อายุระหว่าง 41 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.00 อายุมากกว่า 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 18.25 และอายุไม่เกิน 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.00

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
มัธยม / ปวช. หรือ ต่ำกว่า	106	26.50
อนุปริญญา / ปวส.	64	16.00
ปริญญาตรี	190	47.50
สูงกว่าปริญญาตรี	40	10.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 47.50 รองลงมาได้แก่ การศึกษาระดับมัธยม / ปวช. หรือ ต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 26.50 การศึกษาระดับอนุปริญญา / ปวส. คิดเป็นร้อยละ 16.00 และระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 10.00

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
นักศึกษา	26	6.50
พนักงานบริษัทเอกชน	165	41.25
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	91	22.75
ธุรกิจส่วนตัว	98	24.50
อื่น ๆ	20	5.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ : อาชีพอื่น ๆ หมายถึง แม่บ้าน รับจ้าง เกษตรกร เกษียณอายุการทำงาน

จากตารางที่ 4.3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 41.25 รองลงมาได้แก่ ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 24.50 ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 22.75 นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 6.50 และประกอบอาชีพอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 5.00

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	31	7.75
10,001 - 20,000 บาท	110	27.50
20,001 - 30,000 บาท	116	29.00
30,001 - 40,000 บาท	79	19.75
40,001 - 50,000 บาท	27	6.75
50,000 บาทขึ้นไป	37	9.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.00 รองลงมาได้แก่ รายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.50 รายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.75 รายได้ต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 9.25 รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.75 และรายได้ต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.75

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์ในการใช้รถยนต์

ประสบการณ์ในการใช้รถยนต์	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
น้อยกว่า 2 ปี	66	16.50
2 - 5 ปี	118	29.50
5 - 10 ปี	101	25.25
มากกว่า 10 ปี	115	28.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีประสบการณ์ในการใช้รถยนต์ 2 – 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.50 รองลงมาได้แก่ ประสบการณ์มากกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.75 ประสบการณ์ 5 – 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.25 และน้อยกว่า 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.50

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้รถยนต์

การใช้รถยนต์	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ใช้ทุกวัน	218	54.50
ใช้สัปดาห์ละ 3 - 6 วัน	94	23.50
ใช้น้อยกว่าสัปดาห์ละ 3 วัน	88	22.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ใช้รถยนต์ทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 54.50 รองลงมาได้แก่ ใช้สัปดาห์ละ 3 – 6 วัน คิดเป็นร้อยละ 23.50 และใช้น้อยกว่าสัปดาห์ละ 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 22.00

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการดูแลรักษาและตรวจเช็ค แบตเตอรี่รถยนต์

การดูแลรักษาและตรวจเช็คแบตเตอรี่รถยนต์	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ไม่เคยดูแลรักษาและตรวจเช็ค	41	10.25
1 - 2 ครั้งต่อปี	149	37.25
3 - 4 ครั้งต่อปี	130	32.50
มากกว่า 4 ครั้งต่อปี	80	20.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีการดูแลรักษาและตรวจเช็ค แบตเตอรี่ 1 – 2 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 37.25 รองลงมาได้แก่ 3 – 4 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 32.50 มากกว่า 4 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 20.00 และไม่เคยดูแลรักษาและตรวจเช็ค คิดเป็นร้อยละ 10.25

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการเปลี่ยนแบตเตอรี่รถยนต์

ความถี่ในการเปลี่ยนแบตเตอรี่รถยนต์	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
น้อยกว่า 2 ปีต่อครั้ง	100	25.00
2 - 4 ปีต่อครั้ง	257	64.25
เปลี่ยนเมื่อแบตเตอรี่ชำรุด	35	8.75
อื่น ๆ	8	2.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ : อื่น ๆ หมายถึง ตามคำแนะนำของช่าง

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการเปลี่ยนแบตเตอรี่รถยนต์ 2 – 4 ปีต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 64.25 รองลงมาได้แก่ น้อยกว่า 2 ปีต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 25.00 เปลี่ยนเมื่อ แบตเตอรี่ชำรุด คิดเป็นร้อยละ 8.75 และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 2.00

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของแบตเตอรี่รถยนต์ที่ใช้

ประเภทของแบตเตอรี่รถยนต์ที่ใช้	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
แบตเตอรี่แบบน้ำ	190	47.50
แบตเตอรี่แบบแห้ง	184	46.00
ไม่ทราบชนิดของแบตเตอรี่ที่ใช้	26	6.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้แบตเตอรี่รถยนต์แบบน้ำ คิดเป็นร้อยละ 47.50 รองลงมาได้แก่ แบตเตอรี่รถยนต์แบบแห้ง คิดเป็นร้อยละ 46.00 และไม่ทราบชนิดของแบตเตอรี่ที่ใช้ คิดเป็นร้อยละ 6.50

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อแบตเตอรี่รถยนต์ที่ใช้

ยี่ห้อแบตเตอรี่รถยนต์ที่ใช้	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
3K	152	38.00
GS	104	26.00
FB	58	14.50
YUASA	17	4.25
Panasonic	32	8.00
BOLIDEN	2	0.50
อื่น ๆ	1	0.25
ไม่ทราบยี่ห้อแบตเตอรี่ที่ใช้	34	8.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ : อื่น ๆ หมายถึง ยี่ห้อ Rocket

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้แบตเตอรี่รถยนต์ยี่ห้อ 3K คิดเป็นร้อยละ 38.00 รองลงมาได้แก่ แบตเตอรี่รถยนต์ยี่ห้อ GS คิดเป็นร้อยละ 26.00 แบตเตอรี่รถยนต์ยี่ห้อ FB คิดเป็นร้อยละ 14.50 ไม่ทราบยี่ห้อแบตเตอรี่ที่ใช้ คิดเป็นร้อยละ 8.50 แบตเตอรี่รถยนต์ยี่ห้อ Panasonic คิดเป็นร้อยละ 8.00 แบตเตอรี่รถยนต์ยี่ห้อ YUASA คิดเป็นร้อยละ 4.25 แบตเตอรี่รถยนต์ยี่ห้อ BOLIDEN คิดเป็นร้อยละ 0.50 และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 0.25

#### 4.2 ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ใช้รถเพศหญิงในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด เกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ใช้รถเพศหญิงในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์ ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดโดยนำเสนอในรูปแบบตารางความถี่ ร้อยละ แสดงไว้ในตารางที่ 11 ถึง 14

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ใช้รถเพศหญิงในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	แปลผล	
อายุของผลิตภัณฑ์	167 (41.75)	188 (47.00)	41 (10.25)	4 (1.00)	- -	4.30 มาก	2
คุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการผลิต	156 (39.00)	194 (48.50)	46 (11.50)	4 (1.00)	- -	4.26 มาก	4
เป็นแบตเตอรี่ที่นำมารีไซเคิลได้	52 (13.00)	174 (43.50)	117 (29.25)	41 (10.25)	16 (4.00)	3.51 มาก	13
เป็นผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อทางสิ่งแวดล้อม	79 (19.75)	181 (45.25)	119 (29.75)	20 (5.00)	1 (0.25)	3.79 มาก	12
เป็นแบตเตอรี่แบบไม่ต้องเติมน้ำกลั่น	118 (29.50)	151 (37.75)	103 (25.75)	21 (5.25)	7 (1.75)	3.88 มาก	11
รูปปลั๊กภายนอกของผลิตภัณฑ์	28 (7.00)	163 (40.75)	171 (42.75)	33 (8.25)	5 (1.25)	3.44 ปานกลาง	14
ภาพพจน์และชื่อเสียงของตราสินค้า	123 (30.75)	170 (42.50)	81 (20.25)	22 (5.50)	4 (1.00)	3.97 มาก	10
น้ำหนัก (เพื่อความสะดวกในการยก)	37 (9.25)	146 (36.50)	160 (40.00)	49 (12.25)	8 (2.00)	3.39 ปานกลาง	15
มีระบบแจ้งเตือนเมื่อแบตเตอรี่ใกล้จะหมด	177 (44.25)	153 (38.25)	42 (10.50)	21 (5.25)	7 (1.75)	4.18 มาก	6
ความเร็วในการให้บริการ	154 (38.50)	173 (43.25)	53 (13.25)	18 (4.50)	2 (0.50)	4.15 มาก	8
มีผลิตภัณฑ์หลายยี่ห้อ หลายระดับราคาให้เลือก	96 (24.00)	228 (57.00)	66 (16.50)	9 (2.25)	1 (0.25)	4.02 มาก	9
การรับประกันแบตเตอรี่เมื่อมีปัญหา	213 (53.25)	129 (32.25)	40 (10.00)	15 (3.75)	3 (0.75)	4.34 มาก	1
การให้บริการฉุกเฉิน 24 ชั่วโมง	211 (52.75)	125 (31.25)	38 (9.50)	16 (4.00)	10 (2.50)	4.28 มาก	3

ตารางที่ 4.11 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ใช้รถเข็นในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	แปลผล	
การให้บริการตรวจเช็คหลังการขายหรือตามระยะเวลาใช้งาน	185 (46.25)	148 (37.00)	47 (11.75)	11 (2.75)	9 (2.25)	4.22 มาก	5
มีบริการเปลี่ยนแบตเตอรี่นอกสถานที่	175 (43.75)	158 (39.50)	37 (9.25)	19 (4.75)	11 (2.75)	4.17 มาก	7
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>						<b>3.99 มาก</b>	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด, 3.50 – 4.49 = มาก, 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, 1.50 – 2.49 = น้อย, 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อผู้ใช้รถเข็นในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) โดยให้ความสำคัญต่อบริการย่อยลำดับแรกในระดับมาก คือ การรับประกันแบตเตอรี่เมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.34) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก ตามลำดับ ดังนี้ อายุของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.30) การให้บริการฉุกเฉิน 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.28) คุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการผลิต (ค่าเฉลี่ย 4.26) การให้บริการตรวจเช็คหลังการขายหรือตามระยะเวลาใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.22) มีระบบแจ้งเตือนเมื่อแบตเตอรี่ใกล้จะหมด (ค่าเฉลี่ย 4.18) มีบริการเปลี่ยนแบตเตอรี่นอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.17) ความรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.15) มีผลิตภัณฑ์หลายยี่ห้อหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.02) ภาพพจน์และชื่อเสียงของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.97) เป็นแบตเตอรี่แบบไม่ต้องเติมน้ำกลั่น (ค่าเฉลี่ย 3.88) เป็นผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.79) เป็นแบตเตอรี่ที่นำมารีไซเคิลได้ (ค่าเฉลี่ย 3.51) และให้ความสำคัญต่อบริการย่อยในระดับปานกลาง คือ รูปลักษณะภายนอกของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.44) หูหิ้ว (เพื่อความสะดวกในการยก) (ค่าเฉลี่ย 3.39)



ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อผู้ใช้รถ  
 เพศหญิงในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	แปลผล	
มีป้ายบอกราคาแต่ละ รุ่นอย่างชัดเจน	102 (25.50)	253 (63.25)	38 (9.50)	6 (1.50)	1 (0.25)	4.12 มาก	1
สามารถต่อรองราคาได้	129 (32.25)	173 (43.25)	76 (19.00)	18 (4.50)	4 (1.00)	4.01 มาก	3
สามารถชำระด้วยบัตรเครดิต	102 (25.50)	139 (34.75)	109 (27.25)	37 (9.25)	13 (3.25)	3.70 มาก	4
สามารถแบ่งชำระเงิน เป็นงวด ๆ ได้	91 (22.75)	124 (31.00)	115 (28.75)	46 (11.50)	24 (6.00)	3.53 มาก	5
ความเหมาะสมของ ราคากับประเภทของ แบตเตอรี่	103 (25.75)	232 (58.00)	50 (12.50)	11 (2.75)	4 (1.00)	4.05 มาก	2
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.88</b>	
<b>แปลผล</b>						<b>มาก</b>	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด, 3.50 – 4.49 = มาก, 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, 1.50 – 2.49 = น้อย, 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยส่วนประสม  
 การตลาดด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ใช้รถเพศหญิงในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์  
 อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) โดยให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยย่อยลำดับแรกในระดับมาก คือ มีป้ายบอก  
 ราคาแต่ละรุ่นอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก ตามลำดับดังนี้ ความ  
 เหมาะสมของราคากับประเภทของแบตเตอรี่ (ค่าเฉลี่ย 4.05) สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.01)  
 สามารถชำระด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.70) และสามารถแบ่งชำระเงินเป็นงวด ๆ ได้ (ค่าเฉลี่ย 3.53)

All rights reserved

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ใช้รถพศหญิงในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์

ปัจจัยด้านช่อง ทางการจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	แปลผล	
ทำเลที่ตั้งของร้าน จำหน่ายแบตเตอรี่	93 (23.25)	234 (58.50)	61 (15.25)	11 (2.75)	1 (0.25)	4.02 มาก	3
มีระบบการจำหน่าย ผ่านอินเทอร์เน็ต	36 (9.00)	150 (37.50)	165 (41.25)	37 (9.25)	12 (3.00)	3.40 ปานกลาง	8
มีสาขาหลายแห่งใน การให้บริการ	71 (17.75)	231 (57.75)	77 (19.25)	12 (3.00)	9 (2.25)	3.86 มาก	6
มีความสะดวกใน การเดินทางมาใช้ บริการ	161 (40.25)	177 (44.25)	51 (12.75)	7 (1.75)	4 (1.00)	4.21 มาก	1
ความเป็นระเบียบ และสะอาดของพื้นที่ ให้บริการ	109 (27.25)	201 (50.25)	71 (17.75)	16 (4.00)	3 (0.75)	3.99 มาก	4
สถานที่รับรองลูกค้า ดีคแอร์ มีที่นั่ง พอเพียง	146 (36.50)	128 (32.00)	92 (23.00)	29 (7.25)	5 (1.25)	3.95 มาก	5
มีที่จอดรถกว้าง ขวาง สะดวกต่อการ เข้าใช้บริการ	164 (41.00)	159 (39.75)	49 (12.25)	23 (5.75)	5 (1.25)	4.14 มาก	2
เป็นสมาชิกของร้าน (ลูกค้าประจำ)	82 (20.50)	131 (32.75)	133 (33.25)	38 (9.50)	16 (4.00)	3.56 มาก	7
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>						<b>3.89 มาก</b>	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด, 3.50 – 4.49 = มาก, 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, 1.50 – 2.49 = น้อย, 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการส่วนประสม การตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ใช้รถพศหญิงในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) โดยให้ความสำคัญต่อบริการย่อยลำดับแรกใน ระดับมาก คือ มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมาให้ความสำคัญใน ระดับมาก ตามลำดับดังนี้ มีที่จอดรถกว้างขวางสะดวกต่อการเข้าใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.14) ทำเลที่ตั้ง ของร้านจำหน่ายแบตเตอรี่ (ค่าเฉลี่ย 4.02) ความเป็นระเบียบและสะอาดของพื้นที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.99) สถานที่รับรองลูกค้า ดีคแอร์ มีที่นั่งพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 3.95) มีสาขาหลายแห่งในการให้บริการ

(ค่าเฉลี่ย 3.86) เป็นสมาชิกของร้าน (ลูกค้าประจำ) (ค่าเฉลี่ย 3.56) และให้ความสำคัญต่อบัณฑิตย่อยในระดับปานกลาง คือ มีระบบการจำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ใช้รถพิเศษในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	แปลผล	
การโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์	69 (17.25)	177 (44.25)	126 (31.50)	22 (5.50)	6 (1.50)	3.70 มาก	4
การโฆษณาผ่านทางวิทยุ	26 (6.50)	137 (34.25)	171 (42.75)	55 (13.75)	11 (2.75)	3.28 ปานกลาง	8
การโฆษณาผ่านทางสิ่งตีพิมพ์	19 (4.75)	141 (35.25)	186 (46.50)	47 (11.75)	7 (1.75)	3.30 ปานกลาง	7
การโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต	26 (6.50)	140 (35.00)	172 (43.00)	50 (12.50)	12 (3.00)	3.30 ปานกลาง	7
การจัดกิจกรรมทางการตลาด (Event) เช่น การลดราคา, การจับสลากชิงรางวัล	38 (9.50)	135 (33.75)	156 (39.00)	53 (13.25)	18 (4.50)	3.31 ปานกลาง	6
การแจกของแถม เช่น เสื้อ, ร่ม	37 (9.25)	117 (29.25)	170 (42.50)	54 (13.50)	22 (5.50)	3.23 ปานกลาง	9
มีพนักงานให้คำแนะนำเกี่ยวกับแบตเตอรี่ที่เหมาะสมกับรถของท่าน	75 (18.75)	204 (51.00)	89 (22.25)	20 (5.00)	12 (3.00)	3.78 มาก	3
มีคู่มือการดูแลแบตเตอรี่รถยนต์แจก	71 (17.75)	154 (38.50)	133 (33.25)	34 (8.50)	8 (2.00)	3.62 มาก	5
มีบริการเช็คสภาพแบตเตอรี่รถยนต์ฟรีในช่วงเทศกาล เช่น ปีใหม่ สงกรานต์	142 (35.50)	176 (44.00)	54 (13.50)	20 (5.00)	8 (2.00)	4.06 มาก	2
สามารถนำแบตเตอรี่เก่าไปลดราคาได้	153 (38.25)	164 (41.00)	58 (14.50)	12 (3.00)	13 (3.25)	4.08 มาก	1
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.57</b>	
<b>แปลผล</b>						<b>มาก</b>	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด, 3.50 – 4.49 = มาก, 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, 1.50 – 2.49 = น้อย, 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ใช้รถพิเศษหญิงในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) โดยให้ความสำคัญต่อบัณฑิตย่อยลำดับแรกในระดับมาก คือ สามารถนำแบตเตอรี่เก่าไปลดราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมากตามลำดับดังนี้ มีบริการเช็คสภาพแบตเตอรี่รถยนต์ฟรีในช่วงเทศกาล เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ (ค่าเฉลี่ย 4.06) มีพนักงานให้คำแนะนำเกี่ยวกับแบตเตอรี่ที่เหมาะสมกับรถยนต์ของท่าน (ค่าเฉลี่ย 3.78) การโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.70) มีคู่มือการดูแลแบตเตอรี่รถยนต์แจก (ค่าเฉลี่ย 3.62) ) และให้ความสำคัญต่อบัณฑิตย่อยในระดับปานกลาง คือ การจัดกิจกรรมทางการตลาด (Event) เช่น การลดราคา , การจับสลากชิงรางวัล (ค่าเฉลี่ย 3.31) การโฆษณาผ่านทางสิ่งตีพิมพ์ และ การโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.30) การโฆษณาผ่านทางวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 3.28) การแจกของแถม เช่น เสื้อ , ร่ม (ค่าเฉลี่ย 3.23)

ตารางที่ 15 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยรวมของบัณฑิตส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ใช้รถพิเศษหญิงในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่

บัณฑิตส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	ลำดับที่
บัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์	3.99	มาก	1
บัณฑิตด้านราคา	3.88	มาก	3
บัณฑิตด้านช่องทางการจำหน่าย	3.89	มาก	2
บัณฑิตด้านส่งเสริมการตลาด	3.57	มาก	4
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.83</b>	<b>มาก</b>	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด, 3.50 – 4.49 = มาก, 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, 1.50 – 2.49 = น้อย, 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับบัณฑิตส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ใช้รถพิเศษหญิงในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) และผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับบัณฑิตส่วนประสมการตลาดแต่ละบัณฑิตเรียงลำดับดังนี้ บัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.99) รองลงมาได้แก่ บัณฑิตด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.89) บัณฑิตด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.88) และบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด(ค่าเฉลี่ย 3.57) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 แสดงสรุประดับความสำคัญของปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ใช้รถแท็กซี่ในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแท็กซี่

ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ลำดับที่
การรับประกัน แท็กซี่เมื่อมีปัญหา	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.34	มาก	1
อายุของผลิตภัณฑ์	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.30	มาก	2
การให้บริการฉุกเฉิน 24 ชั่วโมง	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.28	มาก	3
คุณภาพของวัสดุที่ใช้ใน การผลิต	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.26	มาก	4
การให้บริการตรวจเช็ค หลังการขายหรือตาม ระยะเวลาใช้งาน	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.22	มาก	5
มีความสะดวกในการ เดินทางมาใช้บริการ	ปัจจัยด้านช่องทางการ จำหน่าย	4.21	มาก	6
มีระบบแจ้งเตือนเมื่อ แท็กซี่ใกล้จะหมด	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.18	มาก	7
มีบริการเปลี่ยน แท็กซี่นอกสถานที่	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.17	มาก	8
ความรวดเร็วในการ ให้บริการ	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.15	มาก	9
มีที่จอดรถว่างขวาง สะดวกต่อการเข้าใช้ บริการ	ปัจจัยด้านช่องทางการ จำหน่าย	4.14	มาก	10

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด, 3.50 – 4.49 = มาก, 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, 1.50 – 2.49 = น้อย, 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.16 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องการรับประกันแท็กซี่เมื่อมีปัญหา อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.34) เป็นลำดับแรก ลำดับที่สองคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องอายุของผลิตภัณฑ์ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.30) และลำดับที่สามคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องการให้บริการฉุกเฉิน 24 ชั่วโมงอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.28) ตามลำดับ

4.3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ใช้รถพ่วงในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อ  
 แบริดเตอร์รถยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้  
 ต่อเดือน

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อผู้ใช้รถพ่วง  
 ในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบริดเตอร์รถยนต์ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ				
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อายุของผลิตภัณฑ์	3.95 (มาก)	4.36 (มาก)	4.30 (มาก)	4.24 (มาก)	4.37 (มาก)
คุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการผลิต	3.75 (มาก)	4.28 (มาก)	4.25 (มาก)	4.26 (มาก)	4.37 (มาก)
เป็นแบริดเตอร์ที่นำมารีไซเคิลได้	3.90 (มาก)	3.61 (มาก)	3.51 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
เป็นผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อม	3.80 (มาก)	3.74 (มาก)	3.84 (มาก)	3.76 (มาก)	3.81 (มาก)
เป็นแบริดเตอร์แบบไม่ต้องเติมน้ำกลั่น	3.90 (มาก)	4.03 (มาก)	3.75 (มาก)	3.80 (มาก)	3.99 (มาก)
รูปลักษณ์ภายนอกของผลิตภัณฑ์	3.40 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
ภาพพจน์และชื่อเสียงของตราสินค้า	3.70 (มาก)	4.22 (มาก)	3.81 (มาก)	3.74 (มาก)	4.21 (มาก)
หนูหิว (เพื่อความสะดวกในการยก)	3.60 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
มีระบบแจ้งเตือนเมื่อแบริดเตอร์ใกล้จะ หมด	4.05 (มาก)	4.34 (มาก)	4.17 (มาก)	3.90 (มาก)	4.33 (มาก)
ความรวดเร็วในการให้บริการ	4.05 (มาก)	4.25 (มาก)	4.13 (มาก)	3.95 (มาก)	4.29 (มาก)
มีผลิตภัณฑ์หลายยี่ห้อ หลายระดับ ราคาให้เลือก	3.95 (มาก)	4.19 (มาก)	3.99 (มาก)	3.89 (มาก)	4.01 (มาก)
การรับประกันแบริดเตอร์เมื่อมีปัญหา	3.90 (มาก)	4.45 (มาก)	4.34 (มาก)	4.19 (มาก)	4.45 (มาก)
การให้บริการฉุกเฉิน 24 ชั่วโมง	4.05 (มาก)	4.45 (มาก)	4.25 (มาก)	4.10 (มาก)	4.36 (มาก)
การให้บริการตรวจเช็คหลังการขาย หรือตามระยะเวลาใช้งาน	4.00 (มาก)	4.41 (มาก)	4.21 (มาก)	4.05 (มาก)	4.25 (มาก)

ตารางที่ 4.17 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อผู้ใช้รถเข็น  
 หญิงในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ				
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีบริการเปลี่ยนแบตเตอรี่นอกสถานที่	4.45 (มาก)	4.34 (มาก)	4.11 (มาก)	3.87 (มาก)	4.30 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.90 (มาก)	4.11 (มาก)	3.95 (มาก)	3.85 (มาก)	4.09 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด, 3.50 – 4.49 = มาก, 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, 1.50 – 2.49 = น้อย, 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีบริการเปลี่ยนแบตเตอรี่นอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.45) มีระบบแจ้งเตือนเมื่อแบตเตอรี่ใกล้จะหมด ความรวดเร็วในการให้บริการ และการให้บริการฉุกเฉิน 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.05) การให้บริการตรวจเช็คหลังการขายหรือตามระยะเวลาใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.00) อายุของผลิตภัณฑ์ และมีผลิตภัณฑ์หลายยี่ห้อ หลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.95) เป็นแบตเตอรี่ที่นำมารีไซเคิลได้ เป็นแบตเตอรี่แบบไม่ต้องเติมน้ำกลั่น และการรับประกันแบตเตอรี่เมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 3.90) เป็นผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.80) คุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการผลิต (ค่าเฉลี่ย 3.75) ภาพพจน์และชื่อเสียงของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.70) หูหิ้ว (เพื่อความสะดวกในการยก) (ค่าเฉลี่ย 3.60) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ รูปลักษณะภายนอกของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.40) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 - 30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การรับประกันแบตเตอรี่เมื่อมีปัญหา และการให้บริการฉุกเฉิน 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.45) การให้บริการตรวจเช็คหลังการขายหรือตามระยะเวลาใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.41) อายุของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.36) มีระบบแจ้งเตือนเมื่อแบตเตอรี่ใกล้จะหมด และมีบริการเปลี่ยนแบตเตอรี่นอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.34) คุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการผลิต (ค่าเฉลี่ย 4.28) ความรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.25) ภาพพจน์และชื่อเสียงของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.22) มีผลิตภัณฑ์หลายยี่ห้อ หลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.19) เป็นแบตเตอรี่แบบไม่ต้องเติมน้ำกลั่น (ค่าเฉลี่ย 4.03) เป็นผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.74) เป็นแบตเตอรี่ที่นำมารีไซเคิลได้

(ค่าเฉลี่ย 3.61) รูปลักษณ์ภายนอกของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.55) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ หูหิ้ว (เพื่อความสะดวกในการยก) (ค่าเฉลี่ย 3.42) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 - 40 ปี ให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การรับประกันแบตเตอรี่เมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.34) อายุของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.30) คุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการผลิต และการให้บริการฉุกเฉิน 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.25) การให้บริการตรวจเช็คหลังการขายหรือตามระยะเวลาใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.21) มีระบบแจ้งเตือนเมื่อแบตเตอรี่ใกล้จะหมด (ค่าเฉลี่ย 4.17) ความรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.13) มีบริการเปลี่ยนแบตเตอรี่นอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.11) มีผลิตภัณฑ์หลายยี่ห้อ หลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.99) เป็นผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.84) ภาพพจน์และชื่อเสียงของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.81) เป็นแบตเตอรี่แบบไม่ต้องเติมน้ำกลั่น (ค่าเฉลี่ย 3.75) เป็นแบตเตอรี่ที่นำมารีไซเคิลได้ (ค่าเฉลี่ย 3.51) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ หูหิ้ว (เพื่อความสะดวกในการยก) (ค่าเฉลี่ย 3.30) รูปลักษณ์ภายนอกของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.28) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 - 50 ปี ให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการผลิต (ค่าเฉลี่ย 4.26) อายุของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.24) การรับประกันแบตเตอรี่เมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.19) การให้บริการฉุกเฉิน 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.10) การให้บริการตรวจเช็คหลังการขายหรือตามระยะเวลาใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.05) ความรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.95) มีระบบแจ้งเตือนเมื่อแบตเตอรี่ใกล้จะหมด (ค่าเฉลี่ย 3.90) มีผลิตภัณฑ์หลายยี่ห้อ หลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.89) มีบริการเปลี่ยนแบตเตอรี่นอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.87) เป็นแบตเตอรี่แบบไม่ต้องเติมน้ำกลั่น (ค่าเฉลี่ย 3.80) เป็นผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.76) ภาพพจน์และชื่อเสียงของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.74) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ รูปลักษณ์ภายนอกของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.48) เป็นแบตเตอรี่ที่นำมารีไซเคิลได้ (ค่าเฉลี่ย 3.31) หูหิ้ว (เพื่อความสะดวกในการยก) (ค่าเฉลี่ย 3.27) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การรับประกันแบตเตอรี่เมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.45) คุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการผลิต และ อายุของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.37) การให้บริการฉุกเฉิน 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.36) มีระบบแจ้งเตือนเมื่อแบตเตอรี่ใกล้จะหมด (ค่าเฉลี่ย 4.33) มีบริการเปลี่ยนแบตเตอรี่นอก



สถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.30) ความรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.29) การให้บริการตรวจเช็คหลังการขายหรือตามระยะเวลาใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.25) ภาพพจน์และชื่อเสียงของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.21) มีผลิตภัณฑ์หลายยี่ห้อ หลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.01) เป็นแบตเตอรี่แบบไม่ต้องเติมน้ำกลั่น (ค่าเฉลี่ย 3.99) เป็นผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.81) หูหิ้ว (เพื่อความสะดวกในการยก) (ค่าเฉลี่ย 3.58) รูปลักษณ์ภายนอกของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.52) เป็นแบตเตอรี่ที่นำมารีไซเคิลได้ (ค่าเฉลี่ย 3.51) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ใช้รถพศหญิงในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ				
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีป้ายบอกราคาแต่ละรุ่นอย่างชัดเจน	4.30 (มาก)	4.14 (มาก)	4.11 (มาก)	4.05 (มาก)	4.16 (มาก)
สามารถต่อรองราคาได้	4.15 (มาก)	4.20 (มาก)	3.99 (มาก)	3.85 (มาก)	3.95 (มาก)
สามารถชำระด้วยบัตรเครดิต	4.10 (มาก)	3.97 (มาก)	3.68 (มาก)	3.51 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)
สามารถแบ่งชำระเงินเป็นงวด ๆ ได้	4.10 (มาก)	3.84 (มาก)	3.51 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
ความเหมาะสมของราคากับประเภทของแบตเตอรี่	4.20 (มาก)	4.12 (มาก)	4.08 (มาก)	3.82 (มาก)	4.11 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.17</b> (มาก)	<b>4.05</b> (มาก)	<b>3.87</b> (มาก)	<b>3.70</b> (มาก)	<b>3.79</b> (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด, 3.50 – 4.49 = มาก, 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, 1.50 – 2.49 = น้อย, 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีป้ายบอกราคาแต่ละรุ่นอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.30) ความเหมาะสมของราคากับประเภทของแบตเตอรี่ (ค่าเฉลี่ย 4.20) สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.15) สามารถชำระด้วยบัตรเครดิต และสามารถแบ่งชำระเงินเป็นงวด ๆ ได้ (ค่าเฉลี่ย 4.10) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 - 30 ปี ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.20) มีป้ายบอกราคาแต่ละรุ่นอย่างชัดเจน

(ค่าเฉลี่ย 4.14) ความเหมาะสมของราคากับประเภทของแบดเตอรี (ค่าเฉลี่ย 4.12) สามารถชำระด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.97) สามารถแบ่งชำระเงินเป็นงวด ๆ ได้ (ค่าเฉลี่ย 3.84) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 - 40 ปี ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัณฑิตย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีป้ายบอกราคาแต่ละรุ่นอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.11) ความเหมาะสมของราคากับประเภทของแบดเตอรี (ค่าเฉลี่ย 4.08) สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.99) สามารถชำระด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.68) สามารถแบ่งชำระเงินเป็นงวด ๆ ได้ (ค่าเฉลี่ย 3.51) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 - 50 ปี ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัณฑิตย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีป้ายบอกราคาแต่ละรุ่นอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.05) สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.85) ความเหมาะสมของราคากับประเภทของแบดเตอรี (ค่าเฉลี่ย 3.82) สามารถชำระด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.51) บัณฑิตย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ สามารถแบ่งชำระเงินเป็นงวด ๆ ได้ (ค่าเฉลี่ย 3.27) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัณฑิตย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีป้ายบอกราคาแต่ละรุ่นอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.16) ความเหมาะสมของราคากับประเภทของแบดเตอรี (ค่าเฉลี่ย 4.11) สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.95) บัณฑิตย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ สามารถชำระด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.47) สามารถแบ่งชำระเงินเป็นงวด ๆ ได้ (ค่าเฉลี่ย 3.27) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ใช้รถเช่าในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย	อายุ				
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งของร้านจำหน่ายแบตเตอรี่	4.30 (มาก)	4.00 (มาก)	3.98 (มาก)	3.92 (มาก)	4.14 (มาก)
มีระบบการจำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ต	4.15 (มาก)	3.55 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)
มีสาขาหลายแห่งในการให้บริการ	4.30 (มาก)	3.87 (มาก)	3.84 (มาก)	3.68 (มาก)	3.96 (มาก)
มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ	4.40 (มาก)	4.23 (มาก)	4.11 (มาก)	4.14 (มาก)	4.38 (มาก)
ความเป็นระเบียบและสะอาดของพื้นที่ให้บริการ	4.35 (มาก)	4.03 (มาก)	3.91 (มาก)	3.85 (มาก)	4.15 (มาก)
สถานที่รับรองลูกค้า ดิคแอร์ มีที่นั่งพอเพียง	4.40 (มาก)	4.09 (มาก)	3.82 (มาก)	3.74 (มาก)	4.11 (มาก)
มีที่จอดรถกว้างขวาง สะดวกต่อการเข้าใช้บริการ	4.45 (มาก)	4.14 (มาก)	4.10 (มาก)	3.92 (มาก)	4.36 (มาก)
เป็นสมาชิกของร้าน (ลูกค้าประจำ)	4.30 (มาก)	3.77 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.33</b> (มาก)	<b>3.96</b> (มาก)	<b>3.80</b> (มาก)	<b>3.73</b> (มาก)	<b>4.02</b> (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด, 3.50 – 4.49 = มาก, 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, 1.50 – 2.49 = น้อย, 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญต่อบริการจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.33) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีที่จอดรถกว้างขวาง สะดวกต่อการเข้าใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.45) มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ และสถานที่รับรองลูกค้า ดิคแอร์ มีที่นั่งพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 4.40) ความเป็นระเบียบและสะอาดของพื้นที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.35) ทำเลที่ตั้งของร้านจำหน่ายแบตเตอรี่ มีสาขาหลายแห่งในการให้บริการ และเป็นสมาชิกของร้าน (ลูกค้าประจำ) (ค่าเฉลี่ย 4.30) มีระบบการจำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.15) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 - 30 ปี ให้ความสำคัญต่อบริการจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.23) มีที่จอดรถ

กว้างขวาง สะดวกต่อการเข้าใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.14) สถานที่รับรองลูกค้า ดิเคอแอร์ มีที่นั่งพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 4.09) ความเป็นระเบียบและสะอาดของพื้นที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.03) ทำเลที่ตั้งของร้านจำหน่ายแบตเตอรี่ (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีสาขาหลายแห่งในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.87) เป็นสมาชิกของร้าน (ลูกค้าประจำ) (ค่าเฉลี่ย 3.77) มีระบบการจำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.55) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.11) มีที่จอดรถกว้างขวาง สะดวกต่อการเข้าใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.10) ทำเลที่ตั้งของร้านจำหน่ายแบตเตอรี่ (ค่าเฉลี่ย 3.98) ความเป็นระเบียบและสะอาดของพื้นที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.91) มีสาขาหลายแห่งในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.84) สถานที่รับรองลูกค้า ดิเคอแอร์ มีที่นั่งพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 3.82) บัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ เป็นสมาชิกของร้าน (ลูกค้าประจำ) (ค่าเฉลี่ย 3.35) มีระบบการจำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.27) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.14) ทำเลที่ตั้งของร้านจำหน่ายแบตเตอรี่ และมีที่จอดรถกว้างขวาง สะดวกต่อการเข้าใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.92) ความเป็นระเบียบและสะอาดของพื้นที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.85) สถานที่รับรองลูกค้า ดิเคอแอร์ มีที่นั่งพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 3.74) มีสาขาหลายแห่งในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.68) บัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ เป็นสมาชิกของร้าน (ลูกค้าประจำ) (ค่าเฉลี่ย 3.35) มีระบบการจำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.26) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.38) มีที่จอดรถกว้างขวาง สะดวกต่อการเข้าใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.36) ความเป็นระเบียบและสะอาดของพื้นที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.15) ทำเลที่ตั้งของร้านจำหน่ายแบตเตอรี่ (ค่าเฉลี่ย 4.14) สถานที่รับรองลูกค้า ดิเคอแอร์ มีที่นั่งพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 4.11) มีสาขาหลายแห่งในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.96) เป็นสมาชิกของร้าน (ลูกค้าประจำ) (ค่าเฉลี่ย 3.67) บัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีระบบการจำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.37) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ใช้รถพศหญิงในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ				
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์	2.95 (ปานกลาง)	3.88 (มาก)	3.62 (มาก)	3.63 (มาก)	3.88 (มาก)
การโฆษณาผ่านทางวิทยุ	3.00 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.16 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
การโฆษณาผ่านทางสิ่งตีพิมพ์	2.95 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
การโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต	2.95 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)
การจัดกิจกรรมทางการตลาด (Event) เช่น การลดราคา , การจับ สลากชิงรางวัล	3.35 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
การแจกของแถม เช่น เสื้อ , ร่ม	3.35 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
มีพนักงานให้คำแนะนำเกี่ยวกับ แบตเตอรี่ที่เหมาะสมกับรถของ ท่าน	3.70 (มาก)	3.80 (มาก)	3.76 (มาก)	3.62 (มาก)	3.96 (มาก)
มีคู่มือการดูแลแบตเตอรี่รถยนต์ แจก	3.60 (มาก)	3.57 (มาก)	3.61 (มาก)	3.52 (มาก)	3.79 (มาก)
มีบริการเช็คสภาพแบตเตอรี่ รถยนต์ฟรีในช่วงเทศกาล เช่น ปีใหม่ สงกรานต์	3.80 (มาก)	4.15 (มาก)	4.06 (มาก)	3.83 (มาก)	4.27 (มาก)
สามารถนำแบตเตอรี่เก่าไปลด ราคาได้	3.75 (มาก)	4.23 (มาก)	4.15 (มาก)	3.86 (มาก)	4.11 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	3.34 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.51 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด, 3.50 – 4.49 = มาก, 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, 1.50 – 2.49 = น้อย, 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญต่อบริการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีบริการเช็คสภาพแบตเตอรี่รถยนต์ฟรีในช่วงเทศกาล เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ (ค่าเฉลี่ย 3.80) สามารถนำแบตเตอรี่เก่าไปลดราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.75) มีพนักงานให้คำแนะนำเกี่ยวกับแบตเตอรี่ที่เหมาะสมกับรถของท่าน (ค่าเฉลี่ย 3.70)

มีคู่มือการดูแลแบตเตอรี่รถยนต์แจก (ค่าเฉลี่ย 3.60) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดกิจกรรมทางการตลาด (Event) เช่น การลดราคา , การจับสลากชิงรางวัล และการแจกของแถม เช่น เสื้อ , ร่ม (ค่าเฉลี่ย 3.35) การโฆษณาผ่านทางวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 3.00) การโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์ การโฆษณาผ่านทางสิ่งตีพิมพ์ และการโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.95) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 - 30 ปี ให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สามารถนำแบตเตอรี่เก่าไปลดราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.23) มีบริการเช็คสภาพแบตเตอรี่รถยนต์ฟรีในช่วงเทศกาล เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ (ค่าเฉลี่ย 4.15) การโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.88) มีพนักงานให้คำแนะนำเกี่ยวกับแบตเตอรี่ที่เหมาะสมกับรถของท่าน (ค่าเฉลี่ย 3.80) การโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.58) มีคู่มือการดูแลแบตเตอรี่รถยนต์แจก (ค่าเฉลี่ย 3.57) การโฆษณาผ่านทางวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 3.54) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดกิจกรรมทางการตลาด (Event) เช่น การลดราคา , การจับสลากชิงรางวัล (ค่าเฉลี่ย 3.45) การโฆษณาผ่านทางสิ่งตีพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.43) การแจกของแถม เช่น เสื้อ , ร่ม (ค่าเฉลี่ย 3.41) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 - 40 ปี ให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สามารถนำแบตเตอรี่เก่าไปลดราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.15) มีบริการเช็คสภาพแบตเตอรี่รถยนต์ฟรีในช่วงเทศกาล เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ (ค่าเฉลี่ย 4.06) มีพนักงานให้คำแนะนำเกี่ยวกับแบตเตอรี่ที่เหมาะสมกับรถของท่าน (ค่าเฉลี่ย 3.76) การโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.62) มีคู่มือการดูแลแบตเตอรี่รถยนต์แจก (ค่าเฉลี่ย 3.61) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดกิจกรรมทางการตลาด (Event) เช่น การลดราคา , การจับสลากชิงรางวัล (ค่าเฉลี่ย 3.21) การโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.20) การโฆษณาผ่านทางสิ่งตีพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.17) การโฆษณาผ่านทางวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 3.16) การแจกของแถม เช่น เสื้อ , ร่ม (ค่าเฉลี่ย 3.12) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 - 50 ปี ให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สามารถนำแบตเตอรี่เก่าไปลดราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.86) มีบริการเช็คสภาพแบตเตอรี่รถยนต์ฟรีในช่วงเทศกาล เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ (ค่าเฉลี่ย 3.83) การโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.63) มีพนักงานให้คำแนะนำเกี่ยวกับแบตเตอรี่ที่เหมาะสมกับรถของท่าน (ค่าเฉลี่ย 3.62) มีคู่มือการดูแลแบตเตอรี่รถยนต์แจก (ค่าเฉลี่ย 3.52) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถาม

ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การโฆษณาผ่านทางสิ่งตีพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.27) การโฆษณาผ่านทางวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 3.21) การโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต และการจัดกิจกรรมทางการตลาด (Event) เช่น การลดราคา , การจับสลากชิงรางวัล (ค่าเฉลี่ย 3.15) การแจกของแถม เช่น เสื้อ , ร่ม (ค่าเฉลี่ย 3.10) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัณฑิตย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สามารถนำเบตเตอร์เก่าไปลดราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.27) มีบริการเช็คสภาพเบตเตอร์รถยนต์ฟรีในช่วงเทศกาล เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ (ค่าเฉลี่ย 4.11) มีพนักงานให้คำแนะนำเกี่ยวกับเบตเตอร์ที่เหมาะสมกับรถของท่าน (ค่าเฉลี่ย 3.96) การโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.88) มีคู่มือการดูแลเบตเตอร์รถยนต์แจก (ค่าเฉลี่ย 3.79) บัณฑิตย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การโฆษณาผ่านทางสิ่งตีพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.44) การจัดกิจกรรมทางการตลาด (Event) เช่น การลดราคา , การจับสลากชิงรางวัล (ค่าเฉลี่ย 3.42) การโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.32) การแจกของแถม เช่น เสื้อ , ร่ม (ค่าเฉลี่ย 3.30) การโฆษณาผ่านทางวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 3.26) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.21 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อผู้ใช้รถเช่าหญิง ในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษาสูงสุด			
	มัธยม / ปวช. หรือต่ำกว่า	อนุปริญญา / ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อายุของผลิตภัณฑ์	4.14 (มาก)	4.09 (มาก)	4.42 (มาก)	4.45 (มาก)
คุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการผลิต	4.12 (มาก)	4.16 (มาก)	4.34 (มาก)	4.38 (มาก)
เป็นแบตเตอรี่ที่นำมารีไซเคิลได้	3.45 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.54 (มาก)	3.55 (มาก)
เป็นผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	3.77 (มาก)	3.75 (มาก)	3.82 (มาก)	3.80 (มาก)
เป็นแบตเตอรี่แบบไม่ต้องเติมน้ำกลั่น	3.58 (มาก)	3.88 (มาก)	4.03 (มาก)	4.00 (มาก)
รูปลักษณะภายนอกของผลิตภัณฑ์	3.31 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
ภาพพจน์และชื่อเสียงของตราสินค้า	3.72 (มาก)	3.81 (มาก)	4.11 (มาก)	4.20 (มาก)
หูหิ้ว (เพื่อความสะดวกในการยก)	3.31 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
มีระบบแจ้งเตือนเมื่อแบตเตอรี่ใกล้จะหมด	3.98 (มาก)	3.97 (มาก)	4.35 (มาก)	4.25 (มาก)
ความเร็วในการให้บริการ	3.98 (มาก)	4.02 (มาก)	4.28 (มาก)	4.18 (มาก)
มีผลิตภัณฑ์หลายยี่ห้อ หลายระดับราคาให้เลือก	3.90 (มาก)	4.05 (มาก)	4.08 (มาก)	4.05 (มาก)
การรับประกันแบตเตอรี่เมื่อมีปัญหา	4.16 (มาก)	4.14 (มาก)	4.47 (มาก)	4.48 (มาก)
การให้บริการฉุกเฉิน 24 ชั่วโมง	4.11 (มาก)	4.14 (มาก)	4.42 (มาก)	4.28 (มาก)
การให้บริการตรวจเช็คหลังการขาย หรือตามระยะเวลาใช้งาน	4.05 (มาก)	4.17 (มาก)	4.32 (มาก)	4.33 (มาก)
มีบริการเปลี่ยนแบตเตอรี่นอกสถานที่	3.86 (มาก)	4.19 (มาก)	4.32 (มาก)	4.25 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.83 (มาก)</b>	<b>3.91 (มาก)</b>	<b>4.10 (มาก)</b>	<b>4.06 (มาก)</b>

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด, 3.50 – 4.49 = มาก, 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, 1.50 – 2.49 = น้อย, 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด



จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา มัธยม / ปวช. หรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การรับประกันแบตเตอรี่เมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.16) อายุของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.14) คุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการผลิต (ค่าเฉลี่ย 4.12) การให้บริการฉุกเฉิน 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.11) การให้บริการตรวจเช็คหลังการขายหรือตามระยะเวลาใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.05) มีระบบแจ้งเตือนเมื่อแบตเตอรี่ใกล้จะหมด และความรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.98) มีผลิตภัณฑ์หลายยี่ห้อ หลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.90) มีบริการเปลี่ยนแบตเตอรี่นอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.86) เป็นผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.77) ภาพพจน์และชื่อเสียงของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.72) เป็นแบตเตอรี่แบบไม่ต้องเติมน้ำกลั่น (ค่าเฉลี่ย 3.58) บัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ เป็นแบตเตอรี่ที่นำมารีไซเคิลได้ (ค่าเฉลี่ย 3.45) รูปลักษณ์ภายนอกของผลิตภัณฑ์ และ หูหิ้ว (เพื่อความสะดวกในการยก) (ค่าเฉลี่ย 3.31) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา อนุปริญญา / ปวส. ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีบริการเปลี่ยนแบตเตอรี่นอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.19) การให้บริการตรวจเช็คหลังการขายหรือตามระยะเวลาการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.17) คุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการผลิต (ค่าเฉลี่ย 4.16) การรับประกันแบตเตอรี่เมื่อมีปัญหา และการให้บริการฉุกเฉิน 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.14) อายุของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.09) มีผลิตภัณฑ์หลายยี่ห้อ หลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.05) ความรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.02) มีระบบแจ้งเตือนเมื่อแบตเตอรี่ใกล้จะหมด (ค่าเฉลี่ย 3.97) เป็นแบตเตอรี่แบบไม่ต้องเติมน้ำกลั่น (ค่าเฉลี่ย 3.88) ภาพพจน์และชื่อเสียงของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.81) เป็นผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.75) เป็นแบตเตอรี่ที่นำมารีไซเคิลได้ (ค่าเฉลี่ย 3.52) บัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ รูปลักษณ์ภายนอกของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.48) หูหิ้ว (เพื่อความสะดวกในการยก) (ค่าเฉลี่ย 3.31) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การรับประกันแบตเตอรี่เมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.47) อายุของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการฉุกเฉิน 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.42) มีระบบแจ้งเตือนเมื่อแบตเตอรี่ใกล้จะหมด (ค่าเฉลี่ย 4.35) คุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการผลิต (ค่าเฉลี่ย 4.34) การให้บริการตรวจเช็คหลังการขายหรือตามระยะเวลาการใช้งาน และมีบริการเปลี่ยนแบตเตอรี่นอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.32) ความรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.28) ภาพพจน์และชื่อเสียงของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.11) มี

ผลิตภัณฑ์หลายยี่ห้อ หลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.08) เป็นแบบเตอริแบบไม่ต้องเติมน้ำกลั่น (ค่าเฉลี่ย 4.03) เป็นผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.82) เป็นแบบเตอริที่นำมารีไซเคิลได้ (ค่าเฉลี่ย 3.54) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ รูปลักษณะภายนอกของผลิตภัณฑ์ และ หูหิ้ว (เพื่อความสะดวกในการยก) (ค่าเฉลี่ย 3.48) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อบ้างด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การรับประกันแบบเตอริเมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.48) อายุของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.45) คุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการผลิต (ค่าเฉลี่ย 4.38) การให้บริการตรวจเช็คหลังการขายหรือตามระยะเวลาการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.33) การให้บริการฉุกเฉิน 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.28) มีระบบแจ้งเตือนเมื่อแบบเตอริใกล้จะหมด และมีบริการเปลี่ยนแบบเตอรินอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.25) ภาพพจน์และชื่อเสียงของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.20) ความรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.18) มีผลิตภัณฑ์หลายยี่ห้อ หลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.05) เป็นแบบเตอริแบบไม่ต้องเติมน้ำกลั่น (ค่าเฉลี่ย 4.00) เป็นผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.80) เป็นแบบเตอริที่นำมารีไซเคิลได้ (ค่าเฉลี่ย 3.55) รูปลักษณะภายนอกของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ หูหิ้ว (เพื่อความสะดวกในการยก) (ค่าเฉลี่ย 3.25) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.22 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ใช้รถเช่าในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยด้านราคา	ระดับการศึกษาสูงสุด			
	มัธยม / ปวช. หรือต่ำกว่า	อนุปริญญา / ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีป้ายบอกราคาแต่ละรุ่นอย่างชัดเจน	3.98 (มาก)	4.06 (มาก)	4.25 (มาก)	4.00 (มาก)
สามารถต่อรองราคาได้	3.62 (มาก)	3.97 (มาก)	4.25 (มาก)	3.98 (มาก)
สามารถชำระด้วยบัตรเครดิต	3.40 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.86 (มาก)	3.80 (มาก)
สามารถแบ่งชำระเงินเป็นงวด ๆ ได้	3.18 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.78 (มาก)
ความเหมาะสมของราคากับประเภทของแบตเตอรี่	3.77 (มาก)	4.05 (มาก)	4.17 (มาก)	4.18 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	3.59 (มาก)	3.84 (มาก)	4.05 (มาก)	3.95 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด, 3.50 – 4.49 = มาก, 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, 1.50 – 2.49 = น้อย, 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา มัธยม / ปวช. หรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีป้ายบอกราคาแต่ละรุ่นอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.98) ความเหมาะสมของราคากับประเภทของแบตเตอรี่ (ค่าเฉลี่ย 3.77) สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.62) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ สามารถชำระด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.40) สามารถแบ่งชำระเงินเป็นงวด ๆ ได้ (ค่าเฉลี่ย 3.18) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา อนุปริญญา / ปวส. ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีป้ายบอกราคาแต่ละรุ่นอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.06) ความเหมาะสมของราคากับประเภทของแบตเตอรี่ (ค่าเฉลี่ย 4.05) สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.97) สามารถชำระด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.67) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ สามารถแบ่งชำระเงินเป็นงวด ๆ ได้ (ค่าเฉลี่ย 3.45) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีป้ายบอกราคาแต่ละรุ่นอย่างชัดเจน และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.25) ความเหมาะสมของราคากับประเภทของแบตเตอรี่ (ค่าเฉลี่ย 4.17) สามารถชำระด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.86) สามารถแบ่งชำระเงินเป็นงวด ๆ ได้ (ค่าเฉลี่ย 3.70) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ความเหมาะสมของราคากับประเภทของแบตเตอรี่ (ค่าเฉลี่ย 4.18) มีป้ายบอกราคาแต่ละรุ่นอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.00) สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.98) สามารถชำระด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.80) สามารถแบ่งชำระเงินเป็นงวด ๆ ได้ (ค่าเฉลี่ย 3.78) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.23 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ใช้รถพESHในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย	ระดับการศึกษาสูงสุด			
	มัธยม / ปวช. หรือต่ำกว่า	อนุปริญญา / ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งของร้านจำหน่ายแบตเตอรี่	3.85 (มาก)	4.08 (มาก)	4.08 (มาก)	4.08 (มาก)
มีระบบการจำหน่ายผ่าน อินเทอร์เน็ต	3.24 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)
มีสาขาหลายแห่งในการให้บริการ	3.63 (มาก)	3.80 (มาก)	3.98 (มาก)	3.95 (มาก)
มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ	3.97 (มาก)	4.11 (มาก)	4.35 (มาก)	4.35 (มาก)
ความเป็นระเบียบและสะอาดของพื้นที่ให้บริการ	3.75 (มาก)	4.03 (มาก)	4.11 (มาก)	4.05 (มาก)
สถานที่รับรองลูกค้า ดิดแอร์ มีที่นั่งพอเพียง	3.60 (มาก)	4.13 (มาก)	4.07 (มาก)	4.03 (มาก)
มีที่จอดรถกว้างขวาง สะดวกต่อการเข้าใช้บริการ	3.88 (มาก)	4.25 (มาก)	4.22 (มาก)	4.23 (มาก)
เป็นสมาชิกของร้าน (ลูกค้าประจำ)	3.16 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)	3.69 (มาก)	3.73 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.64</b> (มาก)	<b>3.95</b> (มาก)	<b>3.99</b> (มาก)	<b>3.99</b> (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด, 3.50 – 4.49 = มาก, 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, 1.50 – 2.49 = น้อย, 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา มัธยม / ปวช. หรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.97) มีที่จอดรถกว้างขวาง สะดวกต่อการเข้าใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.88) ทำเลที่ตั้งของร้านจำหน่ายแบตเตอรี่ (ค่าเฉลี่ย 3.85) ความเป็นระเบียบและสะอาดของพื้นที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.75) มีสาขาหลายแห่งในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.63) สถานที่รับรองลูกค้า ดิดแอร์ มีที่นั่งพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 3.60) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ได้แก่ มีระบบจำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.24) เป็นสมาชิกของร้าน (ลูกค้าประจำ) (ค่าเฉลี่ย 3.16) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา อนุปริญญา / ปวส. ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านช่องทางการจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัณฑิตย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีที่จอดรถกว้างขวาง สะดวกต่อการเข้าใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.25) สถานที่รับรองลูกค้าดีแอร์ มีที่นั่งพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 4.13) มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.11) ทำเลที่ตั้งของร้านจำหน่ายเบตเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 4.08) ความเป็นระเบียบและสะอาดของพื้นที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.03) มีสาขาหลายแห่งในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.80) เป็นสมาชิกของร้าน (ลูกค้าประจำ) (ค่าเฉลี่ย 3.73) มีระบบจำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.50)ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านช่องทางการจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัณฑิตย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.35) มีที่จอดรถกว้างขวาง สะดวกต่อการเข้าใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.22) ความเป็นระเบียบและสะอาดของพื้นที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.11) ทำเลที่ตั้งของร้านจำหน่ายเบตเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 4.08) สถานที่รับรองลูกค้าดีแอร์ มีที่นั่งพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 4.07) มีสาขาหลายแห่งในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.98) เป็นสมาชิกของร้าน (ลูกค้าประจำ) (ค่าเฉลี่ย 3.69) บัณฑิตย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีระบบจำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.44) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านช่องทางการจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัณฑิตย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.35) มีที่จอดรถกว้างขวาง สะดวกต่อการเข้าใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.23) ทำเลที่ตั้งของร้านจำหน่ายเบตเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 4.08) ความเป็นระเบียบและสะอาดของพื้นที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.05) สถานที่รับรองลูกค้าดีแอร์ มีที่นั่งพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 4.03) มีสาขาหลายแห่งในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.95) เป็นสมาชิกของร้าน (ลูกค้าประจำ) (ค่าเฉลี่ย 3.73) มีระบบจำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.53) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.24 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ใช้รถยนต์หญิงในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับการศึกษาสูงสุด			
	มัธยม / ปวช. หรือต่ำกว่า	อนุปริญญา / ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์	3.63 (มาก)	3.52 (มาก)	3.76 (มาก)	3.90 (มาก)
การโฆษณาผ่านทางวิทยุ	3.18 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)
การโฆษณาผ่านทางสิ่งตีพิมพ์	3.23 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
การโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต	3.08 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)
การจัดกิจกรรมทางการตลาด (Event) เช่น การลดราคา, การจับสลากชิงรางวัล	3.14 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)
การแจกของแถม เช่น เสื้อ, ร่ม	3.08 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
มีพนักงานให้คำแนะนำเกี่ยวกับแบตเตอรี่ที่เหมาะสมกับรถของท่าน	3.75 (มาก)	3.53 (มาก)	3.85 (มาก)	3.85 (มาก)
มีคู่มือการดูแลแบตเตอรี่รถยนต์แจก	3.59 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.73 (มาก)
มีบริการเช็คสภาพแบตเตอรี่รถยนต์ฟรีในช่วงเทศกาล เช่น ปีใหม่ สงกรานต์	3.90 (มาก)	3.88 (มาก)	4.16 (มาก)	4.30 (มาก)
สามารถนำแบตเตอรี่เก่าไปลดราคาได้	3.93 (มาก)	3.94 (มาก)	4.19 (มาก)	4.18 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	3.45 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)	3.73 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด, 3.50 – 4.49 = มาก, 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, 1.50 – 2.49 = น้อย, 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา มัธยม / ปวช. หรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.45) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สามารถนำแบตเตอรี่เก่าไปลดราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.93) มีบริการเช็คสภาพแบตเตอรี่รถยนต์ฟรีในช่วงเทศกาล

เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ (ค่าเฉลี่ย 3.90) มีพนักงานให้คำแนะนำเกี่ยวกับแบตเตอรี่ที่เหมาะสมกับรถของท่าน (ค่าเฉลี่ย 3.75) การโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.63) มีคู่มือการดูแลแบตเตอรี่รถยนต์แจก (ค่าเฉลี่ย 3.59) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การโฆษณาผ่านทางสิ่งตีพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.23) การโฆษณาผ่านทางวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 3.18) การจัดกิจกรรมทางการตลาด (Event) เช่น การลดราคา , การจับสลากชิงรางวัล (ค่าเฉลี่ย 3.14) การโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต และการแจกของแถม เช่น เสื้อ , ร่ม (ค่าเฉลี่ย 3.08) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา อนุปริญญา / ปวส. ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สามารถนำแบตเตอรี่เก่าไปลดราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.94) มีบริการเช็คสภาพแบตเตอรี่รถยนต์ฟรีในช่วงเทศกาล เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ (ค่าเฉลี่ย 3.88) มีพนักงานให้คำแนะนำเกี่ยวกับแบตเตอรี่ที่เหมาะสมกับรถของท่าน (ค่าเฉลี่ย 3.53) การโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.52) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีคู่มือการดูแลแบตเตอรี่รถยนต์แจก (ค่าเฉลี่ย 3.31) การโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต และ การจัดกิจกรรมทางการตลาด (Event) เช่น การลดราคา , การจับสลากชิงรางวัล (ค่าเฉลี่ย 3.13) การโฆษณาผ่านทางสิ่งตีพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.09) การโฆษณาผ่านทางวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 3.06) การแจกของแถม เช่น เสื้อ , ร่ม (ค่าเฉลี่ย 3.03) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สามารถนำแบตเตอรี่เก่าไปลดราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.19) มีบริการเช็คสภาพแบตเตอรี่รถยนต์ฟรีในช่วงเทศกาล เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ (ค่าเฉลี่ย 4.16) มีพนักงานให้คำแนะนำเกี่ยวกับแบตเตอรี่ที่เหมาะสมกับรถของท่าน (ค่าเฉลี่ย 3.85) การโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.76) มีคู่มือการดูแลแบตเตอรี่รถยนต์แจก (ค่าเฉลี่ย 3.71) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดกิจกรรมทางการตลาด (Event) เช่น การลดราคา , การจับสลากชิงรางวัล (ค่าเฉลี่ย 3.43) การโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.42) การแจกของแถม เช่น เสื้อ , ร่ม (ค่าเฉลี่ย 3.37) การโฆษณาผ่านทางสิ่งตีพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.36) การโฆษณาผ่านทางวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 3.35) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีบริการเช็คสภาพแบตเตอรี่รถยนต์ฟรีในช่วงเทศกาล เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ (ค่าเฉลี่ย 4.30) สามารถนำแบตเตอรี่เก่าไปลดราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.18) การโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.90) มีพนักงานให้คำแนะนำเกี่ยวกับแบตเตอรี่ที่เหมาะสมกับ



รถของท่าน (ค่าเฉลี่ย 3.85) มีคู่มือการดูแลแบตเตอรี่รถยนต์แจก (ค่าเฉลี่ย 3.73) การโฆษณาผ่านทางวิทยุ และการโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.55) การโฆษณาผ่านทางสิ่งตีพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดกิจกรรมทางการตลาด (Event) เช่น การลดราคา , การจับสลากชิงรางวัล (ค่าเฉลี่ย 3.45) การแจกของแถม เช่น เสื้อ , ร่ม (ค่าเฉลี่ย 3.33) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.25 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อผู้ใช้รถพেশพหุเชิง ในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ				
	นักศึกษา	พนักงานบริษัทเอกชน	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว	อื่น ๆ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อายุของผลิตภัณฑ์	3.96 (มาก)	4.31 (มาก)	4.40 (มาก)	4.29 (มาก)	4.20 (มาก)
คุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการผลิต	3.77 (มาก)	4.26 (มาก)	4.33 (มาก)	4.29 (มาก)	4.35 (มาก)
เป็นแบตเตอรี่ที่นำมารีไซเคิลได้	3.73 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.54 (มาก)	3.85 (มาก)
เป็นผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	3.62 (มาก)	3.70 (มาก)	3.91 (มาก)	3.88 (มาก)	3.80 (มาก)
เป็นแบตเตอรี่แบบไม่ต้องเติมน้ำกลั่น	3.92 (มาก)	3.87 (มาก)	3.87 (มาก)	3.96 (มาก)	3.60 (มาก)
รูปลักษณ์ภายนอกของผลิตภัณฑ์	3.42 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
ภาพพจน์และชื่อเสียงของตราสินค้า	3.73 (มาก)	3.97 (มาก)	3.98 (มาก)	4.05 (มาก)	3.75 (มาก)
หูหิ้ว (เพื่อความสะดวกในการยก)	3.42 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
มีระบบแจ้งเตือนเมื่อแบตเตอรี่ใกล้จะหมด	4.04 (มาก)	4.22 (มาก)	4.15 (มาก)	4.28 (มาก)	3.70 (มาก)
ความรวดเร็วในการให้บริการ	4.00 (มาก)	4.15 (มาก)	4.09 (มาก)	4.29 (มาก)	3.95 (มาก)
มีผลิตภัณฑ์หลายยี่ห้อหลายระดับราคาให้เลือก	4.00 (มาก)	4.04 (มาก)	4.02 (มาก)	4.03 (มาก)	3.90 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด, 3.50 – 4.49 = มาก, 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, 1.50 – 2.49 = น้อย, 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

ตารางที่ 4.25 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อผู้ใช้รถเข็น  
หญิงในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ				
	นักศึกษา	พนักงาน บริษัทเอกชน	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว	อื่น ๆ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การรับประกันแบตเตอรี่ เมื่อมีปัญหา	4.00 (มาก)	4.39 (มาก)	4.35 (มาก)	4.42 (มาก)	3.85 (มาก)
การให้บริการฉุกเฉิน 24 ชั่วโมง	4.12 (มาก)	4.38 (มาก)	4.24 (มาก)	4.29 (มาก)	3.75 (มาก)
การให้บริการตรวจเช็ค หลังการขายหรือตาม ระยะเวลาใช้งาน	4.15 (มาก)	4.27 (มาก)	4.18 (มาก)	4.29 (มาก)	3.85 (มาก)
มีบริการเปลี่ยนแบตเตอรี่ นอกสถานที่	4.46 (มาก)	4.21 (มาก)	4.10 (มาก)	4.19 (มาก)	3.65 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.89</b> (มาก)	<b>3.98</b> (มาก)	<b>4.02</b> (มาก)	<b>4.05</b> (มาก)	<b>3.80</b> (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด, 3.50 – 4.49 = มาก, 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, 1.50 – 2.49 = น้อย, 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพ นักศึกษา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีบริการเปลี่ยนแบตเตอรี่นอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.46) การให้บริการตรวจเช็คหลังการขายหรือตามระยะเวลาใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.15) การให้บริการฉุกเฉิน 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.12) มีระบบแจ้งเตือนเมื่อแบตเตอรี่ใกล้จะหมด (ค่าเฉลี่ย 4.04) ความรวดเร็วในการให้บริการ มีผลิตภัณฑ์หลายยี่ห้อ หลายระดับราคาให้เลือก และการรับประกันแบตเตอรี่เมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.00) อายุของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.96) เป็นแบตเตอรี่แบบไม่ต้องเติมน้ำกลั่น (ค่าเฉลี่ย 3.92) คุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการผลิต (ค่าเฉลี่ย 3.77) เป็นแบตเตอรี่ที่นำมารีไซเคิลได้ และภาพพจน์และชื่อเสียงของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.73) เป็นผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.62) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ รูปลักษณ์ภายนอกของผลิตภัณฑ์ และ หูหิ้ว (เพื่อความสะดวกในการยก) (ค่าเฉลี่ย 3.42) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การรับประกันแบตเตอรี่เมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.39)

การให้บริการฉุกเฉิน 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.38) อายุของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.31) การให้บริการตรวจเช็คหลังการขายหรือตามระยะเวลาใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.27) คุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการผลิต (ค่าเฉลี่ย 4.26) มีระบบแจ้งเตือนเมื่อแบตเตอรี่ใกล้จะหมด (ค่าเฉลี่ย 4.22) มีบริการเปลี่ยนแบตเตอรี่นอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.21) ความรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.15) มีผลิตภัณฑ์หลายยี่ห้อ หลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.04) ภาพพจน์และชื่อเสียงของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.97) เป็นแบตเตอรี่แบบไม่ต้องเติมน้ำกลั่น(ค่าเฉลี่ย 3.87) เป็นผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.70) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ รูปปลั๊กชนิดภายนอกของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.36) เป็นแบตเตอรี่ที่นำมารีไซเคิลได้ (ค่าเฉลี่ย 3.35) หูหิ้ว (เพื่อความสะดวกในการยก) (ค่าเฉลี่ย 3.24) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพ ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อบรรยากาศผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ อายุของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.40) การรับประกันแบตเตอรี่เมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.35) คุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการผลิต (ค่าเฉลี่ย 4.33) การให้บริการฉุกเฉิน 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.24) การให้บริการตรวจเช็คหลังการขายหรือตามระยะเวลาใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.18) มีระบบแจ้งเตือนเมื่อแบตเตอรี่ใกล้จะหมด (ค่าเฉลี่ย 4.15) มีบริการเปลี่ยนแบตเตอรี่นอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.10) ความรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.09) มีผลิตภัณฑ์หลายยี่ห้อ หลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.02) ภาพพจน์และชื่อเสียงของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.98) เป็นผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.91) เป็นแบตเตอรี่แบบไม่ต้องเติมน้ำกลั่น (ค่าเฉลี่ย 3.87) เป็นแบตเตอรี่ที่นำมารีไซเคิลได้ (ค่าเฉลี่ย 3.64) หูหิ้ว (เพื่อความสะดวกในการยก) (ค่าเฉลี่ย 3.58) รูปปลั๊กชนิดภายนอกของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.53) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญต่อบรรยากาศผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การรับประกันแบตเตอรี่เมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.42) คุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการผลิต อายุของผลิตภัณฑ์ ความรวดเร็วในการให้บริการ การให้บริการฉุกเฉิน 24 ชั่วโมง และ การให้บริการตรวจเช็คหลังการขายหรือตามระยะเวลาใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.29) มีระบบแจ้งเตือนเมื่อแบตเตอรี่ใกล้จะหมด (ค่าเฉลี่ย 4.28) มีบริการเปลี่ยนแบตเตอรี่นอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.19) ภาพพจน์และชื่อเสียงของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.05) มีผลิตภัณฑ์หลายยี่ห้อ หลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.03) เป็นแบตเตอรี่แบบไม่ต้องเติมน้ำกลั่น(ค่าเฉลี่ย 3.96) เป็นผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.88) เป็นแบตเตอรี่ที่นำมารีไซเคิลได้ (ค่าเฉลี่ย 3.54) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ รูปปลั๊กชนิดภายนอกของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.49) หูหิ้ว (เพื่อความสะดวกในการยก) (ค่าเฉลี่ย 3.45) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพ อื่น ๆ ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการผลิต (ค่าเฉลี่ย 4.35) ผลิต อายุของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.20) ความรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.95) มีผลิตภัณฑ์หลายยี่ห้อ หลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.90) เป็นแบตเตอรี่ที่นำมารีไซเคิลได้ การรับประกันแบตเตอรี่เมื่อมีปัญหา และการให้บริการตรวจเช็คหลังการขายหรือตามระยะเวลาใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.85) เป็นผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.80) ภาพพจน์และชื่อเสียงของตราสินค้า และการให้บริการฉุกเฉิน 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 3.75) มีระบบแจ้งเตือนเมื่อแบตเตอรี่ใกล้จะหมด (ค่าเฉลี่ย 3.70) มีบริการเปลี่ยนแบตเตอรี่นอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.65) เป็นแบตเตอรี่แบบไม่ต้องเติมน้ำกลั่น (ค่าเฉลี่ย 3.60) รูปลักษณ์ภายนอกของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.50) บัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ หูหิ้ว (เพื่อความสะดวกในการยก) (ค่าเฉลี่ย 3.35) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.26 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของบัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ใช้รถพศหญิงในกรุงเทพมหานคร ในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์ จำแนกตามอาชีพ

บัจจัยด้านราคา	อาชีพ				
	นักศึกษา	พนักงานบริษัทเอกชน	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว	อื่น ๆ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีป้ายบอกราคาแต่ละรุ่นอย่างชัดเจน	4.38 (มาก)	4.10 (มาก)	4.16 (มาก)	4.11 (มาก)	3.80 (มาก)
สามารถต่อรองราคาได้	4.31 (มาก)	4.14 (มาก)	4.11 (มาก)	3.72 (มาก)	3.55 (มาก)
สามารถชำระด้วยบัตรเครดิต	4.23 (มาก)	3.81 (มาก)	3.77 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
สามารถแบ่งชำระเงินเป็นงวด ๆ ได้	4.15 (มาก)	3.67 (มาก)	3.57 (มาก)	3.19 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ความเหมาะสมของราคากับประเภทของแบตเตอรี่	4.27 (มาก)	4.02 (มาก)	4.10 (มาก)	4.06 (มาก)	3.65 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	4.27 (มาก)	3.95 (มาก)	3.94 (มาก)	3.70 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด, 3.50 – 4.49 = มาก, 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, 1.50 – 2.49 = น้อย, 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพ นักศึกษา ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.27) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัณฑิตย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีป้ายบอกราคาแต่ละรุ่นอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.38) สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.31) ความเหมาะสมของราคากับประเภทของแบตเตอรี่ (ค่าเฉลี่ย 4.27) สามารถชำระด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.23) สามารถแบ่งชำระเงินเป็นงวด ๆ ได้ (ค่าเฉลี่ย 4.15) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัณฑิตย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.14) มีป้ายบอกราคาแต่ละรุ่นอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.10) ความเหมาะสมของราคากับประเภทของแบตเตอรี่ (ค่าเฉลี่ย 4.02) สามารถชำระด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.81) สามารถแบ่งชำระเงินเป็นงวด ๆ ได้ (ค่าเฉลี่ย 3.67) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพ ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัณฑิตย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีป้ายบอกราคาแต่ละรุ่นอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.16) สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.11) ความเหมาะสมของราคากับประเภทของแบตเตอรี่ (ค่าเฉลี่ย 4.10) สามารถชำระด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.57) สามารถแบ่งชำระเงินเป็นงวด ๆ ได้ (ค่าเฉลี่ย 3.77) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัณฑิตย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีป้ายบอกราคาแต่ละรุ่นอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.11) ความเหมาะสมของราคากับประเภทของแบตเตอรี่ (ค่าเฉลี่ย 4.06) สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.72) บัณฑิตย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ สามารถชำระด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.40) สามารถแบ่งชำระเงินเป็นงวด ๆ ได้ (ค่าเฉลี่ย 3.19) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพ อื่น ๆ ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัณฑิตย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีป้ายบอกราคาแต่ละรุ่นอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.80) ความเหมาะสมของราคากับประเภทของแบตเตอรี่ (ค่าเฉลี่ย 3.65) สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.55) บัณฑิตย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ สามารถชำระด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.30) สามารถแบ่งชำระเงินเป็นงวด ๆ ได้ (ค่าเฉลี่ย 3.00) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.27 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ใช้รถเช่าในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย	อาชีพ				
	นักศึกษา	พนักงานบริษัทเอกชน	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว	อื่น ๆ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งของร้านจำหน่ายแบตเตอรี่	4.31 (มาก)	3.91 (มาก)	4.02 (มาก)	4.15 (มาก)	3.85 (มาก)
มีระบบการจำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ต	4.19 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)
มีสาขาหลายแห่งในการให้บริการ	4.27 (มาก)	3.79 (มาก)	3.93 (มาก)	3.90 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)
มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ	4.38 (มาก)	4.14 (มาก)	4.29 (มาก)	4.35 (มาก)	3.55 (มาก)
ความเป็นระเบียบและสะอาดของพื้นที่ให้บริการ	4.35 (มาก)	3.93 (มาก)	4.02 (มาก)	4.14 (มาก)	3.15 (ปานกลาง)
สถานที่รับรองลูกค้า คัดแอร์ มีที่นั่งพอเพียง	4.46 (มาก)	3.94 (มาก)	3.88 (มาก)	4.10 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)
มีที่จอดรถกว้างขวาง สะดวกต่อการเข้าใช้บริการ	4.50 (มากที่สุด)	4.05 (มาก)	4.11 (มาก)	4.30 (มาก)	3.70 (มาก)
เป็นสมาชิกของร้าน (ลูกค้าประจำ)	4.19 (มาก)	3.53 (มาก)	3.58 (มาก)	3.58 (มาก)	2.80 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.33 (มาก)</b>	<b>3.84 (มาก)</b>	<b>3.90 (มาก)</b>	<b>3.98 (มาก)</b>	<b>3.31 (ปานกลาง)</b>

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด, 3.50 – 4.49 = มาก, 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, 1.50 – 2.49 = น้อย, 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพ นักศึกษา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.33) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีที่จอดรถกว้างขวาง สะดวกต่อการเข้าใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.50) สถานที่รับรองลูกค้า คัดแอร์ มีที่นั่งพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 4.46) มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.38) ความเป็นระเบียบและสะอาดของพื้นที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.35) ทำเลที่ตั้งของร้านจำหน่ายแบตเตอรี่ (ค่าเฉลี่ย 4.31) มีสาขาหลายแห่งในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.27) มีระบบการจำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ต และเป็นสมาชิกของร้าน (ลูกค้าประจำ) (ค่าเฉลี่ย 4.19) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.14) มีที่จอดรถกว้างขวาง สะดวกต่อการเข้าใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.05) สถานที่รับรองลูกค้า ดิเคอเร่ มีที่นั่งพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 3.94) ความเป็นระเบียบและสะอาดของพื้นที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.93) ท่าเลที่ตั้งของร้านจำหน่ายเบตเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.91) มีสาขาหลายแห่งในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.79) เป็นสมาชิกของร้าน (ลูกค้าประจำ) (ค่าเฉลี่ย 3.53) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีระบบการจำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.41) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพ ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.29) มีที่จอดรถกว้างขวาง สะดวกต่อการเข้าใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.11) ท่าเลที่ตั้งของร้านจำหน่ายเบตเตอร์ และ ความเป็นระเบียบและสะอาดของพื้นที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.02) มีสาขาหลายแห่งในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.93) สถานที่รับรองลูกค้า ดิเคอเร่ มีที่นั่งพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 3.88) เป็นสมาชิกของร้าน (ลูกค้าประจำ) (ค่าเฉลี่ย 3.58) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีระบบการจำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.34) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.35) มีที่จอดรถกว้างขวาง สะดวกต่อการเข้าใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.30) ท่าเลที่ตั้งของร้านจำหน่ายเบตเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 4.15) ความเป็นระเบียบและสะอาดของพื้นที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.14) สถานที่รับรองลูกค้า ดิเคอเร่ มีที่นั่งพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 4.10) มีสาขาหลายแห่งในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.90) เป็นสมาชิกของร้าน (ลูกค้าประจำ) (ค่าเฉลี่ย 3.58) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีระบบการจำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.32) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพ อื่น ๆ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.31) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ท่าเลที่ตั้งของร้านจำหน่ายเบตเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.85) มีที่จอดรถกว้างขวาง สะดวกต่อการเข้าใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.70) มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.55) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีสาขาหลายแห่งในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.35) ความเป็นระเบียบและสะอาดของพื้นที่ให้บริการ

(ค่าเฉลี่ย 3.15) มีระบบการจำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.05) สถานที่รับรองลูกค้า ดิจิทัล มีที่  
นั่งพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 3.00) เป็นสมาชิกของร้าน (ลูกค้าประจำ) (ค่าเฉลี่ย 2.80) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.28 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ใช้  
รถแท็กซี่ในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	อาชีพ				
	นักศึกษา	พนักงาน บริษัทเอกชน	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว	อื่น ๆ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาผ่านทาง โทรทัศน์	3.19 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.75 (มาก)	3.79 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)
การโฆษณาผ่านทางวิทยุ	3.04 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)
การโฆษณาผ่านทางสิ่ง ตีพิมพ์	3.00 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
การโฆษณาผ่านทาง อินเทอร์เน็ต	3.19 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)
การจัดกิจกรรมทางการ ตลาด (Event) เช่น การ ลดราคา, การจับสลาก ชิงรางวัล	3.35 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
การแจกของแถม เช่น เสื้อ, ร่ม	3.31 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
มีพนักงานให้คำแนะนำ เกี่ยวกับแบตเตอรี่ที่ เหมาะสมกับรถของท่าน	3.73 (มาก)	3.78 (มาก)	3.76 (มาก)	3.81 (มาก)	3.75 (มาก)
มีคู่มือการดูแลแบตเตอรี่ รถยนต์แจก	3.58 (มาก)	3.65 (มาก)	3.66 (มาก)	3.52 (มาก)	3.65 (มาก)
มีบริการเช็คสภาพ แบตเตอรี่รถยนต์ฟรี ในช่วงเทศกาล เช่น ปีใหม่ สงกรานต์	3.88 (มาก)	4.08 (มาก)	4.05 (มาก)	4.17 (มาก)	3.55 (มาก)
สามารถนำแบตเตอรี่เก่า ไปลดราคาได้	3.85 (มาก)	4.18 (มาก)	4.04 (มาก)	4.05 (มาก)	3.85 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	3.41 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.63 (มาก)	3.54 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด, 3.50 – 4.49 = มาก, 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, 1.50 – 2.49 = น้อย, 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด



จากตารางที่ 4.28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพ นักศึกษา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.41) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีบริการเช็คสภาพแบตเตอรี่รถยนต์ฟรีในช่วงเทศกาล เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ (ค่าเฉลี่ย 3.88) สามารถนำแบตเตอรี่เก่าไปลดราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.85) มีพนักงานให้คำแนะนำเกี่ยวกับแบตเตอรี่ที่เหมาะสมกับรถของท่าน (ค่าเฉลี่ย 3.73) มีคู่มือการดูแลแบตเตอรี่รถยนต์แจก (ค่าเฉลี่ย 3.58) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดกิจกรรมทางการตลาด (Event) เช่น การลดราคา , การจับสลากชิงรางวัล (ค่าเฉลี่ย 3.35) การแจกของแถม เช่น เสื้อ , ร่ม (ค่าเฉลี่ย 3.31) การโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์ และการโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.19) การโฆษณาผ่านทางวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 3.04) การโฆษณาผ่านทางสิ่งตีพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.00) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สามารถนำแบตเตอรี่เก่าไปลดราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.18) มีบริการเช็คสภาพแบตเตอรี่รถยนต์ฟรีในช่วงเทศกาล เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ (ค่าเฉลี่ย 4.08) มีพนักงานให้คำแนะนำเกี่ยวกับแบตเตอรี่ที่เหมาะสมกับรถของท่าน (ค่าเฉลี่ย 3.78) การโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.75) มีคู่มือการดูแลแบตเตอรี่รถยนต์แจก (ค่าเฉลี่ย 3.65) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดกิจกรรมทางการตลาด (Event) เช่น การลดราคา , การจับสลากชิงรางวัล (ค่าเฉลี่ย 3.34) การโฆษณาผ่านทางวิทยุ และการโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.33) การโฆษณาผ่านทางสิ่งตีพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.28) การแจกของแถม เช่น เสื้อ , ร่ม (ค่าเฉลี่ย 3.27) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพ ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีบริการเช็คสภาพแบตเตอรี่รถยนต์ฟรีในช่วงเทศกาล เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ (ค่าเฉลี่ย 4.05) สามารถนำแบตเตอรี่เก่าไปลดราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.04) มีพนักงานให้คำแนะนำเกี่ยวกับแบตเตอรี่ที่เหมาะสมกับรถของท่าน (ค่าเฉลี่ย 3.76) การโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.75) มีคู่มือการดูแลแบตเตอรี่รถยนต์แจก (ค่าเฉลี่ย 3.66) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.45) การจัดกิจกรรมทางการตลาด (Event) เช่น การลดราคา , การจับสลากชิงรางวัล (ค่าเฉลี่ย 3.42) การโฆษณาผ่านทางสิ่งตีพิมพ์ และการแจกของแถม เช่น เสื้อ , ร่ม (ค่าเฉลี่ย 3.40) การโฆษณาผ่านทางวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 3.38)ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัณฑิตย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีบริการเช็คสภาพแบตเตอรี่รถยนต์ฟรีในช่วงเทศกาล เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ (ค่าเฉลี่ย 4.17) สามารถนำแบตเตอรี่เก่าไปลดราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.05) มีพนักงานให้คำแนะนำเกี่ยวกับแบตเตอรี่ที่เหมาะสมกับรถของท่าน (ค่าเฉลี่ย 3.81) การโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.79) มีคู่มือการดูแลแบตเตอรี่รถยนต์แจก (ค่าเฉลี่ย 3.52) บัณฑิตย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การโฆษณาผ่านทางสิ่งตีพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.37) การโฆษณาผ่านทางวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 3.27) การโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.21) การจัดกิจกรรมทางการตลาด (Event) เช่น การลดราคา , การจับสลากชิงรางวัล (ค่าเฉลี่ย 3.19) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพ อื่น ๆ ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัณฑิตย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สามารถนำแบตเตอรี่เก่าไปลดราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.85) มีพนักงานให้คำแนะนำเกี่ยวกับแบตเตอรี่ที่เหมาะสมกับรถของท่าน (ค่าเฉลี่ย 3.75) มีคู่มือการดูแลแบตเตอรี่รถยนต์แจก (ค่าเฉลี่ย 3.65) มีบริการเช็คสภาพแบตเตอรี่รถยนต์ฟรีในช่วงเทศกาล เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ (ค่าเฉลี่ย 3.55) บัณฑิตย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.40) การแจกของแถม เช่น เสื้อ , ร่ม (ค่าเฉลี่ย 3.10) การโฆษณาผ่านทางสิ่งตีพิมพ์ และการจัดกิจกรรมทางการตลาด (Event) เช่น การลดราคา , การจับสลากชิงรางวัล (ค่าเฉลี่ย 3.00) การโฆษณาผ่านทางวิทยุ และการโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.80) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.29 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อผู้ใช้รถเช่าหญิง ในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน					
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	40,001 – 50,000 บาท	50,000 บาท ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อายุของผลิตภัณฑ์	3.87 (มาก)	4.26 (มาก)	4.38 (มาก)	4.35 (มาก)	4.41 (มาก)	4.27 (มาก)
คุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการผลิต	3.81 (มาก)	4.19 (มาก)	4.37 (มาก)	4.41 (มาก)	4.37 (มาก)	4.05 (มาก)
เป็นแบตเตอรี่ที่นำมารีไซเคิลได้	3.71 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)
เป็นผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	3.77 (มาก)	3.89 (มาก)	3.83 (มาก)	3.70 (มาก)	3.85 (มาก)	3.57 (มาก)
เป็นแบตเตอรี่แบบไม่ต้องเติมน้ำกลั่น	3.68 (มาก)	3.67 (มาก)	3.88 (มาก)	4.06 (มาก)	4.15 (มาก)	4.08 (มาก)
รูปลักษณะภายนอกของผลิตภัณฑ์	3.52 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
ภาพพจน์และชื่อเสียงของตราสินค้า	3.65 (มาก)	3.86 (มาก)	4.00 (มาก)	3.90 (มาก)	4.41 (มาก)	4.24 (มาก)
น้ำหนัก (เพื่อความสะดวกในการยก)	3.74 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
มีระบบแจ้งเตือนเมื่อแบตเตอรี่ใกล้จะหมด	3.74 (มาก)	4.04 (มาก)	4.34 (มาก)	4.10 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	4.30 (มาก)
ความรวดเร็วในการให้บริการ	3.77 (มาก)	3.95 (มาก)	4.28 (มาก)	4.20 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.24 (มาก)
มีผลิตภัณฑ์หลายยี่ห้อหลายระดับราคาให้เลือก	3.87 (มาก)	3.93 (มาก)	4.13 (มาก)	4.03 (มาก)	4.22 (มาก)	3.95 (มาก)
การรับประกันแบตเตอรี่เมื่อมีปัญหา	3.77 (มาก)	4.12 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.39 (มาก)	4.78 (มากที่สุด)	4.49 (มาก)
การให้บริการฉุกเฉิน 24 ชั่วโมง	3.77 (มาก)	4.08 (มาก)	4.39 (มาก)	4.39 (มาก)	4.74 (มากที่สุด)	4.35 (มาก)
การให้บริการตรวจเช็คหลังการขายหรือตามระยะเวลาใช้งาน	3.90 (มาก)	3.98 (มาก)	4.30 (มาก)	4.34 (มาก)	4.70 (มากที่สุด)	4.35 (มาก)
มีบริการเปลี่ยนแบตเตอรี่นอกสถานที่	4.06 (มาก)	3.82 (มาก)	4.28 (มาก)	4.25 (มาก)	4.74 (มากที่สุด)	4.32 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	3.78 (มาก)	3.88 (มาก)	4.07 (มาก)	4.02 (มาก)	4.27 (มาก)	4.02 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด, 3.50 – 4.49 = มาก, 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, 1.50 – 2.49 = น้อย, 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบ้างจ้ยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บ้างจ้ยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีบริการเปลี่ยนแบตเตอรี่นอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.06) การให้บริการตรวจเช็คหลังการขายหรือตามระยะเวลาใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.90) มีผลิตภัณฑ์หลายยี่ห้อ หลายระดับราคาให้เลือก และอายุของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.87) คุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการผลิต (ค่าเฉลี่ย 3.81) เป็นผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ความรวดเร็วในการให้บริการ การรับประกันแบตเตอรี่เมื่อมีปัญหา และการให้บริการฉุกเฉิน 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 3.77) หูหิ้ว (เพื่อความสะดวกในการยก) และมีระบบแจ้งเตือนเมื่อแบตเตอรี่ใกล้จะหมด (ค่าเฉลี่ย 3.74) เป็นแบตเตอรี่ที่นำมารีไซเคิลได้ (ค่าเฉลี่ย 3.71) เป็นแบตเตอรี่แบบ ไม่ต้องเติมน้ำกลั่น (ค่าเฉลี่ย 3.68) ภาพพจน์และชื่อเสียงของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.65) รูปลักษณ์ภายนอกของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.52) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบ้างจ้ยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บ้างจ้ยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ อายุของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.26) คุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการผลิต (ค่าเฉลี่ย 4.19) การรับประกันแบตเตอรี่เมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.12) การให้บริการฉุกเฉิน 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.08) มีระบบแจ้งเตือนเมื่อแบตเตอรี่ใกล้จะหมด (ค่าเฉลี่ย 4.04) การให้บริการตรวจเช็คหลังการขายหรือตามระยะเวลาใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.98) ความรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.95) มีผลิตภัณฑ์หลายยี่ห้อ หลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.93) เป็นผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.89) ภาพพจน์และชื่อเสียงของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.86) มีบริการเปลี่ยนแบตเตอรี่นอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.82) เป็นแบตเตอรี่แบบ ไม่ต้องเติมน้ำกลั่น (ค่าเฉลี่ย 3.67) บ้างจ้ยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ เป็นแบตเตอรี่ที่นำมารีไซเคิลได้ (ค่าเฉลี่ย 3.49) หูหิ้ว (เพื่อความสะดวกในการยก) (ค่าเฉลี่ย 3.44) รูปลักษณ์ภายนอกของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.42) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบ้างจ้ยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บ้างจ้ยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การรับประกันแบตเตอรี่เมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.50) การให้บริการฉุกเฉิน 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.39) อายุของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.38) คุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการผลิต (ค่าเฉลี่ย 4.37) มีระบบแจ้งเตือนเมื่อแบตเตอรี่ใกล้จะหมด (ค่าเฉลี่ย 4.34) การให้บริการตรวจเช็คหลังการขายหรือตามระยะเวลาใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.30) ความรวดเร็วในการให้บริการ และมีบริการเปลี่ยนแบตเตอรี่นอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.28) มีผลิตภัณฑ์หลายยี่ห้อ หลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.13) ภาพพจน์และชื่อเสียงของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00) เป็นแบตเตอรี่

แบบ ไม่ต้องเติมน้ำกลั่น (ค่าเฉลี่ย 3.88) เป็นผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.83) เป็นแบตเตอรี่ที่นำมารีไซเคิลได้ (ค่าเฉลี่ย 3.52) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ รูปลักษณะภายนอกของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.48) หูหิ้ว (เพื่อความสะดวกในการยก) (ค่าเฉลี่ย 3.37) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการผลิต (ค่าเฉลี่ย 4.41) การรับประกันแบตเตอรี่เมื่อมีปัญหา และการให้บริการฉุกเฉิน 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.39) อายุของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.35) การให้บริการตรวจเช็คหลังการขายหรือตามระยะเวลาใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.34) มีบริการเปลี่ยนแบตเตอรี่นอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.25) ความรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.20) มีระบบแจ้งเตือนเมื่อแบตเตอรี่ใกล้จะหมด (ค่าเฉลี่ย 4.10) เป็นแบตเตอรี่แบบไม่ต้องเติมน้ำกลั่น (ค่าเฉลี่ย 4.06) มีผลิตภัณฑ์หลายยี่ห้อ หลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.03) ภาพพจน์และชื่อเสียงของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.90) เป็นผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.70) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ เป็นแบตเตอรี่ที่นำมารีไซเคิลได้ (ค่าเฉลี่ย 3.46) รูปลักษณะภายนอกของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.39) หูหิ้ว (เพื่อความสะดวกในการยก) (ค่าเฉลี่ย 3.27) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.27) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ การรับประกันแบตเตอรี่เมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.78) การให้บริการฉุกเฉิน 24 ชั่วโมง และมีบริการเปลี่ยนแบตเตอรี่นอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.74) การให้บริการตรวจเช็คหลังการขายหรือตามระยะเวลาใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.70) มีระบบแจ้งเตือนเมื่อแบตเตอรี่ใกล้จะหมด (ค่าเฉลี่ย 4.63) ความรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.56) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ อายุของผลิตภัณฑ์ และภาพพจน์และชื่อเสียงของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.41) คุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการผลิต (ค่าเฉลี่ย 4.37) มีผลิตภัณฑ์หลายยี่ห้อ หลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.22) เป็นแบตเตอรี่แบบไม่ต้องเติมน้ำกลั่น (ค่าเฉลี่ย 4.15) เป็นผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.85) เป็นแบตเตอรี่ที่นำมารีไซเคิลได้ (ค่าเฉลี่ย 3.59) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ หูหิ้ว (เพื่อความสะดวกในการยก) (ค่าเฉลี่ย 3.48) รูปลักษณะภายนอกของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.44) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การรับประกันแบตเตอรี่เมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.49)

การให้บริการฉุกเฉิน 24 ชั่วโมง และ การให้บริการตรวจเช็คหลังการขายหรือตามระยะเวลาใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.35) มีบริการเปลี่ยนแบตเตอรี่นอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.32) มีระบบแจ้งเตือนเมื่อแบตเตอรี่ใกล้จะหมด (ค่าเฉลี่ย 4.30) อายุของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.27) ภาพพจน์และชื่อเสียงของตราสินค้า และความรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.24) เป็นแบตเตอรี่แบบไม่ต้องเติมน้ำกลั่น (ค่าเฉลี่ย 4.08) คุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการผลิต (ค่าเฉลี่ย 4.05) มีผลิตภัณฑ์หลายยี่ห้อ หลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.95) เป็นผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.57) ปลอดภัยยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ เป็นแบตเตอรี่ที่นำมารีไซเคิลได้ (ค่าเฉลี่ย 3.46) รูปลักษณะภายนอกของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.41) หูหิ้ว (เพื่อความสะดวกในการยก) (ค่าเฉลี่ย 3.19) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.30 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ใช้รถพศหญิงในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้ต่อเดือน					
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	40,001 – 50,000 บาท	50,000 บาท ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีป้ายบอกราคาแต่ละรุ่นอย่างชัดเจน	4.06 (มาก)	4.06 (มาก)	4.17 (มาก)	4.18 (มาก)	4.26 (มาก)	3.97 (มาก)
สามารถต่อรองราคาได้	3.84 (มาก)	3.80 (มาก)	4.20 (มาก)	4.15 (มาก)	4.11 (มาก)	3.84 (มาก)
สามารถชำระด้วยบัตรเครดิต	3.74 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.82 (มาก)	3.87 (มาก)	3.85 (มาก)	3.59 (มาก)
สามารถแบ่งชำระเงินเป็นงวด ๆ ได้	3.65 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.76 (มาก)	3.67 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)
ความเหมาะสมของราคากับประเภทของแบตเตอรี่	4.06 (มาก)	3.87 (มาก)	4.16 (มาก)	4.00 (มาก)	4.22 (มาก)	4.19 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.87 (มาก)</b>	<b>3.69 (มาก)</b>	<b>3.98 (มาก)</b>	<b>3.99 (มาก)</b>	<b>4.02 (มาก)</b>	<b>3.82 (มาก)</b>

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด, 3.50 – 4.49 = มาก, 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, 1.50 – 2.49 = น้อย, 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีป้ายบอกราคาแต่ละรุ่นอย่างชัดเจน



ชำระด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.59) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ สามารถแบ่งชำระเงินเป็นงวด ๆ ได้ (ค่าเฉลี่ย 3.49) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.31 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ใช้รถเทศหญิงในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย	รายได้ต่อเดือน					
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	40,001 – 50,000 บาท	50,000 บาท ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งของร้านจำหน่ายแบตเตอรี่	4.13 (มาก)	3.87 (มาก)	3.98 (มาก)	4.06 (มาก)	4.22 (มาก)	4.22 (มาก)
มีระบบการจำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ต	4.00 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)
มีสาขาหลายแห่งในการให้บริการ	4.06 (มาก)	3.70 (มาก)	3.95 (มาก)	3.81 (มาก)	4.15 (มาก)	3.76 (มาก)
มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ	4.29 (มาก)	3.91 (มาก)	4.27 (มาก)	4.25 (มาก)	4.74 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)
ความเป็นระเบียบและสะอาดของพื้นที่ให้บริการ	3.97 (มาก)	3.78 (มาก)	4.01 (มาก)	3.95 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.30 (มาก)
สถานที่รับรองลูกค้า คัดแอร์ มีที่นั่งพอเพียง	3.94 (มาก)	3.54 (มาก)	3.96 (มาก)	4.15 (มาก)	4.70 (มากที่สุด)	4.22 (มาก)
มีที่จอดรถกว้างขวาง สะดวกต่อการเข้าใช้บริการ	4.13 (มาก)	3.79 (มาก)	4.17 (มาก)	4.24 (มาก)	4.78 (มากที่สุด)	4.35 (มาก)
เป็นสมาชิกของร้าน (ลูกค้าประจำ)	3.90 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.72 (มาก)	3.93 (มาก)	3.78 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.05 (มาก)</b>	<b>3.63 (มาก)</b>	<b>3.91 (มาก)</b>	<b>3.96 (มาก)</b>	<b>4.32 (มาก)</b>	<b>4.04 (มาก)</b>

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด, 3.50 – 4.49 = มาก, 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, 1.50 – 2.49 = น้อย, 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.29) ทำเลที่ตั้งของร้านจำหน่ายแบตเตอรี่ และมีที่จอดรถกว้างขวาง สะดวกต่อการเข้าใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.13) มีสาขาหลายแห่งในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย



4.06) มีระบบการจำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความเป็นระเบียบและสะอาดของพื้นที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.97) สถานที่รับรองลูกค้า ดิดแอร์ มีที่นั่งพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 3.94) เป็นสมาชิกของร้าน (ลูกค้าประจำ) (ค่าเฉลี่ย 3.90) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านช่องทางการจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัณฑิตย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.91) ท่าเลที่ตั้งของร้านจำหน่ายแบตเตอรี่ (ค่าเฉลี่ย 3.87) มีที่จอดรถกว้างขวาง สะดวกต่อการเข้าใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.79) ความเป็นระเบียบและสะอาดของพื้นที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.78) มีสาขาหลายแห่งในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.70) สถานที่รับรองลูกค้า ดิดแอร์ มีที่นั่งพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 3.54) บัณฑิตย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีระบบการจำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ต และเป็นสมาชิกของร้าน (ลูกค้าประจำ) (ค่าเฉลี่ย 3.23) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านช่องทางการจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัณฑิตย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.27) มีที่จอดรถกว้างขวาง สะดวกต่อการเข้าใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.17) ความเป็นระเบียบและสะอาดของพื้นที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.01) ท่าเลที่ตั้งของร้านจำหน่ายแบตเตอรี่ (ค่าเฉลี่ย 3.98) สถานที่รับรองลูกค้า ดิดแอร์ มีที่นั่งพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 3.96) มีสาขาหลายแห่งในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.95) เป็นสมาชิกของร้าน (ลูกค้าประจำ) (ค่าเฉลี่ย 3.53) บัณฑิตย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีระบบการจำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.38) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านช่องทางการจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัณฑิตย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.25) มีที่จอดรถกว้างขวาง สะดวกต่อการเข้าใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.24) สถานที่รับรองลูกค้า ดิดแอร์ มีที่นั่งพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 4.15) ท่าเลที่ตั้งของร้านจำหน่ายแบตเตอรี่ (ค่าเฉลี่ย 4.06) ความเป็นระเบียบและสะอาดของพื้นที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.95) มีสาขาหลายแห่งในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.81) เป็นสมาชิกของร้าน (ลูกค้าประจำ) (ค่าเฉลี่ย 3.72) บัณฑิตย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีระบบการจำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.46) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านช่องทางการจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.32) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัณฑิตย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีที่จอดรถกว้างขวาง สะดวกต่อการเข้าใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.78) มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.74) สถานที่รับรอง

ลูกค้า ดิดแอร์ มีที่นั่งพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 4.70) ความเป็นระเบียบและสะอาดของพื้นที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.52) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ท่าเลที่ตั้งของร้านจำหน่ายเบตเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 4.22) มีสาขาหลายแห่งในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.15) เป็นสมาชิกของร้าน (ลูกค้าประจำ) (ค่าเฉลี่ย 3.93) มีระบบการจำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.52) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบริการด้านช่องทางการจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.38) มีที่จอดรถกว้างขวาง สะดวกต่อการเข้าใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.35) ความเป็นระเบียบและสะอาดของพื้นที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.30) ท่าเลที่ตั้งของร้านจำหน่ายเบตเตอร์ และสถานที่รับรองลูกค้า ดิดแอร์ มีที่นั่งพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 4.22) เป็นสมาชิกของร้าน (ลูกค้าประจำ) (ค่าเฉลี่ย 3.78) มีสาขาหลายแห่งในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.76) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีระบบการจำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.30) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.32 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ใช้รถเช่าในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้ต่อเดือน					
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	40,001 – 50,000 บาท	50,000 บาท ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์	3.19 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.78 (มาก)	3.95 (มาก)	3.89 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)
การโฆษณาผ่านทางวิทยุ	3.16 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
การโฆษณาผ่านทางสิ่งตีพิมพ์	3.23 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
การโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต	3.13 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
การจัดกิจกรรมทางการตลาด (Event) เช่น การลดราคา, การจับสลากชิงรางวัล	3.39 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
การแจกของแถม เช่น เสื้อ, ร่ม	3.42 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
มีพนักงานให้คำแนะนำเกี่ยวกับแบตเตอรี่ที่เหมาะสมกับรถของท่าน	3.71 (มาก)	3.70 (มาก)	3.89 (มาก)	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)	3.59 (มาก)
มีคู่มือการดูแลแบตเตอรี่รถยนต์แจก	3.52 (มาก)	3.59 (มาก)	3.77 (มาก)	3.58 (มาก)	3.70 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)
มีบริการเช็กสภาพแบตเตอรี่รถยนต์ฟรีในช่วงเทศกาล เช่น ปีใหม่ สงกรานต์	3.61 (มาก)	3.83 (มาก)	4.16 (มาก)	4.23 (มาก)	4.44 (มาก)	4.16 (มาก)
สามารถนำแบตเตอรี่เก่าไปลดราคาได้	3.77 (มาก)	3.75 (มาก)	4.22 (มาก)	4.25 (มาก)	4.41 (มาก)	4.27 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	3.41 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.65 (มาก)	3.74 (มาก)	3.46 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด, 3.50 – 4.49 = มาก, 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, 1.50 – 2.49 = น้อย, 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.41) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สามารถนำแบตเตอรี่เก่าไปลดราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.77) มีพนักงานให้คำแนะนำเกี่ยวกับแบตเตอรี่ที่เหมาะสมกับรถ

ของท่าน (ค่าเฉลี่ย 3.71) มีบริการเช็คสภาพแบตเตอรี่รถยนต์ฟรีในช่วงเทศกาล เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ (ค่าเฉลี่ย 3.61) มีคู่มือการดูแลแบตเตอรี่รถแจก (ค่าเฉลี่ย 3.52) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การแจกของแถม เช่น เสื้อ , ร่ม (ค่าเฉลี่ย 3.42) การจัดกิจกรรมทางการตลาด (Event) เช่น การลดราคา , การจับสลากชิงรางวัล (ค่าเฉลี่ย 3.39) การโฆษณาผ่านทางสิ่งตีพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.23) การโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.19) การโฆษณาผ่านทางวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 3.16) การโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.13) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีบริการเช็คสภาพแบตเตอรี่รถยนต์ฟรีในช่วงเทศกาล เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ (ค่าเฉลี่ย 3.83) สามารถนำแบตเตอรี่เก่าไปลดราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.75) มีพนักงานให้คำแนะนำเกี่ยวกับแบตเตอรี่ที่เหมาะสมกับรถของท่าน (ค่าเฉลี่ย 3.70) การโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.62) มีคู่มือการดูแลแบตเตอรี่รถแจก (ค่าเฉลี่ย 3.59) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดกิจกรรมทางการตลาด (Event) เช่น การลดราคา , การจับสลากชิงรางวัล (ค่าเฉลี่ย 3.18) การโฆษณาผ่านทางสิ่งตีพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.17) การโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.16) การแจกของแถม เช่น เสื้อ , ร่ม (ค่าเฉลี่ย 3.14) การโฆษณาผ่านทางวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 3.10) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สามารถนำแบตเตอรี่เก่าไปลดราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.22) มีบริการเช็คสภาพแบตเตอรี่รถยนต์ฟรีในช่วงเทศกาล เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ (ค่าเฉลี่ย 4.16) มีพนักงานให้คำแนะนำเกี่ยวกับแบตเตอรี่ที่เหมาะสมกับรถของท่าน (ค่าเฉลี่ย 3.89) การโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.78) มีคู่มือการดูแลแบตเตอรี่รถแจก (ค่าเฉลี่ย 3.77) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต และการจัดกิจกรรมทางการตลาด (Event) เช่น การลดราคา , การจับสลากชิงรางวัล (ค่าเฉลี่ย 3.41) การโฆษณาผ่านทางวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 3.38) การโฆษณาผ่านทางสิ่งตีพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.34) การแจกของแถม เช่น เสื้อ , ร่ม (ค่าเฉลี่ย 3.33) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สามารถนำแบตเตอรี่เก่าไปลดราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.25) มีบริการเช็คสภาพแบตเตอรี่รถยนต์ฟรีในช่วงเทศกาล เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ (ค่าเฉลี่ย 4.23) การโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.95) มีพนักงานให้คำแนะนำเกี่ยวกับแบตเตอรี่ที่

เหมาะสมกับรถของท่าน (ค่าเฉลี่ย 3.75) มีคู่มือการดูแลแบตเตอรี่รถยนต์แจก (ค่าเฉลี่ย 3.58) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การโฆษณาผ่านทางวิทยุ และการโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.42) การโฆษณาผ่านทางสิ่งตีพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.39) การจัดกิจกรรมทางการตลาด (Event) เช่น การลดราคา , การจับสลากชิงรางวัล (ค่าเฉลี่ย 3.33) การแจกของแถม เช่น เสื้อ , ร่ม (ค่าเฉลี่ย 3.23) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีบริการเช็คสภาพแบตเตอรี่รถยนต์ฟรีในช่วงเทศกาล เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ (ค่าเฉลี่ย 4.44) สามารถนำแบตเตอรี่เก่าไปลดราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.41) มีพนักงานให้คำแนะนำเกี่ยวกับแบตเตอรี่ที่เหมาะสมกับรถของท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.00) การโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.89) มีคู่มือการดูแลแบตเตอรี่รถยนต์แจก (ค่าเฉลี่ย 3.70) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การโฆษณาผ่านทางสิ่งตีพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.48) การโฆษณาผ่านทางวิทยุ และการจัดกิจกรรมทางการตลาด (Event) เช่น การลดราคา , การจับสลากชิงรางวัล(ค่าเฉลี่ย 3.41) การโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.37) การแจกของแถม เช่น เสื้อ , ร่ม (ค่าเฉลี่ย 3.33) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.46) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สามารถนำแบตเตอรี่เก่าไปลดราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.27) มีบริการเช็คสภาพแบตเตอรี่รถยนต์ฟรีในช่วงเทศกาล เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ (ค่าเฉลี่ย 4.16) มีพนักงานให้คำแนะนำเกี่ยวกับแบตเตอรี่ที่เหมาะสมกับรถของท่าน (ค่าเฉลี่ย 3.59) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.49) มีคู่มือการดูแลแบตเตอรี่รถยนต์แจก (ค่าเฉลี่ย 3.30) การโฆษณาผ่านทางวิทยุ และการโฆษณาผ่านทางสิ่งตีพิมพ์(ค่าเฉลี่ย 3.22) การโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต และการจัดกิจกรรมทางการตลาด (Event) เช่น การลดราคา , การจับสลากชิงรางวัล(ค่าเฉลี่ย 3.16) การแจกของแถม เช่น เสื้อ , ร่ม (ค่าเฉลี่ย 3.00)ตามลำดับ