

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
ABSTRACT	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฅ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	3
2.1 แนวคิดและทฤษฎี	3
2.2 ความรู้เรื่องแบตเตอรี่รถยนต์	5
2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	10
3.1 ขอบเขตการศึกษา	10
3.2 วิธีการศึกษา	10
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล	11
3.4 สถานที่ในการศึกษา และรวบรวมข้อมูล	12
3.5 ระยะเวลาในการศึกษา	12

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	13
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	13
4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ใช้รถพิเศษหญิง ในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์	19
4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ใช้รถพิเศษหญิง ในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์ จำแนกตามตัวแปร อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้ต่อเดือน	26
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	66
5.1 สรุปผลการศึกษา	66
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	76
5.3 ข้อค้นพบ	78
5.4 ข้อเสนอแนะ	79
5.5 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป	80
บรรณานุกรม	81
ภาคผนวก	83
แบบสอบถาม	84
ประวัติผู้เขียน	88

## สารบัญตาราง

	หน้า	
ตารางที่ 4.1	แสดงจำนวนร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	14
ตารางที่ 4.2	แสดงจำนวนร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ การศึกษาสูงสุด	14
ตารางที่ 4.3	แสดงจำนวนร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	15
ตารางที่ 4.4	แสดงจำนวนร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อ เดือน	15
ตารางที่ 4.5	แสดงจำนวนร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ประสบการณ์ในการขับรถยนต์	16
ตารางที่ 4.6	แสดงจำนวนร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้ รถยนต์	16
ตารางที่ 4.7	แสดงจำนวนร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการดูแล รักษาและตรวจเช็คแบตเตอรี่รถยนต์	17
ตารางที่ 4.8	แสดงจำนวนร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ ในการเปลี่ยนแบตเตอรี่รถยนต์	17
ตารางที่ 4.9	แสดงจำนวนร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของ แบตเตอรี่รถยนต์ที่ใช้	18
ตารางที่ 4.10	แสดงจำนวนร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อ แบตเตอรี่รถยนต์ที่ใช้	18
ตารางที่ 4.11	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ใช้รถพ่วงในกรุงเทพมหานครในการ ตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์	19
ตารางที่ 4.12	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้าน ราคาที่มีผลต่อผู้ใช้รถพ่วงในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อ แบตเตอรี่รถยนต์	21

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.13	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายที่มีผลต่อผู้ใช้รถเพศหญิงในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์	22
ตารางที่ 4.14	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้ใช้รถเพศหญิงในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์	23
ตารางที่ 4.15	แสดงสรุปค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ใช้รถเพศหญิงในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์	24
ตารางที่ 4.16	แสดงสรุประดับความสำคัญของปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ใช้รถเพศหญิงในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์	25
ตารางที่ 4.17	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ใช้รถเพศหญิงในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์ จำแนกตามอายุ	26
ตารางที่ 4.18	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาผู้ใช้รถเพศหญิงในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์จำแนกตามอายุ	29
ตารางที่ 4.19	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ใช้รถเพศหญิงในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์ จำแนกตามอายุ	31
ตารางที่ 4.20	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้ใช้รถเพศหญิงในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์ จำแนกตามอายุ	33
ตารางที่ 4.21	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ใช้รถเพศหญิงในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	36

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.22	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ใช้รถแท็กซี่ในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อ แบตเตอรี่รถยนต์ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	39
ตารางที่ 4.23	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการ จำหน่ายที่มีผลต่อผู้ใช้รถแท็กซี่ในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจ ซื้อแบตเตอรี่รถยนต์ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	41
ตารางที่ 4.24	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด ที่มีผลต่อผู้ใช้รถแท็กซี่ในกรุงเทพมหานครในการ ตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	43
ตารางที่ 4.25	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อผู้ใช้รถแท็กซี่ในกรุงเทพมหานครในการ ตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์ จำแนกตามอาชีพ	45
ตารางที่ 4.26	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ใช้รถแท็กซี่ในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อ แบตเตอรี่รถยนต์ จำแนกตามอาชีพ	48
ตารางที่ 4.27	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการ จำหน่ายที่มีผลต่อผู้ใช้รถแท็กซี่ในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจ ซื้อแบตเตอรี่รถยนต์ จำแนกตามอาชีพ	50
ตารางที่ 4.28	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด ที่มีผลต่อผู้ใช้รถแท็กซี่ในกรุงเทพมหานครในการ ตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์ จำแนกตามอาชีพ	52
ตารางที่ 4.29	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อผู้ใช้รถแท็กซี่ในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อ แบตเตอรี่รถยนต์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	55

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.30	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ใช้รถแท็กซี่ในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อ แบตเตอรี่รถยนต์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	58
ตารางที่ 4.31	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการ จำหน่ายที่มีผลต่อผู้ใช้รถแท็กซี่ในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจ ซื้อแบตเตอรี่รถยนต์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	60
ตารางที่ 4.32	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาดที่มีผลต่อผู้ใช้รถแท็กซี่ในกรุงเทพมหานครในการ ตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	63
ตารางที่ 5.1	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดที่มีผล ต่อผู้ใช้รถแท็กซี่ในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่ รถยนต์ ลำดับแรก จำแนกตามอายุ	68
ตารางที่ 5.2	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดที่มีผล ต่อผู้ใช้รถแท็กซี่ในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่ รถยนต์ ลำดับแรก จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	70
ตารางที่ 5.3	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดที่มีผล ต่อผู้ใช้รถแท็กซี่ในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่ รถยนต์ ลำดับแรก จำแนกตามอาชีพ	72
ตารางที่ 5.4	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดที่มีผล ต่อผู้ใช้รถแท็กซี่ในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่ รถยนต์ ลำดับแรก จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	74