



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6
วันที่ 6 กันยายน 2566

สำรวจพฤติกรรมและศึกษาความพึงพอใจผู้ใช้รถยนต์ไฟฟ้า
Survey the Behavior and Study the Satisfaction of Electric Vehicles
Service users

นายสุเมธ อนันตฤดี¹, วีระ วีระโสภณ²

Email; s65563828017@ssru.ac.th; weera.wee@ssru.ac.th

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการ
วิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจพฤติกรรมและศึกษาความพึงพอใจผู้ใช้รถยนต์ไฟฟ้าโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สามารถเก็บข้อมูลได้ทั้งหมด 200 ชุด ได้ดังนี้ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า 1. ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี มีศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้าเป็นครั้งแรกและใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้ามา 1-2 ปี โดยใช้บริการคนเดียว เหตุผลหลักที่ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้าคือ ประหยัดน้ำมัน ส่วนใหญ่ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า ยี่ห้อ MG เหตุผลหลักในการเลือกใช้ยี่ห้อนี้ คือ ราคาเหมาะสมและบริษัทมีความน่าเชื่อถือ ส่วนใหญ่รู้จักรถยนต์ไฟฟ้าและรู้จักยี่ห้อต่างๆ ของรถยนต์ไฟฟ้าผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย 2. ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า ในด้านการคุ้มค่าภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.34$) โดยมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ มีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป ($\bar{x} = 4.45$) ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า ในด้านความเชื่อมั่น ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.33$) โดยมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ บริษัทรถยนต์ไฟฟ้า ทำให้ท่านมีความมั่นใจในการใช้บริการ ($\bar{x} = 4.50$) ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า ในด้านการสื่อสารการตลาด ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.29$) โดยมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ บอกต่อให้ครอบครัว เพื่อนร่วมงานหรือบุคคลอื่น ๆ ให้เลือกใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า

คำสำคัญ: รถยนต์ไฟฟ้า, พฤติกรรม, ความพึงพอใจ



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6
วันที่ 6 กันยายน 2566

Abstract

The purpose of this research was to explore the behavior and study the satisfaction of electric vehicle service users by using an online questionnaire as a data collection tool. A total of 200 sets of data can be collected as follows: Results of data analysis on respondents found that 1. Most of them were female aged 31-40 years old with a bachelor's degree Have a career as an employee of a private company Monthly income 30,001 - 40,000 baht. Most users use electric car services for the first time and use electric car services for 1-2 years by using the service alone. The main reasons for using electric vehicle services are save fuel Most use MG electric car services. The main reason for choosing this brand is reasonable price and reliable company. Most of them know electric cars and know different brands. of electric cars through social media 2. Information about customer satisfaction Information about customer satisfaction of electric vehicle users In terms of overall value for money, it was at the highest level. (\bar{x} = 4.34) The first satisfaction is the value for money paid (\bar{x} = 4.45) in terms of confidence The overall picture was at the highest level (\bar{x} = 4.33) with the first satisfaction being electric car companies. Makes you confident in using the service (\bar{x} = 4.50) Information about satisfaction of electric vehicle users in marketing communications The overall level was at the highest level (\bar{x} = 4.29) with the first satisfaction being telling the family. Colleagues or others to choose an electric car service.

Keywords; Electric Vehicles, Behavior, Satisfaction

บทนำ

สำหรับในประเทศไทยนั้น แม้ว่าในอดีตประชาชนจะใช้น้ำมันพาหนะสองล้อเป็นส่วนใหญ่ แต่ปัจจุบันมีทางเลือกเพื่อการคมนาคมมากมาย เช่น รถไฟความเร็วสูง บริการเรียกรถตามความสะดวก นอกจากนี้ยังมีการใช้รถยนต์ส่วนตัวในปริมาณที่เพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่ระบบขนส่งสาธารณะก็มีการขยายตัว รวมถึงยังมีโครงการที่จะก่อสร้างสนามบินนานาชาติแห่งที่สามในกรุงเทพฯ ด้วย (ไทยโพสต์, 2563)

นับตั้งแต่การถือกำเนิดของรถยนต์ในปี 1886 และการผลิตแบบสายพานในอีกเกือบ 30 ปีต่อมาที่ทำให้ราคาารถยนต์ลดลงมากจนคนทั่วไปสามารถเลือกซื้อได้ กว่าร้อยสามสิบปีที่ยานพาหนะทางบกที่เคลื่อนที่ได้ด้วยเครื่องยนต์ชนิดนี้ได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของประชาชนทั่วทุกมุมโลก หนึ่งในการพัฒนาที่สำคัญของรถยนต์คือการเปลี่ยนแหล่งพลังงาน จากการใช้น้ำมันของรถยนต์



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6
วันที่ 6 กันยายน 2566

เครื่องยนต์สันดาปภายใน (Internal Combustion Engine: ICE) กลายเป็นรถยนต์ที่ใช้พลังงานจากไฟฟ้า (Electric Vehicle: EV) ไม่ว่าจะเป็นรถยนต์ไฟฟ้าไฮบริด (Hybrid Electric Vehicle: HEV) ที่ใช้พลังงานควบคู่กันทั้งจากเครื่องยนต์สันดาปที่ใช้ น้ำมันและมอเตอร์ไฟฟ้ามาขับเคลื่อนร่วมกัน รถยนต์ปลั๊กอินไฮบริด (Plug-in Hybrid Electric Vehicle: PHEV) ที่ใช้พลังงาน 2 ประเภทควบคู่กันเหมือน HEV แต่สามารถเสียบปลั๊กเพื่อชาร์จได้เหมือนเครื่องใช้ไฟฟ้าและรถยนต์ไฟฟ้าแบตเตอรี่ (Battery Electric Vehicle: BEV) ที่มีมอเตอร์ไฟฟ้าขับเคลื่อนเพียงอย่างเดียวโดยปราศจากเครื่องยนต์ แต่ใช้พลังงานไฟฟ้าจากการชาร์จภายนอกเท่านั้น (วิจัยกรุงศรี, 2565)

สำนักงานพลังงานระหว่างประเทศ (International Energy Agency: IEA) ระบุว่ายอดขายรถยนต์ไฟฟ้าทั่วโลก (รวมถึงรถยนต์ PHEV และรถยนต์ BEV) ในปี 2021 เพิ่มขึ้น 2 เท่าจากปี 2020 มาอยู่ที่ 6.6 ล้านคัน โดยร้อยละ 53 ของยอดขายทั่วโลก (ประมาณ 3.4 ล้านคัน) อยู่ที่จีน ตามมาด้วยตลาดยุโรป (ร้อยละ 33) และตลาดสหรัฐฯ (ร้อยละ 11) ทั้งนี้ ในปี 2021 ยอดขายรถยนต์ไฟฟ้าคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.6 ของยอดขายรถยนต์ทั่วโลก ซึ่งเพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 0.9 ในปี 2016 โดยปัจจุบันคาดว่ามียอดขายรถยนต์ไฟฟ้าที่อยู่ระหว่างการใช้งานทั่วโลกราว 16 ล้านคัน ความต้องการรถไฟฟ้าที่เร่งตัวทั่วโลกนำไปสู่การพัฒนาecosystem ของตลาดรถยนต์ไฟฟ้า ซึ่งประกอบไปด้วย 5 ด้าน ได้แก่ การผลิตรถยนต์และชิ้นส่วนที่สำคัญ เช่น แบตเตอรี่มอเตอร์ไฟฟ้า เป็นต้น สาธารณูปโภคด้านการชาร์จไฟ การผลิตไฟฟ้า กฎระเบียบ และความต้องการของผู้บริโภค (วิจัยกรุงศรี, 2565)

ปี 2565 ที่ผ่านมา ตลาดรถยนต์ในไทยมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก จากรถยนต์ที่ขับเคลื่อนด้วยเครื่องยนต์สันดาปภายในแบบดั้งเดิมมาสู่ตลาดรถยนต์ที่ขับเคลื่อนด้วยแบตเตอรี่และมอเตอร์ จากผลของราคาน้ำมันที่พุ่งขึ้น และมาตรการส่งเสริมตลาดรถยนต์ไฟฟ้า (BEV) ในประเทศของภาครัฐที่ออกมาได้ถูกจุด ส่งผลให้ตัวเลขจดทะเบียนรถยนต์ EVs แบบเสียบปลั๊กชาร์จไฟได้อย่างรถยนต์ปลั๊กอินไฮบริด (PHEV) และ BEV เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ต้นปีทำให้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทยคาดว่า ยอดขายรถยนต์ PHEV ปี 2565 จะปิดตัวเลขที่ประมาณ 12,000 คัน ขณะที่ รถยนต์ BEV ถ้าหากสามารถส่งมอบได้ตามแผนก็อาจพุ่งขึ้นไปสูงกว่า 12,000 คัน ทำให้ในปีนี้มีโอกาสที่จำนวนรถยนต์ EVs แบบเสียบปลั๊กชาร์จไฟได้ในประเทศจะมีประมาณ 60,000 คัน และการที่โครงการกระตุ้นการซื้อรถยนต์ BEV ด้วยการให้เงินอุดหนุนและการลดภาษีสรรพสามิตของรัฐยังดำเนินต่อเนื่องไปจนถึงสิ้นปี 2568 ทำให้คาดว่าจะมีการเร่งซื้อรถยนต์ BEV เพิ่มขึ้นและมีผลทำให้จำนวนรถยนต์ EVs แบบเสียบปลั๊กชาร์จไฟได้ในประเทศมีโอกาสมุ่งเพิ่มขึ้นไปสะสมแตะระดับ 300,000 คันในปี 2568 ด้วยสัดส่วนของรถยนต์ PHEV ต่อรถยนต์ BEV ที่ 40:60 (PPTV HD, 2566)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสำรวจพฤติกรรมของผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6
วันที่ 6 กันยายน 2566

2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจที่ คือ สำรวจพฤติกรรมและศึกษาความพึงพอใจผู้ใช้รถยนต์ไฟฟ้าผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. การสำรวจพฤติกรรมและความพึงพอใจผู้ใช้รถยนต์ไฟฟ้านี้จะใช้ด้วยแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) แบบระบุตัวตนด้วยการใส่ชื่ออีเมลของผู้ตอบ สอบถามถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า ประชากรของการศึกษานี้ คือ ผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย ระหว่าง มกราคม พ.ศ. 2565 ถึง มิถุนายน พ.ศ. 2566

2. การสำรวจพฤติกรรมและความพึงพอใจผู้ใช้รถยนต์ไฟฟ้านี้จะประเมินขนาดของกลุ่มตัวอย่างและกำหนดอัตราส่วน (ปานฤทัย แห่งพุ่ม และ วีระ วีระโสภณ 2019) โดยการศึกษาครั้งนี้จึงใช้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 200 คน

3. เครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อมูลลักษณะทั่วไป มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) อันประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้ามีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้าเป็นมาตรวัดความเห็น 5 ระดับ (Rating Scale) และส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อสำรวจพฤติกรรมของผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม เพศ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 54.3 มีอายุ 31-40 ปีคิดเป็นร้อยละ 49.6 ระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีศึกษาระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 71.2 ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนคิดเป็นร้อยละ 26.6 รายได้ต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 23.8

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้าสามารถอธิบายได้ ดังนี้ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้าเป็นครั้งแรกและใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้ามา 1-2 ปีโดยใช้บริการคนเดียวรองลงมาใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้าร่วมกับครอบครัว เหตุผลหลักที่ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้าส่วนใหญ่ตอบว่าประหยัดน้ำมัน ซึ่งส่วนใหญ่ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า ยี่ห้อ MG เหตุผลหลักในการเลือกใช้ยี่ห้อนี้ คือ ราคาเหมาะสมและบริษัทมีความน่าเชื่อถือ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่รู้จักรถยนต์ไฟฟ้าและรู้จักยี่ห้อต่างๆ ของรถยนต์ไฟฟ้าผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6
วันที่ 6 กันยายน 2566

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า

ตารางที่ 1

| ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า | \bar{x} |
|---|-----------|
| ในด้านการคุ้มค่า | |
| มีราคาที่เหมาะสม | 4.32 |
| มีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป | 4.45 |
| ราคามีความเหมาะสมต่อสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบัน | 4.19 |
| ได้รับประโยชน์สูงสุดจากการใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า | 4.41 |
| รวม | 4.34 |

จากตารางที่ 1 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า ในด้านการคุ้มค่าภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.34$) โดยมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ มีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป ($\bar{x} = 4.45$) รองลงมา คือ ได้รับประโยชน์สูงสุดจากการใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า ($\bar{x} = 4.41$) มีราคาที่เหมาะสม ($\bar{x} = 4.32$) ราคามีความเหมาะสมต่อสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบัน ($\bar{x} = 4.19$) ตามลำดับ

ตารางที่ 2

| ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า | \bar{x} |
|---|-----------|
| ในด้านความเชื่อมั่น | |
| บริษัทรถยนต์ไฟฟ้าดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริต | 4.17 |
| ท่านให้ความไว้วางใจต่อบริษัทรถยนต์ไฟฟ้า | 4.46 |
| บริษัทรถยนต์ไฟฟ้า ดำเนินการในสิ่งที่ถูกต้องตรงไปตรงมา | 4.24 |
| บริษัทรถยนต์ไฟฟ้า ทำให้ท่านมีความมั่นใจในการใช้บริการ | 4.50 |
| บริษัทรถยนต์ไฟฟ้าให้บริการด้วยความซื่อตรงและจริงใจ | 4.28 |
| รวม | 4.33 |

จากตารางที่ 2 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า ในด้านความเชื่อมั่นภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.33$) โดยมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ บริษัทรถยนต์ไฟฟ้า ทำให้ท่านมีความมั่นใจในการใช้บริการ ($\bar{x} = 4.50$) รองลงมา คือ ให้ความไว้วางใจต่อบริษัทรถยนต์ไฟฟ้า ($\bar{x} = 4.46$) บริษัทรถยนต์ไฟฟ้าให้บริการด้วยความซื่อตรงและจริงใจ ($\bar{x} = 4.28$) บริษัทรถยนต์ไฟฟ้า ดำเนินการในสิ่งที่ถูกต้องตรงไปตรงมา ($\bar{x} = 4.24$) บริษัทรถยนต์ไฟฟ้าดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ($\bar{x} = 4.17$) ตามลำดับ

ตารางที่ 3



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6
วันที่ 6 กันยายน 2566

| ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า | \bar{x} |
|---|-----------|
| ในด้านการสื่อสารการตลาด | |
| ท่านจะแนะนำครอบครัว เพื่อน หรือบุคคลอื่น ๆ ให้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า | 4.31 |
| ท่านบอกต่อให้ครอบครัว เพื่อนร่วมงานหรือบุคคลอื่น ๆ ให้เลือกใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า | 4.45 |
| ท่านพูดถึงประสบการณ์ดี ๆ ที่ได้รับจากรถยนต์ไฟฟ้าให้กับครอบครัว เพื่อนร่วมงานหรือบุคคลอื่น ๆ ฟัง | 4.23 |
| หากท่านได้ยินบุคคลอื่น ๆ พูดถึงรถยนต์ไฟฟ้าในแง่ลบ ท่านยินดีที่จะช่วยแก้ต่างให้ | 4.19 |
| รวม | 4.29 |

จากตารางที่ 3 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า ในด้านการสื่อสารการตลาด ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.29$) โดยมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ บอกต่อให้ครอบครัว เพื่อนร่วมงานหรือบุคคลอื่น ๆ ให้เลือกใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า ($\bar{x} = 4.45$) รองลงมา คือ จะแนะนำครอบครัว เพื่อน หรือบุคคลอื่น ๆ ให้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า ($\bar{x} = 4.31$) พูดถึงประสบการณ์ดี ๆ ที่ได้รับจากรถยนต์ไฟฟ้าให้กับครอบครัว เพื่อนร่วมงานหรือบุคคลอื่น ๆ ฟัง ($\bar{x} = 4.23$) ได้ยินบุคคลอื่น ๆ พูดถึงรถยนต์ไฟฟ้าในแง่ลบ ท่านยินดีที่จะช่วยแก้ต่างให้ ($\bar{x} = 4.19$) ตามลำดับ

อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้าสามารถอธิบายได้ ดังนี้ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้าเป็นครั้งแรกและใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้ามา 1-2 ปีโดยใช้บริการคนเดียวรองลงมาใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้าร่วมกับครอบครัว เหตุผลหลักที่ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้าส่วนใหญ่ตอบว่าประหยัดน้ำมัน ซึ่งส่วนใหญ่ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า ยี่ห้อ MG เหตุผลหลักในการเลือกใช้ยี่ห้อนี้ คือ ราคาเหมาะสมและบริษัทมีความน่าเชื่อถือ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่รู้จักรถยนต์ไฟฟ้าและรู้จักยี่ห้อต่างๆ ของรถยนต์ไฟฟ้าผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย โดยสุภาพร ปานกล้า และ ชัยฤกษ์ แก้วพรหมมาลัย (2563) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อรถยนต์ไฟฟ้าประเภทไฮบริดปลั๊กอินในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่ามีความเห็นสูงสุดในประเด็นการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้า ประเภทไฮบริดปลั๊กอิน เพราะการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์ และการให้บริการของพนักงานที่สะดวก รวดเร็ว รองลงมาความพึงพอใจต่อเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่ได้รับจากการใช้บริการ รถยนต์ไฟฟ้าประเภทไฮบริดปลั๊กอิน



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6
วันที่ 6 กันยายน 2566

แสดงให้เห็นว่า กระบวนการให้บริการและเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่จะทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้า ประเภทไฮบริดปลั๊กอิน ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า ในด้านการค้ำค่าภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และจรรยา พิศมัย และ ชินโสณ วัฒนินธิกัจจา (2566) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของประชากรในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของประชากรในกรุงเทพมหานครภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก การตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของประชากรในกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก ซึ่งสอดคล้องกับความพึงพอใจผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า ในด้านความเชื่อมั่น ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ บริษัทรถยนต์ไฟฟ้า ทำให้ท่านมีความมั่นใจในการใช้บริการ ความพึงพอใจผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า ในด้านการสื่อสารการตลาด ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และสอดคล้องกับศศิธร สุ่มหลิม, วอนชนก ไชยสุนทร และ สิงหะฉวีสุข (2566) ผลวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน จะมีความตั้งใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแตกต่างกัน ปัจจัยด้านทัศนคติของผู้ใช้รถยนต์ที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย ได้แก่ ด้านความรู้สึกและด้านพฤติกรรม ส่วนปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย ได้แก่ ด้านนโยบายรัฐบาล ด้านอิทธิพลทางสังคม ด้านความคุ้มค่าในการซื้อรถยนต์ไฟฟ้า ด้านระยะทางในการเดินทางและด้านเทคโนโลยีรถยนต์

เอกสารอ้างอิง

- จรรยา พิศมัย และ ชินโสณ วัฒนินธิกัจจา, (2566), ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของประชากรในกรุงเทพมหานคร, วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์, 6(3), 165-178
- ไทยโพสต์, (2563), เส้นทางพัฒนาคมนาคม, สืบค้นเมื่อ 14 กรกฎาคม 2566, จาก <https://www.thaipost.net/main/detail/86855>
- วิจัยกรุงศรี, (2565), รถยนต์ไฟฟ้า: ความต้องการและโอกาสที่กำลังมาถึง, สืบค้นเมื่อ 12 กรกฎาคม 2566, จาก <https://www.krungsri.com/th/research/research-intelligence/ev-survey-22>
- ศศิธร สุ่มหลิม, วอนชนก ไชยสุนทร และ สิงหะฉวีสุข, (2566), ความตั้งใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย, วารสารบริหารธุรกิจ, 13(1), 92-104
- สุภาพร ปานกล้า และ ชัยฤกษ์ แก้วพรหมมัลย์, (2563), ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อรถยนต์ไฟฟ้าประเภทไฮบริดปลั๊กอิน ในเขตกรุงเทพมหานคร, วารสารสมาคมนักวิจัย, 25(2), 117-132
- PPTV HD, (2566), ธุรกิจสถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าในไทย แนวโน้มเติบโตไวแต่ 'ไม่ง่าย', สืบค้นเมื่อ 12 กรกฎาคม 2566, จาก <https://www.pptvhd36.com/automotive/news/187600>