

## บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้รถยนต์ไฟฟ้า ระหว่างผู้ใช้รถยนต์ไฟฟ้ากับผู้ที่ไม่ใช้รถยนต์ไฟฟ้า โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 415 คน โดยการใช้การทดสอบ Chi-Square และ T-test ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสนใจในการเลือกใช้รถยนต์ไฟฟ้า ประกอบด้วย (1) ปัจจัยส่วนบุคคล (2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้าน (3) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในแต่ละด้าน เหล่านี้ส่งผลต่อความสนใจในการเลือกใช้รถยนต์ไฟฟ้า ทั้งสิ้น โดยผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่ไม่ใช้รถยนต์ไฟฟ้าให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านประสมทางการตลาด ด้านราคา และด้านผลิตภัณฑ์ตามลำดับ ส่วนผู้ใช้รถยนต์ไฟฟ้าให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านราคา ตามลำดับ จึงนำไปสู่ข้อเสนอแนะ ในเรื่องของส่วนลดเงินสด และระยะเวลาการใช้งานของแบตเตอรี่ ด้านแบบจำลองทางธุรกิจของรถยนต์ไฟฟ้า ราคารถยนต์ไฟฟ้าที่ถูกจะเป็นส่วนสนับสนุนให้มีการใช้รถยนต์ไฟฟ้าที่เพิ่มขึ้นการลดภาษีเกี่ยวกับรถยนต์ไฟฟ้าจะทำให้รถมีราคาถูกลงได้ การมีสถานีเครือข่ายสำหรับการชาร์จแบตเตอรี่ ตลอดจนแบตเตอรี่ที่สามารถวิ่งได้ระยะทางไกล จะเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าอย่างมาก ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นคนรุ่นใหม่สนใจเทคโนโลยีและใส่ใจสิ่งแวดล้อม การใช้รถยนต์ไฟฟ้าสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายได้มาก เนื่องจากไม่ต้องเข้าเช็ครถและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง จะมีเพียงค่าไฟฟ้าที่ชาร์จเท่านั้น

## ABSTRACT

This research aimed to study the factors affecting the decision to use electric vehicles. Between people who use electric cars and those who do not use electric cars Primary data was obtained from a questionnaire from a sample of 415 people using Chi-Square and T-test. The results showed that Factors affecting the interest in choosing electric vehicles include (1) personal factors (2) marketing mix factors in each area (3) environmental factors in each area. These all affect our interest in choosing electric vehicles. The results of the study showed that People who do not use electric vehicles pay attention to the marketing mix factor, price and product, respectively. As for electric car users, they pay attention to the marketing mix factors in terms of distribution channels and price, respectively. In the matter of cash discounts and the usage time of the battery