

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ของผู้บริโภคนในการใช้เครื่องชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า 2. เพื่อศึกษาความคุ้มค่าในการลงทุนติดตั้งสถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ใช้เครื่องชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าจำนวน 385 ตัวอย่าง

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีระดับรายได้เฉลี่ยส่วนบุคคลในช่วง 50,001-70,000 บาทต่อเดือน ช่วงอายุ 31-40 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และประกอบอาชีพพนักงานบริษัท ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคนในการใช้เครื่องชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ (การใช้บริการเครื่องชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าเป็นแบบบริการตนเองจึงไม่ได้พิจารณาปัจจัยด้านบุคคล) กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเรียงลำดับได้ ดังนี้ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ

การศึกษาคู่มือค่าทางการเงินพบว่า การลงทุนในสถานีบริการชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า ติดตั้งเครื่องชาร์จเร็วซึ่งมี 2 หัวต่อเครื่องมีความคุ้มค่าในการลงทุน การลงทุนโดยไปร่วมกับแฟรนไชส์เพื่อจะได้ใช้แอปพลิเคชันเพื่อความสะดวกให้กับลูกค้าที่จะจองมาเติมไฟฟ้าและจ่ายเงิน การลงทุนมีทั้งแบบลงทุนซื้อเครื่องอัดประจุไฟฟ้าเอง และไปสมัครร่วมกับแฟรนไชส์ใดแฟรนไชส์หนึ่ง ซึ่งจะมีการจ่ายค่าแฟรนไชส์ และค่าบริการอื่น ๆ เป็นรายเดือน หรืออาจซื้อแพคเกจที่ทางเจ้าของแฟรนไชส์จะมาติดตั้งเครื่องอัดประจุไฟฟ้าให้แต่จะมีราคาแพงกว่าแต่จะมีค่าบริการรายเดือนน้อยกว่า การลงทุนทั้ง 2 กรณีมีความคุ้มค่าในการลงทุน โดยราคาค่าบริการผู้ลงทุนสามารถเลือกตั้งราคาเองได้ ส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วง 6-9 บาท กรณีที่เข้าพื้นที่ลงทุน ผู้ลงทุนต้องจ่าย 1 บาทต่อหน่วยการชาร์จไฟฟ้า จะให้ผลตอบแทนน้อยกว่า และระยะเวลาคืนทุนนานกว่า กรณีที่ใช้พื้นที่ของตนเองในการลงทุน

ABSTRACT

This research aimed to 1) study the marketing mix factors (7Ps) affecting the decision-making of using the EV charger. 2) study the financial feasibility to invest in the EV charger. The primary data obtained from the consumers by using the questionnaire. The sample size was 385.

This study found that majority respondents were male, Bachelor degree in education. The majority occupation was company employee with average level of monthly income 50,001-70,000 Baht, in age group 31-40 years old. The results indicated that the most importance of marketing mix was physical evidence, product, process, place, promotion and price, respectively

From financial feasibility study found that investing in EV charging station install a fast charger with two plugs in is feasible. Investing by joining with franchise to use the application for convenience to customer for reserve and payment. Investment includes investing in purchasing your own electric charger and apply with one of the franchises and pay franchise fee and other service fees by monthly. Or buy a package where the franchise owner will install the EV charger, however it will more expensive but lower monthly service fee. Investment in both cases is worth. The investor can set the price, and most are in the range 6-9 baht. Renting space for investment, Investor must pay 1 baht per unit of electric charge, so return is less, and payback period is longer than using own land for investment.