



การประชุมวิชาการระดับชาติ  
**เครือข่ายด้านการจัดการชุมชน**  
เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ครั้งที่ 8



**The 8<sup>th</sup> National Conference on**  
Community Management Network  
for Sustainable Development

[องค์กรไม่แสวงหากำไร กับการพัฒนาที่ยั่งยืน]

**รายงานสืบเนื่อง**

คณะกรรมการฝ่ายวิชาการคัดเลือกบทความและตรวจทาน  
เอกสารและผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ  
โครงการประชุมวิชาการระดับชาติ เครือข่ายด้านการจัดการชุมชน  
เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ครั้งที่ 8

➤ คณะกรรมการฝ่ายวิชาการคัดเลือกบทความและตรวจทานเอกสาร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณภัทร วิชะกุล

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

อาจารย์รัชกร วชิรสีโรตม

มหาวิทยาลัยศิลปากร

รองศาสตราจารย์ ดร.อุทัย ปริญญาสุทินันท์

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ดร.จตุพร เพชรบูรณ์

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ดร.อัปดุลเลาะ เจ๊ะหลง

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

➤ ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ

รองศาสตราจารย์ ดร.ธงชัย ภูวนาถวิจิตร

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณภัทร วิชะกุล

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรยา พรเอี่ยมมงคล

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทรงพันธ์ ต้นตระกูล

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทรงสุดา ภู่อ่าง

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

อาจารย์ ดร.ปริวิทย์ ไวทยาชีวะ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

อาจารย์ ดร.ปรรณกร แก้วรามุข

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

อาจารย์ ดร.ส่งเสริม แสงทอง

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกศราพร พรหมนิมิตกุล

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทิพย์สุดา พุฒจรรย์

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภรัตน์ แสงฉัตรแก้ว

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สวรรยา ธรรมอภิพล

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุนี คำนวลศิลป์

มหาวิทยาลัยศิลปากร

อาจารย์ ดร.จรรยาบรรณ สุธรรมมา

มหาวิทยาลัยศิลปากร

อาจารย์รัชกร วชิรสีโรตม

มหาวิทยาลัยศิลปากร

อาจารย์วันชัย เจือบุญ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

รองศาสตราจารย์ ดร.อุทัย ปริญญาสุทินันท์

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

รองศาสตราจารย์เอมอร เจียรมาศ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ดร.ธิตีพัทธ์ บุญปก

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ดร.พิชามณูชู้ บุญสิทธิ์

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ดร.อัปดุลเลาะ เจ๊ะหลง

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

อาจารย์แทนพันธ์ เสนะพันธุ์ บัวใหม่

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

### ห้องที่ 5 ห้องประชุมบุหงาส่าหรี อาคารบริหารชั้น 2 คณะศิลปศาสตร์

ที่	เวลา	ผู้วิจัย	ชื่อเรื่อง
1	13.00-13.20 น.	ณัฐชัย พันธุ์ทอง บุญญภาพ บริบูรณ์ วันชัย เจือบุญ	พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้า แบรนด์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร คณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชาการ จัดการชุมชน
2	13.20-13.40 น.	สิริมนต์ ศรียามัย จรรยาบรรณ สุธรรมมา	ทัศนคติของแฟนคลับไทยที่มีต่อศิลปิน T-POP ในประเทศไทย
3	13.40-14.00 น.	มนัญญา วงษ์จำปา วฤณ ตรงศิริวัฒน์ ศุภรัตน์ แสงฉัตรแก้ว	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออัลบั้ม เพลงเกาหลีของกลุ่มแฟนคลับไทย
4	14.00-14.20 น.	พิมพ์ชนก ประเทศรัตน์ ปรรณกร แก้วรากมุก	ทัศนคติที่มีต่อแฟชั่นเกาหลีของผู้บริโภค เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการร้านเสื้อผ้าสไตล์ เกาหลีมาลินพลาซ่า
พักรับประทานอาหารว่าง (14.20-14.40 น.)			
5	14.40-15.00 น.	วาฤณี จันทกาญจน์ อภิชาติ สัจจามันท์ เอวิน ช้องประเสริฐ ณัฐธิดา ณ พัทลุง พงศกร โยภทรัพย์ พรพรรณ คงมัยลิก ไมตรี มะแคะเย็น ธิดิพัทธ์ บุญปก	องค์กรไม่แสวงหาผลกำไรกับการพัฒนา อย่างยั่งยืนกรณีศึกษาสมาคมผู้บริโภคสงขลา
6	15.00-15.20 น.	ศิวกร การดำรง กิตติพงษ์ แก้วสังหาร ศุภรัตน์ แสงฉัตรแก้ว	ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อ รถยนต์ไฟฟ้า ของคนในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร
7	15.20-15.40 น.	นางสาวโสโรชา รวยดี เกศราพร พรหมนิมิตกุล	อิทธิพลของอาหารโปรเตกส์ที่ส่งผลต่อ วัฒนธรรมการบริโภคในชุมชนภูภิจัน กรุงเทพมหานคร

## สารบัญ (ต่อ)

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของคนในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร (ศิวกร การดำรง กิตติพงษ์ แก้วสังหาร และศุภรัตน์ แสงฉัตรแก้ว)	343
อิทธิพลของอาหารโปรตุเกสที่ส่งผลต่อวัฒนธรรมการบริโภคในชุมชนกุฎีจีน กรุงเทพมหานคร (สโรชา รวยดี และเกศราพร พรหมนิมิตกุล)	352
<b>ห้องที่ 6 ห้องเรียน LA 206 อาคารเรียนชั้น 2 คณะศิลปศาสตร์</b>	
การศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนบ้านออนใต้ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ (ชวิศา ยอดคำ และปรรณกร แก้วรากมุก)	363
อัตลักษณ์ของชาติพันธุ์กะเหรี่ยงในชุมชนบ้านป่าหมาก ตำบลศาลาลาย อำเภอสามร้อยยอด จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ (วนัฐพงษ์ ขาวรักษ์ พีรวิรัช ศักดิ์สุจริต และเกศราพร พรหมนิมิตกุล)	372
วิถีประมงสตรีมุสลิมลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา: วิถีชีวิต ศาสนา และการพัฒนา (คัมภีร์ภาพ แก้วยศกุล ธีรวัฒน์ แดงปรก บุณรดา ปิ่นสุวรรณ ปณิตา เพ็ชรสุวรรณ สลิลทิพย์ แซ่อ้อ อัญญาภรณ์ เยรานี และอับดุลเลาะ เจ๊ะหลง)	385
วิถีชีวิตของคนในสังคมพหุวัฒนธรรม: กรณีศึกษาชุมชนย่านเมืองเก่า อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา (จินุชนันท์ สงวนเขียว นูฮา สมันเหมือน และเอมอร เจียรมาศ)	393
การดำรงอยู่ของคณะละครชาตรี ชุมชนนางเลิ้ง เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย จังหวัดกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาละคร ชาตรีคณะกัญญาลูกแม่แพน (เรื่องนนท์) (สมิตานันท์ กุลตัน พีรดา โสภาพ และเกศราพร พรหมนิมิตกุล)	403
วิกฤตโควิด-19 ในบ้านเกาะแก้วกับมุมมองการศึกษาที่เปลี่ยนไป (ราชนะ บินสมาน จิรนนท์ เดชสุด กิตติธัช มะลิแก้ว ปริญา คงแก้ว ปนัดดา แซ่จิ่ง และอับดุลเลาะ เจ๊ะหลง)	413
การรับรู้ การดำเนินชีวิต และสิทธิสวัสดิการของผู้พิการในสถานการณ์โควิด-19 กรณีศึกษาสมาคมผู้พิการแห่ง หนึ่งในจังหวัดสงขลา (กมลวรรณ เอียดเหลือ นันทัญญา เทพเจริญ ชินดา ชื่นจิตร ปิยาพัชร จริญญา วรธน ศรีทาวงศ์ สุภาพร ตุลาธน และอับดุลเลาะ เจ๊ะหลง)	422
<b>ห้องที่ 7 ห้องประชุมราชวดี อาคารเรียนชั้น 2 คณะศิลปศาสตร์</b>	
การพัฒนาและส่งเสริมกลุ่มผู้สูงอายุอย่างยั่งยืนขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา (ณัฐวัตร รัชไชย ทรงอวยพร สังข์ด้วงยาง ธนนันท์ จักรवालกุล ปราณต์ แก้วมรกต และอับดุลเลาะ เจ๊ะหลง)	431
การดำเนินงานและบทบาทของชมรมผู้สูงอายุอิสระ กรณีศึกษาชมรมแม่หญิง อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม (ธนภรณ์ รัตนอุไร วิชญาพร กรุดเนียม และสุนี คำนวลศิลป์)	439
แนวทางการเสริมสร้างความมั่นคงของมนุษย์และพัฒนาคุณภาพชีวิต กรณีศึกษา ศูนย์เรียนรู้การพัฒนาสตรีและ ครอบครัวภาคใต้ อำเภอรัตภูมิ จังหวัดสงขลา (ณัฐธิดา สุวรรณรักษา สาวินี เทพไชย ยศนันท์ ประภาพันธ์ และธิตีพัทธ์ บุญปก)	447

ห้องที่ 5 ห้องประชุมบุหงาสำหรับ อาคารบริหารชั้น 2 คณะศิลปศาสตร์

ที่	เวลา	ผู้วิจัย	ชื่อเรื่อง
1	13.00-13.20 น.	ณัฐชัย พันธุ์ทอง บุญญภาพ บริบูรณ์ วันชัย เจือบุญ	พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแบรนด์ของนักศึกษาศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร คณะวิทยาการการจัดการ สาขาวิชาการจัดการชุมชน
2	13.20-13.40 น.	สิริมนต์ ศรียาภัย จรรยาบรรณ สุธรรมมา	ทัศนคติของแฟนคลับไทยที่มีต่อศิลปิน T-POP ในประเทศไทย
3	13.40-14.00 น.	มนัญญา วงษ์จำปา วฤณ ตรงศิริวัฒน์ ศุภรัตน์ แสงฉัตรแก้ว	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออัลบั้มเพลงเกาหลีของกลุ่มแฟนคลับไทย
4	14.00-14.20 น.	พิมพ์ชนก ประเทศรัตน์ ปรณกร แก้วรากมุก	ทัศนคติที่มีต่อแฟชั่นเกาหลีของผู้บริโภค เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการร้านเสื้อผ้าสไตล์เกาหลีมาลินพลาซ่า
พักรับประทานอาหารว่าง (14.20-14.40 น.)			
5	14.40-15.00 น.	วาฤทธิ์ จันทกาญจน์ อภิชาติ สุขจามันท์ เอวัน ช้องประเสริฐ ณัฐธิดา ณ พัทลุง พงศกร โยภทรัพย์ พรพรรณ คงมัยลิก ไมตรี มะแอเคียน ฉัตรพัทธ์ บุญปก	องค์กรไม่แสวงหาผลกำไรกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนกรณีศึกษาสมาคมผู้บริโภคสงขลา
6	15.00-15.20 น.	ศิวกร การดำรง กิตติพงษ์ แก้วสังหาร ศุภรัตน์ แสงฉัตรแก้ว	ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า ของคนในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร
7	15.20-15.40 น.	นางสาวสโรชา รวยดี เกศราพร พรหมนิมิตกุล	อิทธิพลของอาหารโปรตุเกสที่ส่งผลต่อวัฒนธรรมการบริโภคในชุมชนกุฎีจีน กรุงเทพมหานคร

## ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้รถยนต์ไฟฟ้าของคนในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร

คิวกกร การดำรงที่  
กิตติพงษ์ แก้วสังหาร<sup>2</sup>  
ศุภรัตน์ แสงฉัตรแก้ว<sup>3</sup>

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้รถยนต์ไฟฟ้าของคนในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร โดยเลือกเลือกเขตปทุมวันเพราะเป็นเขตที่มีความพร้อมในการใช้รถยนต์ไฟฟ้ามีทั้งสถานีจุดชาร์จและมีโชว์รูมรถยนต์ไฟฟ้าที่พร้อมให้บริการ มีการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 388 คน โดยใช้สูตร W.G. Cochran สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ(Percentage) ค่าเฉลี่ย(Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation)

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและเป็นคน Gen Z มีอายุ 21-37 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่าและมีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ ต่ำกว่า 15,000 บาท ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้รถยนต์ไฟฟ้ามากที่สุดคือ ปัจจัยด้านการตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านนโยบายภาครัฐ และปัจจัยด้านคุณค่าตราสินค้า ตามลำดับ

คำสำคัญ : ปัจจัยที่ส่งผลกระทบ, การตัดสินใจซื้อ, รถยนต์ไฟฟ้า

<sup>1</sup> นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการชุมชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร Email krandumri\_s@silpakorn.edu

<sup>2</sup> นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการชุมชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร Email Kittipong\_Ksh@hotmail.com

<sup>3</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

## Factors affecting the decision to buy an electric car of people in Pathumwan District Bangkok

*Siwakron Krandumri<sup>1</sup>*  
*Kittipong Kaewsanghan<sup>2</sup>*  
*Supparat Sangchatkaew<sup>3</sup>*

---

### ABSTRACT

The purpose of this research was to study the factors affecting the decision to buy Electric Vehicle of people in Pathumwan district Bangkok. By choosing Pathumwan because it is an area ready to use electric cars, there are both charging stations and electric car showrooms ready to serve. There was a questionnaire survey as a tool to collect data from a sample of 388 people using the W.G. Cochran formula was used. Statistics used in data analysis were: Descriptive statistics, including percentage (Percentage), mean (Mean) and standard deviation (Standard Deviation)

The results of the study revealed that respondents were female and Gen Z people aged 21-37 years old with a bachelor's degree or equivalent and students whose income is less than 15,000 baht per decision to buy an electric car the most is the environmental awareness factor. Decision Factors for Marketing Mix Purchases Government policy factors and brand value factors, respectively.

**Keywords:** Affecting Factors, Purchase Decision, Electric Vehicle

---

<sup>1</sup> Bachelor of arts students, community management, Faculty Of Management Sciences, Silpakorn University Phetchaburi It Campus  
email krandumri\_s@silpakorn.edu

<sup>2</sup> Bachelor of arts students, community management, Faculty Of Management Sciences, Silpakorn University Phetchaburi It Campus  
email kittipong\_ksh@hotmail.com

<sup>3</sup> Assistant Professor Dr., Community management Faculty of Management Sciences Silpakorn University



## บทนำ

ในปัจจุบันการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ CO<sub>2</sub> จากการใช้พลังงานของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2564 ลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากปัญหาการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบต่อภาคเศรษฐกิจภายในประเทศอย่างเห็นได้ชัดจากการปล่อยก๊าซ CO<sub>2</sub> จากการใช้พลังงานแยกรายภาคเศรษฐกิจ ของปี พ.ศ. 2564 เช่น ภาคการผลิตไฟฟ้ามีสัดส่วนการปล่อยก๊าซ CO<sub>2</sub> สูงสุด คือ ร้อยละ 36 ของการปล่อยก๊าซ CO<sub>2</sub> ทั้งหมด มีการปล่อยก๊าซ CO<sub>2</sub> ลดลงร้อยละ 2.9 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ภาคอุตสาหกรรมมีสัดส่วนการปล่อยก๊าซ CO<sub>2</sub> รองลงมา ร้อยละ 31 มีการปล่อยก๊าซ CO<sub>2</sub> เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 9.9 เนื่องจากจากความต้องการซื้อในประเทศและต่างประเทศที่เริ่มขยายตัวในหลายสินค้า หลังจากภาครัฐผ่อนคลายมาตรการล็อกดาวน์ โดยเฉพาะการขยายตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ขยายตัวร้อยละ 9.15 ตามการขยายตัวของตลาดส่งออกเป็นหลัก ภาคการขนส่งซึ่งมีสัดส่วนการปล่อยก๊าซ CO<sub>2</sub> ร้อยละ 28 มีการปล่อยก๊าซ CO<sub>2</sub> ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 7.4 เนื่องจากมาตรการจำกัดการเดินทางในช่วงของการแพร่ระบาดของโรคโควิด - 19 และมาตรการทำงานจากที่บ้าน (Work from home) ทำให้การใช้รถยนต์ในการเดินทางน้อยลง (สำนักงานนโยบายและแผนพลังงานกระทรวงพลังงาน, 2565) แต่ก็มีมีการฟื้นฟูโดยการใช้พลังงานทดแทนหรือพลังงานที่สามารถใช้หมุนเวียนได้เข้ามา เช่น พลังงานไฟฟ้า พลังงานแสงอาทิตย์ขึ้นมาแทน โดยมีการนำมาใช้รูปแบบธุรกิจอีกด้วย เช่น อุตสาหกรรมรถยนต์

รถยนต์ไฟฟ้า(Electric Vehicle: EV) คือยานยนต์ขับเคลื่อนด้วยระบบไฟฟ้านั้นยังคงลักษณะการใช้งานในรูปแบบเดิมเพียงแต่เปลี่ยนแปลงระบบขับเคลื่อนจากการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิลเป็นพลังงานไฟฟ้า โดยการใช้รถพลังงานไฟฟ้าในเขตชุมชนจะช่วยลดมลภาวะทางเสียงและอากาศ ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญของโรคทางเดินหายใจ พลังงานที่ใช้ ขับเคลื่อนมอเตอร์อาจจะมาจากการเก็บพลังงานไว้ในแบตเตอรี่ หรือใช้เซลล์เชื้อเพลิงสร้างพลังงานไฟฟ้า ตลอดจนการใช้ตัวเก็บประจุไฟฟ้าชนิดพิเศษ

สถานการณ์รถไฟฟ้าในประเทศไทยเริ่มมียอดจองรถยนต์ไฟฟ้าตั้งแต่เดือน มกราคม - ธันวาคม 2563 รวม 1,056 คัน และในเดือน มกราคม - ธันวาคม 2564 รวม 1,935 คัน และในปีปัจจุบันตั้งแต่เดือน มกราคม - สิงหาคม 2565 (8 เดือนแรก) มียอดจองทั้งหมดรวม 4,862 คัน (คิดเป็น 0.81% ของยอดจดทะเบียนรถยนต์ในไทย รย.1 + รย.3 รวม 604,045 คัน) อันดับ 1 ORA Good Cat : 2,083 คัน อันดับ 2 MG EP : 1,009 คัน อันดับ 3 Volvo XC40 Pure Electric : 541 คัน อันดับ 4 Porsche Taycan : 185 คัน อันดับ 5 MINI Electric : 169 คัน อันดับ 6 MG ZS EV : 159 คัน อันดับ 7 BMW iX3 : 144 คัน อันดับ 8 Tesla Model 3 : 141 คัน อันดับ 9 Tesla Model Y : 134 คัน อันดับ 10 Nissan Leaf : 60 คัน อันดับ 11 BYD e6 : 53 คัน อันดับ 12 BYD M3 / T3 : 30 คัน อันดับ 13 Ford Mustang MACH-E : 22 คัน อันดับ 14 Audi e-tron : 22 คัน อันดับ 15 Fomm One : 16 คัน อันดับ 16 BMW iX : 15 คัน อันดับ 17 Audi e-tron GT : 12 คัน อันดับ 18 BMW i4 : 11 คัน อันดับ 19 Wuling mini ev : 10 คัน อันดับ 20 BMW i3S : 4 คัน อันดับ 20 Lexus UX 300e : 4 คัน อันดับ 22 Smart for TWO : 3 คัน อันดับ 22 Mitsubishi Minicab MIEV : 3 คัน อันดับ 22 Honda e : 3 คัน อันดับ 25 Tesla Model X : 2 คัน อันดับ 25 NETA V : 2 คัน อันดับ 25 Volkswagen ID.3 : 2 คัน อันดับ 25 Hyundai KONA EV : 2 คัน อันดับ 29 Jaguar i-PACE : 1 คัน อันดับ 29 Tesla Model S : 1 คัน อันดับ 29 Fiat 500 Electric : 1 คัน อันดับ 29 Mercedes EQS : 1 คัน และOthers : 17 คัน (Moo Teerapat A, 2565)

ประเทศไทยมีการจัดตั้งคณะกรรมการนโยบายยานยนต์ไฟฟ้าแห่งชาติ และดำเนินงานเดินหน้าขับเคลื่อนมาตรการส่งเสริมยานยนต์ไฟฟ้าของไทยขับเคลื่อนนโยบาย 30@30 คือ การตั้งเป้าผลิตรถ ZEV (Zero Emission Vehicle) หรือรถยนต์ที่ปล่อยมลพิษเป็นศูนย์ ให้ได้อย่างน้อย 30% ของการผลิตยานยนต์ทั้งหมดใน พ.ศ. 2573 เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตยานยนต์ไฟฟ้าและชิ้นส่วนที่สำคัญของโลก และเป็นกลไกสำคัญในการก้าวเข้าสู่สังคมคาร์บอนต่ำ นอกจากนี้ภาครัฐได้ออกมาตรการสนับสนุนเพื่อส่งเสริมยานยนต์ไฟฟ้าทั้งด้านภาษีและไม่ใช่ภาษี เพื่อให้ราคายานยนต์ไฟฟ้าใกล้เคียงกับรถยนต์สันดาป (ICE) พร้อมทั้งกระทรวงพลังงานจะเร่งดำเนินการส่งเสริมการติดตั้งสถานีอัดประจุไฟฟ้า (EV Charging Station) ในพื้นที่สาธารณะให้เพียงพอกับยานยนต์ไฟฟ้า ปัจจุบันมีสถานีอัดประจุไฟฟ้าจำนวน 944 แห่ง ขณะนี้อยู่ระหว่างการนำเสนอมาตรการส่งเสริมเพิ่มเติมได้แก่ (1) มาตรการสนับสนุนเครื่องอัดประจุไฟฟ้าสำหรับยานยนต์ไฟฟ้า ในเรื่องอัตราค่าไฟฟ้า Low Priority สำหรับผู้ประกอบการสถานีอัดประจุไฟฟ้าต่อเนื่อง ซึ่งที่ประชุมบอร์ด EV ชาติ เห็นชอบการขยายอัตราค่าไฟฟ้าถึงปี

พ.ศ. 2568 รวมถึงด้านสิทธิและประโยชน์สำหรับกิจการสถานีบริการอัดประจุไฟฟ้าสำหรับยานพาหนะไฟฟ้า และได้มอบหมาย BOI พิจารณา ทั้งนี้ที่ประชุมยังได้เห็นชอบให้มีการจัดทำ Platform กลาง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้ยานยนต์ไฟฟ้า รวมถึงมาตรการและวิธีการเพื่ออำนวยความสะดวกแก่กลุ่มผู้อยู่อาศัยในอาคารชุด คอนโดมิเนียม (2) มาตรการสนับสนุนการลงทุนอุตสาหกรรมการผลิตแบตเตอรี่สำหรับยานยนต์ไฟฟ้า ด้านสิทธิประโยชน์การลงทุนและการปรับโครงสร้างภาษีสรรพสามิต ที่ประชุมมอบหมายให้ BOI และกรมสรรพสามิตพิจารณา โดยในขณะนี้ อยู่ระหว่างเตรียมเสนอมาตรการส่งเสริมเพิ่มเติมได้แก่ มาตรการสนับสนุนเครื่องอัดประจุไฟฟ้าสำหรับยานยนต์ไฟฟ้า และมาตรการสนับสนุนการลงทุนอุตสาหกรรมการผลิตแบตเตอรี่สำหรับยานยนต์ไฟฟ้า ทั้งด้านสิทธิประโยชน์การลงทุนและการปรับโครงสร้างภาษีสรรพสามิต (สำนักงานนโยบายและแผนพลังงานกระทรวงพลังงาน, 2565)

นอกจากนี้ รัฐบาลได้อนุมัติหลักการร่างพระราชกฤษฎีกาลดภาษีประจำปี สำหรับรถที่ขับเคลื่อนด้วยพลังงานไฟฟ้าเพียงอย่างเดียวที่จดทะเบียนตั้งแต่ 1 ต.ค. 65 - 30 ก.ย. 68 โดยลดลง 80% ของอัตราภาษีที่กำหนดเป็นเวลา 1 ปี (นับแต่วันที่จดทะเบียน) เพื่อจูงใจให้มีการใช้ยานยนต์ไฟฟ้ามากขึ้น ช่วยลดปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์-PM 2.5 รวมถึงกระตุ้นระบบเศรษฐกิจการผลิตยานยนต์ไฟฟ้าในภาพรวมของประเทศ และเห็นชอบร่างประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง การยกเว้นอากรศุลกากรสำหรับรถยนต์ไฟฟ้าแบบแบตเตอรี่ที่ประกอบหรือผลิตในเขตปลอดอากรตามกฎหมายว่าด้วยศุลกากรหรือเขตประกอบการเสรีตามกฎหมายว่าด้วยการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เพื่อเป็นการสนับสนุนแนวทางการดำเนินงานส่งเสริมยานยนต์ไฟฟ้า โดยส่งเสริมการผลิตหรือประกอบรถยนต์ไฟฟ้า โดยจะยกเว้นอากรศุลกากรสำหรับ (1) รถยนต์นั่ง (2) รถยนต์โดยสาร ที่มีที่นั่งไม่เกิน 10 คน และ (3) รถยนต์กระบะ แบบพลังงานไฟฟ้าจากแบตเตอรี่ (BEV) ที่ประกอบหรือผลิตในเขตปลอดอากร ตามกฎหมายว่าด้วยศุลกากรหรือเขตประกอบการเสรีตามกฎหมายว่าด้วยการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ร่างประกาศฉบับนี้มีผลใช้บังคับ จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2568 (ข่าวคณะโฆษกทำเนียบรัฐบาล, 2565)

เมื่อมีรถยนต์ไฟฟ้าเข้ามาในประเทศไทยจึงเป็นอีกหนึ่งตัวเลือกในการซื้อรถยนต์แบบเดิมแบบที่ใช้น้ำมันเป็นเชื้อเพลิงรถยนต์ไฟฟ้า (Electric Vehicle: EV) และรถยนต์แบบเดิมที่ใช้ น้ำมันมีทั้งข้อดีและข้อเสียที่แตกต่างกันไปทั้งความคุ้มค่า ความทนทาน ระบบการใช้งาน หรือค่าบำรุงดูแลรักษา และยังมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในปัจจุบัน อีกทั้งรัฐบาลได้ออกมาตรการสนับสนุนการใช้รถยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของคนในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร เพราะเป็นพื้นที่ที่มีความพร้อมสำหรับรถยนต์ไฟฟ้ามากที่สุดในประเทศไทยและมีความพร้อมทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐานและสถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้ามากกว่า 473 แห่งร่วมกับจังหวัดนนทบุรีและสมุทรปราการ (สำนักงานนโยบายและแผนพลังงานกระทรวงพลังงาน, 2565)

## วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของคนในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร

## วิธีวิจัย

งานวิจัยเรื่องนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) กรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็นทั้งหมด 50 เขต ผู้วิจัยได้เลือกเขตปทุมวัน เพราะเป็นเขตที่มีความพร้อมในการใช้รถยนต์ไฟฟ้าทั้งสถานีจุดชาร์จที่เพียงพอและโครงสร้างพื้นฐานที่พร้อมให้บริการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่มีความสนใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าในเขตปทุมวัน แต่ด้วยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงได้ใช้วิธีการคำนวณโดยใช้สูตร W.G. Cochran ได้จำนวน 384 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV(ELECTRIC VEHICLE) ของเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร โดยมีรายละเอียดดังนี้ 1) ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ การศึกษา อาชีพเงินเดือน 2) ข้อมูลเกี่ยวกับการตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมส่งผลการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า 3) ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายภาครัฐส่งผลการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า 4) ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดส่งผลการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า 5) ข้อมูลเกี่ยวกับคุณค่าตราสินค้าส่งผลการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า

และ 6) ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า

ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มเป้าหมายและวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของ คนในเขตปทุมวันกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (x) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

## ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของคนในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร มีรายละเอียดตามลำดับต่อไปนี้

### ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ข้อมูลเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 213 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 55.5 เพศชายจำนวน 134 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 34.9 และเพศLGBTQ+ จำนวน 37 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 9.6

2. ข้อมูลอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่วงอายุน้อยกว่า 20 ปี จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 39.6 ต่อมาคือ ช่วงอายุระหว่าง 38-53 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดคือ ช่วงอายุระหว่าง 54-72 ขึ้นไป จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

3. ข้อมูลระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าจำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 48.2 ต่อมาคือ ผู้มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 179 คน คิดเป็น ร้อยละ 46.6 ต่อมาคือ ผู้มีการศึกษาในระดับปริญญาโท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.9 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดคือผู้มีการศึกษาในระดับปริญญาเอก จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3

4. ข้อมูลอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 74.0 ต่อมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 ต่อมาคือ ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 ต่อมาคือ ข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดคือ อื่น ๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8

5. ข้อมูลรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 71.6 ต่อมาคือ มี 15,001–30,000 บาท จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7 ต่อมาคือ มีรายได้ 30,001–45,000 บาท จำนวน 24 คนคิดเป็นร้อยละ 6.3 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดคือ มากกว่า 45,001 บาทขึ้นไป จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4

### ข้อมูลเกี่ยวกับการตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า

ผลการวิจัยด้านการตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า มีคะแนนเฉลี่ยในระดับมาก (Mean = 4.30, SD = 0.78) เมื่อพิจารณารายละเอียดจึงพบว่า ข้อที่ส่งผลมากที่สุดคือ ท่านเชื่อว่ายานพาหนะส่งผลกระทบต่ออย่างมากต่อสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.42) ต่อมาคือ ท่านตระหนักถึงภาวะโลกร้อนที่เป็นมลพิษจากรถยนต์ที่ใช้น้ำมัน (Mean = 4.39) ต่อมาคือ ท่านคิดว่าน้ำมัน/ก๊าซธรรมชาติมีอยู่จำกัดและจะหมดไปในไม่ช้า (Mean = 4.27) ต่อมาคือ ท่านให้ความสำคัญเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม (Mean = 4.25) ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ท่านตระหนักถึงพลังงานและสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อคนรุ่นหลัง (Mean = 4.19)

### ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายภาครัฐส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า

ผลการวิจัยด้านนโยบายภาครัฐส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า พบว่า ไฟฟ้า มีคะแนนเฉลี่ยในระดับมาก (Mean = 3.66, SD = 1.28) เมื่อพิจารณารายละเอียดจึงพบว่า ข้อที่ส่งผลมากที่สุดคือ ภาครัฐสนับสนุนสร้างสถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า (Mean = 3.77) ต่อมาคือ ภาครัฐสนับสนุนการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศทำให้ราคาถูกลง (Mean = 3.71) ต่อมาคือ ภาครัฐยกเว้นภาษีนำเข้ารถยนต์ไฟฟ้า (Mean = 3.68) ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ภาครัฐให้เงินช่วยเหลือเกี่ยวกับการในการซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (Mean = 3.48)

### ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า

ผลการวิจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า มีคะแนนเฉลี่ยในระดับมาก (Mean = 3.83, SD = 1.07) เมื่อพิจารณารายละเอียดจึงพบว่า ข้อที่ส่งผลมากที่สุดคือ การออกแบบรถยนต์ไฟฟ้ามีความทันสมัย (Mean = 4.30) ต่อมาคือ การส่งเสริมการขายมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ เช่น ส่วนลดราคา โปรโมชั่น วิธีการผ่อนชำระ เป็นต้น (Mean = 4.02) ต่อมาคือ ความหลากหลายของรูปแบบรถยนต์ไฟฟ้าเป็นที่พึงพอใจ (Mean = 3.92) ต่อมาคือ ราคารถยนต์ไฟฟ้าที่มีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับรถยนต์น้ำมัน (Mean = 3.89) ต่อมาคือ บริการหลังการขายรถยนต์ไฟฟ้าเป็นที่พึงพอใจ (Mean = 3.82) ต่อมาคือ โฆษณาตามสื่อต่าง ๆ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (Mean = 3.78) ต่อมาคือ ช่องทางการจัดจำหน่ายมีหลากหลาย ใช้บริการได้สะดวก (Mean = 3.67) ต่อมาคือ บำรุงรักษารถยนต์ไฟฟ้ามีความเหมาะสม (Mean=3.66) ต่อมาคือ สถานีชาร์จไฟฟ้ามีเพียงพอ (Mean = 3.64) ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ความสะดวกสบายในการชาร์จและการหาที่ชาร์จ (Mean = 3.58)

### ข้อมูลเกี่ยวกับคุณค่าตราสินค้าส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า

ผลการวิจัยด้านคุณค่าตราสินค้าส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า มีคะแนนเฉลี่ยในระดับมาก (Mean = 3.59, SD = 1.11) เมื่อพิจารณารายละเอียดจึงพบว่า ข้อที่ส่งผลมากที่สุดคือ แบรินรถยนต์ไฟฟ้าที่ท่านชื่นชอบมีคุณภาพได้มาตรฐาน (Mean = 4.11) ต่อมาคือ แบรินรถยนต์ที่ท่านชื่นชอบมีความโดดเด่นเรื่องสมรรถนะ (Mean = 3.97) ต่อมาคือ แบรินรถยนต์ไฟฟ้าที่ท่านชื่นชอบสามารถใช้งานได้ทนทาน (Mean = 3.81) ต่อมาคือ ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า ท่านมีแบรินรถยนต์ที่สนใจอยู่แล้ว และ แบรินรถยนต์ที่ท่านใช้งานอยู่มีการจำหน่ายรถยนต์ไฟฟ้าด้วย (Mean = 3.64) ต่อมาคือ แบรินรถยนต์ไฟฟ้าที่ท่านชื่นชอบมีรูปแบบแตกต่างจากแบรินรถยนต์อื่น (Mean = 3.60) ต่อมาคือ ท่านมีข้อมูลเกี่ยวกับแบรินรถยนต์ที่ท่านชื่นชอบเป็นอย่างดี (Mean = 3.50) ต่อมาคือ รถยนต์ไฟฟ้าที่เลือกซื้อจะทำให้ท่านเป็นที่ยอมรับในสังคม (Mean = 3.29) ต่อมาคือ หากท่านมีแบรินรถยนต์ที่ท่านชื่นชอบแล้วท่านจะไม่เปลี่ยนใจไปเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรินอื่น (Mean = 3.23 ) ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ การใช้รถยนต์ไฟฟ้าบ่งบอกถึงความหรูหราในระดับ (Mean = 3.06)

### ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า

ผลการวิจัยด้านการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า มีคะแนนเฉลี่ยในระดับมาก (Mean = 4.25, SD = 0.89) เมื่อพิจารณารายละเอียดจึงพบว่า ข้อที่ส่งผลมากที่สุดคือ ท่านเปรียบเทียบคุณสมบัติของรถไฟฟ้ายี่ห้อต่าง ๆ ก่อนตัดสินใจซื้อ (Mean = 4.46) ต่อมาคือ ท่านจะซื้อรถยนต์ไฟฟ้า ถ้ามีคุณสมบัติตรงตามท่านต้องการ (Mean = 4.42) ต่อมาคือ ท่านหาข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (Mean=4.36) ต่อมาคือ ท่านจะซื้อรถยนต์ไฟฟ้า ถ้ามีคุณสมบัติเรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อมและประหยัดพลังงาน และ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของแบรินรถยนต์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (Mean = 4.35) ต่อมาคือ ท่านจะซื้อรถยนต์ไฟฟ้า ถ้ามีความเหมาะสมเรื่องระยะเวลาการใช้งาน (Mean=4.34) ท่านจะซื้อรถยนต์ไฟฟ้า เพราะพลังงานไฟฟ้ามีราคาถูกกว่าพลังงานเชื้อเพลิง (Mean = 4.28) ต่อมาคือ ท่านจะซื้อรถยนต์ไฟฟ้า เพราะตระหนักถึงปัญหาด้านพลังงาน (Mean = 4.12) ต่อมาคือ ท่านจะซื้อรถยนต์ไฟฟ้า เพราะรถยนต์ไฟฟ้ามีราคาเหมาะสม ไม่แพง (Mean = 4.02) ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ท่านจะซื้อรถยนต์ไฟฟ้า เพราะรถยนต์ไฟฟ้าคือเทคโนโลยีใหม่ (Mean = 3.84 )

### สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV (ELECTRIC VEHICLE) ของคนในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร” กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-37 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า เป็นนักเรียน/ นักศึกษาที่มีรายได้ ต่ำกว่า 15,000 บาท ส่วนปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของคนในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร สรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้ามากที่สุด	Mean	S.D.
ปัจจัยด้านการตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม	4.30	0.78
ปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อ	4.25	0.89
ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	3.83	1.07
ปัจจัยด้านนโยบายภาครัฐ	3.66	1.28
ปัจจัยด้านคุณค่าตราสินค้า	3.59	1.11

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้ามากที่สุดคือ ปัจจัยด้านการตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านนโยบายภาครัฐ และปัจจัยด้านคุณค่าตราสินค้า ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมมากกว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

#### อภิปรายผล

**ปัจจัยด้านการตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม** เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบมากที่สุดต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของคนในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงการตระหนักถึงภาวะโลกร้อนจากรถยนต์ที่ใช้น้ำมันที่สร้างมลพิษกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมากและเลือกเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า EV (Electric Vehicle) สอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทนา วันคนิตย์ (2563) วิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของ Generation Y” พบว่าในกลุ่มของผู้ที่มีปัญหาด้านสุขภาพ หรือ มีโรคประจำตัวเกี่ยวกับระบบทางเดินหายใจ เช่น ภูมิแพ้และโรคหอบ ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมในการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า เนื่องจากเป็นผู้ได้รับผลกระทบจากปัญหาสิ่งแวดล้อม รวมถึงงานวิจัยของศุภิช ทรวงวงค์ (2564) ที่กล่าวถึงงานวิจัยของ Adnan, Nordin และ Rahman (2017) ที่ได้ศึกษาเรื่องการยอมรับรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศมาเลเซีย ผลการศึกษาพบว่า ความตั้งใจในการยอมรับรถยนต์ไฟฟ้าได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากการตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม

**ปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อ** การตัดสินใจซื้อของกลุ่มตัวอย่างนั้นจะเปรียบเทียบกับคุณสมบัติของรถไฟฟ้ายี่ห้อต่าง ๆ ก่อนตัดสินใจซื้อเป็นข้อที่ส่งผลมากที่สุด และรองลงมาจะเลือกซื้อถ้ามีคุณสมบัติตามต้องการ โดยคุณสมบัติที่ส่งผลมากที่สุดคือ มีคุณสมบัติเรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อมและประหยัดพลังงาน และรองลงมาคือ มีความเหมาะสมเรื่องระยะทางการใช้งาน และข้อที่ส่งผลน้อยที่สุดคือ รถยนต์ไฟฟ้ามีราคาเหมาะสม ไม่แพง แสดงให้เห็นว่าผู้ทำแบบสอบถามมีการศึกษารถยนต์ไฟฟ้าหลากหลายยี่ห้อและเปรียบเทียบก่อนตัดสินใจ แล้วจึงตัดสินใจซื้อจากคุณสมบัติที่ตนเองต้องการ และส่วนใหญ่เป็นการรักษาสิ่งแวดล้อมและประหยัดพลังงานแสดงถึงการรักษาสีเขียวของสิ่งแวดล้อมของผู้ทำแบบสอบถาม แต่ผู้ทำแบบสอบถามยังมองว่าราคาของรถยนต์ไฟฟ้านั้นยังมีราคาแพงอยู่ ไม่เหมาะสมและทำให้เลือกเป็นการตัดสินใจจากราคาน้อยที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิทยาภรณ์ วงษ์กิตติวัฒน์ (2559) วิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภควัยทำงานในกรุงเทพมหานคร” พบว่าข้อที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ จะซื้อรถยนต์ไฟฟ้าหากมี คุณสมบัติตอบโจทย์การใช้งานที่ต้องการอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ เหตุผลหนึ่งที่ทำตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าคือเทคโนโลยีใหม่ในการรักษาสิ่งแวดล้อม และประหยัดพลังงาน

**ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด** ส่วนประสมทางการตลาดข้อที่ส่งผลมากที่สุดคือ การออกแบบรถยนต์ไฟฟ้ามีความทันสมัย รองลงมาคือ การตัดสินใจจากส่วนลดราคา โปรโมชั่น วิธีการผ่อนชำระ และน้อยที่สุดคือความสะดวกสบายในการชาร์จและการหาที่ชาร์จแสดงให้เห็นถึงความเป็นกังวลหาที่ชาร์จหรือการหาที่ชาร์จ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรชนา รักษ์โรจนสุข (2562) ที่กล่าวถึงงานวิจัยของ Huang and Ge. (2019) ที่กล่าวว่าปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อ รถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคคือการมีความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่อการใช้งานของรถยนต์ไฟฟ้า เช่น โครงสร้างพื้นฐานเกี่ยวกับสถานีอัดประจุไฟฟ้า อายุการใช้งานของแบตเตอรี่ ที่จะทำให้ผู้บริโภครู้สึกไม่ลำบากต่อการใช้งาน ย่อมส่งผลถึงความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค

**ปัจจัยด้านนโยบายภาครัฐ** พบว่า นโยบายภาครัฐที่ส่งผลกระทบมากที่สุดคือ ภาครัฐสนับสนุนสร้างสถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า รองลงมาภาครัฐสนับสนุนการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศทำให้ราคาถูกลง และข้อที่น้อยที่สุดคือภาครัฐให้เงินช่วยเหลือเกี่ยวกับการในการซื้อรถยนต์ไฟฟ้าและแปดผลอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิศรุต ทั้งเพชร (2560) ที่กล่าวถึงงานวิจัยของ Wang et al. (2017) ที่พบว่าประโยชน์ทางการเงิน การรับรู้ ถึงสาธารณูปโภคของรถยนต์ไฟฟ้า และสิทธิประโยชน์จากรัฐบาลมีผลกระทบในเชิงบวกต่อความตั้งใจ ซื้อรถยนต์ไฟฟ้าในจีนและมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อเป็นอันดับ 1, 2 และ 3 ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านคุณค่าตราสินค้า** พบว่า คุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลกระทบมากที่สุดคือ แบรินตรีรถยนต์ไฟฟ้าที่ท่านชื่นชอบมีคุณภาพได้มาตรฐาน รองลงมาคือแบรินตรีรถยนต์ที่ท่านชื่นชอบมีความโดดเด่นเรื่องสมรรถนะ และน้อยที่สุดคือการใช้รถยนต์ไฟฟ้า บ่งบอกถึงความหวัหวัรระดับ แปดผลอยู่ในระดับปานกลางซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2543) ที่กล่าวไว้ว่า ความสัมพันธ์ของตราสินค้ากับคุณค่า เกิดจากผู้บริโภคเพราะเชื่อว่าตราสินค้านั้นมีคุณภาพ จากความเชื่อใจและความน่าเชื่อถือได้ เช่นเดียวกับผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้แบรินตรีรถยนต์ไฟฟ้าที่ท่านชื่นชอบมีคุณภาพได้มาตรฐาน และแบรินตรีรถยนต์ที่ท่านชื่นชอบมีความโดดเด่นเรื่องสมรรถนะ เนื่องจากความเชื่อใจและความน่าเชื่อถือตราสินค้านั้น

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

1. รัฐบาลควรให้ความสนใจรถยนต์ไฟฟ้ามากกว่านี้และส่งเสริมให้ใช้รถยนต์ไฟฟ้าโดยออกนโยบายช่วยเหลือและสนับสนุนให้ประชาชนเข้าถึงรถยนต์ไฟฟ้าได้มากกว่านี้ ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มสถานีชาร์จให้มากขึ้นในจังหวัดต่าง ๆ และการให้เงินสนับสนุน

2. ควบคุมค่าราคาแบตเตอรี่ ะไหล่ ของรถยนต์ไฟฟ้า หรือเพิ่มการผลิตชิ้นส่วนในประเทศเพื่อต่อการเข้าถึงราคาจะได้ถูกลง

3. ควรเตรียมการรองรับขยะที่อาจจะเกิดขึ้นจากรถยนต์ไฟฟ้าได้ในอนาคต เช่น แบตเตอรี่ และมอเตอร์รถยนต์ไฟฟ้า เพื่อไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากรถยนต์ไฟฟ้าได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นจึงควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความพอใจการใช้รถยนต์ไฟฟ้าและศึกษาผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นจากการใช้รถยนต์ไฟฟ้า

2. ในการวิจัยครั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุน้อยกว่า 20 ปี จึงควรศึกษาความคิดเห็นของประชาชนในช่วงอายุอื่น ๆ เพิ่มเติมด้วยเพื่อจะได้เห็นแนวโน้มของความสนใจของคนแต่ละช่วงวัยที่มีต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า

## เอกสารอ้างอิง

ข่าวคณะโฆษกทำเนียบรัฐบาล. (2565). *การยกเว้นอากรศุลกากรสำหรับรถยนต์ไฟฟ้าแบบแบตเตอรี่*.

<https://shorturl.asia/FdQ1y>

จันทนา วันคนิตย์. (2563). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของ Generation Y*. [สารนิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยมหิดล]. <https://shorturl.asia/7gpvL>

พิทยาภรณ์ วงษ์กิตติวัฒน์. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภควัยทำงานในกรุงเทพมหานคร*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. <https://shorturl.asia/GmnPN>

พงศ์พุดิ การะนัต. (2562). *ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี*. [สารนิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น]. <https://shorturl.asia/CJhc8>

*ยอดจอร์รถยนต์ไฟฟ้าในปัจจุบันตั้งแต่เดือน มกราคม – สิงหาคม 2565 (8 เดือนแรก)*. (2565).

<https://autolifethailand.tv/>

- วิศรุต ทังเพชร. (2560). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าประเภทแบตเตอรี่ ของกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์และเจนเนอเรชันวาย ในกรุงเทพฯและปริมณฑล*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].  
[http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU\\_2017\\_5902030930\\_7972\\_6701.pdf](http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5902030930_7972_6701.pdf)
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2543). *นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา*. ธนัชการพิมพ์จำกัด.
- ศุภัช ทรงธนาวงศ์. (2564). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในเขตจังหวัดชลบุรี*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยบูรพา]. <http://ir.buu.ac.th/dspace/bitstream/1513/473/1/60920111.pdf>
- สำนักงานนโยบายและแผนพลังงานกระทรวงพลังงาน. (2565). *รายงานสถานการณ์พลังงานและแนวโน้มปี 65 และความก้าวหน้าการส่งเสริม EV ของไทย*. <https://shorturl.asia/GjuFt>.
- อรธนา รักวิโรจน์สุข. (2562). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. <https://shorturl.asia/S4swr>



**4 มีนาคม 2566**

ณ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์