หัวข้อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี
คำสำคัญ	ปัจจัยทางการตลาด/ ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี/ รถยนต์ไฟฟ้า
ชื่อนักศึกษา	ชลธิชา ฉิมลี
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธินี มงคล
ระดับการศึกษา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะ	วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2567

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี 2) ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี 3) ศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้ คือ ผู้ที่ใช้รถยนต์ไฟฟ้า หรือผู้ที่กำลังตัดสินใจซื้อรถยนต์ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน ใช้การสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรีที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าที่ไม่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 2) ปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี และด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 3) ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านความน่าเชื่อถือของเทคโนโลยี และด้านอิทธิพลทางสังคมไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี และด้านสถานีบริการชาร์จไฟฟ้า ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านความคุ้มค่าในการใช้งาน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

SPU CHONBURI

Thesis Title	Factors Influencing Purchase Decisions on Electric Vehicles of Consumers in Chonburi Province
Keyword	Market factors/ Technology adoption factors/ Electric vehicle
Student	Cholthicha Chimlee
Thesis Advisors	Assistant Professor Dr.Suthinee Mongkol
Level of study	Master of Business Administration
Faculty	Graduate College of Management, Sripatum University at Chonburi
Year	2024

ABSTRACT

The objectives of this research are 1) compare differences in demographic characteristics, including gender, age, educational level, occupation and average monthly income that affect the decision to buy electric cars of consumers in Chonburi province, 2) study the market factors that affect the decision to buy electric cars of consumers in Chonburi province, 3) study the factors of acceptance of technology that affect the purchasing decision. Electric cars of consumers in Chonburi Province The sample group of this research are customers who use electric cars and deciding to buy a car living in Chonburi Province. Purposive sampling was used to collect data using a questionnaire.

The results of the research found that 1) consumers in Chonburi province with gender, age, and education level and different monthly incomes It affects the decision to buy an electric car differently. Different occupations have different effects on the decision to buy electric cars. Statistically significant at the 0.05 level, 2) product marketing factors have no influence on consumers' decision to purchase electric cars in Chonburi Province and price and distribution channels. and marketing promotion Influences the decision to purchase electric cars of consumers in Chonburi Province. Statistically significant at the level of 0.05, and 3) technology acceptance factor in terms of technology reliability. And social influence has no influence on consumers' decision to purchase electric cars in Chonburi Province. The electric charging service station environmental aspect and value for use Influences the decision to purchase electric cars of consumers in Chonburi Province at statistically significant at the 0.05 level.

SPU CHONBURI