



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 16
“Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2024”
วันที่ 20 มีนาคม พ.ศ. 2567

สำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า Tesla
Survey the Satisfaction of Tesla Electric Vehicles Users

ธีร์รัตน์ สุทธิสัมพันธ์

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการ
วิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Email: s66563828015@ssru.ac.th

วีระ วีระโสภณ

สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการ วิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Email: weera.wee@ssru.ac.th

ฉันทิช วรรณถนอม

สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการ วิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Email: chantouch.wa@ssru.ac.th

เรวดี ไวยวาสนา

สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการ วิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Email: rewadee.wa@ssru.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า Tesla โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สามารถเก็บข้อมูลได้ทั้งหมด 400 ชุด ได้ตั้งนี้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า Tesla ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 31-40 ปี มีศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งมีรายได้ต่อเดือน 40,001 - 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามโดยสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า Tesla สามารถอธิบายได้ดังนี้ ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า Tesla ด้านความพึงพอใจในความเชื่อมั่น ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรก คือ รถยนต์ไฟฟ้า Tesla เหมาะสมกับความต้องการ ข้อมูลเกี่ยวกับสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า Tesla ด้านความพึงพอใจในการให้บริการต่อผู้ให้บริการ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับแรก คือ รถยนต์ไฟฟ้า Tesla ดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริต และข้อมูลเกี่ยวกับสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า Tesla ด้านความพึงพอใจในความภักดีต่อผลิตภัณฑ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ พึงพอใจรถยนต์ไฟฟ้า Tesla โดยรวม



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 16
“Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2024”
วันที่ 20 มีนาคม พ.ศ. 2567

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, ผู้ใช้บริการ, รถยนต์ไฟฟ้า

Abstract

The objective of this research was to survey the satisfaction of Tesla Electric Vehicles users using an online questionnaire as a data collection tool. A total of 400 data sets can be stored as follows: The results of the analysis of data from the respondents showed that most Tesla Electric Vehicles users are male, aged 31–40 years, have a bachelor's degree, and have a career as an employee of a private company with a monthly income of 40,001–50,000 baht. The results of the analysis of data on respondents by the Tesla Electric Vehicle User Satisfaction Survey can be explained. as follows Information on customer satisfaction with Tesla electric vehicles Overall satisfaction with confidence was the highest. First, Tesla electric cars are suitable for their needs. According to the Tesla Electric Vehicle User Satisfaction Survey, overall service satisfaction with customers is the first highest level. Satisfaction with overall product loyalty was the highest, with the first satisfaction being overall satisfaction with Tesla electric vehicles.

Keywords: Satisfaction, Users, Electric Vehicles

บทนำ

Tesla เป็นบริษัทรถยนต์ไฟฟ้าและพลังงานสะอาดสัญชาติอเมริกัน ตั้งอยู่ใน Palo Alto (แพโล อัลโต) รัฐแคลิฟอร์เนีย เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 1 เดือนกรกฎาคม ปี ค.ศ. 2003 โดยวิศวกรชาวอเมริกัน มาร์ติน อีเบอร์ฮาร์ด (Martin Eberhard) และ มาร์ก ทาร์เพนนิ่ง (Marc Tarpenning) ซึ่งในตอนนั้นใช้ชื่อว่า เทสลา มอเตอร์ (Tesla Motors) โดยชื่อนี้ตั้งขึ้นเพื่อเป็นเกียรติแก่ นิโคลาส เทสลา (Nikola Tesla) นักประดิษฐ์ นักฟิสิกส์ วิศวกรเครื่องกล และวิศวกรไฟฟ้า ซึ่งเป็นชาวเซอร์เบีย สำหรับผู้ร่วมก่อตั้งบริษัทนั้น ได้แก่ เอียน ไรท์ (Ian Wright), อีลอน มัสก์ (Elon Musk) CEO ของ X หรือชื่อเก่า Twitter ในปัจจุบัน และ เจบี สเตราเบล (J. B. Straubel) ที่ได้รับการเสนอชื่อให้เป็นผู้ร่วมก่อตั้งบริษัท เนื่องจากทั้งสามคนนี้ได้มีการระดมทุนจาก Series A ให้กับเทสลาได้ถึง 7.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐในเดือนกุมภาพันธ์ ปี ค.ศ. 2004 และอีลอน มัสก์ บริจาคเงินเพิ่มอีก 6.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งทำให้ อีลอน มัสก์ (Elon Musk) กลายเป็นประธานบริษัท และได้แต่งตั้ง มาร์ติน อีเบอร์ฮาร์ด (Martin Eberhard) เป็น CEO ของ เทสลา (Tesla) ด้วยความต้องการที่จะให้ เทสลา (Tesla) เป็นผู้ผลิตรถยนต์ และเป็นบริษัทเกี่ยวกับเทคโนโลยี โดยมีแบตเตอรี่ ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ และมอเตอร์ เป็นเทคโนโลยีหลัก พวกเขาจึงได้นำเอา tZERO ที่เป็นรถสปอร์ตไฟฟ้าแฮนด์เมด ซึ่งออกแบบและสร้างขึ้นในจำนวนจำกัดโดยบริษัท AC Propulsion ของสหรัฐอเมริกาในช่วงต้นปี ค.ศ. 2000 มาเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างรถยนต์ Roadster ที่เป็นรถสปอร์ตไฟฟ้าระดับไฮเอนด์คันแรกของเทสลาด้วยวิสัยทัศน์ของอีลอน มัสก์ (Elon Musk) ได้แสดงเกี่ยวกับการแก้ไขวิกฤติปัญหาพลังงานของโลกอย่างชัดเจน



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 16
 “Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2024”
 วันที่ 20 มีนาคม พ.ศ. 2567

และการสร้างยานยนต์คุณภาพสูงที่ไม่ต้องใช้พลังงานเชื้อเพลิงฟอสซิล โดยจุดมุ่งหมายของ Tesla คือ การเริ่มต้นด้วยรถสปอร์ตระดับพรีเมียมที่มีการมุ่งเป้าไปที่ผู้ใช้งานในยุคแรก ๆ จากนั้นเริ่มมีการผลิตยานยนต์ กระแสหลักมากขึ้น รวมไปถึงรถยนต์ราคาประหยัดด้วย ผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันของ Tesla ได้แก่ รถยนต์ไฟฟ้า Model S, Model 3, Model X และ Model Y การจัดเก็บพลังงานแบตเตอรี่ Powerwall, Powerpack และ Megapack ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับพลังงานแสงอาทิตย์ แผงโซลาร์เซลล์ Solar City และกระเบื้องหลังคา พลังงานแสงอาทิตย์ (Carsome Thailand, 2566)

รถยนต์ไฟฟ้าของ Tesla ถูกสร้างขึ้นมาให้เกินมาตรฐานความปลอดภัย โดยได้รับการจัดอันดับ ความปลอดภัยระดับ 5 ดาวจากหน่วยงานประเมินความปลอดภัยระหว่างประเทศหลากหลายหน่วยงาน รถทั้งรุ่น Model 3 และรุ่น Model Y จะมีระบบขับเคลื่อนสี่ล้อพร้อมมอเตอร์ที่แยกจากกันสองตัวที่ช่วยให้ ระบบ redundancy ทำงานดียิ่งขึ้น โดยแต่ละตัวจะมีชิ้นส่วนที่เคลื่อนไหวเพียงชิ้นเดียวเพื่อความง่าย ต่อการบำรุงรักษาและมีระดับความทนทานสูงสุด นอกจากนี้หน้าจอสัมผัสขนาด 15 นิ้วที่เป็นเอกลักษณ์ของ Tesla รวมถึงแอปพลิเคชัน Tesla และ Autopilot อันเป็นเอกลักษณ์ที่มาพร้อมกับคุณสมบัติต่าง ๆ เช่น ระบบความบันเทิงส่วนตัว เช่น YouTube Netflix และเกมอาร์เคดในขณะที่อยู่ในรถ Tesla ได้อย่างสะดวกสบายโดยปราศจากการปล่อยก๊าซ CO2 และยังเข้าถึง Tesla ผ่านแอปพลิเคชัน Tesla บนมือถือ เพื่อควบคุมการชาร์จ อุณหภูมิ และการรับรองความปลอดภัยด้วยโหมด Sentry ทุกที่ทุกเวลา และคุณสมบัติ ของ Tesla Autopilot ได้รับการออกแบบมาเพื่อช่วยเหลือผู้ขับขี่ในส่วนที่เป็นความยุ่งยากมากที่สุดในการขับขี่ และจะช่วยแนะนำคุณคุณสมบัติใหม่และช่วยปรับปรุงการทำงานของระบบที่มีอยู่เพื่อให้ Tesla ปลอดภัยและมีศักยภาพมากขึ้น ผู้ขับขี่ยังสามารถอัปเดตระบบเป็น Autopilot แบบยกระดับ (EAP) หรือความสามารถ ในการขับอัตโนมัติเต็มรูปแบบ (FSD) เพื่อการใช้งานขั้นสูงเพิ่มเติม เช่น การนำทางบน Autopilot (NoA) และระบบจอดรถอัตโนมัติ เป็นต้น (AUTODEFT, 2565) ดังนั้นจึงทำให้ผู้วิจัยมุ่งเน้นที่จะต้องการสำรวจ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า Tesla เพื่อทราบถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า Tesla และเป็นประโยชน์ในการพัฒนาด้านความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า Tesla

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. การสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า Tesla นี้ จะใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) แบบระบุตัวตนด้วยการใส่ชื่ออีเมลของผู้ตอบแบบสอบถามถึงความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า Tesla ประชากรของการศึกษานี้ คือ ผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า Tesla ในประเทศไทย ระหว่างเดือนตุลาคม พ.ศ. 2565 ถึง ตุลาคม พ.ศ. 2566
2. การสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า Tesla นี้ จะประเมินขนาดของกลุ่มตัวอย่าง และกำหนดอัตราส่วน โดยการศึกษาครั้งนี้จึงใช้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 16
 “Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2024”
 วันที่ 20 มีนาคม พ.ศ. 2567

3. เครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ ข้อมูลลักษณะทั่วไป มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) อันประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า Tesla เป็นมาตรวัดความเห็น 5 ระดับ (Rating Scale) และส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ความหมายของการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตารางที่ 1 ด้านความพึงพอใจในความเชื่อมั่น ตารางที่ 2 ด้านความพึงพอใจในการให้บริการต่อผู้ใช้บริการ และตารางที่ 3 ด้านความพึงพอใจในความภักดีต่อผลิตภัณฑ์ มีดังต่อไปนี้

- 1.00-1.80 หมายถึง พึงพอใจ/ความภักดีน้อยที่สุด
- 1.81-2.60 หมายถึง พึงพอใจ/ความภักดีน้อย
- 2.61-3.40 หมายถึง พึงพอใจ/ความภักดีปานกลาง
- 3.41-4.20 หมายถึง พึงพอใจ/ความภักดีมาก
- 4.21-5.00 หมายถึง พึงพอใจ/ความภักดีมากที่สุด

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า Tesla

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม เพศ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 61.3 มีอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.8 ระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 66.1 ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 24.9 รายได้ต่อเดือน 40,001 - 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.5

สามารถตอบวัตถุประสงค์ เพื่อสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า Tesla

ตารางที่ 1

สำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า Tesla	\bar{x}	ความหมาย
ด้านความพึงพอใจในความเชื่อมั่น		
ท่านมีความเชื่อมั่นกับผลิตภัณฑ์	4.29	มากที่สุด
ท่านรู้สึกได้ว่าได้รับประโยชน์สูงสุดจากการใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า Tesla	4.33	มากที่สุด
ราคามีความเหมาะสมต่อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับ ทำให้ท่านเกิดความเชื่อมั่น	4.18	มาก
ท่านคิดว่ารถยนต์ไฟฟ้า Tesla มีความปลอดภัยในการใช้งาน	4.39	มากที่สุด
รถยนต์ไฟฟ้า Tesla เหมาะสมกับความต้องการของท่าน	4.40	มากที่สุด
รวม	4.32	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า Tesla ด้านความพึงพอใจในความเชื่อมั่น ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.32$) โดยมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ รถยนต์ไฟฟ้า



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 16
 “Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2024”
 วันที่ 20 มีนาคม พ.ศ. 2567

Tesla เหมาะสมกับความต้องการของท่าน ($\bar{x} = 4.40$) รองลงมาคือ คิดว่ารถยนต์ไฟฟ้า Tesla มีความปลอดภัยในการใช้งาน ($\bar{x} = 4.39$) ท่านรู้สึกได้ว่าได้รับประโยชน์สูงสุดจากการใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า Tesla ($\bar{x} = 4.33$) ราคามีความเหมาะสมต่อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับ ทำให้ท่านเกิดความเชื่อมั่น ($\bar{x} = 4.18$) ตามลำดับ

ตารางที่ 2

สำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า Tesla ด้านความพึงพอใจในการให้บริการต่อผู้ใช้บริการ	\bar{x}	ความหมาย
รถยนต์ไฟฟ้า Tesla ดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริต	4.31	มากที่สุด
บริษัทมีการดำเนินการในสิ่งที่ถูกต้อง ตรงไปตรงมา	4.25	มากที่สุด
ท่านรู้สึกว่าได้รับการบริการอย่างสะดวกและรวดเร็ว	4.22	มากที่สุด
ท่านคิดว่าได้รับการบริการอย่างเหมาะสม	4.29	มากที่สุด
รวม	4.26	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า Tesla ด้านความพึงพอใจในการให้บริการต่อผู้ใช้บริการ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.26$) โดยมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ รถยนต์ไฟฟ้า Tesla ดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ($\bar{x} = 4.31$) รองลงมาคือ คิดว่าได้รับการบริการอย่างเหมาะสม ($\bar{x} = 4.29$) บริษัทมีการดำเนินการในสิ่งที่ถูกต้อง ตรงไปตรงมา ($\bar{x} = 4.25$) รู้สึกว่าได้รับการบริการอย่างสะดวกและรวดเร็ว ($\bar{x} = 4.22$) ตามลำดับ

ตารางที่ 3

สำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า Tesla ด้านความพึงพอใจในความภักดีต่อผลิตภัณฑ์	\bar{x}	ความหมาย
ท่านจะแนะนำบุคคลอื่น ๆ ให้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า Tesla	4.24	มากที่สุด
ท่านมีความประทับใจในการใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า Tesla	4.29	มากที่สุด
ความพึงพอใจรถยนต์ไฟฟ้า Tesla โดยรวม	4.37	มากที่สุด
ถ้าต้องการซื้อรถยนต์ไฟฟ้าอีกครั้ง ท่านจะยังเลือกใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า Tesla	4.32	มากที่สุด
รวม	4.30	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า Tesla ด้านความพึงพอใจในความภักดีต่อผลิตภัณฑ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.30$) โดยมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ ความพึงพอใจรถยนต์ไฟฟ้า Tesla โดยรวม ($\bar{x} = 4.37$) รองลงมาคือ ถ้าต้องการซื้อรถยนต์ไฟฟ้า



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 16
“Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2024”
วันที่ 20 มีนาคม พ.ศ. 2567

อีกครั้ง จะยังเลือกใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า Tesla ($\bar{x} = 4.32$) มีความประทับใจในการใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า Tesla ($\bar{x} = 4.29$) และจะแนะนำบุคคลอื่น ๆ ให้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า Tesla ($\bar{x} = 4.24$) ตามลำดับ

อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามโดยสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า Tesla สามารถอธิบายได้ดังนี้ ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า Tesla ด้านความพึงพอใจในความเชื่อมั่น ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ รถยนต์ไฟฟ้า Tesla เหมาะสมกับความต้องการ รองลงมาคือ คิดว่ารถยนต์ไฟฟ้า Tesla มีความปลอดภัยในการใช้งาน สอดคล้องกับ ศศิธร สุ่มหลิม, วอนชนก ไชยสุนทร และสิงหะ ฉวีสุข (2566) ได้ศึกษา ความตั้งใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย ส่วนปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย ได้แก่ ด้านนโยบายรัฐบาล ด้านอิทธิพลทางสังคม ด้านความคุ้มค่าในการซื้อรถยนต์ไฟฟ้า ด้านระยะทางการเดินทางและด้านเทคโนโลยีรถยนต์ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญในด้านกิจกรรมที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับรถยนต์ไฟฟ้า ทั้งทางออนไลน์และออฟไลน์ มีการจัดกิจกรรมทดลองขับในสถานที่ต่าง ๆ คำนึงถึงการบริการหลังการขาย ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้รถยนต์เกิดความมั่นใจและไม่มีความกังวลต่อการใช้รถยนต์ไฟฟ้าจึงทำให้ผู้ใช้รถยนต์เกิดความตั้งใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า ข้อมูลเกี่ยวกับสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า Tesla ด้านความพึงพอใจในการให้บริการต่อผู้ใช้บริการ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ รถยนต์ไฟฟ้า Tesla ดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริต นอกจากนี้ นิรันดร์ วสันตอุบุโภคการ, ตระกูล จิตวัฒนาการ และเกียรติ บุญโยพ (2566) พบว่า จากสถานการณ์ที่กล่าวมาเป็นโอกาสของกลุ่มธุรกิจรถยนต์ไฟฟ้าดัดแปลงเช่นกัน โดยหากกลุ่มผู้ผลิตรถยนต์ไฟฟ้าดัดแปลงสามารถพัฒนาคุณภาพ และสามารถสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในด้านสมรรถนะรวมทั้งด้านอื่น ๆ ที่สำคัญ ก็จะสามารถคาดการณ์ได้ว่าธุรกิจรถยนต์ไฟฟ้าดัดแปลงในประเทศไทยนั้นจะมีแนวโน้มที่ดีขึ้นอย่างแน่นอนและข้อมูลเกี่ยวกับสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถยนต์ไฟฟ้า Tesla ด้านความพึงพอใจในความภักดีต่อผลิตภัณฑ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ พึงพอใจรถยนต์ไฟฟ้า Tesla โดยรวม นอกจากนี้ อิศราภา ทิพย์รงค์ และภริดา ชัยรัตน์ (2566) ได้ศึกษาการยอมรับรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นต่อการยอมรับรถยนต์ไฟฟ้าอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับรถยนต์ไฟฟ้า ทั้ง 2 ด้าน ได้แก่ ด้านความง่ายในการใช้งานและด้านประโยชน์ในการใช้งาน อยู่ในลักษณะเห็นด้วยมาก โดยปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ เขตที่พักอาศัย เขตที่ทำงาน ประเภทที่พัก รูปแบบการเดินทางที่ใช้ประจำ และประสบการณ์การมีคนรู้จักใช้รถยนต์ไฟฟ้า ส่งผลต่อการยอมรับรถยนต์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

เอกสารอ้างอิง

นิรันดร์ วสันตอุบุโภคการ, ตระกูล จิตวัฒนาการ และเกียรติ บุญโยพ. (2566). แนวโน้มและมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจรถยนต์ไฟฟ้าดัดแปลงในประเทศไทย. *วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม*, 7(5), 199-210.



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 16
“Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2024”
วันที่ 20 มีนาคม พ.ศ. 2567

-
- ศศิธร สุ่มหลิม, วอนชนก ไชยสุนทร และสิงหะ ฉวีสุข. (2566). ความตั้งใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 13(1), 92-104.
- อิสราภา ทิพย์รงค์ และภริดา ชัยรัตน์. (2566). การยอมรับรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 8(5), 98-113.
- AUTODEFT. (2565). เกรย์ร้อง...เทสลาเปิดตัวในไทยอย่างเป็นทางการ ทั้ง Tesla Model 3 และ Model Y ในราคาเริ่มต้น 1.759 ล้านบาท. สืบค้นเมื่อ พฤศจิกายน 11, 2566, จาก <https://shorturl.asia/wQCZO>.
- Carsome Thailand. (2566). Tesla ราคาแพงเพราะ? รู้จัก รถเทสลา กับเทคโนโลยีที่มากับความหรู. สืบค้นเมื่อ พฤศจิกายน 11, 2566, จาก <https://www.carsome.co.th/news/item/car-review-tesla-info>.