

บทคัดย่อ

เรื่อง : กลยุทธ์การตลาด 4C's การยอมรับเทคโนโลยี และนโยบายภาครัฐที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2

ผู้วิจัย : พรเทวา ประดับศรี

ชื่อปริญญา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร.พิชญาดา พันผา

คำสำคัญ : กลยุทธ์การตลาด 4Cs, การยอมรับเทคโนโลยี, นโยบายภาครัฐ, ความตั้งใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ กลยุทธ์การตลาด 4Cs การยอมรับเทคโนโลยี นโยบายภาครัฐ และความตั้งใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของลูกค้ายในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การตลาด 4Cs การยอมรับเทคโนโลยี นโยบายภาครัฐ และความตั้งใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง และ 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของกลยุทธ์การตลาด 4Cs การยอมรับเทคโนโลยี นโยบายภาครัฐ และความตั้งใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไปในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 272 คน เครื่องมือในการวิจัยคือ แบบสอบถามที่มีระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.946 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) กลยุทธ์การตลาด 4Cs การยอมรับเทคโนโลยี นโยบายภาครัฐ และความตั้งใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 2) กลยุทธ์การตลาด 4Cs การยอมรับเทคโนโลยี และนโยบายภาครัฐ มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 3) กลยุทธ์การตลาด 4Cs การยอมรับเทคโนโลยี และนโยบายภาครัฐส่งผลต่อความตั้งใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.01