

ภักจิรา แบบแผน : การเผยแพร่กับการตัดสินใจใช้นวัตกรรมเอ็นจีวี ของผู้ขับขี่รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร (DIFFUSION OF NGV INNOVATION AND DECISION TO USE NGV OF BANGKOK DRIVERS) อาจารย์ที่ปรึกษา : รศ.ดร. ประมะ สตะเวทิน , 210 หน้า.
ISBN 974-14-2997-5

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาการเผยแพร่ นวัตกรรมเอ็นจีวี ของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ไปสู่ผู้ขับขี่รถยนต์ที่ใช้ นวัตกรรมเอ็นจีวี 2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจใช้ นวัตกรรมเอ็นจีวีของผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร 3. เพื่อศึกษาปัจจัยอื่นนอกเหนือจากการสื่อสารที่ทำให้ผู้ขับขี่รถยนต์ตัดสินใจยอมรับการใช้ นวัตกรรมเอ็นจีวี การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เจาะลึกกับเจ้าหน้าที่บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) จำนวน 3 คน และผู้ใช้นวัตกรรมเอ็นจีวี จำนวน 30 คน

ผลการวิจัยพบว่าการเผยแพร่ นวัตกรรมเอ็นจีวี ไปสู่ผู้ขับขี่รถยนต์ของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) แบ่งเป็นลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้ 1. ช่วงกระตุ้น 2. ช่วงริเริ่มหรือการแนะนำ 3. ช่วงการทำให้ ก๊าซเอ็นจีวี เป็นเรื่อง "ปลอดภัย" 4. ช่วงกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจที่จะกระทำ 5. ช่วงหลังจากที่อุปกรณ์ติดตั้งเสร็จแล้ว ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจยอมรับการใช้ นวัตกรรมเอ็นจีวีของผู้ใช้รถยนต์แบ่งออกเป็น 3 ระยะ ได้แก่ 1. ระยะแสวงหาทางออก 2. ระยะเกิดความสนใจ 3. ระยะตัดสินใจปฏิบัติ

ปัจจัยอื่นนอกเหนือจากการสื่อสารที่ทำให้ผู้ขับขี่รถยนต์เกิดการตัดสินใจยอมรับ นวัตกรรมเอ็นจีวี แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1. คุณลักษณะของ นวัตกรรมเอ็นจีวี ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ประการ คือ (1.) คุณลักษณะทางด้านการมองเห็นประโยชน์เชิงเทียบ (2.) คุณลักษณะทางด้านความสลับซับซ้อนในการใช้ (3.) คุณลักษณะทางด้านความสามารถในการสังเกตเห็นผลได้ 2. คุณลักษณะของผู้ใช้รถยนต์แบ่งออกเป็น 2 ประการคือ (1.) คุณลักษณะในด้านของระดับรายได้และระดับความเป็นอยู่ (2.) คุณลักษณะด้านอาชีพ

The purpose of this research was to study (1) the diffusion of NGV innovation to drivers , (2) the decision process of Bangkok drivers , (3) other factors affecting drivers' decision to adopt NGV innovation. The study was qualitative research. In-depth interview with 3 officials of PTT Public Company Limited and 30 drivers who adopted NGV was used to collect the data.

The findings of the research were as follows :

The diffusion of NGV innovation of PTT Public Company Limited was composed of 5 stages : 1. Stimulation 2. Initiation or Introduction 3. Creation of the awareness of " The Safety" of NGV 4. Encouraging for decision to adopt 5.Post adoption.

The decision process to adopt NGV innovation of the drivers was composed of 3 stages : 1. Seeking for solution 2. Interest 3. Adoption

Other factors affecting decision to use NGV were : 1. characteristics of NGV which were composed of (1.) relative advantage (2.) complexity (3.) observability 2. characteristics of drivers which were composed of (1.) income and level of living (2.) career