

บทที่ ๕

สรุปผลการวิจัย อภิปรายและข้อเสนอแนะ

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษากลยุทธ์ของการรณรงค์ทางการสื่อสารเพื่อลดอุบัติเหตุจากรถจักรยานยนต์และการดื่มสุราและศึกษาประสิทธิผลของโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุจากรถจักรยานยนต์ โดยศึกษาจากการสัมภาษณ์ และเอกสารต่าง ๆ รวมถึงชาวประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในการดำเนินโครงการ เพื่อนำมาสรุป และรวบรวมเป็นประเด็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการดำเนินโครงการ นอกจากนี้ยังมีการวิจัยเชิงสำรวจเพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ ความรู้ และทัศนคติต่ออุบัติเหตุจากรถจักรยานยนต์ และพฤติกรรมการขับขี่ยานพาหนะภายหลังการดื่มสุรา ของกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และเป็นผู้สามารถขับรถยนต์และขี่รถจักรยานยนต์ได้ ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายในการดำเนินโครงการ เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้มาเปรียบเทียบและประเมินประสิทธิผลของโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุจากรถจักรยานยนต์ที่มีผลมาจากการดื่มสุรา

สรุปผลการวิจัย

โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุจากรถจักรยานยนต์ที่มีผลมาจากการดื่มสุรานั้น มีสถาบันการแพทย์ด้านอุบัติเหตุและสาธารณสุขเป็นผู้รับผิดชอบดูแลโครงการ และได้ว่าจ้างบริษัทเอมดีเค คอนซัลแทนส์ (ประเทศไทย) จำกัด เป็นผู้วางแผนและดำเนินโครงการ ซึ่งได้วางกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ โดยแบ่งช่วงการประชาสัมพันธ์ออกเป็น 2 ระยะ คือ

- 1) การประชาสัมพันธ์ระยะที่ 1 เริ่มจาก 1 กันยายน 2538 - 31 มกราคม 2539

ในช่วงนี้มีกิจกรรมที่ดำเนินการ คือ การจัดงานแถลงข่าวแนะนำโครงการ การจัด การประกวดคำขวัญและโลโก้ของโครงการ และการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เป็นระยะ ๆ ซึ่งถือได้ว่าเป็นกิจกรรมหลักของการดำเนินโครงการ และเป็นกิจกรรมสำคัญในการให้ข่าวสารความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินโครงการ ชาวประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการเผยแพร่ นั้น ได้แก่ ชาวการเปิดตัวโครงการ การจัดประกวดคำขวัญ และโลโก้ ชาวเกี่ยวกับสถิติอุบัติเหตุจากรถจักรยานยนต์ที่เพิ่มสูงขึ้นและเกี่ยวข้องกับการดื่มสุรา

2) การประชาสัมพันธ์ระยะที่ 2 เริ่มจาก 1 กุมภาพันธ์ - 30 กันยายน 2539

ในช่วงนี้มีกิจกรรมที่ดำเนินการ คือ การจัดสัมมนาบทบาทของสื่อมวลชนและคนบันเทิงในการแก้ปัญหาอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุรา โดยในงานนี้ได้จัดให้มีพิธีมอบรางวัลผู้ชนะเลิศการประกวดคำขวัญและโลโก้ด้วย นอกจากนี้ยังมีการก่อตั้งชมรมคนรุ่นใหม่ไม่ขับซี่ยานพาหนะเมื่อเมาสุราขึ้น โดยได้รับเกียรติจากคุณดำรง พุฒตาล มาดำรงตำแหน่งเป็นประธานชมรม และยังคงมีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่นเดียวกับโครงการระยะที่ 1 แต่ในระยะที่ 2 นี้ได้มีการเพิ่มการใช้สื่อวิทยุ และโทรทัศน์มากยิ่งขึ้น โดยรูปแบบในการประชาสัมพันธ์ เป็นการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมของโครงการ และข่าวสารสถิติอุบัติเหตุจราจรและความเกี่ยวพันกับการดื่มสุรา เหมือนกับระยะที่ 1 แต่พบว่ามีประสิทธิภาพการเผยแพร่มากกว่าระยะที่ 1

จากการศึกษาการดำเนินการและกิจกรรมต่าง ๆ ในโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุราทั้ง 2 ระยะ ผู้วิจัยจะได้นำผลของการศึกษาวิจัยทั้ง 2 ระยะนี้ มาประมวลเข้าด้วยกัน เพื่อวิเคราะห์โครงการโดยนำแนวคิด ทฤษฎีในเรื่อง การรณรงค์ทางการสื่อสาร มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ ซึ่งประกอบไปด้วยขั้นตอนพื้นฐาน 5 ประการด้วยกันคือ

1. การประเมินถึงความต้องการ (Needs) เป้าประสงค์ (Goals) และความสามารถในการตอบสนองของผู้รับสารเป้าหมาย

2. การวางแผนการรณรงค์ และการผลิตสื่ออย่างมีระบบ
3. การประเมินผลอย่างต่อเนื่อง
4. บทบาทเสริมของสื่อมวลชน และการสื่อสารระหว่างบุคคล
5. การเลือกสรรสื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

1. การประเมินถึงความต้องการ (Needs) เป้าประสงค์ (Goals) และความสามารถในการตอบสนองของผู้รับสารเป้าหมาย

วัตถุประสงค์ที่สำคัญประการหนึ่ง ของการดำเนินโครงการ นี้คือ เพื่อสร้างกระแสให้ประชาชน และผู้ขับขี่ยานพาหนะมีจิตสำนึกในการป้องกันอุบัติเหตุจราจรที่มีสาเหตุเกี่ยวข้องเนื่องกับการดื่มสุรา ดังนั้นในการวางแผนเพื่อจัดทำโครงการนี้ในตอนเริ่มต้น กลุ่มผู้รับสารเป้าหมายหลักของโครงการนี้ จึงถูกเจาะจงไปยังกลุ่มผู้ขับขี่ยานพาหนะแต่ถึงอย่างไรก็ตาม เมื่อศึกษาถึงข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ ของสถาบันการแพทย์ด้านอุบัติเหตุและสาธารณสุข กรมการ

แพทย์ ประกอบกับการสัมภาษณ์ผู้รับผิดชอบการวางแผน และดำเนินโครงการนี้แล้ว พบว่า การประชุมวางแผนในทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องเพื่อการดำเนินกิจกรรมนี้ ไม่มีการทบทวนเพื่อตรวจสอบและประเมินถึงความต้องการ เป้าประสงค์ และความสามารถในการตอบสนองของผู้รับสาร เป้าหมายอย่างเป็นระบบ การดำเนินการในช่วงต้นนั้นมีเพียงการกำหนดวัตถุประสงค์ และนโยบายในการดำเนินการโครงการ จากสถาบันการแพทย์ด้านอุบัติเหตุและสาธารณภัย กรมการแพทย์ไปยังบริษัทเอ็ม ดีเค คอนซัลแทนส์ (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนดำเนินโครงการ เท่านั้น

โดยเมื่อประเมินกิจกรรมตามลำดับขั้นของวัตถุประสงค์ของโครงการประชาสัมพันธ์ เพื่อลดอุบัติเหตุจากรถจักรยานี่ พบว่า หลักสำคัญในกิจกรรมมักมุ่งเน้นไปในด้านการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสาร ตามมาด้วยการให้ความรู้เกี่ยวกับอุบัติเหตุจากรถจักรยานี่จากการตีตราแก่ผู้รับสาร เพื่อจะนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการขับขี่ยานพาหนะภายหลังการตีตราของผู้รับสาร ซึ่งได้ออกมาตามสูตรของลำดับขั้นของผลกระทบทางการสื่อสาร (Hierarchy of Effects) ในแบบของการกระตุ้นจิตสำนึก (Attitude-Affective) - ให้ความรู้ (Knowledge-Cognitive) - การเปลี่ยนพฤติกรรม (Performance - Cognitive) ซึ่งก็คือ A - K - P

2 การวางแผนการรณรงค์ และการผลิตสื่ออย่างเป็นระบบ

พบว่า สถาบันการแพทย์ด้านอุบัติเหตุและสาธารณภัยนั้น มีการวางแผนการดำเนินการโครงการ ไว้ตั้งแต่การริเริ่มโครงการ แต่อย่างไรก็ตามก็ยังไม่ได้เป็นระบบและชัดเจนมากนัก ซึ่งสามารถวิเคราะห์เป็นขั้นตอนได้ดังนี้ คือ

1) การร่วมกันวางแผนโครงการและการตั้งชื่อโครงการ

ซึ่งมีการวางแผนร่วมกันระหว่างสถาบันการแพทย์ด้านอุบัติเหตุและสาธารณภัย และบริษัทเอ็มดีเคคอนซัลแทนส์ (ประเทศไทย) จำกัด เฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนดำเนินโครงการ แต่ในส่วนของการตั้งชื่อโครงการ นั้นได้ถูกกำหนดมาเรียบร้อยแล้ว โดยสถาบันการแพทย์ด้านอุบัติเหตุและสาธารณภัย ทำให้ชื่อของโครงการ นั้นออกมาเช่นเดียวกับโครงการต่าง ๆ ที่จัดทำขึ้นโดยภาคีรัฐบาล คือ เป็นชื่อโครงการที่มีความยาวและระบุถึงความต้องการ และเป้าหมายของการดำเนินโครงการ ไว้ในชื่อได้อย่างชัดเจน ไม่มีการใช้ชื่อที่เป็นสัญลักษณ์

แทน จุดมุ่งหมายของโครงการ ดังเช่นโครงการต่าง ๆ ที่มีภาคเอกชนเข้าร่วมด้วย เช่น โครงการ "ริงค์เอียร์" โครงการ "ถนนสีขาว" เป็นต้น โดยจากแนวคิดการบริหารงานประชาสัมพันธ์ โครงการรณรงค์นั้น (บุษบา สุธีธร, 2530) การกำหนดแนวคิดโครงการโดยการจับหัวใจโครงการ บางครั้งอาจนำแนวคิดหรือหัวใจโครงการมาสร้างเป็นสโลแกน หรือตั้งเป็นชื่อโครงการให้สั้น กระชับใจ และกินใจนั้นจะเป็นประโยชน์ต่อการรณรงค์โครงการมาก

2) การกำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการ

ซึ่งมีการกำหนดออกมาอย่างค่อนข้างคลุมเครือในบางข้อและเป็นวัตถุประสงค์ที่ยากแก่การวัดอย่างเป็นรูปธรรมว่าเกิดจากการดำเนินการโครงการ ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลัก 3 ข้อด้วยกัน คือ

- 1) เพื่อสร้างกระแสให้ประชาชนและผู้ขับขียานพาหนะมีจิตสำนึกในการป้องกันอุบัติเหตุจราจรที่มีสาเหตุเกี่ยวเนื่องกับการดื่มสุรา
- 2) เพื่อลดอัตราการเกิดและความรุนแรงของอุบัติเหตุจราจรที่มีผลมาจากการดื่มสุรา
- 3) เพื่อลดอัตราการบาดเจ็บและการสูญเสียชีวิตจากอุบัติเหตุจราจรที่มีผลมาจากการดื่มสุรา

จากแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะของการกำหนดวัตถุประสงค์ที่ดี (สมควร กวียะ, 2530) กล่าวว่า วัตถุประสงค์ที่ดีนั้นจะต้องสามารถวัดได้ เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถประเมินได้ว่าเมื่อใดได้ดำเนินการตามแผนงานไปแล้ว โดยมีเกณฑ์กำกับอยู่ เช่น เกณฑ์ในเรื่องเวลา หรือจำนวน นอกจากนี้ยังต้องมีลักษณะเฉพาะ กล่าวคือ บอกรถึงพฤติกรรมที่ต้องการให้เปลี่ยนแปลงไว้อย่างชัดเจน มีการกำหนดปริมาณที่แน่ชัดและเป็นพฤติกรรมที่วัดได้ วัตถุประสงค์ที่ดีนั้นจะต้องมีสภาพเป็นจริง และสามารถบรรลุผลได้ กล่าวคือ การตั้งวัตถุประสงค์จะต้องยึดหลักความเป็นไปได้ โดยพิจารณาปัจจัยอื่น ๆ ประกอบ ไม่ควรตั้งวัตถุประสงค์ไว้สูงมากจนไม่มีโอกาสจะทำได้หรือเกิดขึ้นได้จริง ทั้งนี้ต้องมีกำหนดเวลาที่แน่นอน ที่ต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่แน่ชัด เพื่อประโยชน์ในการประเมินผลหรือติดตามผลของการดำเนินงาน

ดังนั้น จากวัตถุประสงค์ 3 ข้อข้างต้น จะเห็นได้ว่า วัตถุประสงค์ในข้อที่ 1 นั้น เป็นวัตถุประสงค์ที่สามารถวัดผลจากการดำเนินการโครงการได้ แต่สำหรับข้อที่ 2 และข้อที่ 3 นั้น

เป็นวัตถุประสงค์ที่ถึงแม้ว่าจะสามารถวัดออกมาอย่างเป็นรูปธรรมได้โดยดูจากสถิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุบัติเหตุจราจร แต่ก็ยากแก่การระบุที่เกิดจากผลของการดำเนินโครงการ หรือไม่ และเป็นการกำหนดความต้องการที่สูงเกินไปเมื่อเทียบกับการดำเนินการโครงการ ซึ่งใช้กลยุทธ์หลักเพียงการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ และเป็นการดำเนินการอย่างขาดความต่อเนื่องและการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

3) การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

ซึ่งมีการระบุกลุ่มเป้าหมายหลักซึ่งสามารถจำแนกออกได้เป็น 2 กลุ่ม ด้วยกันคือ

- กลุ่มผู้ขับขี่ยานพาหนะทุกประเภท
- กลุ่มประชาชนทั่วไป

ซึ่งจากการวิเคราะห์กิจกรรมต่าง ๆ ของโครงการ พบว่ากลุ่มเป้าหมายในการดำเนินกิจกรรมส่วนใหญ่คือ กลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ แต่อย่างไรก็ตามการกำหนดกลุ่มเป้าหมายโดยแบ่งเป็น 2 กลุ่มข้างต้นนั้นเป็นการกำหนดอย่างไม่ชัดเจนและกว้างเกินไป ทำให้การดำเนินกิจกรรมนั้น มีลักษณะเปิดกว้าง และไม่ได้มีกิจกรรมเฉพาะกลุ่มย่อย เช่น กลุ่มประชาชนทั่วไป ยังสามารถแบ่งย่อยได้เป็นกลุ่มผู้ใช้ถนน กลุ่มผู้ใช้รถโดยสารประจำทาง เป็นต้น

4) การกำหนดกิจกรรมที่จะทำในโครงการ

จากการวิเคราะห์กิจกรรมแต่ละกิจกรรม ตามระยะเวลาที่ดำเนินกิจกรรมนั้น พบว่า มีระยะห่างในการดำเนินกิจกรรมมากเกินไป ทำให้ขาดความต่อเนื่องในการกระตุ้นความสนใจและการเข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่มเป้าหมายในการรณรงค์เพื่อลดอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุรากล่าวคือ การกำหนดกิจกรรมแรก (ไม่นับรวมการแถลงข่าวแนะนำโครงการ) คือการจัดประกวดคำขวัญและโลโก้ เริ่มตั้งแต่เดือนกันยายน 2538 ในขณะที่กิจกรรมที่สองคือ การจัดสัมมนาบทบาทของสื่อมวลชนและคนบันเทิง จัดขึ้นในเดือนมิถุนายน 2539 ซึ่งเป็นระยะเวลาห่างกันถึง 8 เดือน นอกจากนี้กิจกรรมที่ดำเนินการในระยะเวลาประมาณ 1 ปี ของโครงการนั้นมีเพียงกิจกรรมหลัก 3 กิจกรรม เท่านั้น ซึ่งถือว่าน้อยมากเมื่อเทียบกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในการดำเนินโครงการประกอบกับกิจกรรมที่จัดขึ้นนั้น เป็นกิจกรรมทั่วไป ไม่มีความแตกต่างและน่าสนใจ ทำให้การดำเนินโครงการไม่เด่นชัด และไม่เป็นที่รู้จักโดยทั่วไปเท่าใดนัก ดังเช่นผลของการวิจัยที่กล่าวไว้แล้วในบทที่ 4

5) การวางแผนประชาสัมพันธ์โครงการ

จากแนวคิดการวางแผนประชาสัมพันธ์นั้น คัทลิป และเซ็นเตอร์ (Cutlip and Center, 1978) ได้กล่าวถึงกระบวนการวางแผนประชาสัมพันธ์ไว้ 4 ขั้นตอนคือ ขั้นการวิจัยและรับฟังความคิดเห็น ขั้นการวางแผนและตัดสินใจ ขั้นการติดต่อสื่อสารและการปฏิบัติตามแผน และขั้นการประเมินผล ดังนั้นเมื่อนำแนวคิดของกระบวนการวางแผนประชาสัมพันธ์มาวิเคราะห์โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุรา จะได้ผลดังนี้

- ขั้นการวิจัยและรับฟังความคิดเห็น

พบว่าผู้วางแผนงานประชาสัมพันธ์มีการแสวงหาข้อมูลด้วยวิธีการทั้งเป็นทางการคือ การขอข้อมูลโดยตรงจากสถาบันการแพทย์ ด้านอุบัติเหตุและสาธารณสุข และไม่เป็นทางการ คือการติดต่อขอข้อมูลจากหน่วยงานอื่น โดยไม่ผ่านสถาบันการแพทย์ ด้านอุบัติเหตุและสาธารณสุข เพื่อนำมาประมวลและใช้ประกอบการวางแผนและดำเนินโครงการ แต่อย่างไรก็ตามจากการสัมภาษณ์คุณบัญญัติวรรณ นิเวศน์ปฐมวัฒน์ ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัท เอ็มดีเค คอนซัลแทนส์ (ประเทศไทย) จำกัด ผู้รับผิดชอบการวางแผนประชาสัมพันธ์ กล่าวว่า ในส่วนของกลุ่มเป้าหมายนั้นไม่มีการทำวิจัยสำรวจหรือประเมินลักษณะ และความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเลย มีเพียงการวิเคราะห์ความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องกับการวางแผนประชาสัมพันธ์ต่อกลุ่มเป้าหมายเท่านั้น

- ขั้นการวางแผนและการตัดสินใจ

จากการสัมภาษณ์คุณนิศยา ศรีวรรณท์ หนึ่งในผู้รับผิดชอบการวางแผนประชาสัมพันธ์ พบว่า มีการวางแผนอย่างเป็นขั้นตอน โดยบริษัท เอ็มดีเค คอนซัลแทนส์ (ประเทศไทย) จำกัด เสนอให้เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบโครงการประชาสัมพันธ์ของสถาบันการแพทย์ ด้านอุบัติเหตุและสาธารณสุข เป็นผู้พิจารณาและอนุมัติก่อนการดำเนินการทุกครั้ง แม้แต่การส่งข่าวประชาสัมพันธ์ทุกข่าวนั้น จะต้องให้เจ้าหน้าที่ของสถาบันการแพทย์ด้านอุบัติเหตุและสาธารณสุขได้พิจารณาและอนุมัติก่อนการเผยแพร่

- ขั้นการติดต่อสื่อสาร และการปฏิบัติตามแผน

ดังที่ได้กล่าวไว้ในขั้นการวางแผนและตัดสินใจว่า การจะปฏิบัติจริงหรือดำเนินกิจกรรมใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุจราจรจากการดื่ม

สุรานั้น จะต้องได้รับการเห็นชอบและอนุมัติจากสถาบันการแพทย์ด้านอุบัติเหตุและสาธารณภัย ก่อน ดังนั้น บางครั้งจึง ทำให้เกิดการล่าช้าในการดำเนินกิจกรรมหรือการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ และทำให้การดำเนินการไม่สามารถปฏิบัติได้จริงตามแผนงานที่วางไว้

- ขั้นตอนการประเมินผล

จากการสัมภาษณ์คุณพรทิวา เฉลิมวิภาส เจ้าหน้าที่ของสถาบันการแพทย์ด้านอุบัติเหตุและสาธารณภัย พบว่า โครงการประชาสัมพันธ์นี้ไม่มีการประเมินผลโครงการอย่างเป็นทางการ เนื่องจากการขาดงบประมาณและบุคลากรในการดำเนินการ แต่ใช้การประเมินจากผลที่สะท้อนกลับมา (feed back) ในแง่ของการรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับการรณรงค์ของโครงการ การเข้าร่วมกิจกรรมของโครงการ

โดยการวางแผนประชาสัมพันธ์โครงการ เพื่อแนะนำให้กลุ่มเป้าหมายได้รู้จักโครงการ ว่าคือโครงการอะไร จัดทำขึ้นโดยใคร และมีวัตถุประสงค์เพื่ออะไรนั้น เมื่อผู้วิจัยได้ประเมินโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มเป้าหมายของโครงการแล้ว พบว่า ผลที่ได้รับนั้นไม่น่าพอใจเท่าใดนัก ดังจะเห็นได้จากผลของการวิจัยในบทที่ 4 ทั้งในแง่ของการเปิดรับข่าวสารของโครงการ การรู้จักหน่วยงานที่รับผิดชอบ หรือแม้แต่ในแง่ของการเปิดรับข่าวสารความรู้การมีทัศนคติ หรือการแสดงพฤติกรรมการขับขี่ยานพาหนะภายหลังการดื่มสุรา

ด้วยเหตุที่การประชาสัมพันธ์นั้นถือได้ว่าเป็นกิจกรรมหลักของการดำเนินโครงการ ซึ่งใช้สื่อ 4 ชนิดด้วยกัน คือ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อนิตยสาร โดยสื่อที่เน้นมากที่สุดในการดำเนินโครงการ ก็คือสื่อหนังสือพิมพ์ เนื่องจากปัจจัยในเรื่องของงบประมาณ และคุณสมบัติที่มีความคงทนต่อการติดตามข่าวสารมากกว่าสื่ออื่น แต่อย่างไรก็ตามสื่อหนังสือพิมพ์นั้นก็มีข้อจำกัดในการเปิดรับ

3. การประเมินผลอย่างต่อเนื่อง

จากการสัมภาษณ์คุณพรทิวา เฉลิมวิภาส เจ้าหน้าที่ของสถาบันการแพทย์ด้านอุบัติเหตุและสาธารณภัย พบว่า ในการดำเนินโครงการนี้ไม่มีการประเมินผล ถึงแม้ว่าจะแบ่งการ

ดำเนินโครงการฯ ออกเป็น 2 ระยะ คือ ระยะที่ 1 และระยะที่ 2 โดยการดำเนินโครงการในระยะที่ 2 ยังคงใช้รูปแบบเดียวกับระยะที่ 1 คือการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ ดังนั้นหากว่ามีการวางแผน ประเมินผลการดำเนินการโครงการในระยะที่ 1 ล่วงหน้า แล้วนำผลที่ได้มาประยุกต์และแก้ไขให้ เข้ากับโครงการ ในระยะที่ 2 ย่อมช่วยทำให้การดำเนินโครงการเป็นที่รู้จัก ได้รับความร่วมมือและ เกิดประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

4. บทบาทเสริมของสื่อมวลชน และการสื่อสารระหว่างบุคคล

โดยปกติแล้ว การดำเนินโครงการรณรงค์ ต่าง ๆ เช่นนี้มักจะเป็นประโยชน์ต่อสาธารณชนในวงกว้าง และกำหนดกลุ่มเป้าหมายในวงกว้างเช่นกัน ดังนั้นการที่องค์กรหรือหน่วยงานที่ดำเนินการรณรงค์ จะจัดสรรงบประมาณเพื่อให้โครงการ เป็นที่รู้จัก และยอมรับของกลุ่มเป้าหมายนั้น จะต้องใช้งบประมาณสูงตามไปด้วย ด้วยเหตุนี้ สื่อมวลชนซึ่งมีบทบาทสำคัญ ในฐานะของสื่อกลางในการกระจายข่าวสาร จากหน่วยงานที่ดำเนินการรณรงค์ ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย นั้นก็ย่อมมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะนอกจากจะช่วยในการกระจายข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย แล้วยังช่วยให้การใช้งบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัดของหน่วยงานที่ดำเนินการรณรงค์นั้น มีประสิทธิภาพสูงสุดด้วย

แต่อย่างไรก็ตาม จากการสัมภาษณ์ และการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารในการดำเนินโครงการนั้น พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุ จราจรจากการดื่มสุรานั้น เป็นความสัมพันธ์ที่ดีในระดับหนึ่ง กล่าวคือจากการสัมภาษณ์ผู้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ คือเจ้าหน้าที่จากบริษัท เอ็มดี เค คอนซัลแทนส์ (ประเทศไทย) จำกัดนั้น ได้บอกแก่ผู้วิจัยว่าได้ส่งข่าวประชาสัมพันธ์ไปยังสื่อมวลชนทุกแขนงที่สามารถส่งได้ แต่ผลที่ออกมา ดังที่ได้รวบรวมไว้แล้วในบทที่ 4 และในภาคผนวก ก.พบว่า สำหรับสื่อหนังสือพิมพ์ที่มีการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับการรณรงค์เป็นส่วนใหญ่ นั้น เป็นหนังสือพิมพ์ประเภทคุณภาพ และมีความถี่ในการนำเสนอต่ำ สำหรับสื่อวิทยุส่วนนั้น มีการนำเสนอเป็นจำนวนที่น้อยเช่นกัน นอกจากนี้สำหรับสื่อโทรทัศน์นั้น รายการส่วนใหญ่ ที่ได้รับการออกอากาศนั้น จะเป็นรายการที่ไม่ใช่รายการที่อยู่ในช่วงเวลา prime time คือมีผู้ติดตามชมมากส่วนใหญ่มักเป็นรายการที่ออกอากาศในช่วงเช้ามากหรือดึกมากหรือในสถานีโทรทัศน์ที่ไม่ค่อยได้รับความนิยมเท่าใดนักและสำหรับสื่อวิทยุนั้นถือได้ว่าเป็นสื่อที่ให้ความร่วมมือกับโครงการ เป็นอย่างดีกว่าสื่ออื่น ๆ ซึ่งจะเห็นได้

จากสถานที่ได้รับการออกอากาศสำหรับสาเหตุที่เป็นเช่นนี้ อาจจะเป็นผลมาจากความสัมพันธ์ ส่วนตัวระหว่างผู้ดำเนินการโครงการ กับสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ประกอบกับปัจจุบันนี้มีสถานีวิทยุ หลายสถานที่ที่มีรูปแบบการดำเนินรายการที่เกี่ยวกับการจราจรและสิ่งแวดล้อมที่ดีในสังคม สำหรับการไม่ได้รับความร่วมมือนั้นอาจจะเป็นผลมาจากสื่อมวลชนนั้น ๆ ไม่เห็นความสำคัญของการดำเนินโครงการมากนัก เมื่อเทียบกับข่าวสารในเรื่องอื่นในขณะนั้น ๆ ทำให้ข่าวการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ของโครงการไม่ได้รับการเผยแพร่เท่าที่ควร นอกจากนี้ จากการสัมภาษณ์คุณเบญจวรรณ นิเวศน์ปฐมวัฒน์ พบว่า โครงการนี้เป็นโครงการขนาดเล็กไม่มีงบประมาณเพียงพอในการซื้อสื่อต่าง ๆ ดังนั้นการเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์นั้น จึงเกิดจากการส่งข่าวไปยังสื่อมวลชน แล้วให้พิจารณาเองว่าจะนำเสนอหรือไม่ โดยการส่งข่าว (Press Release) ไปยังสื่อต่าง ๆ นั้นจะพิจารณาจากการที่สื่อ นั้น ๆ มีแนวทางการดำเนินงานอย่างไร เช่น สื่อหนังสือพิมพ์จะพิจารณาว่าหน้าข่าวสารานุกรมหรือไม่ว่า หรือสื่อวิทยุจะพิจารณาจากจุดประสงค์และนโยบายการทำงานว่ามีส่วนเกี่ยวข้องกับการจราจรหรือการรณรงค์เพื่อสังคมหรือไม่ เป็นต้น ดังนั้นสื่อที่ใช้ในโครงการจึงมีข้อจำกัดในการได้รับการเผยแพร่ ซึ่งมีผลต่อการเปิดรับข่าวสารและการได้รับความรู้ของกลุ่มเป้าหมายดังที่กล่าวไว้ในบทที่ 4

5. การเลือกสรรสื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

จากการกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการดำเนินโครงการฯ นั้นจะเห็นว่าถูกกำหนดเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ กลุ่มผู้ขับขี่ยานพาหนะทุกประเภท และกลุ่มประชาชนทั่วไป ซึ่งเป็นการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่กว้างเกินไป และจากการรวบรวมสื่อที่ใช้ในโครงการ จึงพบว่าเป็นการเลือกสื่อที่ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย ไม่มีการกำหนดสื่อเฉพาะสำหรับบางกลุ่มเป้าหมาย เช่น ไม่มีการทำสติ๊กเกอร์คำขวัญติดบนรถประจำทาง เป็นต้น

จากการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างนั้น พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จะเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อนิตยสาร แต่สำหรับการใช้สื่อในการดำเนินโครงการนั้น พบว่า สื่อที่ถูกใช้มากที่สุด คือสื่อหนังสือพิมพ์ รองลงมาคือสื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ และสื่อนิตยสาร ทำให้เห็นว่าการใช้สื่ออื่น ๆ ยังไม่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเท่าใดนัก ซึ่งมีผลทำให้โครงการไม่ได้รับความรู้จักและตอบสนองจากกลุ่มเป้าหมายเท่าที่ควร ดังที่กล่าวไว้แล้วข้างต้น

นอกจากนี้ จะเห็นว่าการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ตลอดทั้งโครงการนั้น จะเป็นในลักษณะของการเผยแพร่เนื้อหาข่าวสารผ่านสื่อหนังสือพิมพ์และการสัมภาษณ์ทางรายการโทรทัศน์และวิทยุ เพื่อเป็นการกระตุ้นและเกิดจิตสำนึกอันดีเกี่ยวกับการไม่ขับขียานพาหนะขณะเมาสุรา และหากจะนำการประเมินและวิเคราะห์เนื้อหาข่าวสารที่เผยแพร่ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ ซึ่งถูกใช้เป็นสื่อหลักในการส่งข่าวประชาสัมพันธ์นั้น สามารถจำแนกได้ดังนี้

การประเมิน "เนื้อหาสารที่ใช้ในการรณรงค์"

หากนำเนื้อหาของสารที่ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์มาจำแนกชนิดของสารตามแนวคิดของโรเจอร์ (Rogers) เราจะสามารถจำแนกได้ 3 แบบ คือ

1) Fear คือการสร้างเนื้อหาของสารขึ้นมาเพื่อกระตุ้น ให้ผู้รับสารเกิดความกลัวผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ เพื่อให้ผู้รับสารได้ตระหนักถึงอันตราย จะได้เกิดความระมัดระวัง และพยายามหลีกเลี่ยงอันตรายเหล่านี้ ในที่นี้เราหมายถึงอันตรายและอุบัติเหตุต่าง ๆ ที่เกิดจากการขับขีขณะเมาสุรา

จากตารางที่ 12 จะเห็นได้ว่า มีเนื้อหาสารที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ โดยใช้รูปแบบของความกลัว ทั้งสิ้น 4 ข่าว ได้แก่ ข่าวประชาสัมพันธ์ ในเรื่องของสถานการณ์ อุบัติเหตุจราจรในประเทศไทย และผลกระทบต่อสังคมซึ่งทำให้ผู้รับสารได้รับรู้ถึงสถานการณ์ของอุบัติเหตุจราจรรวมถึงอันตรายและผลที่จะเกิดจากอุบัติเหตุจราจรนั้น ๆ

2) Rational คือ การสร้างเนื้อหาของสารขึ้นมาโดยใช้เหตุผล เป็นการอ้างเหตุผลที่มาของผลว่าเกิดจากสาเหตุอะไร เพื่อช่วยสร้างความน่าเชื่อถือของสารให้กับผู้รับสาร ซึ่งมีด้วยกันหลายวิธี ไม่ว่าจะเป็น

- 2.1 การอ้างเหตุผล แบบนิรนัย (Deduction)
- 2.2 การอ้างเหตุผล แบบอุปนัย (Induction)
- 2.3 การอ้างเหตุไปสู่ผล (Cause to Effect) หรือผลไปสู่เหตุ (Effect to Cause) หรือผลหนึ่งไปสู่ผลหนึ่ง (Effect to Effect)

จากตารางที่ 13 จะเห็นได้ว่าเนื้อหาของสารที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์นั้น มักจะเน้นเนื้อหาสารที่มีเหตุผลมาอ้างอิง ซึ่งพบว่าใช้รูปแบบของการอ้างเหตุผลเป็นจำนวน 53 ข่าว ได้แก่ การตั้งศาลจราจรสถิติการเกิดอุบัติเหตุจราจรเพิ่มสูงขึ้น และกว่าร้อยละ 80 เกี่ยวข้องกับสุรา

สถิติการดื่มสุราของคนไทยและความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณแอลกอฮอล์ กับการแสดงออกและโอกาสในการเกิดอุบัติเหตุจากรายละเอียดและผลของการสัมมนา

3) Status คือการสร้างเนื้อหาของสารขึ้นมาโดยใช้กลุ่มอ้างอิง หรือผู้แสดงในสารที่มีชื่อเสียงเพื่อเป็นผู้นำในการจูงใจให้ผู้รับสารคล้อยตาม และถูกจูงใจด้วยการใช้ตัวบุคคลนั้นเองเป็นการสร้างสารโดยใช้บุคคลที่ปรากฏในสารให้มีความน่าเชื่อถือ หรืออาจเรียกว่ากลุ่มอ้างอิง (Reference Group) โดยเป็นผู้มีอิทธิพลต่อผู้รับสารในการช่วยเร่งให้เกิดการยอมรับ ช่วยจูงใจให้ผู้รับสารเกิดความต้องการที่จะเลียนแบบ หรือคล้อยตามความคิดหรือการกระทำกล่าวคือ เป็นแบบอย่างของบุคคลอื่นในการสร้างทัศนคติ ค่านิยม และวางรูปแบบของพฤติกรรม

จากตารางที่ 13 จะเห็นได้ว่า เนื้อหาของข่าวสารการประชาสัมพันธ์ที่เผยแพร่ผ่านสิ่งพิมพ์ นั้นก็ได้มีการใช้รูปแบบของ Status ด้วยเช่นกัน ซึ่งพบว่า มีจำนวนข่าวทั้งสิ้น 64 ข่าว ได้แก่ การแถลงข่าว และแนะนำโครงการ โครงการประชาสัมพันธ์ เพื่อลดอุบัติเหตุจากรจากการดื่มสุราของผู้นับชียานพาหนะมาแล้วอย่างชียานพาหนะ ปฏิทินข่าวการสัมมนาบทบาทของสื่อมวลชน และฉบับหนึ่งในการแก้ปัญหาอุบัติเหตุจากรจากการดื่มสุรา ภาพโลโก้และคำขวัญที่ได้รับเลือกใช้ในการเผยแพร่ การก่อตั้งชมรมคนรุ่นใหม่ไม่ชียานพาหนะเมื่อเมาสุรา และการสัมภาษณ์บุคคลผู้มีชื่อเสียง เช่น คุณตำรวจ พุฒตาล วุฒิสมาชิกและพิธีกรชื่อดัง นพ. แท้จริง ศิริพานิช ผู้อำนวยการสถาบันการแพทย์ด้านอุบัติเหตุและสาธารณสุข เป็นต้น เกี่ยวกับการรณรงค์เพื่อไม่ให้ชียานพาหนะขณะเมาสุรา

จะเห็นได้ว่า การใช้กลุ่มอ้างอิงต่าง ๆ เช่น ในรูปแบบของโครงการประชาสัมพันธ์ เพื่อลดอุบัติเหตุจากรจากการดื่มสุรา หรือการก่อตั้งชมรมคนรุ่นใหม่ไม่ชียานพาหนะขณะเมาสุรา หรือการใช้บุคคลต่าง ๆ เช่น การจัดสัมมนาบทบาทของสื่อมวลชนและฉบับหนึ่งในการแก้ปัญหาอุบัติเหตุจากรจากการดื่มสุรา ซึ่งใช้การอ้างถึงสื่อมวลชนและคนในวงการบันเทิง หรือการสัมภาษณ์นั้น เป็นลักษณะหนึ่งที่ได้มีการนำมาใช้ในการเผยแพร่ข่าวต่าง ๆ ของโครงการเป็นจำนวนมากกว่าในการนำเสนอเนื้อหาสารในรูปแบบอื่น ๆ

แต่อย่างไรก็ตาม นอกจากทั้ง 3 รูปแบบนี้แล้วข่าวการประชาสัมพันธ์ ต่าง ๆ ของโครงการยังจะเผยแพร่ออกมาในรูปของการให้ความรู้ หรือรายงานความคืบหน้าการเคลื่อนไหวหรือกิจกรรมของโครงการ ดังเช่น ข่าวการจัดประกวดคำขวัญและโลโก้ เป็นต้น

ในส่วนของการวิจัยเชิงสำรวจนั้น ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนที่เป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนาใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายข้อมูลลักษณะทางประชากร ตลอดจนการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ ความรู้ และทัศนคติต่ออุบัติเหตุจากรวมถึงพฤติกรรมการขับขี่ยานพาหนะภายหลังการดื่มสุรา และส่วนที่เป็นการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA และ t-test เพื่อทดสอบความแตกต่างและสถิติแบบ Pearson's Product-Moment Correlation Coefficients เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคู่ต่าง ๆ ซึ่งได้ผลการวิจัยดังนี้

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา

1.1 ข้อมูลด้านประชากร

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีจำนวน 390 คน เป็นเพศชาย 303 คน และเป็นเพศหญิง 87 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 18-24 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า และประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด โดยส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้น้อยกว่า 8,000 บาท เมื่อจำแนกตามประเภทของยานพาหนะที่ขับขี่เป็นประจำ พบว่า เป็นผู้ที่ขับรถยนต์ และขี่รถจักรยานยนต์ประเภทละเท่ากัน คือ 195 คน โดยเป็นผู้ที่สามารถขี่รถจักรยานยนต์ได้ถึง 309 คน และขับรถยนต์ได้ถึง 302 คน นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีใบอนุญาตขี่รถจักรยานยนต์ และขับรถยนต์เกินกว่าร้อยละ 50 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีประสบการณ์ในการขี่รถจักรยานยนต์น้อยกว่า 4 ปี เช่นเดียวกับประสบการณ์ในการขับรถยนต์ ซึ่งพบว่าส่วนใหญ่มีประสบการณ์น้อยกว่า 4 ปี

1.2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการประชาสัมพันธ์ เพื่อลดอุบัติเหตุจากรจากการดื่มสุรา

กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือสื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อนิตยสารตามลำดับ นอกจากนี้สื่อมวลชนแล้วการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ จากสื่ออื่น ๆ พบว่า มีการเปิดรับข่าวสารในระดับที่ต่ำมากอย่างใกล้เคียงกัน โดยมีการเปิดรับจากสื่อป้ายโฆษณามากที่สุด รองลงมาคือ สื่อโปสเตอร์ และสื่อบุคคลเป็นจำนวนน้อยที่สุด และเมื่อจัดกลุ่มการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการเปิดรับข่าวสารในระดับต่ำ รองลงมาคือ ผู้ที่เปิดรับข่าวสารในระดับปานกลาง โดยผู้ที่เป็นจำนวนน้อยที่สุดคือ ผู้ที่เปิดรับข่าวสารในระดับต่ำมาก

1.3 ความรู้เกี่ยวกับอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุรา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความรู้เกี่ยวกับอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุราในระดับที่ต่ำกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำ รองลงมา คือ ผู้ที่มีความรู้ในระดับต่ำ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้ในระดับปานกลาง กลุ่มตัวอย่างที่เหลือคือผู้ที่มีความรู้ในระดับสูง และระดับสูงที่สุด ซึ่งเป็นจำนวนที่น้อยที่สุดด้วย และเมื่อจำแนกตามรายข้อคำถามเกี่ยวกับอุบัติเหตุจราจรแล้วพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับสถิติในการเกิดอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุรา และทราบว่า ใช้เวลาเพียง 5 นาที ก็สามารถตรวจหาระดับปริมาณแอลกอฮอล์ในร่างกายได้ ในทางตรงกันข้ามพบว่ากลุ่มตัวอย่างยังมีความรู้ไม่ถูกต้องในเรื่องวิธีการตรวจวัดปริมาณแอลกอฮอล์ในร่างกาย และกฎหมายและบทลงโทษเกี่ยวกับการขับขี่ยานพาหนะขณะเมาสุรา

1.4 ทักษะคิดต่ออุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุรา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทักษะคิดที่ดีต่อการไม่ขับขี่ยานพาหนะขณะเมาสุรา

1.5 พฤติกรรมการขับขี่ยานพาหนะภายหลังการดื่มสุรา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการขับขี่ยานพาหนะภายหลังการดื่มสุราในระดับที่ปลอดภัยน้อยโดยพบว่ากว่าร้อยละ 80.77 ของกลุ่มตัวอย่าง เป็นผู้ที่เคยขับขี่ยานพาหนะขณะเมาสุรามาแล้วทั้งสิ้น

2. การทดสอบสมมุติฐาน

2.1 สมมุติฐานข้อที่ 1 "ประชาชนที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุราต่างกัน" ซึ่งผลการทดสอบพบว่าเป็นไปตามสมมุติฐานเพียงบางส่วน กล่าวคือ

เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นชาย และหญิงไม่มีความแตกต่างกันของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุรา

อายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุราไม่แตกต่างกัน

การศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุจราจรที่มีผลมาจากการดื่มสุราไม่แตกต่างกัน

อาชีพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ ประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุราไม่แตกต่างกัน

รายได้ส่วนตัว พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ส่วนตัวต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุราไม่แตกต่างกัน

ประเภทของยานพาหนะที่ขับขี่เป็นประจำ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ขี่รถจักรยานยนต์ และขับรถยนต์นั้น จะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุจากการดื่มสุราต่างกัน

ประสบการณ์ในการขี่รถจักรยานยนต์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการขี่รถจักรยานยนต์ต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุราไม่ต่างกัน

ประสบการณ์ในการขับรถยนต์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการขับรถยนต์ต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุราไม่ต่างกัน

2.2 สมมติฐานข้อที่ 2 "การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุรามีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับอุบัติเหตุ จราจรจากการดื่มสุรา" ซึ่งผลการทดสอบพบว่าไม่เป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวคือ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุรา ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุรา

2.3 สมมติฐานข้อที่ 3 "การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุรามีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่ออุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุรา" ซึ่งผลการทดสอบพบว่า เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุรามีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่ออุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุรา แต่เป็นความสัมพันธ์ในทางตรงกันข้าม

2.4 สมมติฐานข้อที่ 4 "การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุรามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการขับขี่ยานพาหนะภายหลังการดื่มสุรา" ซึ่งผลการทดสอบพบว่าไม่เป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวคือ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุราไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการขับขี่ยานพาหนะ ภายหลังการดื่มสุรา

1. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุรา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ จากสื่อมวลชนมากกว่าสื่ออื่น ๆ (ได้แก่สื่อบุคคล สื่อโปสเตอร์ และสื่อป้ายโฆษณา) เพราะเป็นสื่อที่ใช้ในการดำเนินโครงการ ในขณะที่สื่ออื่น ๆ ที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับนั้น เป็นสื่อที่ไม่ได้อยู่ในส่วนของ การดำเนินโครงการ โดยสถาบันการแพทย์ด้านอุบัติเหตุและสาธารณสุข แต่อาจเป็นการใช้สื่อในการณรงค์เพื่อลดอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุราของหน่วยงานหรือบริษัทอื่น ๆ ที่เห็นความสำคัญของปัญหานี้ ซึ่งเป็นการดำเนินการเพียงครั้งคราวไม่ได้เป็นโครงการรณรงค์แบบต่อเนื่องเช่นเดียวกับโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุรา นอกจากนี้สื่อมวลชนยังเป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้อย่างแพร่หลาย เนื่องจากความหลากหลายของข่าวสาร ที่สามารถเลือกเปิดรับและช่วยผ่อนคลายความตึงเครียดจากหน้าที่การงานและชีวิตประจำวัน สามารถเป็นเพื่อนแก้เหงาที่ไม่สร้างแรงกดดัน คอบสนองความอยากรู้อยากเห็น และเป็นสื่อที่สามารถปลดปล่อยอารมณ์ได้ดีที่สุด (Merrill and Lowenstein, 1971 อ้างถึงในชวรัตน์ เชิดชัย, 2527) โดยสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยสุวรรณ โพรศิริ (2535) ทั้งนี้เนื่องจากสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีทั้งภาพและเสียง ทำให้เกิดความน่าสนใจ น่าติดตามและสามารถแพร่ภาพกระจายไปได้ อย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับประชาชนในเขตเมืองที่พัฒนาแล้วอย่าง กรุงเทพมหานคร ประชาชนจึงได้รับข่าวสารจากโทรทัศน์ได้สะดวกและมีความหลากหลายของข่าวสารที่น่าเสนอ ทำให้กลุ่มตัวอย่างเลือกจะเปิดรับมากกว่า ซึ่งเป็นไปตามที่ชวรัมม์ (Schramm, 1954 อ้างถึงในชวรัตน์ เชิดชัย, 2527) ได้ให้หลักทั่วไปของการเปิดรับสื่อว่า คนย่อมจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (least effort) และได้ประโยชน์ตอบแทนที่ดีที่สุด (promise of reward) ประกอบกับในปัจจุบันสถานีโทรทัศน์ของประเทศไทยมีมากยิ่งขึ้น ทั้งในรูปแบบของสถานีโทรทัศน์ที่ผู้ชมสามารถรับชมได้โดยไม่ต้องเสียเงิน และสถานีโทรทัศน์ที่ผู้ชมต้องเสียค่าบริการในการรับชม เช่น IBC เป็นต้น ทำให้สถานีโทรทัศน์ทั้งหลาย ต้องมีการแข่งขันกันสูง เพื่อพัฒนารูปแบบ เนื้อหา คุณภาพ และกลยุทธ์ในการนำเสนอให้ตอบสนองกับความต้องการของประชาชนมากที่สุดทำให้ประชาชนเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด เช่นกัน

สื่อที่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ รongลงมาคือ สื่อวิทยุ เพราะการแพร่กระจายเสียงของวิทยุ มีหลายคลื่นความถี่ให้เลือกเปิดรับ มีรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจมากกว่าในอดีต เช่น ให้ผู้ฟังได้มีส่วนร่วมโดยการโทรศัพท์ไปคุย และการฟังวิทยุสามารถทำให้ผู้ฟังมีความสุข และเพลิดเพลิน ทั้งยังสามารถติดตามข่าวสารบ้านเมืองซึ่งมีการนำเสนอเป็นข่าวสั้นแทรกตลอดวัน นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนหนึ่งคือผู้ขับรถยนต์ส่วนตัว ซึ่งแทบทุกคนจะต้องมีวิทยุในรถยนต์เพื่อใช้ฟังในขณะที่เดินทางหรือติดอยู่บนท้องถนน ประกอบกับสถานีวิทยุในปัจจุบันนี้ หลายสถานีเกี่ยวข้องกับการจราจรโดยตรง หรือมีการรายงานความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับการจราจรเป็นระยะ ทำให้ข่าวสารของโครงการที่เผยแพร่ผ่านสถานีวิทยุเหล่านั้น เข้าถึงประชาชนที่รับฟังสถานีวิทยุนั้นอยู่

สำหรับหนังสือพิมพ์และนิตยสารนั้นเป็นสื่อที่เปิดรับน้อยที่สุด เนื่องจากว่าเป็นสื่อที่ต้องใช้ทักษะในการอ่าน และใช้เวลาพอสมควรในการทำความเข้าใจ ทำให้การเปิดรับน้อยกว่าโทรทัศน์ และวิทยุ ซึ่งแม้แต่คนไม่รู้หนังสือก็สามารถสื่อสารกันได้ อีกทั้งข่าวสารเกี่ยวกับโครงการนั้น ส่วนมากจะได้รับการเผยแพร่ในหนังสือพิมพ์ประเภทคุณภาพ เช่น สยามรัฐ ผู้จัดการรายวัน กรุงเทพธุรกิจ เป็นต้น ซึ่งไม่ตรงกับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ที่มีการศึกษาไม่สูง และมีรายได้ต่ำเนื่องจากสื่อประเภทคุณภาพไม่เป็นที่สนใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีการศึกษาน้อย เช่นพวกซีเอ็มเอเตอร์ไรซ์รับจ้าง คนขับรถแท็กซี่ การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์จึงอยู่ในระดับต่ำเช่นเดียวกับนิตยสารซึ่งมีการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับโครงการน้อยโดยสอดคล้องกับการสัมภาษณ์ผู้ดำเนินการวางแผนประชาสัมพันธ์ว่าเป็นสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการรณรงค์เพื่อลดอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุราน้อยที่สุด ดังนั้นโอกาสที่จะได้รับข่าวสารจึงน้อยตามไปด้วยประกอบกับเป็นสื่อที่ต้องใช้ทักษะในการอ่าน เพื่อทำความเข้าใจ และสื่อประเภทนี้มีราคาค่อนข้างแพง ทำให้การเปิดรับน้อยที่สุด

อีกทั้งสื่อมวลชนนั้นเป็นสื่อที่เราไม่สามารถควบคุมได้ ดังนั้นการหวังให้ทำการเผยแพร่ให้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย จึงเป็นไปได้ยาก ดังนั้นจึงทำให้โครงการนี้มีการเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ได้อย่างจำกัด เนื่องจากการขาดงบประมาณในการซื้อสื่อตั้งที่กล่าวไปแล้ว จึงเป็นไปได้ที่กลุ่มตัวอย่างจะมีการเปิดรับในระดับต่ำ

และจากการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารในระดับต่ำ ซึ่งอธิบายได้จากการดำเนินโครงการซึ่งมีงบประมาณจำกัดในการดำเนินการ และการจัดซื้อสื่อ ดังนั้นการส่งข่าวประชาสัมพันธ์จึงอาศัยในรูปของข่าวแจก (Press Release) ไปยังสื่อต่าง ๆ ดังนั้นสื่อที่ให้การเผยแพร่จึงมีอย่างจำกัด และส่วนใหญ่เป็นสื่อประเภทคุณภาพ เช่น กรุงเทพธุรกิจ ผู้จัดการรายวัน ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์เชิงคุณภาพ หรือรายการที่เน้นการให้สาระความรู้ ซึ่งผู้ชมมีจำนวนจำกัด และช่วงเวลาเผยแพร่นั้นก็ไม่ใช่ช่วง prime time หรือมีคนรับชมเป็นจำนวนมาก ดังนั้นโอกาสในการรับข่าวสารจึงมีอย่างจำกัด ประกอบข่าวสารที่

เผยแพร่ส่วนใหญ่จะเน้นในการให้ความรู้ สาธารณะ ในเชิงวิชาการ ซึ่งทำให้กลุ่มเป้าหมายไม่สนใจจะติดตาม ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีระดับการเปิดรับข่าวสารในระดับต่ำได้

2. ความรู้เกี่ยวกับอุบัติเหตุจากรถการดื่มสุรา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับอุบัติเหตุจากรถการดื่มสุราในระดับที่ต่ำกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำ คิดเป็นร้อยละ 41.80 โดยมีความรู้เกี่ยวกับอุบัติเหตุจากรถการดื่มสุราในระดับดีในเรื่องที่เกี่ยวกับสถิติการเกิดอุบัติเหตุจากรถที่มีผลมาจากการดื่มสุรา ปริมาณแอลกอฮอล์ ในเครื่องดื่ม และระยะเวลาที่สามารถตรวจวัดระดับแอลกอฮอล์ในร่างกายได้ ส่วนความรู้ในระดับที่ต่ำกว่าเกณฑ์นั้น ได้แก่ สถิติเกี่ยวกับประเภทยานพาหนะที่มีการเกิดอุบัติเหตุจากรถ วิธีการตรวจวัดระดับแอลกอฮอล์ในร่างกาย กฎหมายเกี่ยวกับการขับขี่ยานพาหนะขณะเมาสุรา และปริมาณการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์อย่างเหมาะสมเพื่อไม่ให้ปฏิบัติตนผิดกฎหมาย รวมถึงวิธีการที่ช่วยทำให้ดื่มสุราแล้วเมาช้ากว่าปกติ ซึ่งความรู้ที่อยู่ในระดับต่ำกว่าเกณฑ์ของกลุ่มตัวอย่างเหล่านี้ อาจก่อให้เกิดอุบัติเหตุจากรถการดื่มสุราขึ้นได้ เนื่องจากการไม่มีความรู้ทำให้ขาดการระมัดระวังและไม่เกรงกลัวกับผลที่จะได้รับทั้งในด้านกฎหมายและผลกระทบต่อตนเองและสังคม

การที่กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับอุบัติเหตุจากรถการดื่มสุราในระดับที่ต่ำกว่าเกณฑ์นั้น เนื่องจากข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอุบัติเหตุจากรถที่น่าเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์นั้น ส่วนใหญ่เป็นเรื่องทั่วไปเกี่ยวกับสถิติการเกิดอุบัติเหตุจากรถการดื่มสุราและการณรงค์เพื่อไม่ให้ขับขี่ยานพาหนะขณะเมาสุรา ทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่ได้รับข้อมูลเชิงลึก และเนื้อหาของข่าวสารความรู้ที่ละเอียดตามที่กลุ่มตัวอย่างต้องการ เพื่อนำไปใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวัน หากมีความจำเป็นต้องดื่มสุราและขับขี่ยานพาหนะ ประกอบกับสื่อที่เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับอุบัติเหตุจากรถการดื่มสุราได้ละเอียดและครอบคลุมเนื้อหาข่าวสารมากที่สุด คือ สื่อหนังสือพิมพ์ ซึ่งเป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับน้อย ดังนั้นการได้รับความรู้จึงน้อยตามไปด้วย นอกจากนี้ข่าวสารความรู้เกี่ยวกับอุบัติเหตุจากรถการดื่มสุรานั้น ส่วนใหญ่จะนำเสนอในรูปแบบของวิชาการ ทำให้กลุ่มตัวอย่างเข้าใจยากและไม่สนใจที่จะเปิดรับ ทำให้การเปิดรับอยู่ในระดับต่ำ ทำให้การได้รับความรู้จึงต่ำไปด้วย

3. ทักษะการต่อต้านอุบัติเหตุจากรถการดื่มสุรา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อการไม่ขับขี่ยานพาหนะขณะเมาสุรา ซึ่งอาจเกิดจากกลุ่มตัวอย่างได้รับการอบรมสั่งสอน หรือการติดต่осоสื่อสารกับบุคคลอื่น ทำให้ได้รับข่าวสารที่สนับสนุนการไม่ขับขี่ยานพาหนะขณะเมาสุราเพราะจะมีโอกาสในการเกิดอุบัติเหตุ

เหตุจรรยาสูงกว่า ซึ่งมีผลทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการไม่ขับชี่ยานพาหนะขณะเมาสุรา โดยเป็นไปตามที่ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526) ได้สรุปว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ และการติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น นอกจากนี้อาจเกิดจากกลุ่มตัวอย่างเคยมีประสบการณ์ที่ไม่ดีจากการขับชี่ยานพาหนะขณะเมาสุรา เช่นประสบอุบัติเหตุทำให้เกิดความกลัวต่อการเกิดอุบัติเหตุ ดังนั้น ทำให้เมื่อทราบข่าวเกี่ยวกับการรณรงค์เพื่อลดอุบัติเหตุจรรยาจากการดื่มสุรา และการไม่ขับชี่ยานพาหนะขณะเมาสุราจึงมีทัศนคติที่ดีต่อเรื่องดังกล่าว ซึ่งเป็นไปตามที่อัลพอร์ต (Allport, 1976) ได้ให้ความเห็นเรื่องทัศนคติว่าอาจเกิดจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคลซึ่งแตกต่างกันออกไป

4. พฤติกรรมการขับชี่ยานพาหนะภายหลังการดื่มสุรา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการขับชี่ยานพาหนะภายหลังการดื่มสุราในระดับที่ปลอดภัยน้อย กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างกว่าร้อยละ 80.77 เป็นผู้ที่เคยขับชี่ยานพาหนะขณะเมาสุรามานแล้วทั้งสิ้น ทั้งนี้อาจเกิดจากความเคยชิน และการขาดความระมัดระวังและไม่ได้ตระหนักถึงอันตรายที่อาจจะเกิดขึ้น เนื่องจากว่าไม่เคยประสบอุบัติเหตุมาก่อนจึงคิดว่าคงไม่เกิดขึ้น นอกจากนี้อาจเกิดจากความรู้อันดีและทัศนคติซึ่งทำให้เกิดการปฏิบัติได้ กล่าวคือ เมื่อกลุ่มตัวอย่างไม่เคยหรือเคยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการเกิดอุบัติเหตุจรรยาจากการดื่มสุราในระดับที่ต่ำมาก ซึ่งส่งผลต่อทัศนคติทำให้คิดว่า การเกิดอุบัติเหตุจรรยาจากการดื่มสุรานั้นไม่ค่อยเกิดขึ้น และไม่ใช่อันตรายนัก ทำให้ขาดความระมัดระวังจึงส่งผลสู่พฤติกรรมทำให้เกิดการขับชี่ยานพาหนะขณะเมาสุราขึ้น ซึ่งเป็นไปตามที่แนนซี ชวาทซ์ (Nancy Z. Schwartz อ้างใน สุรีย์ จันทรโมลี, 2526) กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติตนในรูปแบบ 4 ประการ คือ ทัศนคติเป็นตัวกลางที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ และการปฏิบัติ ดังนั้น ความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ และมีผลต่อการปฏิบัติความรู้และทัศนคติมีความสัมพันธ์กัน และทำให้เกิดการปฏิบัติตามมาความรู้ และทัศนคติต่างทำให้เกิดการปฏิบัติได้ โดยที่ความรู้และทัศนคติไม่จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์กัน และความรู้มีผลต่อการปฏิบัติทั้งทางตรงและทางอ้อม

5. การทดสอบสมมติฐาน

5.1 สมมติฐานข้อที่ 1 "ประชาชนที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุจรรยาจากการดื่มสุราต่างกัน" ซึ่งผลการทดสอบพบว่าเป็นไปตามสมมติฐาน เพียงบางส่วน กล่าวคือ

เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย และเพศหญิง ไม่มีความแตกต่างกันของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุจากรถจักรยานยนต์ ซึ่งอธิบายได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการเปิดรับข่าวสารในระดับต่ำ ประกอบกับกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายมากกว่าร้อยละ 77 ทำให้ไม่มีผลต่อการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศ เพราะต่างมีการเปิดรับข่าวสารในระดับต่ำทั้งเพศชายและเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพีระนันท์ บูรณะโสภณ (2538) โดยพบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกัน แต่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ จากทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคลโดย เดอ เฟลอร์ (De Fleure, 1968) กล่าวว่า ผู้รับสารแต่ละคนมีความแตกต่างในทางจิตวิทยา เช่น ทักษะความคิด ความเชื่อ ค่านิยม ทำให้ความสนใจในการเปิดรับข่าวสาร หรือตีความหมายข่าวสารจากสื่อมวลชนแตกต่างกัน ดังนั้นเป็นไปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิงในการวิจัยครั้งนี้ อาจจะเป็นผู้ที่ไม่มีความแตกต่างทางจิตวิทยา เช่น ทักษะคิด ความเชื่อแต่ดั้งเดิม ประกอบกับกลุ่มตัวอย่างทั้งสองเพศ เล็งเห็นถึงประโยชน์ของข่าวสารการรณรงค์เพื่อลดอุบัติเหตุจากรถจักรยานยนต์ต่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของตนเองและผู้อื่นในสังคม ดังนั้นจึงทำให้การเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกัน

เช่นเดียวกับตัวแปรอายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ประสบการณ์ในการขี่รถจักรยานยนต์และขับรถยนต์ ซึ่งไม่มีความแตกต่างกันของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุจากรถจักรยานยนต์ ซึ่งสามารถอธิบายได้เช่นเดียวกับตัวแปรเพศ กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการเปิดรับข่าวสารในระดับต่ำ ทำให้ความแตกต่างทางลักษณะประชากรในเรื่องของอายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ส่วนตัว ประสบการณ์ในการขี่รถจักรยานยนต์ และขับรถยนต์ไม่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุจากรถจักรยานยนต์ และกลุ่มตัวอย่าง อาจเป็นผู้ไม่มีความแตกต่างกันทางจิตวิทยาและเห็นถึงประโยชน์ของข่าวสารการรณรงค์เพื่อลดอุบัติเหตุจากรถจักรยานยนต์ทำให้การเปิดรับไม่แตกต่างกัน และไม่ปฏิบัติตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สำหรับตัวแปรที่เป็นไปตามสมมติฐานข้อนี้ คือประเภทของยานพาหนะที่ขับขี่เป็นประจำ โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ขี่รถจักรยานยนต์ และขับรถยนต์นั้น จะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุจากรถจักรยานยนต์มีผลมาจากการดื่มสุราต่างกัน ซึ่งสามารถอธิบายได้ด้วย การเลือกรับข่าวสารซึ่งชเรมม (1973) ได้กล่าวว่า ขึ้นกับปัจจัยหลายประการ และหนึ่งในปัจจัยนั้นก็คือ การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งตรงกับ พีระ จิตรโสภณ

(2537) ได้กล่าวถึงการเปิดรับข่าวสารว่าผู้รับสารย่อมมีกระบวนการการเลือกสรร ซึ่งแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ทักษะคติ ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกันของแต่ละบุคคล โดยคนจะเลือกเปิดรับข่าวสารที่มีประโยชน์ใช้สอย โดยได้รับรู้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนเอง อาจจะเพื่อให้ได้รับความรู้ ความสุขกาย สบายใจซึ่งก็เช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ เนื่องจากเห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากข่าวสาร โดยกลุ่มตัวอย่างที่ชีรตจักรยานยนต์ เป็นประจำ จะมีการเปิดรับข่าวสารมากกว่าผู้ที่ชัชรถยนต์ ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้ชีรตจักรยานยนต์นั้น ตระหนักดีว่ามีโอกาสเกิดอุบัติเหตุจราจรได้ง่ายและอันตรายกว่าผู้ที่ชัชรถยนต์จึงได้มีการเปิดรับข่าวสารมากกว่า

5.2 สมมติฐานข้อที่ 2 "การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุรา มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุรา" ซึ่งผลการทดสอบพบว่า ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุรา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของลดาวัลย์ พอใจ (2536) และ พิระนันท์ บุรณะโสภณ (2538) ซึ่งสามารถอธิบายได้จากการที่ข่าวสารเกี่ยวกับการรณรงค์เพื่อลดอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุรานั้น ได้รับการเผยแพร่ไปยังสื่อมวลชน โดยที่การเผยแพร่ข่าวสารนั้นมีปริมาณ เนื้อหา และความถี่ของข่าวสารแตกต่างกันไป

อีกทั้งการเผยแพร่ข่าวสารของโครงการนั้น ขาดความต่อเนื่องดังที่ได้สรุปไว้ในบทที่ 4 ทำให้กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับข่าวสารจากสื่อที่แตกต่างกันและไม่ได้ติดตามจากสื่อครบทุกสื่อจะได้รับความรู้เฉพาะบางเรื่อง นอกจากนี้ยังเป็นไปตามกระบวนการของการเปิดรับข่าวสารโดยพีระ จิรโสภณ (2537) ได้กล่าวถึงการเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจเฉพาะข่าวสารที่จะมาสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ นอกจากนี้เมื่อรับข่าวสารแล้ว ยังเกิดการตีความซึ่งเป็นไปตามความเข้าใจ ทักษะคติ ประสบการณ์ ความต้องการสภาวะทางอารมณ์ และจิตใจ เป็นต้น และกระบวนการสุดท้าย คือการเลือกจดจำ ซึ่งคนจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการและทัศนคติของตนเอง และมักจะลืมสิ่งที่ตนไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า เช่นเดียวกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการเช่นกัน กลุ่มตัวอย่างจะมีการเลือกเปิดรับข่าวสารบางเรื่อง และตีความไปตามความเข้าใจของตนเอง รวมทั้งจะจดจำเฉพาะข่าวสารที่ตนสนใจ และจะลืมข่าวสารที่ตนไม่สนใจ ดังนั้นถึงแม้ว่ากลุ่มตัวอย่างจะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการในระดับสูง อาจจะไม่ได้ทำให้ความรู้เกี่ยวกับอุบัติเหตุจราจรสูงตามไปด้วย เพราะเกิดการเลือกเปิดรับ ตีความ และจดจำเฉพาะบางเรื่อง ในขณะที่ความรู้เกี่ยวกับอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุรานั้น เป็นความรู้ที่ครอบคลุมเนื้อหาข่าวสาร

หลายประเด็น ทั้งในเรื่องของสถิติการเกิดอุบัติเหตุจากรถจักรยานยนต์ การดื่มสุรา กฎหมายเกี่ยวกับการเมาสุราแล้วขับขียานพาหนะ ปริมาณแอลกอฮอล์ที่เหมาะสมก่อนการขับขียานพาหนะ รวมถึงการรณรงค์เพื่อลดอุบัติเหตุจากรถจักรยานยนต์ การดื่มสุราด้วย โดยการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ซึ่งเผยแพร่ความรู้ในประเด็นต่าง ๆ อย่างไม่เท่าเทียมกัน ดังที่แสดงไว้ในบทที่ 4 ดังนั้นเมื่อกลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารจากบางสื่อเท่านั้น ดังนั้นถึงแม้จะมีระดับการเปิดรับที่สูงมาก อาจจะไม่ได้รับความรู้ครอบคลุมมากตามไปด้วยก็ได้ ประกอบกับสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุดคือ สื่อโทรทัศน์ ในขณะที่คำถามความรู้เกี่ยวกับอุบัติเหตุจากรถจักรยานยนต์นั้น นำมาจากเนื้อหาข่าวสารที่น่าเสนอผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ ซึ่งเป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับในระดับปานกลางเป็นส่วนมาก นอกจากนี้ยังอธิบายได้ด้วยแนวคิดของอิทธิพลของสื่อมวลชน (ปรมะ สตะเวทิน, 2533) ว่า สื่อมวลชนไม่มีอิทธิพลโดยตรงต่อประชาชน แต่เป็นเพียงผู้สนับสนุนความคิดเห็น ทศนคติ หรือทำที่ดั้งเดิมเท่านั้น การเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากสื่อมวลชนจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่ก่อนแล้ว ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงระดับความรู้จึงไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน แต่จะเกิดเพราะผู้รับข่าวสารมีความสนใจที่จะแสวงหาความรู้หรือข่าวสารนั้น ๆ อยู่แล้ว ดังนั้นจึงเป็นไปได้ที่ว่าการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับอุบัติเหตุจากรถจักรยานยนต์

5.3 สมมติฐานข้อที่ 3 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุจากรถจักรยานยนต์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่ออุบัติเหตุจากรถจักรยานยนต์ ซึ่งผลการทดสอบพบว่าเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่ออุบัติเหตุจากรถจักรยานยนต์ แต่เป็นความสัมพันธ์ในทางลบซึ่งอธิบายได้ว่า ออลพอร์ต (Allport, 1976) ได้กล่าวถึงการเกิดทัศนคติว่า อาจเกิดจากการเรียนรู้ เช่น การอบรมสั่งสอน วัฒนธรรมประเพณี ซึ่งได้รับมาตั้งแต่เด็ก หรือเกิดจากประสบการณ์ซึ่งแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล หรือเกิดจากสิ่งแวดล้อมทางสังคม ของบุคคลนั้น รวมไปถึงลักษณะทางด้านชีวิตประวัติของแต่ละคน เช่น สถานที่เกิด สถานภาพทางเศรษฐกิจ และสังคม รวมถึงบุคลิกภาพของคนที่นั้น ทำให้บุคคลแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกันของทัศนคติ และระดับของความยึดมั่น ถิ่นมั่นในทัศนคตินั้นหากเรื่องนั้น ๆ เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อหรือทัศนคติหลักของเขา ก็จะเป็นสิ่งที่ยากจะเปลี่ยนแปลง (อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท, 2537) นอกจากนี้ยังสามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีความไม่ลงรอยของความรู้ ความเข้าใจ ซึ่งเฟสติงเจอร์ (Festinger, 1957) กล่าวว่า บุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดของตนเอง ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารใหม่ที่ไมลงรอยหรือสอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือ

ทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว จะเกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุล หรือมีความไม่สบายใจที่เรียกว่า "cognitive dissonance" ดังนั้น การที่จะลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ จึงต้องแสวงหาข่าวสารหรือเลือกสรรเฉพาะข่าวสารที่ลงรอยกับความคิดเดิมของคน ในประเด็นนี้เช่นกัน หากกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่มีทัศนคติแต่ดั้งเดิมในทางบวกหรือลบก็ตาม ต่อการรณรงค์เพื่อลดอุบัติเหตุจากรถจักรยานยนต์ การดื่มสุรา ข่าวสารที่ได้รับจากสื่อมวลชนจะไม่มีผลในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติดั้งเดิมของกลุ่มตัวอย่าง แต่จะมีผลในการคอกย้ำหรือสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่มากกว่า ดังนั้นการจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติโดยเฉพาะอย่างยิ่งหากทัศนคตินั้น เป็นทัศนคติหลักที่บุคคลนั้นยึดถือ และเป็นทัศนคติที่มีอยู่เดิมแล้วก็ต้องใช้สื่ออื่นที่มีความใกล้ชิด และให้ข่าวสารที่ลึกได้มากกว่าสื่อมวลชน ซึ่งคือสื่อบุคคล ดังนั้นการที่การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ และทัศนคตินั้นมีความสัมพันธ์กันแต่เป็นไปในทางลบนั้น อาจจะเป็นผลมาจากกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติดั้งเดิมที่เป็นลบต่อการสนับสนุนการขับขี่ยานพาหนะขณะเมาสุรา ดังนั้นถึงแม้ว่า จะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนในระดับสูงเพียงใดก็ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคตินั้นได้ หรืออาจจะยิ่งไปช่วยย้ำ ถึงทัศนคติเดิมที่มีอยู่ เพราะถึงแม้ข่าวสารที่เผยแพร่จะเป็นการส่งเสริมการรณรงค์เพื่อลดอุบัติเหตุจากรถจักรยานยนต์ แต่อย่างไรก็ตาม การเลือกตีความข่าวสาร ก็ขึ้นอยู่กับบุคคล ๆ นั้น ดังนั้นถึงแม้ว่าจะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ ในระดับสูง ก็อาจมีทัศนคติในทางลบยิ่งขึ้นก็ได้

5.4 สมมติฐานข้อที่ 4 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุจากรถจักรยานยนต์ การดื่มสุรา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการขับขี่ยานพาหนะภายหลังการดื่มสุรา ซึ่งผลการทดสอบพบว่าไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ไม่ว่ากลุ่มตัวอย่างจะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการมากหรือน้อยเพียงใด ก็ไม่มีผลต่อการแสดงพฤติกรรมการขับขี่ยานพาหนะภายหลังการดื่มสุรา ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการในระดับต่ำ ประกอบกับพฤติกรรมการขับขี่ยานพาหนะภายหลังการดื่มสุรา นั้น เป็นพฤติกรรมดั้งเดิม ซึ่งปฏิบัติจนเป็นนิสัย ดังนั้นการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนเพียงอย่างเดียวจึงยากที่จะเปลี่ยนแปลงหรือมีผลต่อพฤติกรรมที่ปฏิบัติอยู่เป็นประจำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มตัวอย่างที่การเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับต่ำ เช่นนี้ และถึงแม้ว่าจะมีกลุ่มตัวอย่างใดที่มีการเปิดรับข่าวสารในระดับสูงแต่การจะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ปฏิบัติจนเป็นความเคยชินได้นั้น ย่อมจะต้องอาศัยปัจจัยต่าง ๆ ที่นอกเหนือไปจากการเปิดรับข่าวสารนอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนั้น จะมีความสัมพันธ์กับความรู้ และทัศนคติ โดยแนนซี ซวาทซ์ (Nancy Z. Schwartz อ้างใน สุรีย์ จันทรโมลี, 2528) ได้กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนว่าความรู้และทัศนคติ ทำให้เกิดการปฏิบัติได้ โดยที่ไม่จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์กัน และความรู้มีผลต่อการปฏิบัติทั้งทางตรง

และทางอ้อม ดังนั้นสำหรับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ที่มีระดับความรู้อยู่ในเกณฑ์ดำนั้น การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมก็ย่อมเกิดขึ้นได้ยาก

นอกจากนี้ในการประเมินประสิทธิผลของโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุรา โดยประเมินจากพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ ซึ่งพบว่ามีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารในระดับต่ำ และการวิเคราะห์การดำเนินการของโครงการ ซึ่งพบว่ามี การวางแผนในการดำเนินงาน แต่ขาดความต่อเนื่องในการเผยแพร่ข่าวสาร การจัดกิจกรรม และการเลือกใช้สื่อที่ไม่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งอาจเป็นผลมาจากการขาดงบประมาณและบุคลากรที่เหมาะสมในการเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องในรูปแบบต่าง ๆ กัน นอกจากนี้ยังเป็นโครงการที่ไม่มีการประเมินผลของการดำเนินงานเพื่อใช้ปรับปรุงแผนงานในอนาคตอีกด้วย

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ในการดำเนินโครงการรณรงค์ใด ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งโครงการรณรงค์ที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมที่เป็นความเคยชินของคนแล้ว ดังเช่นโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุรา ควรจะมีการวิจัยสำรวจถึงความต้องการ ทัศนคติเห็น ข้อมูลต่าง ๆ ที่จำเป็นของกลุ่มเป้าหมายที่มีผลต่อการวางแผนการดำเนินโครงการ เช่น พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มเป้าหมายเสียก่อน เพื่อให้การวางแผนในการดำเนินการบรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

2. ในการกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อการดำเนินงานของโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุรานั้น พบว่า เป็นการกำหนดวัตถุประสงค์ที่ยากแก่การวัดอย่างเป็นรูปธรรม และเป็น การกำหนดวัตถุประสงค์อย่างกว้าง ๆ และคาดหวังผลที่จะได้รับสูงเกินจริง เมื่อเทียบกับการดำเนินโครงการ ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินการโครงการฯ เกิดประสิทธิภาพสูงที่สุดและสามารถประเมินผลของการดำเนินงานได้ ควรจะมีการกำหนดวัตถุประสงค์อย่างเป็นรูปธรรม มีความชัดเจน สามารถวัดและเกิดผลได้จริงจากการดำเนินโครงการ

3. ควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน เพื่อประโยชน์ในการวางแผนกลยุทธ์ของกระบวนการรณรงค์ทางการสื่อสารและการดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและเกิดประสิทธิผลสูงที่สุด เพราะกลุ่มแต่ละกลุ่มในสังคม ต่างมีความแตก

ต่างกันไปในประเด็นต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการดำเนินชีวิต ทักษะคิด ความเชื่อ พฤติกรรม การแสดงออก รวมไปถึงการเปิดรับข่าวสารต่าง ๆ ด้วย ดังนั้น หากมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน และเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น จะสามารถช่วยในการวางแผน การเลือกใช้สื่อและการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิผลสูงที่สุดได้

4. ควรมีการตั้งชื่อโครงการใหม่โดยการนำสัญลักษณ์ หรือคำที่สะท้อนให้เห็นเป้าหมายของการดำเนินโครงการมาใช้ เพื่อให้โครงการเกิดความน่าสนใจ น่าติดตาม และง่ายแก่การจดจำของกลุ่มเป้าหมาย ตามแนวคิดการบริหารงานประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์

5. เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายนั้นมีความหลากหลายกันในประเด็นต่าง ๆ ดังนั้นการจะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น ควรจะมีการใช้สื่อหลาย ๆ ชนิดเข้าด้วยกัน ไม่เพียงแต่การใช้สื่อมวลชนเท่านั้น เพราะสื่อมวลชนเป็นสื่อที่กระจายข่าวสารได้เร็ว และเป็นจำนวนมากก็จริง แต่เป็นการสื่อสารแบบทางเดียว ดังนั้น จึงขาดการตอบโต้หรือสื่อสารกลับเพื่อสร้างความเข้าใจตรงกัน ดังนั้น จึงควรมีการนำสื่อหลายประเภท เช่น สื่อบุคคล เข้ามาช่วยด้วยในการให้ความรู้และโน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมายให้เกิดความสนใจ และเป็นการย้ำเนื้อหาที่เสนอออกไป อีกทั้งผลจากการวิจัยพบว่า หนังสือพิมพ์และนิตยสารทั่วไปไม่เหมาะสมในการใช้เป็นช่องทางเผยแพร่ ควรใช้สื่ออื่นหรือสื่อที่จัดทำขึ้นโดยเฉพาะเพื่อการรณรงค์

6. นอกจากการใช้สื่อหลายชนิดแล้ว การกำหนดความต่อเนื่องและความถี่ในการเผยแพร่ข่าวสารก็เป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้น จึงควรมีการเผยแพร่ ข่าวสารประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องในทุก ๆ สื่อ และควรมีการผลิตสปรอตโฆษณา เพื่อใช้ในการรณรงค์ โน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมายด้วย และนำไปเผยแพร่ตามสื่อที่กลุ่มเป้าหมายให้ความนิยม และติดตามเป็นพิเศษ เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ เป็นต้น

7. ในส่วนของเนื้อหาที่เผยแพร่ในสื่อต่าง ๆ นั้น ควรจะบอกถึงวิธีแก้หรือการปฏิบัติอย่างถูกวิธีก่อนการขับชียานพาหนะภายหลังการดื่มสุรา และในเรื่องของสถิติการเกิดอุบัติเหตุและปัญหาที่เกิดขึ้น เพื่อให้คนเกิดความกลัวอุบัติเหตุที่เกิดจากความประมาท เช่น การดื่มสุราแล้วขับชียานพาหนะ แต่เสนอให้เห็นว่าสามารถป้องกันได้ หากไม่ประมาท

8. ควรมีการจัดกิจกรรมมากขึ้นกว่านี้ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการมากขึ้น และควรเป็นกิจกรรมที่ไม่เป็นวิชาการเกินไป แต่ควรเป็นกิจกรรมที่มีทั้งสาระและความบันเทิงที่เอื้อให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น และเป็นกิจกรรมที่มีความหลากหลายด้วย เนื่องจากในทุกวันนี้ คนต่างได้รับความดึงเครียดมากมายทั้งจากการดำเนินชีวิตในแต่ละวัน การทำงานหรือแม้แต่สภาพแวดล้อมรอบกาย ดังนั้นหากจัดกิจกรรมที่มีแต่สาระทางวิชาการอาจไม่ได้รับความร่วมมือจากกลุ่มเป้าหมายได้ จึงควรมีการจัดกิจกรรมที่ให้ทั้งความรู้ เกี่ยวกับการรณรงค์เพื่อลดอุบัติเหตุจราจรที่มีผลมาจากการดื่มสุรา และความบันเทิง สนุกสนานจากการเข้าร่วมกิจกรรม เช่น การจัดแรลลี่ "ขับอย่างไรให้ปลอดภัย และเป็นสุข" เป็นต้น

9. เนื่องจากการดำเนินโครงการนี้ได้วางแผนการประชาสัมพันธ์ โดยกำหนดเป็นระยะที่ต่อเนื่องกัน ดังนั้นเพื่อให้การดำเนินการประชาสัมพันธ์ เกิดประสิทธิผลสูงที่สุด ควรมีการประเมินผลในแต่ละระยะของการดำเนินโครงการ เพื่อจะได้รับทราบถึงปัญหาและผลที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ และสามารถนำมาประยุกต์และปรับใช้ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ในระยะต่อมาเพื่อให้เกิดประสิทธิผลสูงที่สุด

10. เนื่องจากโครงการนี้เป็นโครงการที่ริเริ่มโดยราชการซึ่งมีงบประมาณจำกัดในการดำเนินงาน ดังนั้น จึงควรมีการขอความช่วยเหลือ หรือสนับสนุนจากหน่วยงานเอกชนที่เกี่ยวข้อง เช่น บริษัทผลิต นำเข้า หรือจำหน่ายสุรา บริษัทจำหน่ายรถยนต์ เป็นต้น เพื่อขยายการดำเนินงานให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น เนื่องจากในปัจจุบันนี้ บริษัทชั้นนำต่าง ๆ จะมึนโยบายในการใช้สื่อเพื่อสร้างภาพลักษณ์ (Corporate Image) ของบริษัทตนเองอยู่แล้ว

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. ควรศึกษาเฉพาะเจาะจงลงไปในเรื่องของการใช้สื่อเพื่อการรณรงค์ในโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุราอย่างละเอียดโดยศึกษาเกี่ยวกับการเลือกใช้สื่อแต่ละประเภท รวมทั้งศึกษาถึงประสิทธิภาพของสื่อแต่ละประเภท เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงการวางแผนสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อใช้ในการรณรงค์ให้เกิดประสิทธิภาพสูงที่สุด

2. ควรควบคุมตัวแปรภายนอกหรือตัวแปรแทรกซ้อน เช่น การรบกวนเกี่ยวกับเรื่องการรณรงค์ เพื่อลดอุบัติเหตุจากรางรถอื่น ซึ่งจะต้องควบคุมตัวแปรชนิดนี้ให้เกิดขึ้นน้อยที่สุด เพื่อจะได้พบว่าตัวแปรตามเป็นผลมาจากตัวแปรอิสระอย่างแท้จริง หรือหากไม่สามารถควบคุมตัวแปรดังกล่าวได้ ก็ให้นำมาศึกษาไปด้วย

3. การศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิผลของโครงการประชาสัมพันธ์ในครั้งนี้ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจกับกลุ่มตัวอย่างจำนวนหนึ่ง ซึ่งมีคุณสมบัติตรงกับกลุ่มเป้าหมายของโครงการเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารจากโครงการ โดยไม่มีการควบคุมความแตกต่างของการเปิดรับสื่อ ดังนั้น เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ชัดเจน และครอบคลุมมากยิ่งขึ้น ควรมีการทำวิจัยแบบ Quasi-Experimentation เพื่อศึกษาวิเคราะห์และเปรียบเทียบผลการศึกษาระหว่างกลุ่มที่ได้รับสื่อและกลุ่มที่ไม่ได้รับสื่อ หรือทำการวิจัยแบบ One group pretest-posttest เพื่อศึกษาวิเคราะห์ภายในกลุ่มเดียวกัน แต่เปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้, ทักษะ, ก่อนและหลังการเปิดรับสื่อ ทำให้สามารถศึกษาหรือควบคุมพฤติกรรมได้ดียิ่งขึ้น และเห็นผลที่ชัดเจนมากกว่าการศึกษาเพียงกลุ่มเดียว หรือครั้งเดียว

4. การวิจัยในครั้งนี้ กำหนดระยะเวลาในการวิจัยของ "โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุจากรางรถตีบ" ระหว่าง 1 กันยายน 2538-30 กันยายน 2539 เท่านั้น ซึ่งยังไม่สิ้นสุดโครงการ และในระยะต่อไป ทางสถาบันการแพทย์ด้านอุบัติเหตุและสาธารณภัยกรมการแพทย์ ได้มีการดำเนินโครงการและจัดกิจกรรมใหม่ขึ้นมาอีกจำนวนมาก ดังนั้น จึงพบว่าข้อมูลชุดนี้ยังไม่เพียงพอสำหรับการวิจัยเนื่องจากยังไม่สิ้นสุดโครงการ จึงอาจทำให้ผลวิจัยที่ได้กับผลวิจัยในอนาคตไม่เหมือนกันได้ ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยในช่วงระยะต่อ ๆ ไปของโครงการ และรูปแบบการวางแผนกิจกรรมต่าง ๆ

5. การวิจัยในครั้งนี้ ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยแบ่งตามประเภทของยานพาหนะที่ขับขี่เป็นประจำออกเป็น 2 กลุ่ม ๆ ละเท่ากันคือ ประเภทรถจักรยานยนต์ และรถยนต์เท่านั้น เพื่อให้การวิจัยเกิดความแตกต่างและเปรียบเทียบได้อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น อาจจะทำวิจัยโดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามประเภทของยานพาหนะมากกว่า 2 กลุ่ม เช่น เพิ่มประเภทรถบรรทุก รถตู้ เป็นต้น เพื่อนำผลที่ได้มาเปรียบเทียบให้เห็นความแตกต่างของผลการวิจัยชัดเจนยิ่งขึ้น