

สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การเปิดรับและทัศนคติเกี่ยวกับป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจรของผู้ใช้รถในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้

1. เพื่อสำรวจการเปิดรับ ความเข้าใจ การจดจำ และทัศนคติต่อป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจรของผู้ใช้รถในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างของความเข้าใจและทัศนคติต่อป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจรระหว่างผู้ใช้รถในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับกับทัศนคติต่อป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจรของผู้ใช้รถในเขตกรุงเทพมหานคร

ทั้งนี้ได้มีการตั้งสมมติฐานในการวิจัย ดังนี้

1. ปริมาณการเปิดรับป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจรของผู้ใช้รถในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับการจดจำป้ายได้
2. ผู้ใช้รถในเขตกรุงเทพมหานครที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่างกัน จะมีความเข้าใจความหมายของป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจรแตกต่างกัน
3. ผู้ใช้รถในเขตกรุงเทพมหานครที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่างกัน จะมีทัศนคติต่อป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจรแตกต่างกัน
4. ปริมาณการเปิดรับป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจรของผู้ใช้รถในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อป้ายของผู้ใช้รถ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือ ผู้ใช้รถในเขตกรุงเทพมหานคร

จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย เพื่อใช้อธิบายลักษณะทางประชากร ปริมาณการเปิดรับและการจดจำป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจร ความเข้าใจความหมายของป้าย และทัศนคติต่อป้าย ส่วนการทดสอบสมมติฐานนั้น ใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบ เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) การหาค่าความแตกต่างโดยการทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างคู่ตามวิธีของเชฟเฟ่ (Scheffé) ในกรณีที่การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุปผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 400 คน แบ่งเป็นเพศชาย ร้อยละ 75.0 เพศหญิง ร้อยละ 25.0 ส่วนมากมีอายุอยู่ในช่วง 29-39 ปี (ร้อยละ 40.7) มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 28.0) ประกอบอาชีพขับรถรับจ้าง และขับรถโดยสารประจำทาง จำนวนเท่า ๆ กัน (ร้อยละ 25.0) มีรายได้ต่อเดือน 3,001-7,000 บาท (ร้อยละ 38.2) และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้จำแนกตามประเภทของรถยนต์ที่ใช้โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ รถยนต์ส่วนบุคคล จำนวน 200 คน รถโดยสารส่วนบุคคล และรถโดยสารประจำทาง ประเภทละเท่า ๆ กันคือ จำนวน 100 คน รวมเป็นจำนวน 400 คน

ส่วนที่ 2 ปริมาณการเปิดรับและการจดจำป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจร

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบว่า เห็นป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจรทุกวัน และได้อ่านข้อความอธิบายได้ภาพเพียงบางป้าย หรืออ่านเฉพาะป้ายที่ไม่เข้าใจ โดยมีปริมาณการจดจำป้ายได้อยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนที่ 3 ความเข้าใจความหมายของป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจร

เมื่อเห็นป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจรครั้งแรก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สามารถเข้าใจความหมายของป้ายได้ทันทีโดยไม่ต้องอ่านคำอธิบาย แต่กลุ่มตัวอย่างเข้าใจความหมายของป้ายได้ในระดับต่ำ

ส่วนที่ 4 ทักษะคิดต่อป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจร

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทักษะคิดเป็นกลางต่อป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจร รองลงมาได้แก่ ทักษะคิดในเชิงบวก ลำดับที่ 3 คือ ทักษะคิดในเชิงบวกอย่างมาก

เมื่อพิจารณาโดยเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างมีทักษะคิดเป็นกลางค่อนข้างมาก

ส่วนที่ 5 เหตุผลของผู้ที่ "เห็นด้วย" และ "ไม่เห็นด้วย" กับการแก้ไขปัญห

การจราจรด้วยการใช้ป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจร

ผู้ใช้รถตอบว่า "เห็นด้วย" กับการแก้ไขปัญหการจราจรด้วยการใช้ป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจร จำนวน 334 คน และตอบว่า "ไม่เห็นด้วย" จำนวน 66 คน

ผู้ใช้รถที่ "เห็นด้วย" กับการแก้ไขปัญหการจราจรด้วยการใช้ป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจร ให้เหตุผลว่า ป้ายช่วยเตือนสติแก่ผู้ใช้รถใช้ถนนมิให้กระทำผิดกฎจราจร ซึ่งเป็นเหตุผลที่มีผู้เลือกตอบมากที่สุด

สำหรับเหตุผลอื่น ๆ ที่รองลงมา จะเรียงลำดับตามปริมาณที่มีผู้เลือกตอบ ดังนี้

- ป้ายทำให้คนมีความรู้เกี่ยวกับกฎจราจร หรือข้อห้ามบางอย่างมากขึ้น
- ป้ายมีข้อความเสียดสี ประชดประชัน ทำให้คนเกิดความละอายไม่กล้าทำผิด
- ดีกว่าไม่ทำอะไรเลย
- ป้ายเป็นสิ่งแปลกใหม่ ดูแล้วขบขันทำให้เพลิดเพลิน คลายเครียดได้

ผู้ใช้รถที่ "ไม่เห็นด้วย" กับการแก้ไขปัญหการจราจรด้วยการใช้ป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจร ให้เหตุผลว่า ถ้าหากใช้ป้ายอย่างเดียวโดยไม่มีการเข้มงวดกวดขันในเรื่องการจับกุม การรณรงค์ก็จะได้ผล ซึ่งเป็นเหตุผลที่มีผู้เลือกตอบมากที่สุด

สำหรับเหตุผลอื่น ๆ ที่รองลงมา จะเรียงลำดับตามปริมาณที่มีผู้เลือกตอบ ดังนี้

- เป็นการลงทุนที่สิ้นเปลือง ได้ประโยชน์ไม่คุ้ม
- การปลูกจิตสำนึกเกี่ยวกับวินัยจราจรต้องใช้เวลาานาน ลำพังการบอกกล่าวในระยะเวลายันสั้นจึงไม่ได้ผล
- คนอ่านป้ายมักจะอ่านผ่าน ๆ หรืออ่านด้วยความขงขัน มากกว่าที่จะเก็บมาคิดหรือจดจำใส่ใจ
- การไม่เคารพกฎจราจรเป็นสิ่งที่แก้ได้ยาก การใช้ป้ายในการแก้ปัญหาจึงไม่ได้ผล
- การติดตั้งป้ายริมถนนทำให้เกะกะกีดขวางการจราจร การสัญจรไปมาและทำให้ดูรกเกินไป
- ป้ายใช้ภาษากำกวมอ่านแล้วไม่เข้าใจความหมาย
- ข้อความที่ใช้ในป้ายเป็นการประจานตนเองว่าไม่มีวินัยจราจร
- ป้ายใช้ภาษาไม่สุภาพ

2. การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปริมาณการเปิดรับป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจรของผู้ใช้รถในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับการจดจำป้ายได้ ผลจากการวิจัยพบว่า ปริมาณการเปิดรับป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจรของผู้ใช้รถในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับการจดจำป้ายได้ (เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1)

สมมติฐานที่ 2 ผู้ใช้รถในเขตกรุงเทพมหานครที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้แตกต่างกัน จะมีความเข้าใจความหมายของป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจรแตกต่างกัน ผลจากการวิจัยพบว่า

1. เพศ ผู้ใช้รถต่างเพศกัน มีความเข้าใจความหมายของป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจรแตกต่างกัน (เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2)

2. อายุ ผู้ใช้รถที่มีอายุต่างกัน มีความเข้าใจความหมายของป้ายรถรงค์รักษาวินัยจราจรแตกต่างกัน (เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2)
3. ระดับการศึกษา ผู้ใช้รถที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความเข้าใจความหมายของป้ายรถรงค์รักษาวินัยจราจรแตกต่างกัน (เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2)
4. อาชีพ ผู้ใช้รถที่มีอาชีพต่างกัน มีความเข้าใจความหมายของป้ายรถรงค์รักษาวินัยจราจรแตกต่างกัน (เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2)
5. รายได้ ผู้ใช้รถที่มีรายได้ต่างกัน มีความเข้าใจความหมายของป้ายรถรงค์รักษาวินัยจราจรแตกต่างกัน (เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2)

สมมติฐานที่ 3 ผู้ใช้รถในเขตกรุงเทพมหานครที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้แตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อป้ายรถรงค์รักษาวินัยจราจรแตกต่างกัน ผลจากการวิจัยพบว่า

1. เพศ ผู้ใช้รถต่างเพศกัน มีทัศนคติต่อป้ายรถรงค์รักษาวินัยจราจรแตกต่างกัน (เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3)
2. อายุ ผู้ใช้รถที่มีอายุต่างกัน มีทัศนคติต่อป้ายรถรงค์รักษาวินัยจราจรแตกต่างกัน (เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3)
3. ระดับการศึกษา ผู้ใช้รถที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีทัศนคติต่อป้ายรถรงค์รักษาวินัยจราจรแตกต่างกัน (เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3)
4. อาชีพ ผู้ใช้รถที่มีอาชีพต่างกัน มีทัศนคติต่อป้ายรถรงค์รักษาวินัยจราจรแตกต่างกัน (เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3)
5. รายได้ ผู้ใช้รถที่มีรายได้ต่างกัน มีทัศนคติต่อป้ายรถรงค์รักษาวินัยจราจรแตกต่างกัน (เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3)

สมมติฐานที่ 4 ปริมาณการเปิดรับป้ายรถรงค์รักษาวินัยจราจรของผู้ใช้รถในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อป้ายของผู้ใช้รถ (เป็นไปตามสมมติฐานที่ 4)

อภิปรายผล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ในส่วนของ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ผู้วิจัยจะอภิปรายในประเด็นหลัก ๆ 2 ประเด็น คือ

1. ความเข้าใจความหมายของป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจร
2. เหตุผลของผู้ใช้รถที่ "เห็นด้วย" และ "ไม่เห็นด้วย" กับการแก้ไข

ปัญหาการจราจรด้วยการใช้ป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจร

ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ความเข้าใจความหมายของป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจร

เมื่อเห็นป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจรครั้งแรก กลุ่มตัวอย่างสามารถเข้าใจความหมายของป้ายได้ทันทีโดยไม่ต้องอ่านคำอธิบาย แต่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้าใจความหมายของป้ายได้ถูกต้องในระดับต่ำ จากผลสรุปนี้สามารถอธิบายได้ว่า ผู้ผลิตสื่อป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจร อาจอธิบายความหมายของป้ายแต่ละป้ายไม่ค่อยชัดเจนนัก แต่ผู้รับสารก็พอมีความเข้าใจในระดับหนึ่ง ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจาก การที่ผู้ผลิตสื่อป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจรได้แบ่งกลุ่มเป้าหมายที่จะรณรงค์ออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1. กลุ่มผู้ขับรถยนต์ส่วนบุคคล 2. กลุ่มผู้ขับรถโดยสารประจำทาง 3. กลุ่มผู้ใช้ถนน (คนเดินเท้า) ซึ่งคนทั้ง 3 กลุ่มนี้ ต่างก็มีประสบการณ์ในการใช้รถใช้ถนนแตกต่างกัน ทำให้การตีความหมายของป้ายสำหรับคนแต่ละกลุ่มแตกต่างกันไปด้วย หรือในอีกกรณีหนึ่งอาจเป็นเพราะ ขนาดตัวอักษรบนตัวป้ายเองสื่อข้อความได้ไม่ชัดเจนนัก โดยสังเกตได้จากการใช้ตัวอักษรของป้าย ซึ่งข้อความประโยคแรกใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่มาก และอยู่ส่วนบนของป้าย ดังนั้นจึงน่าจะมีความสำคัญว่า ส่วนล่างของป้าย ที่ใช้ตัวอักษรขนาดเล็กมาก และยังอยู่ในเครื่องหมายวงเล็บอีกด้วย ซึ่งข้อความส่วนบน คือข้อความที่เล่นกับผู้อ่านในเรื่องการรณรงค์รักษาวินัยจราจร และข้อความส่วนล่างคือ เหตุผลที่ให้ปฏิบัติตามกฎจราจร จากข้อสังเกตดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า การเล่นกับผู้อ่านหรือผู้ดูป้ายด้วย เนื้อหาข้อความในส่วนการพาดหัว สำคัญกว่าเหตุผลที่ให้ปฏิบัติตามกฎจราจร ในแบบต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยแก้ปัญหาการจราจรได้แบบละ 10 เปอร์เซ็นต์

นอกจากนี้แล้ว ในด้านของงานโฆษณา ป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจรนี้ ถึงแม้จะเป็นป้ายเพื่อการประชาสัมพันธ์ แต่ใช้หลักการโฆษณาตั้งแต่บรรทัดแรกคือ ใช้หัวเรื่องเพื่อเรียกร้องความสนใจ และเร้าใจให้อ่านต่อด้วยการใช้ตัวอักษรตัวโตมาก ใช้สีขาว แดง หรือ เหลืองบนพื้นสีน้ำเงิน ให้สัดส่วนเนื้อที่ 1 ใน 2 ถึง 1 ใน 3 ของแผ่นป้าย สำหรับส่วนของข้อความอธิบายอย่างเหตุผล บอกประโยชน์ และปิดท้ายด้วยแหล่งที่มา กลับให้ความสำคัญน้อยมาก ทั้งด้านเนื้อที่ และขนาดของตัวอักษร ซึ่งอาจทำให้คนอ่านข้อความในส่วนที่เป็นความหมายของป้ายได้ไม่ชัดเจนนัก

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า ขนาดของตัวอักษรนั้นเป็นอุปสรรคต่อการอ่านข้อความในแผ่นป้าย ซึ่งตามหลักการโฆษณากลางแจ้งของประธาน บุตรี เสริม (2527) ได้กล่าวไว้ว่า สื่อโฆษณากลางแจ้งควรใช้อักษรที่เด่นชัดและอ่านง่าย โดยหลีกเลี่ยงการใช้อักษรแบบลวดลายเพราะจะทำให้อ่านเข้าใจยาก นอกจากนี้แล้ว ตัวอักษรยังต้องอ่านได้ง่ายในระยะที่ไกลพอสมควรด้วย

2. เหตุผลของผู้ใช้รถที่ "เห็นด้วย" และ "ไม่เห็นด้วย" กับการแก้ไขปัญหการจราจรด้วยการใช้ป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจร

มีผู้ใช้รถตอบว่า "เห็นด้วย" กับการแก้ไขปัญหการจราจรด้วยการใช้ป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจร จำนวน 334 คน โดยให้เหตุผลว่า ป้ายช่วยเตือนสติแก่ผู้ใช้รถใช้ถนนมิให้กระทำผิดกฎจราจร ซึ่งเป็นเหตุผลที่มีผู้เลือกตอบมากที่สุด (สำหรับผู้ที่เห็นด้วย) และมีผู้ใช้รถที่ "ไม่เห็นด้วย" จำนวน 66 คน โดยให้เหตุผลว่า ถ้าหากใช้ป้ายอย่างเดียวโดยไม่มี การเข้มงวดกวดขันในเรื่องการจับกุม การรณรงค์ก็จะไม่ได้ผล ซึ่งเป็นเหตุผลที่มีผู้เลือกตอบมากที่สุด (สำหรับผู้ที่ไม่เห็นด้วย)

จากข้อสรุปดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ตามแนวคิดเรื่องการใช้ป้ายรณรงค์นั้น การใช้ป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจรมีผลเพียงแค่ช่วยเตือนสติ เตือนใจ สร้างการรับรู้เท่านั้น ไม่ได้ลึกซึ้งจนถึงขั้นทำให้คนปฏิบัติตามกฎจราจรได้ หรืออีกนัยหนึ่งคือ ป้ายไม่สามารถสร้างวินัยจราจรให้เกิดขึ้นในตัวคนได้ เหตุที่เป็นเช่นนี้ก็เพราะว่า คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของสังคมหลายอย่าง ไม่ว่าจะเป็นความซื่อสัตย์ ความเป็นประชาธิปไตย ความมีเหตุผล ความอดทน หรือแม้แต่กระทั่งความมีระเบียบวินัยนั้น ไม่สามารถจะสร้างให้เกิดขึ้นในตัวคนได้ด้วยการพูด

การบอกกล่าวหรือการรณรงค์ด้วยป้ายโฆษณา แต่คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของสังคมดังกล่าวนั้น จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีโอกาสได้ฝึกทำ หรือฝึกปฏิบัติในกิจกรรมที่มีส่วนช่วยส่งเสริมให้เกิดคุณลักษณะนั้นบ่อย ๆ ควบคู่ไปกับการยกย่องชมเชย หรือการลงโทษในบางกรณี และในเรื่องของวินัยจรรยาจรก็เช่นเดียวกันกับเรื่องอื่น ๆ ที่ได้กล่าวมาแล้ว ซึ่งไม่สามารถสร้างให้เกิดขึ้นกับคนในสังคมได้ด้วยการติดป้ายรณรงค์ เพราะวินัยจรรยาจรนั้นสามารถสร้างให้เกิดขึ้นได้ไม่ยาก ถ้าหากเจ้าหน้าที่ตำรวจจรรยาจรปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด นั่นก็คือ ถ้าหากใครทำผิดกฎจรรยาจรจะต้องดำเนินการจับกุม และลงโทษอย่างจริงจังโดยไม่เห็นแก่หน้าใคร ซึ่งถ้าทำได้เช่นนี้จริง ๆ วินัยจรรยาจรก็จะเกิดขึ้นกับคนไทยได้เช่นกัน

อีกประการหนึ่ง ตามหลักการสื่อสารการตลาด เมื่อให้ข้อมูลข่าวสารหรือบอกกล่าวชี้แจงเรื่องใดไปแล้ว จะต้องมีการเสนอแนะแนวทางแก้ไขหรือวิธีการปฏิบัติด้วย เพื่อให้เกิดความชัดเจนว่าต้องการจะให้ทำอะไร อย่างไร เมื่อการโฆษณาสินค้า สามารถเชื่อเชิญให้คนอยากได้ หรืออยากซื้อสินค้าแล้ว ก็ต้องมีสินค้าให้ซื้อได้ หากไม่มีสินค้า การเชิญชวนให้คนอยากซื้อสินค้าโดยการโฆษณาก็ไม่สัมฤทธิ์ผล เพราะไม่มีสินค้าให้ สำหรับการรณรงค์ให้คนปฏิบัติตามกฎจรรยาจรก็เช่นเดียวกัน หากต้องการให้สัมฤทธิ์ผลครบวงจรการรณรงค์ ก็จะต้องมีกิจกรรมที่กระตุ้นให้คนยอมรับปฏิบัติตามกฎจรรยาจร มิใช่ปล่อยให้เพียงแต่การรณรงค์ด้วยป้ายข้อความเท่านั้น

2. การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปริมาณการเปิดรับป้ายรณรงค์รักษาวินัยจรรยาจรของผู้ใช้รถในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับการจดจำป้ายได้ ผลจากการวิจัยพบว่า

ปริมาณการเปิดรับป้ายรณรงค์รักษาวินัยจรรยาจรของผู้ใช้รถในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับการจดจำป้ายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่เป็นความสัมพันธ์ที่น้อยมาก เพราะว่าการจดจำป้ายได้ไม่ได้ขึ้นอยู่กับ การเปิดรับเพียงอย่างเดียว ยังมีปัจจัยอื่น ๆ อีกที่มีความสัมพันธ์กับการจดจำ อาทิ ความสนใจ การเลือกจดจำ หรือเรื่องที่เป็นประโยชน์กับตนเอง ซึ่งผลของงานวิจัยนี้สอดคล้องกับทฤษฎีทางการสื่อสารที่เกี่ยวกับกระบวนการในการเลือกรับข่าวสาร (Selective Process) ว่าบุคคลจะเลือกเปิดรับเฉพาะเรื่องที่ตนสนใจ

(Selective Exposure) และจะใส่ใจในเรื่องนั้น แต่ถ้าเรื่องใดไม่เป็นที่สนใจก็จะละทิ้งไป ต่อจากนั้นจะตีความเพื่อให้เกิดความเข้าใจ (Selective Perception) ในเรื่องที่น่าสนใจหรือเลือกรับ แล้วจะพยายามจดจำข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องนั้นเอาไว้ (Selective Retention) นอกจากนั้นแล้ว ผลของงานวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ

ฉายศิลป์- เขียวชาณุพิพัฒน์ (2525) เรื่อง "การจัดสรรเวลาโฆษณาสินค้าของสถานีโทรทัศน์ในกรุงเทพมหานครกับการส่งเสริมความนิยมสินค้าไทย" พบว่า การโฆษณามีผลกระทบให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการสินค้านั้นได้ ถ้าผู้โฆษณารู้จักวิธีโฆษณาที่ถูกต้อง การโฆษณาย่อยและซ้ำหลาย ๆ ครั้งมีผลทำให้ผู้บริโภคเกิดการระลึกได้ในลักษณะของการซึมซาบและสนใจผลิตภัณฑ์ กับเพิ่มความทรงจำในผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ การโฆษณายังมีผลต่อความนิยมสินค้า โดยสามารถกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการและซื้อสินค้าที่โฆษณานั้น

นันทิรัตน์ อยู่พูล (2531) เรื่อง "ทัศนคติของชาว กทม. ต่อการโฆษณาของธนาคารพาณิชย์ ผ่านสื่อมวลชน" พบว่า การโฆษณาเพื่อสร้างภาพพจน์ จะทำให้เกิดภาพพจน์ที่ดีต่อธนาคารว่า ธนาคารไม่ได้มุ่งหวังแต่กำไรเพียงอย่างเดียว แต่ยังห่วงใยสังคม และส่วนมากโฆษณาลักษณะนี้จะแลดูสวย มีถ้อยคำที่จูงใจ และโฆษณาเพื่อสร้างภาพพจน์นี้ ยังทำให้เกิดความประทับใจและจดจำได้ดีด้วย

สุนิมิต ประทีปเสน (2534) เรื่อง "ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสารโฆษณาส่งเสริมสังคมทางโทรทัศน์กับพฤติกรรมผู้บริโภค" พบว่า การเปิดรับสารโฆษณาส่งเสริมสังคมทางโทรทัศน์มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำกับการเลือกและจดจำได้ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร และผลงานวิจัยในครั้งนี้นี้ยังสอดคล้องกับ หลักความสัมพันธ์ต่อเนื่อง (Association) ที่เฮอริมันน์ เอบบิงเฮาส์ (Hermann Ebbinghaus) นำมาใช้คือ กฎความถี่ (Law of Frequency) กล่าวคือ ความรู้และการจำจะเพิ่มความแน่นแฟ้นมากขึ้น หากมีการกระทำซ้ำ ๆ หลาย ๆ ครั้ง

และงานวิจัยในต่างประเทศที่สอดคล้องกับผลงานวิจัยในครั้งนี้ได้แก่ การศึกษาของ เฮอริมันน์ เอบบิงเฮาส์ (Hermann Ebbinghaus 1850-1909) อ้างถึงใน ไพบูลย์ เทวรักษ์,

2540) ได้ทดลองศึกษาความจำของมนุษย์ โดยใช้คำที่ไร้ความหมายทางภาษา (Nonsense Syllables) เขาให้ผู้รับการทดลองท่องจำคำไร้ความหมายเหล่านั้น ซ้ำแล้วซ้ำอีก จนกว่าผู้รับการทดลองจะจำคำไร้ความหมายที่กำหนดไว้ได้หมด ผลการทดลองสรุปได้ว่า การทำซ้ำหรือการท่องจำช่วยให้คนจำสิ่งเร้า (คำไร้ความหมาย) แต่ทั้งนี้ปริมาณข้อมูลความจำขึ้นอยู่กับช่วงเวลาที่คุณทบทวนความจำคำไร้ความหมายนั้น ๆ อนึ่งถ้าหากมีการเว้นช่วงเวลาในการท่องจำ ปริมาณความจำคำไร้ความหมายจะลดน้อยลง

สมมติฐานที่ 2 ผู้ใช้รถในเขตกรุงเทพมหานครที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่างกัน จะมีความเข้าใจความหมายของป้ายจราจรครั้งศึกษาวิจัยแตกต่างกัน ผลจากการวิจัยพบว่า

ผู้ใช้รถในเขตกรุงเทพมหานครที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่างกัน จะมีความเข้าใจความหมายของป้ายจราจรครั้งศึกษาวิจัยแตกต่างกัน ซึ่งเป็นตามสมมติฐานที่ตั้งไว้โดย

2.1 เพศ

ผลจากการวิจัยพบว่า ผู้ใช้รถเพศหญิงมีความเข้าใจความหมายของป้ายจราจรครั้งศึกษาวิจัยมากกว่าผู้ใช้รถเพศชาย การที่ผู้ใช้รถเพศหญิงมีความเข้าใจความหมายของป้ายจราจรครั้งศึกษาวิจัยมากกว่าผู้ใช้รถเพศชายนั้น อาจสันนิษฐานได้ว่า ตามสถานภาพของเพศหญิง เพศหญิงจะเป็นทั้งผู้ใช้รถและผู้ใช้ถนน (คนเดินเท้า) ซึ่งแตกต่างจากเพศชายที่มักจะเป็นผู้ใช้รถมากกว่าคนเดินเท้า ทำให้กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงเข้าใจความหมายของป้าย ทั้งในฐานะของผู้ใช้รถและในฐานะของผู้ใช้ถนนด้วย ในขณะที่เพศชายจะเข้าใจความหมายของป้ายในฐานะของผู้ใช้รถเพียงอย่างเดียว (สำหรับกลุ่มเป้าหมายของผู้ผลิตสื่อป้ายจราจรครั้งศึกษาวิจัยนั้น จะมีทั้งผู้ใช้รถและผู้ใช้ถนน สัมผัสได้จากข้อความได้ภาพที่อธิบายความหมายของป้ายแต่ละป้าย) จากข้อสันนิษฐานดังกล่าวจึงทำให้ผู้ใช้รถเพศหญิงมีความเข้าใจความหมายของป้ายมากกว่าผู้ใช้รถเพศชาย

ได้มีการวิจัยทางจิตวิทยาหลายชิ้นที่แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงและผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้ เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงมักมีจิตใจอ่อนไหวและเจ้าอารมณ์ (emotional) โอนอ่อนผ่อนตาม (Submissive) และเป็นแม่บ้านแม่เรือน (home-oriented) (William D. Brooks อ้างถึงใน ประมะ สตะเวทิน, 2533) และจากผลการวิจัยในครั้งนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วริศรา วรลักษณ์ (2537) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง "การเปิดรับข่าวสารความรู้เรื่องสิ่งเสพติดจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคล ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น สังกัดกระทรวงศึกษาธิการ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่" พบว่า นักเรียนหญิงมีคะแนนเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจเรื่องสิ่งเสพติดและการป้องกันสิ่งเสพติดสูงกว่านักเรียนชาย

และงานวิจัยในต่างประเทศที่สอดคล้องกับผลงานวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ การศึกษาของคลาคฮอลล์ (Clark-Hall, 1988) ได้ทำการศึกษาวัยรุ่นเรื่อง "ความรู้และแหล่งข่าวสารเกี่ยวกับโรคเอดส์ของนักเรียน ระดับ 6, 7 และ 8 จากโรงเรียนประถมศึกษาในเขตเมือง" พบว่า นักเรียนหญิงมีระดับความรู้เกี่ยวกับโรคเอดส์สูงกว่านักเรียนชาย

2.2 อายุ

ผลจากการวิจัย พบว่า ผู้ใช้รถที่มีอายุระหว่าง 18-28 ปี มีความเข้าใจความหมายของป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจรมากกว่าผู้ใช้รถที่มีอายุ 40-50 ปี ทั้งนี้ อาจมีสาเหตุมาจาก ในการเก็บแบบสอบถามครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บแบบสอบถามจากผู้ใช้รถที่มีอายุ 18-28 ปี ซึ่งจากการสังเกต ผู้วิจัยพบว่า ผู้ใช้รถที่มีอายุ 18-28 ปี ที่ตอบแบบสอบถามนี้ ส่วนใหญ่จะเป็นพนักงานบริษัทเอกชนที่เพิ่งจบการศึกษาระดับปริญญาตรี และกลุ่มอายุนี้อาจรวมถึงนักศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 50 คนด้วย ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาสูง ในขณะที่ผู้ใช้รถที่มีอายุ 40-50 ปี ที่ตอบแบบสอบถามนี้ ผู้วิจัยสังเกตพบว่า ส่วนใหญ่จะเป็นผู้มีอาชีพขับรถรับจ้าง ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาต่ำ และผลจากการวิจัยครั้งนี้พบว่า ผู้ใช้รถที่มีการศึกษาสูง มีผลต่อความเข้าใจในแผ่นป้ายมากกว่าผู้ใช้รถที่มีการศึกษาต่ำ จากเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้ ผู้ใช้รถที่มีอายุ 18-28 ปี (ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นนักศึกษา และพนักงาน

บริษัทเอกชนที่เพิ่งจบการศึกษาระดับปริญญาตรี) มีความเข้าใจความหมายของแผ่นป้ายมากกว่าผู้ใช้รถที่มีอายุ 40-50 ปี (ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่มีอาชีพขับรถรับจ้างและมีการศึกษาต่ำด้วย)

ผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุทธิ ฐิติกุลเจริญ (2531) เรื่อง "การศึกษาทัศนคติที่มีต่อ ป.ป.ป. ของกลุ่มข้าราชการที่สังกัดสำนักงานรัฐมนตรีในเขตกรุงเทพมหานคร" พบว่า ลักษณะทางประชากรและสังคมที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ อายุและระดับการศึกษาที่ต่างกันจะเป็นผลให้ระดับความรู้ความเข้าใจต่อ ป.ป.ป. ต่างกันไปด้วย โดยผู้ที่มีอายุน้อยและผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีความรู้เกี่ยวกับ ป.ป.ป. มากกว่าผู้ที่มีอายุมากและผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

และงานวิจัยในต่างประเทศที่สอดคล้องกับผลการวิจัยในครั้งนี้ได้แก่ งานวิจัยของฟรีดแมน (Freedman, 1961) ศึกษาความแตกต่างของบุคคลที่ระดับอายุต่างกันพบว่า คนที่มีอายุน้อยจะมีการเรียนรู้ และทัศนคติในระดับสูงกว่าผู้ที่มีอายุมาก กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ อายุของผู้รับสารจะมีอิทธิพลต่อการสื่อสารไม่มากนักน้อย ซึ่งจะออกมาในรูปของความสนใจ ความเชื่อ หรือพฤติกรรมการรับข่าวสารของผู้รับสาร

โทโร และ แม็คโดนเนล (Toro and McDonell, 1992) เรื่อง "การสำรวจความเชื่อ ทัศนคติ และความรู้ของประชาชนเกี่ยวกับเด็กเร่ร่อน" พบว่า ประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับเด็กเร่ร่อน และ 58% ยินดีจะเสียภาษีพิเศษเพื่อช่วยเหลือเด็กเหล่านี้ คนที่มีอายุน้อย และเพศหญิงมีความรู้ความเข้าใจและมีแนวโน้มที่จะช่วยเหลือมากกว่าคนกลุ่มอื่น ๆ

2.3 การศึกษา

ผลจากการวิจัยพบว่า ผู้ใช้รถที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความเข้าใจความหมายของป้ายรณรงค์วินัยจราจรมากกว่าผู้ใช้รถที่มีการศึกษาระดับ ป.1-ป.6 ส่วนผู้ใช้รถที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความเข้าใจความหมายของป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจรมากกว่าผู้ใช้รถที่มีการศึกษาระดับ ป.1-ป.6 และ ม.1-ม.3 หรือเทียบเท่า สาเหตุที่เป็น

เช่นนี้อธิบายได้ว่า ผู้ใช้รถที่มีการศึกษาสูง จะมีผลต่อความรู้ความเข้าใจในป้ายรถรงค์รักษา วินัยจราจร สูงกว่าผู้ใช้รถที่มีการศึกษาดำ ซึ่งผลของงานวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ

ปาริชาติ บุญญาวิวัฒน์ (2533) เรื่อง "การประเมินผลการดำเนินงานตามแผน พัฒนาสตรีในด้านความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของสตรี" พบว่า อายุ และระดับการศึกษาของสตรีมีความสัมพันธ์กับความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในการพัฒนา ชุมชนของสตรี โดยระดับการศึกษามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้ในเรื่องดังกล่าว

ศรัทธา โรจน์สุพรรณ (2533) เรื่อง "ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อสารมวลชนกับความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมของประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่" พบว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม

นิภา พิทักษานนท์ (2536) เรื่อง "การศึกษาความรู้และทัศนคติของผู้แทนสหกรณ์ ที่มีต่อสภานโยบายสหกรณ์แห่งประเทศไทย เพื่อวางแผนนโยบาย และแผนประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนาสภานโยบายสหกรณ์ฯ" พบว่า ผู้แทนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับสภานโยบาย สหกรณ์ฯ แตกต่างกัน โดยระดับการศึกษามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้เรื่องสภานโยบาย สหกรณ์ฯ

2.4 อาชีพ

ผลจากการวิจัยพบว่า ผู้ใช้รถที่มีอาชีพขับรถโดยสารประจำทาง มีความ เข้าใจความหมายของป้ายน้อยกว่าผู้ใช้รถที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนผู้ใช้รถที่มีอาชีพขับรถรับจ้าง มีความเข้าใจความหมายของป้ายน้อยกว่ากลุ่มพนักงาน บริษัทเอกชน เมื่อพิจารณาจากความน่าจะเป็นแล้ว คนขับรถเป็นอาชีพน่าจะมี ความเข้าใจ ความหมายของป้ายได้ดีกว่ากลุ่มอาชีพอื่น เพราะคนขับรถเป็นอาชีพต้องใช้เวลารออยู่ที่ท้อง ถนนมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น จึงทำให้มีโอกาสเปิดรับสื่อป้ายรถรงค์รักษา วินัยจราจร ได้มากกว่า กลุ่มอาชีพอื่นด้วย แต่ผลการวิจัยไม่ได้เป็นเช่นนั้น ซึ่งอาจเป็นเพราะ มีเงื่อนไขของเวลาเข้ามา เกี่ยวข้องในการเก็บข้อมูลด้วย กล่าวคือ ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลนั้นจะถูกแบ่งออกเป็น 2 ช่วง ดังนี้

ช่วงแรก ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากผู้ใช้รถที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน และผู้ประกอบการอาชีพอิสระ/กิจการส่วนตัว โดยเก็บในช่วงต้นเดือนธันวาคม 2538 จนถึงปลายเดือนมกราคม 2539 ซึ่งอยู่ในช่วงของโครงการรณรงค์รักษาวินัยจราจร

ช่วงที่ 2 ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากผู้ใช้รถที่มีอาชีพขับรถรับจ้าง และพนักงานขับรถโดยสารประจำทาง โดยเก็บหลังจากช่วงที่เสร็จสิ้นโครงการรณรงค์ไปแล้วประมาณ 1 ปี

จากเหตุผลดังกล่าว จึงทำให้ผู้ใช้รถที่มีอาชีพขับรถรับจ้าง และพนักงานขับรถโดยสารประจำทาง สัมความหมายของป้าย ในขณะที่ผู้ใช้รถกลุ่มอื่นยังคงมีความทรงจำเกี่ยวกับความหมายของป้ายได้อยู่ นอกจากนี้แล้ว อาจสันนิษฐานได้อีกกรณีหนึ่งว่า ผู้ใช้รถที่มีอาชีพขับรถโดยสารประจำทางและผู้ที่มีอาชีพขับรถรับจ้าง มีการศึกษาต่ำกว่าผู้ใช้รถกลุ่มอาชีพอื่น จึงทำให้ผู้ใช้รถที่มีอาชีพขับรถโดยสารประจำทางและผู้ที่มีอาชีพขับรถรับจ้าง เข้าใจความหมายของป้ายน้อยกว่ากลุ่มผู้ใช้รถกลุ่มอาชีพอื่นด้วย ผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ บกิจ พรหมายน (2531) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง "ความรู้ และการปฏิบัติตนในการป้องกันอุบัติเหตุจากการจราจรของผู้ขับขี่รถยนต์ส่วนบุคคลในกรุงเทพมหานคร" พบว่า อาชีพของผู้ขับขี่รถยนต์มีความสัมพันธ์กับความรู้ในการป้องกันอุบัติเหตุจากการจราจร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไสภิตสุตา มงคลเกษม (2539) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง "พฤติกรรม การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรม การคาดเข็มขัดนิรภัยของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร" พบว่า ผู้ขับขี่รถยนต์ที่มีอาชีพต่างกัน มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยต่างกัน

ส่วนในเรื่องข้อจำกัดด้านเวลานั้น ผลของงานวิจัยนี้สอดคล้องกับการทดลองของ เฮอร์มันน์ เอบิงเฮาส์ (Hermann Ebbinghaus, 1850-1909) (อ้างถึงใน ไทบูลย์ เทวรักษ์, 2540) โดยเขาได้ศึกษาความจำของมนุษย์โดยใช้คำที่ไร้ความหมายทางภาษา เขาให้ผู้รับการทดลองท่องจำคำไร้ความหมายเหล่านั้น ซ้ำแล้วซ้ำอีก จนกว่าผู้รับการทดลองจะจำคำไร้ความหมายที่กำหนดไว้ได้หมด ผลการทดลองสรุปได้ว่า การทำซ้ำ หรือการท่องจำช่วยให้คนจำสิ่งเร้า (คำไร้ความหมาย) แต่ทั้งนี้ปริมาณข้อมูลความจำขึ้นอยู่กับช่วงเวลาที่คุณพบทวนความจำคำไร้ความหมายนั้น ๆ หนึ่งถ้าหากมีการเว้นช่วงเวลาในการท่องจำ ปริมาณ

ความจำค่าไว้ความหมายจะลดน้อยลง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จีระวรรณ อยู่ดี (2533) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง "การติดตามความรู้ ทักษะ และ การปฏิบัติของเกษตรกรผู้รับสารจาการรณรงคัระบบติดตามสถานการณัศัทรูจัาวจัหวดัชัชนาถ ในปี 2531" พบว่า ความรู้ความสามารถในการวินิจฉัยแมลงศัตรูธรรมชาติมีความสัมพันธ์กับเพศ เพศชายจะมีความรู้ความสามารถมากกว่าเพศหญิง และเมื่อเปรียบเทียบกับปี 2531 พบว่า ความรู้ลดลง

2.5 รายได้

ผลจากการวิจัยพบว่า ผู้ใช้รถที่มีรายได้มากกว่า 27,000 บาทขึ้นไป มีความเข้าใจความหมายของป้ายรณรงคัรักรัษาवनัจรารจร มากกว่าผู้ใช้รถที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาท, 3,001-7,000 บาท, 7,001-11,000 บาท, 11,001-15,000 บาท ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ เมื่อพิจารณาตัวแปรด้านการศึกษาควบคู่ไปกับตัวแปรด้านรายได้แล้ว จะพบว่า ผู้ที่มีโอกาสทางการศึกษาสูงมักมีอาชีพที่มีรายได้สูง จึงทำให้ผู้ใช้รถที่มีรายได้สูงมีโอกาในการเลือกเปิดรับสื่อได้หลากหลายกว่าผู้ใช้รถที่มีรายได้ต่ำ ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์เพื่อการประกอบอาชีพ และเพื่อลดความเสี่ยงในการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการต่าง ๆ เพื่อแก้ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน ตลอดจนสามารถเก็บรายละเอียดต่าง ๆ ที่เป็นข้อมูลข่าวสารที่มีอยู่รอบตัวได้มากกว่า ในขณะที่ผู้มีรายได้ต่ำและมีการศึกษาในระดับต่ำ ส่วนใหญ่มักจะทำงานที่ใช้แรงงานมากกว่า จึงไม่มีเวลาที่จะให้ความสนใจกับข้อมูลข่าวสารที่อยู่รอบตัวมากนัก จากการอภิปรายในประเด็นนี้มีข้อมูลที่นำมาสนับสนุนคือ งานวิจัยของ ชลลดา วงศ์วิชัย (2526) ศึกษาเรื่อง "ความเป็นเมืองกับการเปิดรับสื่อมวลชน" พบว่า ผู้ที่มีอาชีพไม่ใช้แรงงาน เปิดรับสื่อมวลชนมากกว่าผู้ที่มีอาชีพใช้แรงงาน และผู้ที่มีรายได้แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อมวลชนแตกต่างกัน จากเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้ผู้ใช้รถที่มีรายได้สูง มีความเข้าใจความหมายของป้ายมากกว่าผู้ใช้รถที่มีรายได้ต่ำ ซึ่งผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรายุทธ วัจนะรัตน์ (2525) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง "การไม่ไปออกเสียงเลือกตั้ง : ศึกษาเฉพาะกรณีที่ไม่ใช้สิทธิเลือกตั้งซ่อมสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน 2524 เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร" และพบว่า ระดับรายได้ของประชาชนมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความรู้ความเข้าใจในระบบการเมือง การปกครองแบบประชาธิปไตย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วันทนา ชาวนนิงวงศ์

(2525) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง "การเปิดรับสื่อมวลชนทางด้านอาหารและโภชนาการ : ศึกษาความสำคัญจากการเปิดรับข่าวสารของแม่ ที่นำบุตรมารับบริการจากแผนกกุมารเวชศาสตร์ของโรงพยาบาลรามาริบัติ โรงพยาบาลพญาไท และศูนย์บริการสาธารณสุข 2" พบว่ารายได้ของแม่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความสำคัญทางด้านอาหารและโภชนาการ (หมายถึงผลการประเมินค่าความรู้และความเข้าใจ ทักษะคิด และความเชื่อต่าง ๆ ในเรื่องอาหารและโภชนาการ)

สมมติฐานที่ 3 ผู้ใช้รถในเขตกรุงเทพมหานครที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่างกัน จะมีทัศนคติต่อบ้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจรแตกต่างกัน ผลจากการวิจัยพบว่า

ผู้ใช้รถในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่างกัน จะมีทัศนคติต่อบ้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจรแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้โดย

3.1 เพศ

ผลจากการวิจัยพบว่า ผู้ใช้รถเพศชายมีทัศนคติต่อบ้ายดีกว่าผู้ใช้รถเพศหญิง การที่ผู้ใช้รถเพศชายมีทัศนคติต่อบ้ายดีกว่าผู้ใช้รถเพศหญิงนั้น อาจสันนิษฐานได้ว่า ผู้ผลิตป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจรได้มุ่งกลุ่มเป้าหมายมาที่ผู้ใช้รถเพศชายมากกว่าผู้ใช้รถเพศหญิงสังเกตได้จากการใช้ภาษาของป้าย ซึ่งเลือกใช้ถ้อยคำที่มีความหมายสองแง่ เช่น คำว่า "ทับ" หรือคำว่า "เสียบ" โดยได้แทรกอารมณ์ขันอันเป็นเอกลักษณ์ของคนไทยเอาไว้ด้วย จากลักษณะดังกล่าวของป้าย ซึ่งผู้ผลิตสื่อมีเจตนาที่จะทำให้สอดคล้องกับธรรมชาติของเพศชาย บ้ายจึงได้รับความสนใจจากเพศชายมากกว่าเพศหญิง ในขณะที่เพศหญิงอาจมองว่าป้ายใช้ภาษาไม่สุภาพก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการตีความหมายของแต่ละบุคคล ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory) โดยทฤษฎีนี้ได้อธิบายเกี่ยวกับการสื่อสารว่า ผู้รับสารที่มีคุณลักษณะแตกต่างกันจะมีความสนใจต่อข่าวสารแตกต่างกัน และ เดอ เฟลอร์ (De Fleur, 1966) ได้สรุปไว้ว่า ข่าวสารต่าง ๆ ในสังคมเปรียบเสมือนสิ่งเร้าที่ทำให้ผู้รับสารแต่ละคนมีการตอบสนองต่างกัน รวมทั้งสร้างลักษณะความแตกต่างของ

บุคคลด้วย และสอดคล้องกับขวัญเรือน กิตติวัฒน์ (2531) ซึ่งได้กล่าวว่า บัณฑิตด้าน
 บุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคลที่มีความแตกต่างกันในแต่ละบุคคล อันเป็นผลสืบเนื่องมา
 จากการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน และการดำรงชีวิตภายในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ไม่
 เหมือนกัน ซึ่งบุคลิกภาพส่วนบุคคลจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบพฤติกรรมของการสื่อสาร โดยเฉพาะ
 ในแง่ของการเลือกเปิดรับ (Selective Exposure), การเลือกรับรู้ (Selective
 Perception) และการเลือกจดจำ (Selective Retention) ซึ่งจะแตกต่างกันไปตาม
 กรอบแห่งการอ้างอิง (Frame of Reference) ที่ได้สะสมมาแต่อดีต ซึ่งผลการวิจัยในครั้ง
 นี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ถวัลย์ รักสีล (2522) ศึกษาเรื่อง "ทัศนคติของผู้ปกครอง
 นักเรียน และครูโรงเรียนราษฎร์ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญใน กทม. ที่มีต่อการ
 นำเพศศึกษามาสอนในโรงเรียน" พบว่า ครูผู้ชายมีทัศนคติที่ดีมากกว่าครูผู้หญิง

และงานวิจัยในต่างประเทศที่สอดคล้องกับผลการวิจัยในครั้ง นี้ ได้แก่ การศึกษา
 ของแบคเตอร์ (Baxter, 1988) เรื่อง "ความแตกต่างระหว่างเพศในเรื่องทัศนคติเกี่ยวกับ
 กับพลังงานนิวเคลียร์" พบว่า ผู้หญิงจะมีทัศนคติที่ชอบพลังงานนิวเคลียร์น้อยกว่าผู้ชาย

3.2 อายุ

ผลจากการวิจัยพบว่า ผู้ใช้รถที่มีอายุระหว่าง 29-39 ปี มีทัศนคติต่อป้ายดี
 กว่าผู้ใช้รถที่มีอายุระหว่าง 18-28 ปี ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจาก การที่ผู้ใช้รถทั้งสองกลุ่มนี้
 ความคิดเห็นเกี่ยวกับป้ายแตกต่างกัน คือ ผู้ใช้รถที่มีอายุ 18-28 ปี ซึ่งในที่นี้รวมไปถึง
 กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 50 คนด้วย ตามธรรมชาติของคนกลุ่มนี้ชอบความอิสระ มี
 ความคิดเป็นของตัวเอง ไม่ชอบคนจู้จี้ ขี้บ่น และไม่ชอบให้ใครออกคำสั่ง บังคับ ชู่เจ็ญ และ
 จากการใช้ป้ายใช้ถ้อยคำในลักษณะเสียดสีแกลมประชดประชัน ซึ่งเป็นการสวนทางกับเจตนา
 ที่ต้องการขอความร่วมมือจากประชาชนให้ปฏิบัติตามกฎจราจรนั้น จึงทำให้ผู้ใช้รถกลุ่มนี้ไม่
 รู้สึกเกิดอารมณ์ร่วมที่อยากจะปฏิบัติตามกฎจราจร และมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อป้าย ในขณะที่ผู้ใช้รถ
 ที่มีอายุระหว่าง 29-30 ปีนั้น มองว่า ข้อความในป้ายพยายามผูกสัมพันธ์กับผู้อ่าน ผู้ดู ด้วย
 จิตวิทยาความเป็นพวกเดียวกัน เป็นพี่น้องกัน เป็นเรื่องในครอบครัวเดียวกัน ไม่ใช่การออก
 คำสั่ง ซึ่งสังเกตได้จากการใช้คำในป้ายเหล่านี้ จะใช้ระดับ "ภาษาปาก" และ "ภาษา

สนทนา" เช่น คำว่า โครหว่า ซึ่งอยู่ในป้าย "ลูกโครหว่า" และใช้คำเรียกแสดงความสัมพันธ์ในระดับที่ ๆ นื่อง ๆ เช่น ป้าย "ที่ ๆ เคยเห็นผมอะเปล่า" "เสียบคราวนี้พี่ไม่ว่า เสียบคราวหน้าพี่จับแน่" "พี่ชา อย่าทับนู" และป้าย "ซิดในหน้อยเพ่ แล้วพี่ละซิดซ้ายหรือยัง" จากเหตุผลดังกล่าว จึงทำให้ผู้ใช้รถกลุ่มนี้มีทัศนคติที่ต่อป้าย ผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory) ซึ่งทฤษฎีนี้ชี้ให้เห็นว่า ผู้รับสารแต่ละคนนั้นมีความแตกต่างกันในทางจิตวิทยา เช่น ทัศนคติ ค่านิยมและความเชื่อ จึงทำให้ความสนใจในการเปิดรับข่าวสารหรือตีความหมายข่าวสารจากสื่อแตกต่างกัน นอกจากนั้นแล้ว ยังสอดคล้องกับทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory) ด้วย ทฤษฎีนี้ได้กล่าวไว้ว่า ประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายกันจะแสดงพฤติกรรมการสื่อสารคล้ายคลึงกัน ซึ่งลักษณะทางสังคมที่สำคัญนั้น ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ชาติพันธุ์ ศาสนา และภูมิภาคนา เป็นต้น ประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมอยู่ในกลุ่มเดียวกัน มักจะมีความสนใจหรือพฤติกรรมการสื่อสารในแนวทางเดียวกัน และในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ใช้รถกลุ่มอายุเดียวกันจะมีความสนใจ และตีความตามเจตนาของป้ายไปในทางเดียวกัน ซึ่งแตกต่างจากผู้ใช้รถกลุ่มอายุอื่นเช่นเดียวกัน ผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศักดินา บุญเปี่ยม (2533) ซึ่งได้ศึกษาศึกษาเรื่อง "ทัศนคติของผู้ป่วยยาเสพติดที่มีต่อการเปิดรับข่าวสารในเรื่องการบำบัดรักษา ศึกษาเฉพาะกรณีโรงพยาบาลธัญญารักษ์ กระทบวงสาธารณสุข" พบว่า อายุมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติที่มีต่อการเปิดรับข่าวสารในเรื่องการบำบัด รักษาและสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรกิจ หิรัญวัฒน์ศิริ (2536) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง "การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการรับฟังรายการวิทยุกระจายเสียงประเภทข่าวและสาระความรู้ด้วยกันที่สถานีวิทยุกระจายเสียง 919 สำนักงานพัฒนาพิเศษ กองอำนวยการกลางรักษาความปลอดภัยแห่งชาติกองบัญชาการทหารสูงสุด" พบว่า อายุมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติต่อรายการ และทัศนคติเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของรายการ

3.3 การศึกษา

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้รถที่มีการศึกษาระดับ ป.1-ป.6 และ ม.1-ม.3 หรือเทียบเท่า มีทัศนคติต่อป้ายดีกว่าผู้ใช้รถที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งอาจเนื่องมาจากการที่ผู้ผลิตสื่อป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจรมีเจตนาที่จะมุ่งสื่อสารกับคนระดับกลางลงมาถึงระดับล่าง

สังเกตได้จากการใช้ภาษาในป้าย เช่น ลูกใครหว่า ใครหว่า? เป็นไอ้ไข่วางคลอง และ ขิดในหน้อยเพ่ ซึ่งการใช้ภาษาในลักษณะดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าผู้ผลิตสื่อไม่ได้มุ่งสื่อสารกับ บัญชาชน คนชั้นสูงในกรุงเทพฯ จากเหตุผลดังกล่าว จึงทำให้ผู้ใช้รถที่มีการศึกษาระดับ ป.1-ป.6 และ ม.1-ม.3 หรือเทียบเท่า มีทัศนคติต่อป้ายดีกว่าผู้ใช้รถที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรืออาจสันนิษฐานได้ว่า การสื่อสารโดยใช้ภาษาชาวบ้านหรือภาษาง่าย ๆ จะทำให้คนกลุ่มที่มีการศึกษาน้อยสามารถเข้าใจแผ่นป้ายได้ดี และกลุ่มอื่น ๆ ก็สามารรถเข้าใจได้ด้วย จากเหตุผลดังกล่าว จึงทำให้ผู้ใช้รถที่มีการศึกษาระดับ ป.1-ป.6 และ ม.1-ม.3 หรือเทียบเท่า (ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาน้อย) มีทัศนคติต่อป้ายดีกว่าผู้ใช้รถที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ พันโทหญิง เนาวรัตน์ โรจนวิทยา (2534) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง "ทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการเพื่อแผ่นดินไทย" พบว่า ผู้ที่มีการศึกษาดำจะมีทัศนคติต่อรายการโหม่เอียงในทางบวกมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาสูง และงานวิจัยในต่างประเทศที่สอดคล้องกับผลการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ งานวิจัยของบัทเลอร์ และ จอห์นสัน (Butler and Johnson, 1991) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง "การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์และทัศนคติของชาวอเมริกันต่อทหาร" พบว่า การศึกษามีความสัมพันธ์ทางลบกับการสนับสนุนกองทัพ

3.4 อาชีพ

ผลจากการวิจัยพบว่า ผู้ใช้รถที่มีอาชีพขับรถรับจ้างและพนักงานขับรถโดยสารประจำทาง มีทัศนคติต่อป้ายดีกว่าผู้ใช้รถที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน และผู้ประกอบการอิสระ/กิจการส่วนตัว ส่วนพนักงานขับรถโดยสารประจำทาง มีทัศนคติต่อป้ายดีกว่าผู้ใช้รถที่มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ คนขับรถเป็นอาชีพที่ต้องใช้เวลาอยู่บนท้องถนนมากกว่าคนขับรถกลุ่มอาชีพอื่น ซึ่งรวมทั้งกลุ่มนักเรียน นักศึกษาด้วย และคนกลุ่มนี้ต้องเผชิญกับสภาพการจราจรที่ติดขัดอยู่เป็นประจำ ทำให้เกิดความเครียด เขาจึงอ่าน หรือดูป้าย เพื่อความขบขันและช่วยผ่อนคลายความเครียด ซึ่งถือเป็นการเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาข้อมูลข่าวสารหรือเพื่อความบันเทิงโดยตรง และผู้วิจัยได้อธิบายมาแล้วว่า ป้ายอาจมีเจตนาที่จะสื่อสารกับผู้ใช้รถระดับกลางลงมาถึงผู้ใช้รถระดับล่าง โดยใช้ภาษาที่สื่อความหมายได้ 2 แง่ และได้แทรกอารมณ์ขันอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของคนไทยเอาไว้ด้วย ซึ่งผู้ใช้รถ

ระดับกลางถึงระดับล่างสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ก็คือ คนขับรถเป็นอาชีพนั่นเอง จากเหตุผลดังกล่าว จึงทำให้คนขับรถเป็นอาชีพ (ในที่นี้จะหมายถึงคนขับรถรับจ้างและพนักงานขับรถโดยสารประจำทาง ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาดำ) มีทัศนคติต่อบ้ายดีกว่ากลุ่มอาชีพอื่น ๆ ผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุกัท รพีพัฒน์ (2537) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง "ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ และความรู้ กับการใช้เข็มฉีดยาของผู้นับถือศาสนาในเขตกรุงเทพฯ" พบว่า ผู้นับถือศาสนาที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อเข็มฉีดยาแตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรรณา เดชาติวงศ์ ณ อยุธยา (2538) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง "ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการพัฒนาเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวตัวอย่างของชาวบ้านปราสาท ตำบลธารปราสาท อำเภอโพนสูง จังหวัดนครราชสีมา" พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการพัฒนาเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวตัวอย่าง

3.5 รายได้

ผลจากการวิจัยพบว่า ผู้ใช้รถที่มีรายได้ต่างกัน มีทัศนคติต่อบ้ายแตกต่างกัน แต่เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe แล้วไม่พบความแตกต่างระหว่างคู่การที่ผู้ใช้รถมีรายได้ต่างกัน อาจทำให้มีโอกาสในการเลือกเปิดรับสื่อได้แตกต่างกัน (ซึ่งในที่นี้รวมถึงสื่อป้ายรถบรรทุกวิทยุด้วย) จึงทำให้ผู้ใช้รถที่มีรายได้ต่างกันมีทัศนคติต่อบ้ายแตกต่างกัน ผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุมาลี ตั้งจิตต์ศิลป์ (2536) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง "พฤติกรรมการเปิดรับสื่อกับการรักษาแหล่งน้ำของประชาชนในกรุงเทพมหานคร" พบว่าประชาชนที่มีรายได้แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการรักษาคุณภาพน้ำแตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สงครามชัย สีทองดี (2536) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง "มาตรการทางกฎหมายต่อการบังคับใช้เข็มฉีดยาตามทัศนคติของผู้นับถือศาสนาในกรุงเทพมหานคร" พบว่า รายได้ของผู้นับถือศาสนาที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการบังคับใช้มาตรการทางกฎหมายในการบังคับใช้เข็มฉีดยา นอกจากนั้นแล้ว งานวิจัยในต่างประเทศที่สอดคล้องกับผลการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ งานวิจัยของ บาร์คเกอร์, ออนเยคูลูจ และเมอร์ตี (Parker, Onyekwulije and Murty, 1995) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง "การศึกษาทัศนคติของชาวอเมริกันเชื้อสายแอฟริกันต่อตำรวจท้องถิ่น" พบว่า รายได้ และสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ทำให้ทัศนคติต่อตำรวจท้องถิ่นแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ปริมาณการเปิดรับป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจรผู้ใช้รถในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อป้ายของผู้ใช้รถ ผลจากการวิจัยพบว่า

ปริมาณการเปิดรับป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจรผู้ใช้รถในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อป้ายของผู้ใช้รถ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยปริมาณการเปิดรับป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจรของผู้ใช้รถในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์เชิงลบกับทัศนคติต่อป้ายของผู้ใช้รถ แต่เป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ซึ่งตามหลักการสื่อสารแล้ว ปริมาณการเปิดรับสื่อในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ควรจะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติต่อเรื่องนั้น ๆ แต่ผลการวิจัยในครั้งนี้ไม่ได้เป็นไปตามหลักดังกล่าว ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากการที่ป้ายมีสีสันสวยงาม มีรูปภาพประกอบที่สะดุดตา และใช้ภาษาที่สะดุดใจ เมื่อป้ายถูกติดตั้งครั้งแรกจึงเป็นที่น่าสนใจของคนทั่วไป จนทำให้ผู้ใช้รถต้องชะลอรถ หรือถึงกับต้องหยุดรถเพื่ออ่านป้ายให้จบ ซึ่งผลของการรณรงค์ที่ได้กลับตรงกันข้ามคือ แทนที่ป้ายจะช่วยให้คนปฏิบัติตามกฎจราจรเพื่อทำให้สภาพการจราจรดีขึ้น กลับกลายเป็นว่าป้ายทำให้สภาพการจราจรติดขัดเหมือนเดิมหรือแย่กว่าเดิม เพราะผู้ใช้รถต้องชะลอหรือหยุดรถเพื่ออ่านป้าย นอกจากนี้แล้ว ผู้วิจัยยังมีข้อมูลที่สนับสนุนว่า เมื่อได้ทำการติดตั้งป้ายแล้ว สภาพการจราจรก็ยังไม่ดีขึ้นโดย "พาสต์โพล" ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจรในหัวข้อต่าง ๆ ได้แก่ หัวข้อที่เกี่ยวกับความคิดเห็นต่อจราจรในช่วง 4 เดือนที่ผ่านมา เหตุผลที่คิดว่าการจราจรในวันนั้นดีขึ้น และเหตุผลที่คิดว่าการจราจรในวันนั้นไม่ดีขึ้น ดังนี้

ความคิดเห็นต่อจราจรใน 4 เดือนที่ผ่านมา

ความคิดเห็น	รวม	กลุ่มผู้ใช้รถ	กลุ่มคนทำงานทั่วไป
	%	%	%
ดีขึ้น	44.3	39.3	49.3
ไม่ดีขึ้น	55.7	60.7	50.7

เหตุผลที่คิดว่าจราจรในวันนี้ดีขึ้น

เหตุผล	รวม	กลุ่มผู้ใช้รถ	กลุ่มคนทำงานทั่วไป
	%	%	%
มีการสร้างถนนเชื่อมต่อมากขึ้น	39.1	28.8	47.3
ตำรวจทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น	21.8	28.8	16.2
ใช้เวลาในการเดินทางน้อยลง	21.1	20.3	21.6
การจราจรบางจุดคล่องตัวขึ้น	16.5	20.3	13.5
ปฏิบัติตามกฎจราจรมากขึ้น/มีวินัยมากขึ้น	6.0	6.8	5.4
อื่น ๆ	3.0	0.0	5.4

(มากกว่า 1 คำตอบ)

เหตุผลที่คิดว่าจราจรในวันนี้ไม่ดีขึ้น

เหตุผล	รวม	กลุ่มผู้ใช้รถ	กลุ่มคนทำงานทั่วไป
	%	%	%
การจราจรยังติดเหมือนเดิม	93.4	92.3	94.7
การแก้ไขปัญหายังไม่ได้ผล	3.6	5.5	1.3
รถยนต์มีเพิ่มขึ้น	3.0	2.2	3.9

(มากกว่า 1 คำตอบ)

ที่มา : จากการสำรวจกลุ่มผู้ใช้รถ/กลุ่มคนทำงานทั่วไป รวมจำนวน 300 ตัวอย่าง
ณ วันที่ 2 ธันวาคม 2538 (คู่แข่งธุรกิจ, 2538)

จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า บ้ายแทบจะไม่ได้ช่วยให้คนปฏิบัติตามกฎจราจรเลย เพราะสภาพการจราจรก็ยังคงติดขัดเหมือนเดิม จากเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้ผู้ใช้รถมองว่าบ้ายแทบเป็นสิ่งที่ไร้สาระ โดยเฉพาะข้อความที่ว่า "ช่วยแก้ปัญหการจราจรได้ 10%" นั้นหมายความว่า ถ้าทุกคนปฏิบัติตามกฎจราจรครบทั้ง 10 แบบที่บ้ายแทบเร่งค์แล้ว จะสามารถแก้ปัญหการจราจรได้ 100% ซึ่งเป็นไปไม่ได้ เพราะปัญหการจราจรที่เป็นอยู่ในขณะนี้

นอกจากจะมีสาเหตุมาจากการไม่เคารพกฎจราจรของผู้ใช้รถใช้ถนนแล้ว ยังเกิดจากสาเหตุอื่น ๆ อีกมากที่ไม่เกี่ยวข้องกับเรื่องของการไม่เคารพกฎจราจร นอกจากนั้นแล้ว ผู้ใช้รถอาจจะมองว่าป้ายมีมากเกินไป ทำให้บดบังสายตาของผู้ใช้รถ และเกะกะกีดขวางการจราจรจากเหตุผลดังกล่าว จึงทำให้ปริมาณการเปิดรับป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจร มีความสัมพันธ์เชิงลบกับทัศนคติต่อป้ายของผู้ใช้รถ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ข้อความในแผ่นป้ายควรใช้ภาษาง่าย ๆ ซึ่งไม่ต้องใช้ความพยายามในการตีความมากนัก ทั้งนี้เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจความหมายของแผ่นป้ายได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว
2. ขนาดตัวอักษรบนตัวป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจรในส่วนของเหตุผลที่ให้ผู้ปฏิบัติตามกฎจราจรแบบต่าง ๆ (ซึ่งอยู่ด้านล่างของป้าย) นั้น ควรใช้ขนาดใหญ่กว่าเดิม และควรจะนำขึ้นมาไว้ข้างบนถัดจากส่วนการพาดหัว เพื่อให้ผู้ใช้รถมองเห็นได้ชัดเจนยิ่งขึ้น และสามารถอ่านข้อความได้สะดวกขึ้นในระยะที่ไกลกว่าเดิม ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้รถเข้าใจความหมายของป้ายได้ถูกต้องมากขึ้นด้วย
3. เรื่องของระเบียบวินัยนั้นเป็นสิ่งที่ต้องเริ่มฝึกหัดกันมาตั้งแต่วัยเด็ก เพราะตามหลักจิตวิทยาและพัฒนาการมนุษย์นั้น เด็กวัยเรียน (ช่วงอายุ 6-12 ปี) เป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงหลายอย่างที่แตกต่างกันไปจากวัยอนุบาล นักจิตวิทยาได้ให้ความสนใจกับเด็กวัยนี้เป็นพิเศษ และแยกเด็กวัยนี้เป็นวัยหนึ่ง ซึ่งมีลักษณะพัฒนาการด้านต่าง ๆ ที่เฉพาะตัว (โยธิน ศันสนยุท และคณะ, 2533) โดยเฉพาะพัฒนาการทางอุปนิสัยใจคอและวินัยของเด็ก ซึ่งอิทธิพลของบุคคลใกล้ชิดและสภาพแวดล้อมจะมีผลต่อบุคลิกภาพของเด็กในวัยนี้เป็นอย่างมาก และบุคลิกภาพของเด็กในวัยนี้จะเป็นพื้นฐานของพัฒนาการด้านนิสัยที่จะติดตัวเด็กไปในอนาคตจนกระทั่งเติบโตเป็นผู้ใหญ่ ดังนั้น จึงเป็นหน้าที่ของสถาบันครอบครัว (ได้แก่ บิดา มารดา หรือผู้ปกครอง) และโรงเรียนที่จะต้องอบรมสั่งสอนให้เด็กมีระเบียบวินัยโดยการเปิดโอกาสให้เด็กได้ฝึกทำ หรือฝึกปฏิบัติในกิจกรรมที่มีส่วนช่วยส่ง

เสริมให้เกิดคุณลักษณะนั้นบ่อย ๆ ควบคู่ไปกับการให้รางวัลและการลงโทษ สำหรับเรื่องวินัยจรรยา ก็เช่นเดียวกัน กระทรวงศึกษาธิการควรจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวินัยจรรยาให้กับเด็ก ๆ โดยสอดแทรกเข้าไปในหลักสูตรการศึกษาภาคบังคับทั่วประเทศ เพื่อให้เด็กได้มีโอกาสทำกิจกรรมเหล่านั้นบ่อย ๆ ซึ่งถือเป็นการปลูกฝังวินัยจรรยาให้กับเด็กโดยตรง และจะกลายเป็นนิสัยที่ดีที่ติดตัวไปในอนาคตด้วย ในขณะที่ผู้ใหญควรเป็นแบบอย่างที่ดีให้เด็กได้เห็น และเคยชินกับการปฏิบัติตามกฎระเบียบวินัยต่าง ๆ อยู่เสมอ หรืออย่างน้อยควรชี้ให้เห็นถึงความเสียหายในการที่ไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ เพื่อให้เด็กมีความคุ้นเคยกับความถูกต้อง และสามารถแยกแยะความดีและความไม่ดี ตลอดจนประโยชน์และโทษ ของการปฏิบัติหรือไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบต่าง ๆ ซึ่งรวมถึงเรื่องของวินัยจรรยาด้วย

4. ในเรื่องของการติดตั้งป้ายนั้น ควรติดตั้งป้ายแต่ละป้ายให้ห่างกันพอสมควร และการเลือกใช้ป้ายแต่ละป้ายนั้นควรเลือกป้ายที่มีความหมายให้สอดคล้องกับการทำผิดกฎจราจรในลักษณะต่าง ๆ โดยนำไปติดตั้งไว้ในจุดที่คนมักจะทำผิดกฎในลักษณะนั้นบ่อย ๆ เช่น ติดป้าย "พี่ ๆ เคยเห็นผมอะเปล่า" (รูปม้าลาย) ไว้ใกล้ ๆ กับบริเวณที่เป็นทางม้าลาย หรือติดป้าย "ลูกใครหว่า" (รูปเด็กปั่นข้ามรั้วกันถนน) ไว้ที่ได้สะพานลอย เป็นต้น ไม่ควรติดป้ายพรั้าเพื่อ เพราะนอกจากจะเป็นการบดบังสายตาของผู้ใช้รถแล้ว ยังก็คขวางทางสัญจรไปมาของผู้ใช้ถนนหรือคนเดินเท้าอีกด้วย นอกจากนั้นแล้ว เพื่อให้สอดคล้องกับโครงการรณรงค์ดังกล่าว ทางสำนักงานกรุงเทพมหานคร ควรจัดเจ้าหน้าที่มาดูแลเรื่องเครื่องหมายจราจรต่าง ๆ บนท้องถนนด้วย เช่น ถ้าเห็นว่าเครื่องหมายห้ามจอดรถขวางทางร่วมทางแยก ซึ่งเป็นตารางสีเหลืองที่อยู่บนท้องถนนมีสีเลือนไป จนทำให้ผู้ใช้รถมองเห็นได้ไม่ชัดเจน ก็ควรจัดหาคนมาทาสีใหม่ให้มองเห็นได้ชัดเจนยิ่งขึ้น รวมทั้งเครื่องหมายการจราจรอื่น ๆ ด้วยเช่นกัน ตลอดจนปรับปรุงพื้นผิวการจราจรที่ขรุขระให้เรียบเสมอกันด้วย เพื่อป้องกันมิให้เกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน ซึ่งจะนำไปสู่สภาพการจราจรที่ติดขัด

5. ตำรวจจราจรจะต้องได้รับการฝึกอบรม พัฒนา ให้ความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า โดยจัดให้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์

ในการแก้ปัญหาการจราจรของแต่ละท้องที่ เพื่อให้เป็นบทเรียนแก่ตำรวจจราจรคนอื่น ๆ ที่อาจจะเผชิญหน้ากับปัญหาได้

6. ควรใช้สื่อมวลชนอื่น ๆ เช่น วิทยุ และโทรทัศน์ ควบคู่ไปกับการรณรงค์ด้วยสื่อแผ่นป้าย ทั้งนี้เพราะสื่อมวลชนสามารถเข้าถึงผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายได้เป็นจำนวนมากในเวลาอันรวดเร็ว

7. ข้อความในแผ่นป้ายควรกล่าวถึงตัวบทกฎหมายสำหรับลงโทษผู้กระทำผิดกฎจราจรด้วย โดยใช้ภาษาง่าย ๆ เพื่อสื่อสารให้ผู้อ่านเข้าใจได้อย่างชัดเจน

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับกับทัศนคติต่อป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจรของผู้ใช้รถ แต่ไม่ได้ศึกษาถึงผลไปถึงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อป้ายกับพฤติกรรมในการปฏิบัติตามกฎจราจรของผู้ใช้รถ ดังนั้น ถ้ามีการจัดทำโครงการรณรงค์ในลักษณะนี้ขึ้นอีก ผู้ทำการวิจัยครั้งต่อไปควรทำการศึกษาวิจัยในประเด็นนี้ด้วย เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ผลิตสื่อสามารถผลิตสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการจูงใจให้คนที่เห็นป้ายมีพฤติกรรมในการปฏิบัติตามกฎจราจร

2. ขอบเขตการวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะ "ผู้ใช้รถ" ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจริง ๆ แล้วกลุ่มเป้าหมายของผู้ผลิตสื่อป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจรนั้น มีทั้งกลุ่ม "ผู้ใช้รถ" และกลุ่ม "ผู้ใช้ถนน" (คนเดินเท้า) ดังนั้น ถ้ามีการจัดทำโครงการรณรงค์ในลักษณะนี้ขึ้นอีก ผู้ทำการวิจัยครั้งต่อไปควรใช้ "ประชาชน" ในเขตกรุงเทพมหานครเป็นกลุ่มตัวอย่าง เพราะประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครส่วนหนึ่งจะเป็นผู้ใช้รถ และอีกส่วนหนึ่งจะเป็นผู้ใช้ถนน (คนเดินเท้า) ซึ่งจะทำให้ผลการวิจัยที่ได้มีใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด เพราะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครนั้น จะครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายทั้งหมดของผู้ผลิตสื่อป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจร ทั้งที่เป็นผู้ใช้รถ และผู้ใช้ถนนด้วย

3. ควรเก็บแบบสอบถามให้เสร็จภายในช่วงที่ยังมีการรณรงค์อยู่ ทั้งนี้เพราะคนส่วนใหญ่ยังคงจำความหมายของป้ายได้อยู่ ซึ่งจะทำให้ผลการวิจัยที่ได้นั้นใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด

4. น่าจะมีการศึกษาเชิงลึกในเหตุผลของการไม่ปฏิบัติตามกฎจราจรว่าเป็นเพราะเหตุใด หากฝ่าฝืนกฎจราจรทุกคน อะไรจะเกิดขึ้นได้บ้าง

5. ควรศึกษาเจาะลึกถึงแนวทาง วิธีแก้ไข หรือข้อเสนอแนะจากผู้ใช้รถว่ามีวิธีใดบ้าง ที่จะทำให้คนปฏิบัติตามกฎจราจร และควรมีมาตรการหรือบทลงโทษอย่างไรเมื่อมีผู้ฝ่าฝืนกฎจราจร



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย