

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัย ความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัย ทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัย และพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัย เมื่อจำแนกตามลักษณะทางประชากรของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาความแตกต่างของความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัย ทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัย และพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัย เมื่อจำแนกตามพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

3. เพื่อศึกษาความแตกต่างของทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัย และพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัย เมื่อจำแนกตามระดับความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

4. เพื่อศึกษาความแตกต่างของพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัย เมื่อจำแนกตามทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือ ผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย เพื่อใช้อธิบายลักษณะทางประชากร พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัย ความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัย ทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัย และพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนการทดสอบสมมติฐานนั้นใช้การหาค่าความแตกต่างโดยการทดสอบค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ในการวิเคราะห์

สรุปผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 400 คน แบ่งเป็นเพศชายร้อยละ 83.0 เพศหญิงร้อยละ 16.8 ส่วนมากมีอายุอยู่ในช่วง 26-35 ปี ร้อยละ 38.0 มีระดับการศึกษาในระดับ ป.1-ป.7 ร้อยละ 25.5 มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 61.5 มีจำนวนบุตร 1-2 คน ร้อยละ 66.6 ประกอบอาชีพรับจ้าง ร้อยละ 39.0 มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 41.5 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้ จำแนกตามประเภทของรถยนต์ที่ขับขี่ตามประกาศกรมการขนส่งทางบก เรื่องกำหนดประเภทของรถยนต์ และแบบของเข็มขัดนิรภัย โดยแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ๆ ละเท่า ๆ กัน คือ จำนวน 100 คน และพบว่า ส่วนใหญ่เคยประสบอุบัติเหตุจากการขับขี่รถยนต์ ร้อยละ 53.8 แต่ไม่ได้รับบาดเจ็บที่ส่วนใดของร่างกาย ร้อยละ 45.6

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจาก สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

ก. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสื่อมวลชน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสื่อโทรทัศน์ สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง และสื่อวิทยุมากกว่าสัปดาห์ละ 4 ครั้ง โดยมีปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนสื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสาร กลุ่มตัวอย่างไม่เคยเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยเลยเป็นส่วนใหญ่ อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างมีปริมาณการเปิดรับข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์อยู่ในระดับปานกลาง แต่สำหรับนิตยสารมีปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับต่ำ

ข. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสื่อบุคคล

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสื่อบุคคลประเภทใดเลย และพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีปริมาณการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลประเภทเพื่อน สมาชิกภายในครอบครัว เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานราชการอยู่ในระดับต่ำ ส่วนสื่อบุคคลประเภทบริษัทขายรถยนต์พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับต่ำมาก

ค. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มชัศนิรภัยจากสื่อเฉพาะกิจ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มชัศนิรภัยจากสื่อเฉพาะกิจเกือบทุกประเภทเลย คือ หนังสือคู่มือการรณรงค์การใช้เข็มชัศนิรภัยและหมวกนิรภัย แผ่นพับ สติกเกอร์ การอบรมหรือการเสวนา และงานนิทรรศการ โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีปริมาณการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือคู่มือการรณรงค์การใช้เข็มชัศนิรภัยและหมวกนิรภัย แผ่นพับ การอบรมหรือการเสวนา และงานนิทรรศการอยู่ในระดับต่ำมาก แต่สำหรับสื่อสติกเกอร์พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับต่ำ อย่างไรก็ตามพบว่า บ่อยกว่าครึ่งเป็นสื่อเฉพาะกิจเพียงประเภทเดียวเท่านั้นที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารมากกว่าสัปดาห์ละ 4 ครั้ง และมีปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนที่ 3 ความรู้เรื่องเข็มชัศนิรภัย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เรื่องเข็มชัศนิรภัยอยู่ในระดับสูง รองลงมาได้แก่ ระดับต่ำ และระดับปานกลาง

ส่วนที่ 4 ทัศนคติต่อการคาดเข็มชัศนิรภัย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติในเชิงบวกต่อการคาดเข็มชัศนิรภัย รองลงมาได้แก่ ทัศนคติเป็นกลางและทัศนคติในเชิงลบอย่างมาก อย่างไรก็ตามจากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในเชิงลบถึงเชิงลบอย่างมากต่อการคาดเข็มชัศนิรภัย เมื่อรวมแล้วมีจำนวนเพียง 10 คน จาก 400 คนเท่านั้น ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าพบผู้ขับชัศนิรภัยในกรุงเทพมหานครที่ยังมีทัศนคติไม่คิดต่อการคาดเข็มชัศนิรภัยจากการศึกษา กลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้เพียงเล็กน้อยเท่านั้น

ส่วนที่ 5 พฤติกรรมการคาดเข็มชัศนิรภัย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการคาดเข็มชัศนิรภัยเป็นประจำ รองลงมาคือ คาดบ่อยและคาดบางครั้ง ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการคาดเข็มชัศนิรภัยอยู่ในระดับสูง อย่างไรก็ตามจากการวิจัยพบว่า ยังคงมีกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยคาดเข็มชัศนิรภัยเลย และนาน ๆ คาดครั้งเป็นจำนวน 65 คน จาก 400 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 ซึ่งนับได้ว่ามีผู้ขับชัศนิรภัยในกรุงเทพมหานครที่ยังคงมีพฤติกรรมการคาดเข็มชัศนิรภัยอยู่ในระดับต่ำถึงต่ำมากจากการศึกษา กลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้เป็นจำนวนไม่น้อย

2. การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1

ผู้ขับชัรดยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยต่างกัน จากผลการวิจัยพบว่า

1. เพศ

ผู้ขับชัรดยนต์ที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสื่อมวลชนประเภทวิทยุ และสื่อบุคคล ประเภทบริษัทขายรถยนต์ต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 ส่วนสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อบุคคลประเภทเพื่อน สมาชิกภายในครอบครัว เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานราชการ และสื่อเฉพาะกิจทุกประเภทคือ หนังสือคู่มือการณรงค์การใช้เข็มขัดนิรภัยและหมวกนิรภัย แผ่นพับ สติกเกอร์ บ้ายประชาสัมพันธ์ การอบรมหรือการเสวนา และงานนิทรรศการ พบว่าผู้ขับชัรดยนต์เพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

2. อายุ

ผู้ขับชัรดยนต์ที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสื่อมวลชนประเภทวิทยุ สื่อบุคคลประเภทสมาชิกภายในครอบครัว เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานราชการ และสื่อเฉพาะกิจประเภทหนังสือคู่มือการณรงค์การใช้เข็มขัดนิรภัยและหมวกนิรภัยต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 ส่วนสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อบุคคลประเภทเพื่อน บริษัทขายรถยนต์ และสื่อเฉพาะกิจประเภท แผ่นพับ สติกเกอร์ บ้ายประชาสัมพันธ์ การอบรมหรือการเสวนา และงานนิทรรศการ พบว่า ผู้ขับชัรดยนต์ที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

3. การศึกษา

ผู้ขับชัรดยนต์ที่มีการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสื่อมวลชนทุกประเภท คือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อบุคคลประเภทสมาชิกภายในครอบครัว และสื่อเฉพาะกิจประเภทหนังสือคู่มือการณรงค์การใช้เข็มขัดนิรภัยและหมวกนิรภัย แผ่นพับ สติกเกอร์ บ้ายประชาสัมพันธ์ งานนิทรรศการต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 ส่วนสื่อบุคคลประเภทเพื่อน บริษัทขายรถยนต์ เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานราชการ และสื่อเฉพาะกิจประเภทการอบรมหรือการเสวนา พบว่า

ผู้ขับชื้อรถยนต์ที่มีการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

4. สถานภาพการสมรส

ผู้ขับชื้อรถยนต์ที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสื่อมวลชนประเภทนิตยสาร และสื่อเฉพาะกิจประเภทหนังสือคู่มือการณรงค์การใช้เข็มขัดนิรภัย และหมวกนิรภัย แผ่นพับ ป้ายประชาสัมพันธ์ และงานนิทรรศการต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 ส่วนสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ สื่อบุคคลทุกประเภท คือ เพื่อน สมาชิกภายในครอบครัว บริษัทขายรถยนต์ และเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานราชการ และสื่อเฉพาะกิจประเภทสติ๊กเกอร์ และการอบรมหรือการเสวนา พบว่า ผู้ขับชื้อรถยนต์ที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

5. จำนวนบุตร

ผู้ขับชื้อรถยนต์ที่มีจำนวนบุตรต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสื่อมวลชน และสื่อบุคคลทุกประเภท คือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เพื่อน สมาชิกภายในครอบครัว บริษัทขายรถยนต์ และเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานราชการไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 สำหรับสื่อเฉพาะกิจพบว่า ผู้ขับชื้อรถยนต์ที่มีจำนวนบุตรต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสื่อสติ๊กเกอร์ต่างกันเพียงประเภทเดียวเท่านั้น ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 ส่วนสื่อเฉพาะกิจประเภทอื่น ๆ คือ หนังสือคู่มือการณรงค์การใช้เข็มขัดนิรภัยและหมวกนิรภัย แผ่นพับ ป้ายประชาสัมพันธ์ การอบรมหรือการเสวนา และงานนิทรรศการ ไม่พบความแตกต่างระหว่างผู้ขับชื้อรถยนต์ที่มีจำนวนบุตรต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

6. อาชีพ

ผู้ขับชื้อรถยนต์ที่มีอาชีพต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสื่อมวลชนทุกประเภท คือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อบุคคลประเภทเพื่อน สมาชิกภายในครอบครัว เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานราชการ และสื่อเฉพาะกิจประเภท หนังสือคู่มือการณรงค์การใช้เข็มขัดนิรภัยและหมวกนิรภัย แผ่นพับ ป้ายประชาสัมพันธ์ การอบรมหรือการเสวนา และงานนิทรรศการต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 ส่วนสื่อบุคคลประเภทบริษัทขายรถยนต์และสื่อเฉพาะกิจประเภทสติ๊กเกอร์ พบว่าผู้ขับชื้อรถยนต์ที่มีอาชีพต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

7. รายได้

ผู้ขับขี่รถยนต์ที่มีรายได้ต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสื่อบุคคลประเภทสมาชิกภายในครอบครัวต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 ส่วนการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสื่อมวลชนทุกประเภท คือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อบุคคลประเภทเพื่อน บริษัทขายรถยนต์ เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานราชการ และสื่อเฉพาะกิจทุกประเภท คือ หนังสือคู่มือการณรงค์การใช้เข็มขัดนิรภัยและหมวกนิรภัย แผ่นพับ สติกเกอร์ ป้ายประชาสัมพันธ์ การอบรมหรือการเสวนา และงานนิทรรศการพบว่า ผู้ขับขี่รถยนต์ที่มีรายได้ต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

8. ประเภทของรถยนต์ที่ขับขี่

ผู้ขับขี่รถยนต์ที่ขับขี่รถยนต์ต่างประเภทกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร สื่อบุคคลประเภทเพื่อน สมาชิกภายในครอบครัว และสื่อเฉพาะกิจประเภทหนังสือคู่มือการณรงค์การใช้เข็มขัดนิรภัยและหมวกนิรภัย แผ่นพับ ป้ายประชาสัมพันธ์ และงานนิทรรศการต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 ส่วนสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์ สื่อบุคคลประเภทบริษัทขายรถยนต์ เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานราชการ และสื่อเฉพาะกิจประเภทสติกเกอร์ และการอบรมหรือการเสวนาพบว่า ผู้ขับขี่รถยนต์ต่างประเภทกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

9. ประสบการณ์เกี่ยวกับอุบัติเหตุรถยนต์

ผู้ขับขี่รถยนต์ที่เคยประสบอุบัติเหตุและไม่เคยประสบอุบัติเหตุจากการขับขี่รถยนต์มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนทุกประเภท คือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อบุคคลทุกประเภทคือ เพื่อน สมาชิกภายในครอบครัว บริษัทขายรถยนต์และเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานราชการ และสื่อเฉพาะกิจทุกประเภท คือ หนังสือคู่มือการณรงค์การใช้เข็มขัดนิรภัยและหมวกนิรภัย แผ่นพับ สติกเกอร์ ป้ายประชาสัมพันธ์ การอบรมหรือการเสวนา และงานนิทรรศการไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

สมมติฐานที่ 2

ผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันมีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยต่างกัน จากผลการวิจัยพบว่า

1. เพศ
ผู้ขับชัรยยนต์ที่มีเพศต่างกันมีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตาม
สมมติฐานที่ 2
2. อายุ
ผู้ขับชัรยยนต์ที่มีอายุต่างกันมีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 2
3. การศึกษา
ผู้ขับชัรยยนต์ที่มีการศึกษาต่างกันมีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตาม
สมมติฐานที่ 2
4. สถานภาพการสมรส
ผู้ขับชัรยยนต์ที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันมีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยต่างกัน ซึ่งเป็นไปตาม
สมมติฐานที่ 2
5. จำนวนบุตร
ผู้ขับชัรยยนต์ที่มีจำนวนบุตรต่างกันมีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไป
ตามสมมติฐานที่ 2
6. อาชีพ
ผู้ขับชัรยยนต์ที่มีอาชีพต่างกันมีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน
ที่ 2
7. รายได้
ผู้ขับชัรยยนต์ที่มีรายได้ต่างกันมีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตาม
สมมติฐานที่ 2
8. ประเภทของรถยนต์ที่ขับขี่
ผู้ขับชัรยยนต์ที่ขับขี่รถยนต์ต่างประเภทกันมีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยต่างกัน ซึ่งเป็นไปตาม
สมมติฐานที่ 2

9. ประสบการณ์เกี่ยวกับอุบัติเหตุรถยนต์

ผู้ขับขี่รถยนต์ที่เคยประสบอุบัติเหตุและไม่เคยประสบอุบัติเหตุจากการขับขี่รถยนต์มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 2

สมมติฐานที่ 3

ผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันมีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน จากผลการวิจัยพบว่า

1. เพศ

ผู้ขับขี่รถยนต์ที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

2. อายุ

ผู้ขับขี่รถยนต์ที่มีอายุต่างกันมีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

3. การศึกษา

ผู้ขับขี่รถยนต์ที่มีการศึกษาต่างกันมีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

4. สถานภาพการสมรส

ผู้ขับขี่รถยนต์ที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันมีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

5. จำนวนบุตร

ผู้ขับขี่รถยนต์ที่มีจำนวนบุตรต่างกันมีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

6. อาชีพ

ผู้ขับขี่รถยนต์ที่มีอาชีพต่างกันมีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

7. รายได้

ผู้ขับชื้อรถยนต์ที่มีรายได้ต่างกันมีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน ซึ่งเป็นไปตาม
สมมติฐานที่ 3

8. ประเภทของรถยนต์ที่ขับ

ผู้ขับชื้อรถยนต์ที่ขับชื้อรถยนต์ต่างประเภทกันมีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน ซึ่งเป็น
ไปตามสมมติฐานที่ 3

9. ประสบการณ์เกี่ยวกับอุบัติเหตุรถยนต์

ผู้ขับชื้อรถยนต์ที่เคยประสบอุบัติเหตุและไม่เคยประสบอุบัติเหตุจากการขับชื้อรถยนต์ มีทัศนคติ
ต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

สมมติฐานที่ 4

ผู้ขับชื้อรถยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน มีพฤติกรรมการคาดเข็มขัด
นิรภัยต่างกัน จากผลการวิจัยพบว่า

1. เพศ

ผู้ขับชื้อรถยนต์ที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตาม
สมมติฐานที่ 4

2. อายุ

ผู้ขับชื้อรถยนต์ที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตาม
สมมติฐานที่ 4

3. การศึกษา

ผู้ขับชื้อรถยนต์ที่มีการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน ซึ่งเป็นไปตาม
สมมติฐานที่ 4

4. สถานภาพการสมรส

ผู้ขับชื้อรถยนต์ที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันมีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน
ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 4

5. จำนวนบุตร
ผู้ขับชัรยอนต์ที่มีจำนวนบุตรต่างกันมีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 4
6. อาชีพ
ผู้ขับชัรยอนต์ที่มีอาชีพต่างกันมีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 4
7. รายได้
ผู้ขับชัรยอนต์ที่มีรายได้ต่างกันมีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 4
8. ประเภทของรถยนต์ที่ขับขี่
ผู้ขับชัรยอนต์ที่ขับขี่รถยนต์ต่างประเภทกันมีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 4
9. ประสบการณ์เกี่ยวกับอุบัติเหตุรถยนต์
ผู้ขับชัรยอนต์ที่เคยประสบอุบัติเหตุและไม่เคยประสบอุบัติเหตุจากการขับชัรยอนต์มีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 4

สมมติฐานที่ 5

ผู้ขับชัรยอนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยต่างกัน มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยต่างกัน

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ขับชัรยอนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลประเภทเพื่อน และสื่อเฉพาะกิจประเภทป้ายประชาสัมพันธ์ต่างกัน มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 5 ส่วนสื่อมวลชนทุกประเภทคือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร สื่อบุคคลประเภทสมาชิกภายในครอบครัว บริษัทขายรถยนต์ เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานราชการ และสื่อเฉพาะกิจประเภทหนังสือคู่มือการรณรงค์การใช้เข็มขัดนิรภัยและหมวกนิรภัย แผ่นพับ สติกเกอร์ การอบรมหรือการเสวนา และงานนิทรรศการ พบว่าผู้ขับชัรยอนต์ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยต่างกัน มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 5

สมมติฐานที่ 6

ผู้ขับซีรยอนคในกรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยต่างกัน มีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ขับซีรยอนคที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจาก สื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์และสื่อเฉพาะกิจประเภทแผ่นพับ สติกเกอร์ต่างกัน มีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 6 ส่วนสื่อมวลชนประเภทวิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร สื่อบุคคลทุกประเภทคือ เพื่อน สมาชิกภายในครอบครัว บริษัทชายรยอนค เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานราชการ และสื่อเฉพาะกิจประเภทหนังสือคู่มือการรณรงค์การใช้เข็มขัดนิรภัยและหมวกนิรภัย ป้ายประชาสัมพันธ์ การอบรมหรือการเสวนา และงานนิทรรศการพบว่า ผู้ขับซีรยอนคที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยต่างกันมีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 6

สมมติฐานที่ 7

ผู้ขับซีรยอนคในกรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยต่างกัน มีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ขับซีรยอนคที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจาก สื่อเฉพาะกิจประเภทสติกเกอร์ต่างกัน มีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 7 ส่วนสื่อมวลชนทุกประเภทคือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อบุคคลทุกประเภทคือ เพื่อน สมาชิกภายในครอบครัว บริษัทชายรยอนค เจ้าหน้าที่ของหน่วยราชการ และสื่อเฉพาะกิจประเภทหนังสือคู่มือการรณรงค์การใช้เข็มขัดนิรภัยและหมวกนิรภัย แผ่นพับ ป้ายประชาสัมพันธ์ การอบรมหรือการเสวนา และงานนิทรรศการพบว่า ผู้ขับซีรยอนคที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารต่างกัน มีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 7

สมมติฐานที่ 8

ผู้ขับซีรยอนคในกรุงเทพมหานครที่มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยต่างกัน มีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ขับซีรยอนคที่มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยต่างกัน มีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 8

สมมติฐานที่ 9

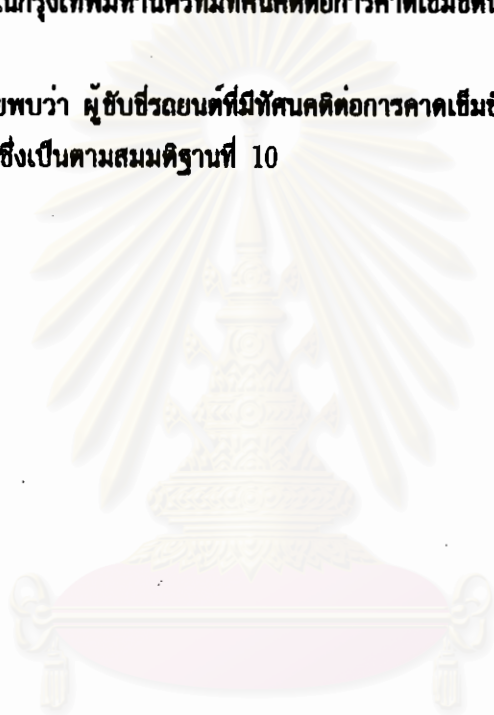
ผู้ขับซีรยอนคในกรุงเทพมหานครที่มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยต่างกัน มีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ขับชัรยอนต์ที่มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยต่างกันมีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นตามสมมติฐานที่ 9

สมมติฐานที่ 10

ผู้ขับชัรยอนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน มีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ขับชัรยอนต์ที่มีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน มีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน ซึ่งเป็นตามสมมติฐานที่ 10



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อภิปรายผล

การอภิปรายผลการวิจัยในบทที่ 5 นี้ ผู้วิจัยจะอภิปรายอย่างกระชับ โดยการรวบรวมสมมติฐาน เป็นประเด็นต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความกระชับ ดังนี้

ประเด็นที่ 1 มาจากสมมติฐานที่ 1 2 3 และ 4

ประเด็นที่ 2 มาจากสมมติฐานที่ 5 6 และ 7

สำหรับสมมติฐานที่ 8 9 และ 10 ยังคงอภิปรายแยกในแต่ละสมมติฐาน

ประเด็นที่ 1 ผู้ขับชีรยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัย ความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัย ทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัย และพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน

1. เพศ

1.1 ผู้ขับชีรยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อบุคคลประเภทเพื่อน สมาชิกภายในครอบครัว เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานราชการ และสื่อเฉพาะกิจทุกประเภทไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนสื่อมวลชนประเภทวิทยุพบว่า ผู้ขับชีรยนต์เพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยต่างกัน โดยเพศชายมีการเปิดรับข่าวสารน้อยกว่าเพศหญิง และสื่อมวลชนประเภทบริษัทขายรถยนต์พบว่า ผู้ขับชีรยนต์เพศชาย และเพศหญิงมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยต่างกัน โดยเพศหญิงมีการเปิดรับข่าวสารน้อยกว่าเพศชาย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการวิจัยดังกล่าวนี้สอดคล้องกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory) ซึ่งเดอเฟลอร์ (De Fleur, 1966) ชี้ให้เห็นว่า ผู้รับสารแต่ละคนมีความแตกต่างกันในทางจิตวิทยา เช่น ทัศนคติ ค่านิยมและความเชื่อ ทำให้ความสนใจในการเปิดรับข่าวสาร หรือตีความหมายข่าวสารจากสื่อมวลชนแตกต่างกัน ความแตกต่างนี้มีบางส่วนมาจากลักษณะแตกต่างทางชีวภาค หรือทางร่างกายของแต่ละบุคคลและความแตกต่างดังกล่าวนี้ได้กลายเป็นสภาวะเงื่อนไข (Conditioning) ที่กำหนดการรับรู้ข่าวสารจากสื่อมวลชน นอกจากนี้การที่เพศชายมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสื่อวิทยุน้อยกว่าเพศหญิง แต่กลับมีการเปิดรับข่าวสารจากบริษัทขายรถยนต์มากกว่าเพศหญิงนั้น อาจมีสาเหตุเนื่องจาก ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของสองเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงมักจะเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ (Emotional) โอนอ่อนผ่อนตาม (Submissive) เป็นแม่บ้านแม่เรือน

(Home-Oriented) มักถูกชักจูงได้ง่ายกว่าผู้ชาย ผู้หญิงมักจะโทษตัวเองเมื่อมีความผิดพลาดเกิดขึ้นในขณะที่ผู้ชายมักจะโทษคนอื่นหรืออุปสรรคอื่น ๆ แต่ไม่โทษตัวเอง (William D. Brooks, 1971 : 213-214 อ้างถึงใน ประมะ สตะเวทิน, 2538 : 114) ดังนั้นด้วยลักษณะเฉพาะทางจิตวิทยาของผู้หญิงที่มีความอ่อนไหว ถูกชักจูงได้ง่ายนี้เองเพศหญิงจึงแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสื่อวิทยุมากกว่าเพศชายเพื่อสร้างความปลอดภัยให้แก่ตนเอง หลีกเลี่ยงการบาดเจ็บหรือการสูญเสียชีวิตที่เกิดจากอุบัติเหตุรถยนต์ เพราะหากเกิดอุบัติเหตุขึ้นแล้ว โดยลักษณะธรรมชาติของเพศหญิงมักจะโทษว่าเป็นความผิดพลาดของตนเอง ส่วนการที่เพศหญิงมีการเปิดรับข่าวสารจากบริษัทขายรถยนต์น้อยกว่าเพศชายนั้น โดยรูปแบบของวัฒนธรรมไทยมักจะกำหนดบทบาทให้เพศหญิงเป็นแม่บ้านแม่เรือนดูแลกิจการงานภายในบ้าน ส่วนเพศชายจะดำรงตำแหน่งเป็นหัวหน้าครอบครัว เป็นผู้นำมีหน้าที่รับผิดชอบครอบครัว ดูแลติดต่อกิจการงานภายนอกบ้าน นอกจากนี้อาจจะเป็นเพราะโดยปกติแล้ว เพศชายมีความสนใจเรื่องเครื่องยนต์กลไกมากกว่าเพศหญิง จึงอาจมีผลทำให้เพศชายมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากบริษัทขายรถยนต์มากกว่าเพศหญิง

1.2 ผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีเพศต่างกัน มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สาเหตุที่เพศชายและเพศหญิงมีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน อาจเนื่องมาจากรูปแบบการดำรงชีวิต (Life Style) ในปัจจุบันของเพศชายและเพศหญิงมีความคล้ายคลึงกัน การเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมในสังคมไทยส่งผลให้เพศหญิงมีอัตราการใช้รถยนต์สูงขึ้น มีบทบาทในสังคมมากขึ้นโดยการออกไปทำงานหรือประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ภายนอกบ้านเช่นเดียวกับเพศชายแทนที่จะมีหน้าที่เป็นแม่บ้านเพียงอย่างเดียว เพศชายและเพศหญิงจึงมีโอกาสที่จะได้รับข้อมูล ข่าวสาร ตลอดจนการแสวงหาความรู้เกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสื่อต่าง ๆ ได้เหมือนกัน ดังนั้นผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีเพศต่างกัน จึงมีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุภัคร พิพันธ์ (2537) ที่ได้ศึกษา เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ และความรู้ กับการใช้เข็มขัดนิรภัยของผู้ขับขีรถยนต์ในเขตกรุงเทพฯ พบว่า ผู้ขับขีรถยนต์ที่มีเพศแตกต่างกันมีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน

1.3 ผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีเพศต่างกัน มีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกันซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยทั้งสองเพศนี้มีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยในเชิงบวกทั้งคู่ (ดูรายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนนในบทที่ 3) สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากการที่ผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีเพศต่างกัน มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน (ดูรายละเอียดในข้อ 1.2) จึงส่งผลให้ผู้ขับขีรถยนต์ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกันด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของพยอม วงศ์สารศรี (2526) ที่ได้กล่าวว่า ทัศนคติมิได้มีมาแต่กำเนิด แต่เป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ประสบการณ์ การเลียนแบบ ทัศนคติสามารถเปลี่ยนแปลงได้ ถ้าสภาพแวดล้อมหรือเหตุการณ์

ต่าง ๆ เปลี่ยนแปลงไปหรือได้รับข้อมูลใหม่ และสอดคล้องกับแนวความคิดของซิมบารโด และคณะ (Zimbardo, et al. 1977 : 49-53) ที่ได้กล่าวไว้ว่า การเปลี่ยนแปลงทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ คือ ถ้ามีความรู้ความเข้าใจ ทัศนคติก็จะมีการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นการที่ผู้ขับชัรดยนต์เพศชาย และเพศหญิงมีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยอยู่ในระดับเดียวกันจึงมีผลทำให้ทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของเสริมศักดิ์ วิชาลาภรณ์และคณะ (2537) เรื่องเข็มขัดนิรภัย : ความเชื่อ ทัศนคติ และการใช้ พบว่าทัศนคติที่มีต่อเข็มขัดนิรภัยระหว่างผู้ขับชัรดยนต์ส่วนบุคคล เพศชายและเพศหญิงไม่แตกต่างกัน ทั้งเพศชายและเพศหญิงต่างก็มีทัศนคติที่ดีมากต่อเข็มขัดนิรภัย

1.4 ผู้ขับชัรดยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากการที่ผู้ขับชัรดยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัย ความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัย และทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน จึงมีผลให้ผู้ขับชัรดยนต์ในกรุงเทพมหานคร เพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกันสอดคล้องกับแนวความคิดของสุรพงษ์ โสณะเสถียร (2533 : 123) ที่ได้กล่าวถึงพฤติกรรม (Practice) ไว้ว่า การกระทำหรือพฤติกรรมใด ๆ ของคนเราส่วนใหญ่เป็นการแสดงออกของบุคคล โดยมีพื้นฐานที่มาจากความรู้ และทัศนคติของบุคคล การที่บุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกันก็เนื่องจากมีความรู้และทัศนคติที่ต่างกัน ซึ่งความแตกต่างของความรู้และทัศนคติเกิดจากความแตกต่างในเรื่องการเปิดรับสื่อ และความแตกต่างกันในการแปลความหมายของสารที่ตนเองได้รับ สิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดประสบการณ์ที่ต่างกัน อันมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภัค รัตพันธ์ (2537) เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ และความรู้ กับการใช้เข็มขัดนิรภัยของผู้ขับชัรดยนต์ในเขตกรุงเทพฯ พบว่า ผู้ขับชัรดยนต์ที่มีเพศแตกต่างกันมีการใช้เข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน

2. อายุ

2.1 ผู้ขับชัรดยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อบุคคลประเภทเพื่อน บริษัทชัรดยนต์ และสื่อเฉพาะกิจประเภทแม่พิมพ์ สดิกเกอร์ ป้ายประชาสัมพันธ์ การอบรมหรือการเสวนา และงานนิทรรศการไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสื่อมวลชนประเภทวิทยุ สื่อบุคคลประเภทสมาชิกภายในครอบครัว เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานราชการ และสื่อเฉพาะกิจประเภทหนังสือคู่มือการรณรงค์การใช้เข็มขัดนิรภัยและหมวกนิรภัยพบว่า ผู้ขับชัรดยนต์ที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับ

แนวความคิดของ William D. Brooks (1971 : 211-212 อ้างถึงในประมะ สตะเวทิน, 2538 : 113) ที่ได้กล่าวถึงการวิเคราะห์มวลชนผู้รับสารตามลักษณะทางประชากรด้านอายุไว้ 3 ประการ คือ

1. อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม
2. อายุเป็นสิ่งที่กำหนดความแตกต่างในเรื่องความยากง่ายในการชักจูงใจ
3. กลุ่มคนที่มีอายุต่างกัน ลักษณะของการใช้สื่อมวลชนก็แตกต่างกัน

และสอดคล้องกับทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory) ซึ่งเดอเฟลอร์ (De Fleur, 1966) ได้กล่าวไว้ว่า บุคคลที่มีลักษณะทางสังคมอันได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ชาติพันธุ์ ศาสนา อายุ เพศ และภูมิลำเนาคล้ายกันจะแสดงพฤติกรรมการสื่อสารคล้ายคลึงกัน พฤติกรรมการสื่อสารนี้ได้แก่ การเปิดรับสื่อ ความพอใจในสื่อ และอุปนิสัยการใช้สื่อร่วมกัน

2.2 ผู้ชั้ชี่รดยนตในกรุงเทพมทานครทใมีอายุต่ากััน มีควมรู่เรอื่งเ้ช้มชั้คนรใกัยต่ากััน ซึ่งเ้ป็นไปตตามสมมตฐรานทใด้งไว้ ทังนั้หากทใจารณาค่าเดลัยของควมรู่เรอื่งเ้ช้มชั้คนรใกัยทว่ร่ากัันกลุ่มผู้ชั้ชี่รดยนตใมีอายุต่ากัันในตารางทใ 45 แล้ว จะทพบว่ผู้ชั้ชี่รดยนตใมีแนวโน้มทใจะมควมรู่เรอื่งเ้ช้มชั้คนรใกัยเ้ช้มสูงซึ่นตามระดบอายุ ซึ่งอาจมผลเนอื่งมาจาทใโดยปกตใแล้วคนวัยกัลางคน และคนสูงอายุมักจะคใคดถึงเรอื่งควมปลอดกัยในชวีตและทรพยลััน การรูกษาทพยาบาล ในขณะทใคนทุ่นสาวอาจจะสนใจในเรอื่งการศูกษาคนทใมีอายุมากมักจะเป็นคนทใยคดใอการปฏฐบตใและมควมระมดระวังมากกว่าคนทใอายุน้อย (ประมะ สตะเวทิน, 2538 : 113) ประกอบกักับการทใผู้ชั้ชี่รดยนตใมีระดบอายุต่ากัันอาจแสดงถึงประสบการณในการชั้ชี่รดยนตใต่ากััน โดยผู้ทใมีระดบอายุมากกว่าน่าจะมีประสบการณในการชั้ชี่รดยนตใน่านกว่า จึงมใโอกาสใด้รใควมรู่เรอื่งเ้ช้มชั้คนรใกัยมากกว่าผู้ทใมีระดบอายุน้อยกว่า สอดคล้อกักับแนวควมคใคของ คาร์เตอร์ วี กูต (Good, 1973 : 325) ทใได้กล่าวไว้ว่ ควมรู่เ้ป็นช้อเ้ทใจจรใง (Facts) ควมจรใง (Truth) กฎเกณฑ์และช้อมมูลต่ากั ๗ ทใมนุษย์ใด้รใ และรวรบรวมสสะสมไว้จาทมวลประสบการณใต่ากั ๗ ผลการวใจในคั้งนั้สอดคล้อกักับงานวใจของ ปกัจ ทรพทายน (2531) ทใได้ศูกษาควมรู่และการปฏฐบตในการบอื่กัันอุปถัถใกัยจาทกรจราจรของผู้ชั้ชี่รดยนตใส่วนบุคคลในกรุงเทพมทานคร ทพบว่ ควมต่ากัันในเรอื่งอายุของผู้ชั้ชี่รดยนตใส่วนบุคคลในกรุงเทพมทานคร กอ้ทใเกคควมต่ากัันในเรอื่งควมรู่ในการบอื่กัันอุปถัถใกัยจาทกรจราจรอย่างมในัยสาคัญทางสตฐตใที่ระดบ 0.001 นอกจาทในั้ยังทพบว่ ผู้ชั้ชี่รดยนตใส่วนบุคคลทใมีอายุ 40 ปีซึ่นไปเป็นกลุ่มทใมีควมรู่ในการบอื่กัันอุปถัถใกัยจาทกรจราจรใด้กัคตอื่งมากที่สุด อย่างมในัยสาคัญทางสตฐตใที่ระดบ 0.01

2.3 ผู้ชั้ชี่รดยนตในกรุงเทพมทานครทใมีอายุต่ากััน มใทใสนคคใตอการคาคเ้ช้มชั้คนรใกัยไม้ต่ากััน ซึ่งไม้เ้ป็นไปตตามสมมตฐรานทใด้งไว้ สาเหตุทใเ้ป็นเช่นนั้อาจเนอื่งมาจาทใผู้ชั้ชี่รดยนตในกรุงเทพมทานครทใมีอายุต่ากััน มใพฤติกรรมการเปิดรใบช่าวสารเ้ช้ว่กัับเ้ช้มชั้คนรใกัยจาทสื่อบุคคลประภาท

เพื่อนไม่แตกต่างกัน (ดูรายละเอียดในข้อ 2.1) จึงอาจมีผลทำให้ผู้ขับชัวยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกันมีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกันเพราะเพื่อนเป็นกลุ่มปฐมภูมิ (Primary Groups) ที่มีความใกล้ชิดและมีอิทธิพลต่อทัศนคติของบุคคลอย่างมาก สอดคล้องกับทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (The Social Relations Theory) ซึ่งเดอเฟลอร์ (De Fleur, 1966) ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างผู้รับสารกับบุคคลอื่นในสังคมในลักษณะของกลุ่มปฐมภูมิว่าเป็นความสัมพันธ์ใกล้ชิดในหมู่เพื่อนสนิท เพื่อนร่วมงานหรือในครอบครัว และวงศาคนญาติจะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารมากกว่ากลุ่มทุติยภูมิ ข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับจากสื่อมวลชนมักจะถูกรับรู้หรือตีความโดยมีอิทธิพลของกลุ่มหรือบุคคลในกลุ่มเข้ามาเกี่ยวข้องเสมอ ซึ่งเรียกว่า อิทธิพลของบุคคล (Personal Influence) สอดคล้องกับแนวความคิดของ ปรมา สตะเวทิน (2538 : 91) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ความสัมพันธ์ของบุคคลกับกลุ่มปฐมภูมิต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมต่าง ๆ รวมทั้งพฤติกรรมในการสื่อสารของคนด้วย สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ก็เพราะการมีความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องระหว่างสมาชิกของกลุ่ม ทำให้สมาชิกของกลุ่มมีประสบการณ์ร่วมกันจากการติดต่อสัมพันธ์กันเป็นประจำ ทำให้คนเรียนรู้ความคิดพื้นฐานและความเชื่อ ประสบการณ์และค่านิยมเหล่านี้ กำหนดการรับรู้ของคน ดังนั้นผู้ขับชัวยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน มีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่ต่างกันจึงน่าจะมีผลมาจากการที่ผู้ขับชัวยนต์ที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสื่อบุคคลประเภทเพื่อนไม่แตกต่างกัน

นอกจากสื่อบุคคลประเภทเพื่อนแล้ว ผลการวิจัยยังพบอีกว่า ผู้ขับชัวยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากบริษัทขายรถยนต์ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นบริษัทขายรถยนต์จึงอาจเป็นตัวแปรอีกตัวหนึ่งที่มีผลทำให้ผู้ขับชัวยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกันมีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจมีสาเหตุเนื่องมาจากบริษัทขายรถยนต์เป็นสื่อบุคคลที่นอกจากจะสามารถให้ข้อมูลข่าวสารความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยในด้านต่าง ๆ ได้แล้ว ยังเป็นหน่วยงานที่ดำเนินงานให้บริการเกี่ยวกับรถยนต์โดยเฉพาะ ซึ่งนับได้ว่าเป็นแหล่งข่าวสารที่มีความน่าเชื่อถือสูงและมีประสิทธิภาพในการที่จะช่วยส่งเสริมทัศนคติที่ดีต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยให้แก่ผู้ขับชัวยนต์ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของแคทซ์ และลาซาร์สเฟลด์ (Katz and Lazarsfeld, 1955 : 27) ที่เห็นว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลต่อการทำให้ผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติและยอมรับที่จะให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ มากที่สุด ฉะนั้นสื่อบุคคลจึงมีความสำคัญมากกว่าสื่อมวลชนในชั้นการจูงใจ

2.4 ผู้ขับชัวยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจาก การที่ผู้ขับชัวยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน (ดูรายละเอียดในข้อ 2.3) จึงอาจส่งผลให้มีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกันด้วย สอดคล้องกับแนวความคิดของ โรเจอร์ส (Rogers, 1978 : 208-209) ที่ได้กล่าวถึงทัศนคติว่าเป็นดัชนีชี้ว่าบุคคลนั้นคิด และรู้สึกอย่างไรกับ

คนรอบข้าง วัตถุและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนสถานการณ์ต่าง ๆ โดยที่คนนั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ และสอดคล้องกับแนวความคิดของนอร์แมน เอล มูน (Norman L.Munn, 1971 : 71) ที่ได้กล่าวไว้ว่าทัศนคติ คือความรู้สึกและความคิดเห็นที่บุคคลมีต่อสิ่งของ บุคคล สถานการณ์ สถาบันและข้อเสนอใด ๆ ในทางที่ยอมรับหรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมอย่างเดียวกันตลอด และสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภักดิ์ ทรัพย์พันธ์ (2537) เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ และความรู้กับการใช้เข็มขัดนิรภัยของผู้ขับขีรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า ผู้ขับขีรถยนต์ที่มีอายุแตกต่างกันมีการใช้เข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน

3. การศึกษา

3.1 ผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสื่อบุคคลประเภทเพื่อน บริษัทขายรถยนต์ เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานราชการ และสื่อเฉพาะกิจ ประเภทการอบรมหรือการเสวนาไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อบุคคลประเภทสมาชิกภายในครอบครัว และสื่อเฉพาะกิจประเภทหนังสือคู่มือการรณรงค์การใช้เข็มขัดนิรภัยและหมวกนิรภัย แผ่นพับ สติกเกอร์ ป้ายประชาสัมพันธ์ และงานนิทรรศการ พบว่า ผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับแนวความคิดของวิลเบอร์ ชรามม์ (Wilbur Schramm, 1973) ที่ได้กล่าวไว้ว่า การศึกษาและสภาพแวดล้อมเป็นองค์ประกอบที่มีบทบาทต่อการเลือกสรรของมนุษย์ ทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกรับสื่อและเนื้อหาข่าวสาร ซึ่งตรงกับแนวคิดของ Burgoon (1974 : 64) และ River, Peterson and Jensen (1971 : 288) อ้างถึงในปรมะ สตะเวทิน, 2538 : 116-117) ที่ได้กล่าวไว้ว่า คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกันจึงย่อมมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไป โดยทั่วไปแล้วคนที่มีการศึกษาสูง มักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย สอดคล้องกับงานวิจัยของ McComb and Mullins (1973) ที่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษ การใช้อีสื่อมวลชน และความสนใจทางการเมือง พบว่า การศึกษามีความสัมพันธ์โดยตรงกับการใช้อีสื่อมวลชนและการใช้อีสื่อมวลชนจะมีมากขึ้นในหมู่ผู้มีการศึกษา

3.2 ผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีการศึกษาต่างกัน มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้หากพิจารณาถึงตัวแปรทางด้านอาชีพควบคู่ไปกับตัวแปรด้านการศึกษาแล้ว จะพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้นั้นส่วนใหญ่ประกอบอาชีพขับขีรถรับจ้าง (ตารางที่ 6) ซึ่งโดยปกติแล้วผู้ที่มีอาชีพขับขีรถรับจ้างจะต้องทำหน้าที่ขับขีรถยนต์วันละหลายชั่วโมง

หรืออาจจะตลอดทั้งวัน เช่น ผู้ขับชี่รดนัยหรือผู้ขับชี่รดนัยผู้ให้บริการรับส่งผู้โดยสารตามจุดต่าง ๆ ดังนั้นผู้ที่มีอาชีพขับชี่รดนัยจึงมีโอกาสที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับลักษณะของเข็มขัดนิรภัย ประโยชน์และประสิทธิภาพการทำงานของเข็มขัดนิรภัย ตลอดจนวิธีการใช้เข็มขัดนิรภัยที่ถูกต้องได้โดยการสังเกตการทดลองใช้หรือการเก็บรวบรวมสะสมประสบการณ์ รายละเอียดต่าง ๆ ของเข็มขัดนิรภัย เนื่องจากเป็นอุปกรณ์ที่อยู่ใกล้กับตนเอง สามารถสัมผัสหรือป้อนมาคาดได้ตลอดเวลาที่ขับชี่รดนัย ตรงกับแนวความคิดของเฮียวริ วีว็อลลิ (2527 : 19-20) ที่ได้กล่าวว่า การเรียนรู้ในผู้ใหญ่เกิดขึ้นเกิดจากประสบการณ์ 3 ประการ โดยประการแรกเป็นการเรียนรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ทางธรรมชาติ (Natural Setting) คือ เรียนรู้จากสภาพธรรมชาติที่อยู่ใกล้ตัว และสอดคล้องกับแนวความคิดของ โรเจอร์ส (1978 : 208-209) ที่ได้ให้ความหมายของความรู้ไว้ว่า หมายถึง การรับรู้เบื้องต้นซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านประสบการณ์โดยการเรียนรู้จากการตอบสนองสิ่งเร้า (S-R) และจัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำ (ข้อมูล) กับสภาพทางจิตวิทยา และด้วยเหตุนี้เองระดับการศึกษาของผู้ขับชี่รดนัยในกรุงเทพมหานครจึงไม่ใช่ตัวแปรที่มีผลทำให้ผู้ขับชี่รดนัยในกรุงเทพมหานครมีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภัค รพีพันธ์ (2537) เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ และความรู้ กับการใช้เข็มขัดนิรภัยของผู้ขับชี่รดนัยในเขตกรุงเทพฯ พบว่าผู้ขับชี่รดนัยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน

3.3 ผู้ขับชี่รดนัยในกรุงเทพมหานครที่มีการศึกษาต่างกัน มีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ขับชี่รดนัยที่มีการศึกษาระดับ ป.1-ป.7 และระดับ ม.1-ม.3หรือเทียบเท่า มีทัศนคติที่ดีต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยน้อยกว่าผู้ขับชี่รดนัยที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากผู้ขับชี่รดนัยในกรุงเทพมหานครที่มีการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจต่างกัน (ดูตารางที่ 23-25) โดยผู้ขับชี่รดนัยที่มีการศึกษาระดับ ป.1-ป.7 ม.1-ม.3 หรือเทียบเท่า ม.4-ม.6 ปวช. ปกศ.ต้น หรือเทียบเท่า ล้วนแล้วแต่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยน้อยกว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรีแทบทั้งสิ้น ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าการที่ผู้ขับชี่รดนัยมีระดับการศึกษาสูงจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยสูงตามระดับการศึกษาไปด้วย และส่งผลให้มีทัศนคติที่ดีต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยมากกว่าผู้ขับชี่รดนัยที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า ซึ่งจะมีปริมาณการเปิดรับข่าวสารน้อยกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่า สอดคล้องกับแนวความคิดของโรเจอร์ส (Rogers, 1978 : 208-209) ที่ได้กล่าวถึงทัศนคติว่าเป็นมิติของการประเมินเพื่อแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่ง ๆ ซึ่งถือว่าเป็นการสื่อสารภายในบุคคลที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสาร อันจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัยของสงครามชัย สีทองดี (2536) เรื่องมาตรการทางกฎหมายต่อการบังคับใช้เข็มขัดนิรภัยตามทัศนะของผู้ขับชี่รดนัยในกรุงเทพมหานครพบว่า การศึกษามีความสัมพันธ์กับทัศนะต่อการใช้มาตรการทางกฎหมายในการบังคับใช้เข็มขัดนิรภัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สอดคล้องกับงานวิจัยของสุภัค รพีพันธ์ (2537) เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ และความรู้อื่นๆ เกี่ยวกับการใช้เข็มชัศนิรภัยของผู้ขับชัศนิรภัยในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า ผู้ขับชัศนิรภัยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีทัศนคติต่อเข็มชัศนิรภัยแตกต่างกัน

3.4 ผู้ขับชัศนิรภัยในกรุงเทพมหานครที่มีการศึกษาค่าต่างกัน มีพฤติกรรมการคาดเข็มชัศนิรภัยต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ขับชัศนิรภัยที่มีการศึกษาระดับ ป.1-ป.7 มีพฤติกรรมการคาดเข็มชัศนิรภัยน้อยกว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจสืบเนื่องมาจาก การที่ผู้ขับชัศนิรภัยที่มีการศึกษาค่าต่างกัน มีทัศนคติต่อการคาดเข็มชัศนิรภัยต่างกัน โดยผู้ขับชัศนิรภัยที่มีการศึกษาระดับ ป.1-ป.7 และ ม.1-ม.3 หรือเทียบเท่า มีทัศนคติที่ดีต่อการคาดเข็มชัศนิรภัยน้อยกว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี จึงส่งผลให้ผู้ขับชัศนิรภัยที่มีการศึกษาระดับ ป.1-ป.7 มีพฤติกรรมการคาดเข็มชัศนิรภัยน้อยกว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของอดิศักดิ์ น้อยประเสริฐ (2531 : 15) ที่ได้สรุปว่า ทัศนคติคือ ความโน้มเอียงของความคิดเห็นหรือความรู้สึกที่แสดงออกต่อสิ่งใด ๆ ที่อาจเป็นสิ่งของ บุคคล หรืออื่น ๆ ซึ่งอาจจะเป็นการยอมรับหรือไม่ยอมรับก็ได้ และทัศนคดียังมีผลให้คนเราแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมา และสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภัค รพีพันธ์ (2537) เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ และความรู้อื่นๆ เกี่ยวกับการใช้เข็มชัศนิรภัยของผู้ขับชัศนิรภัยในเขตกรุงเทพมหานครพบว่าผู้ขับชัศนิรภัยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการใช้เข็มชัศนิรภัยแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของเสริมศักดิ์ วิชาลาภรณ์และคณะ (2537) เรื่องเข็มชัศนิรภัย : ความเชื่อ ทัศนคติและการใช้พบว่า ผู้ขับชัศนิรภัยที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือสูงกว่ามีการยอมรับเข็มชัศนิรภัยในระดับมาก

4. สถานภาพการสมรส

4.1 ผู้ขับชัศนิรภัยในกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มชัศนิรภัยจากสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ สื่อบุคคลทุกประเภท และสื่อเฉพาะกิจประเภทสติ๊กเกอร์ และการอบรมหรือการเสวนาไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนสื่อมวลชนประเภทนิตยสาร และสื่อเฉพาะกิจประเภทหนังสือคู่มือการรณรงค์การใช้เข็มชัศนิรภัยและหมวกนิรภัย แผ่นพับ บัญชีประชาสัมพันธ์ และงานนิทรรศการพบว่า ผู้ขับชัศนิรภัยในกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มชัศนิรภัยต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้ขับชัศนิรภัยที่มีสถานภาพการสมรสมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มชัศนิรภัยน้อยกว่าผู้ที่มีสถานภาพโสด สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะผู้ที่มีสถานภาพการสมรสมีภาระหน้าที่ในการดูแลบุตรและครอบครัว สภาพความคิดและจิตใจจะผูกพันอยู่กับการที่จะต้องใช้เวลาส่วนที่เหลือจากการทำงาน ภายนอกบ้านมาดูแลครอบครัว และกิจการงานภายในบ้าน ส่งผลให้มีเวลาในการเปิดรับสื่อน้อยกว่าผู้ที่มี

สถานภาพโสด ซึ่งภายหลังจากการทำงานนอกบ้านแล้วอาจจะไม่มีภาระหน้าที่ในการดูแลครอบครัว ทำให้มีเวลาว่างมากกว่า อาจจะเป็นผลก่อให้เกิดความเหงา ผู้ที่มีสถานภาพโสดจึงใช้เวลาว่างที่มีอยู่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มชัศนิรภัยภัยจากสื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อคลายความเหงา สอดคล้องกับแนวความคิดของ เมอร์ริลล์ และโลเวนสไตน์ (John C. Merrill and Ralph L. Lowenstein, 1971 : 134-135 อ้างถึงใน ชวรัตน์ เอ็ดดีย์, 2527 : 170-174) ที่ได้กล่าวถึง ความเหงาซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานที่เป็นแรงผลักดันให้บุคคลเลือกเปิดรับสื่อไว้ว่า ความเหงาเป็นเหตุผลทางจิตวิทยาที่ว่า ปกติคนเราไม่ชอบที่จะอยู่ลำพัง เนื่องจากเกิดความรู้สึกสับสน วิตกกังวล หวาดกลัว และการเบียดเบียนจากสังคม จึงชอบหรือพยายามที่จะรวมกลุ่มเพื่อสังสรรค์กับผู้อื่นเท่าที่โอกาสจะอำนวยได้ เมื่อไม่สามารถที่จะติดต่อสังสรรค์กับบุคคลใดโดยตรง สิ่งที่ดีที่สุดคือ การได้อยู่กับสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร

4.2 ผู้ขับชัศนิรภัยในกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันมีความรู้เรื่องเข็มชัศนิรภัยต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

การที่ผู้ขับชัศนิรภัยที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน มีความรู้เรื่องเข็มชัศนิรภัยต่างกัน อาจมีสาเหตุเนื่องมาจากผู้ขับชัศนิรภัยที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มชัศนิรภัยจากสื่อมวลชนประเภทนิตยสาร และสื่อเฉพาะกิจประเภทหนังสือคู่มือการตรวจรถการใช้เข็มชัศนิรภัยและหมวกนิรภัย แผ่นพับ ป้ายประชาสัมพันธ์ และงานนิทรรศการต่างกัน (ตารางที่ 26 และ 28) จึงมีผลทำให้มีความรู้เกี่ยวกับเข็มชัศนิรภัยต่างกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจประเภทหนังสือคู่มือการตรวจรถการใช้เข็มชัศนิรภัยและหมวกนิรภัย และงานนิทรรศการ เพราะหนังสือคู่มือการตรวจรถการใช้เข็มชัศนิรภัยและหมวกนิรภัยได้บรรจุรายละเอียดความรู้เกี่ยวกับเข็มชัศนิรภัย รวมทั้งประมวลข้อคำถามต่าง ๆ เกี่ยวกับเข็มชัศนิรภัยไว้ด้วย เช่น ประโยชน์ของเข็มชัศนิรภัย ลักษณะของเข็มชัศนิรภัย ความผิดและบทลงโทษเกี่ยวกับกฎหมายเข็มชัศนิรภัย เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่ผู้วิจัยได้ศึกษาและนำมาตั้งคำถามในส่วนการทดสอบเพื่อวัดระดับความรู้เกี่ยวกับเข็มชัศนิรภัย ส่วนสื่อเฉพาะกิจประเภทงานนิทรรศการนั้น หากผู้ขับชัศนิรภัยเข้าร่วมชมงานก็จะได้รับความรู้เป็นอย่างมาก ภายในงานนอกจากจะมีการจัดแสดงบอร์ดนิทรรศการเกี่ยวกับเข็มชัศนิรภัย การแจกเอกสารเผยแพร่ ประเภทแผ่นพับ ซึ่งผู้เข้าร่วมชมงานสามารถนำกลับมาอ่านซ้ำเพื่อหาความรู้ได้แล้ว ยังมีการจัดกิจกรรมอื่น ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้เรื่องเข็มชัศนิรภัยอีกมากมาย จากเหตุผลดังกล่าว สถานภาพการสมรสที่แตกต่างกัน จึงเป็นตัวแปรที่มีผลทำให้ผู้ขับชัศนิรภัยในกรุงเทพมหานครมีความรู้เรื่องเข็มชัศนิรภัยต่างกัน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ปกิจ พรหมายน (2531) เรื่อง ความรู้และการปฏิบัติตนในการป้องกันอุบัติเหตุจากการจราจรของผู้ขับชัศนิรภัยส่วนบุคคลในกรุงเทพมหานคร พบว่า ความแตกต่างกันในด้านสถานภาพสมรสของผู้ขับชัศนิรภัยส่วนบุคคลในกรุงเทพมหานคร ก่อให้เกิดความแตกต่างในเรื่องความรู้ในการป้องกันอุบัติเหตุจากการจราจรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4.3 ผู้ขับชัรดยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน มีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้ขับชัรดยนต์ที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันล้วนแล้วแต่มีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยในเชิงบวกทั้งสิ้น (ดูเกณฑ์การให้คะแนนในบทที่ 3) ทั้งนี้อาจมีสาเหตุเนื่องจากผู้ขับชัรดยนต์ที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยผ่านสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และสื่อบุคคลทุกประเภทไม่แตกต่างกัน ถึงแม้ว่าผู้ขับชัรดยนต์จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจแตกต่างกัน โดยเฉพาะสื่อหนังสือคู่มือการณรงค์การใช้เข็มขัดนิรภัยและหมวกนิรภัย และสื่องานนิทรรศการที่สามารถให้รายละเอียดความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยได้เป็นอย่างดี และยังคงอาจส่งผลให้ผู้ขับชัรดยนต์ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อทั้งสองประเภทนี้ต่างกันมีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยต่างกัน

อย่างไรก็ตาม การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์อาจมีเนื้อหาเพียงพอให้ผู้ขับชัรดยนต์เกิดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับประโยชน์ของการคาดเข็มขัดนิรภัยได้เช่นกัน ดังนั้นการที่ผู้ขับชัรดยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันได้รับทราบข่าวสารเกี่ยวกับประโยชน์ของเข็มขัดนิรภัย ประสิทธิภาพและการทำงานของเข็มขัดนิรภัยจากสื่อมวลชนไม่แตกต่างกันจึงอาจมีผลทำให้ผู้ขับชัรดยนต์ที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน มีความรู้ ความเข้าใจถึงประโยชน์ของการคาดเข็มขัดนิรภัยเหมือนกัน นอกจากนี้การที่ผู้ขับชัรดยนต์ที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลทุกประเภทคือ เพื่อน สมาชิกภายในครอบครัว ซึ่งเป็นกลุ่มบุคคลที่มีความใกล้ชิดกับผู้ขับชัรดยนต์มีลักษณะความสัมพันธ์ทางสังคมเป็นแบบกลุ่มปฐมภูมิที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อ และทัศนคติของผู้ขับชัรดยนต์ และมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลประเภทวิชาชีพชาวยรยนต์ และเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานราชการซึ่งเป็นแหล่งสารที่มีความน่าเชื่อถือสูงที่สามารถช่วยสร้างทัศนคติที่ดีต่อการคาดเข็มขัดนิรภัย จึงอาจมีผลทำให้ผู้ขับชัรดยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน มีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับแนวความคิดของประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520 : 64-65) ที่ได้กล่าวไว้ว่าทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้จากแหล่งต่าง ๆ และแหล่งสำคัญ 2 ใน 4 แหล่งที่ทำให้คนเกิดทัศนคติก็คือ การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น ๆ (Communication from Others) จะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ จากผู้อื่นได้ และความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทัศนคติหลายอย่างของบุคคลเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น ครอบครัว หรือหน่วยงาน ซึ่งในที่นี้ก็คือ สมาชิกภายในครอบครัว เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานราชการ พนักงานของบริษัทชาวยรยนต์

4.4 ผู้ขับชัรดยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน มีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากการที่ผู้ขับชัรดยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน มีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน

(ดูรายละเอียดในข้อ 4.3) จึงอาจส่งผลให้ผู้ขับชัรดยนต์ที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันมีพฤติกรรมการ คาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกันด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของอดิศักดิ์ น้อยประเสริฐ (2531 : 15) ที่ได้สรุปว่าทัศนคติ คือ ความโน้มเอียงของความคิดเห็นหรือความรู้สึกที่แสดงออกต่อสิ่งใด ๆ ที่อาจเป็นสิ่ง ของ บุคคลหรืออื่น ๆ ซึ่งอาจจะเป็นการยอมรับหรือไม่ยอมรับก็ได้ และทัศนคดียังมีผลให้คนเราแสดง พฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมา

5. จำนวนบุตร

5.1 ผู้ขับชัรดยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีจำนวนบุตรต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจประเภทหนังสือคู่มือการรณรงค์การใช้เข็มขัด นิรภัยและหมวกนิรภัย แผ่นพับ ป้ายประชาสัมพันธ์ การอบรมหรือการเสวนา และงานนิทรรศการ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนสื่อเฉพาะกิจประเภทสติ๊กเกอร์ พบว่า ผู้ขับชัรดยนต์ ในกรุงเทพมหานครที่มีจำนวนบุตรต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยต่างกัน ซึ่งเป็น ไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

จากผลการวิจัยที่พบว่า ผู้ขับชัรดยนต์ที่มีจำนวนบุตรต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ สติ๊กเกอร์ต่างกัน สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากโดยแท้จริงแล้ว ผู้ขับชัรดยนต์ไม่ใช่ผู้ที่มีความสนใจหรือเป็น ผู้ที่เลือกเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสื่อสติ๊กเกอร์โดยตรง แต่เป็นการเปิดรับโดยผ่านอิทธิพลของ บุตรอีกที ทั้งนี้เพราะรูปแบบของสติ๊กเกอร์เกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยที่ภาครัฐบาลและหน่วยงานเอกชนจัดทำขึ้นนี้ มีสีสันสวยงาม สะดุดตา พร้อมทั้งมีคำขวัญที่สั้น กระชับ ง่ายต่อการจดจำ โดยการผลิตบางชุดใช้รูปการ์ตูน รูปเด็กเล็กเป็นผู้ขับชัรดยนต์คาดเข็มขัดนิรภัย ทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารเตือนให้ผู้รับสารคาดเข็มขัดนิรภัย ซึ่งโดย ลักษณะธรรมชาติ เด็กมักจะให้ความสนใจรูปการ์ตูน และสติ๊กเกอร์อยู่แล้ว ประกอบกับการที่รูปการ์ตูนหรือ รูปเด็กเล็กที่ทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารในสติ๊กเกอร์มีความคล้ายคลึงกันกับผู้รับสาร คือบุตรของผู้ขับชัรดยนต์ จึงอาจมีผลทำให้บุตรของผู้ขับชัรดยนต์มีความสนใจที่จะเปิดรับข่าวสารจากสื่อสติ๊กเกอร์ และการที่บุตรของ ผู้ขับชัรดยนต์ซึ่งเป็นสมาชิกภายในครอบครัวมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับผู้ขับชัรดยนต์แบบกลุ่มปฐมภูมิ (Primary Groups) มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อสติ๊กเกอร์นี้ ก็อาจจะมีอิทธิพลส่งผลทำให้ผู้ขับชัรดยนต์มีการ เปิดรับข่าวสารจากสื่อสติ๊กเกอร์ตามไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ ปรมะ สตะเวทิน (2538 :91) ที่ได้กล่าวว่าความสัมพันธ์ของบุคคลกับกลุ่มปฐมภูมิมิอิทธิพลต่อทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมต่าง ๆ รวมทั้งพฤติกรรมในการสื่อสารของคนด้วย

5.2 ผู้ขับชัรดยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีจำนวนบุตรต่างกัน มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัย ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจสืบเนื่องมาจากการที่ผู้ขับชัรดยนต์ใน

กรุงเทพมหานครที่มีจำนวนบุตรต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มชัศนิรภัยจากสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจไม่แตกต่างกัน (ตารางที่ 29-31) ถึงแม้ว่าผลการวิจัยจะพบว่าผู้ขับชัศนิรภัยใน กรุงเทพมหานครที่มีจำนวนบุตรต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อสติกเกอร์ต่างก็ตาม (ดูรายละเอียดในข้อ 5.1) แต่โดยลักษณะธรรมชาติของสื่อสติกเกอร์แล้วเป็นสื่อที่มีขนาดเล็ก ไม่สามารถบรรจุเนื้อหาหรือเสนอรายละเอียดเกี่ยวกับความรู้เรื่องเข็มชัศนิรภัยได้มาก และคำพูดที่ปรากฏบนสื่อสติกเกอร์จะต้องเป็นคำพูดที่สั้น ๆ ดังนั้นจึงไม่ก่อให้เกิดความรู้เรื่องเข็มชัศนิรภัยที่แตกต่างกันระหว่างผู้ขับชัศนิรภัยที่มีจำนวนบุตรต่างกัน

5.3 ผู้ขับชัศนิรภัยในกรุงเทพมหานครที่มีจำนวนบุตรต่างกัน มีทัศนคติต่อการคาดเข็มชัศนิรภัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นผลเนื่องมาจากการที่ผู้ขับชัศนิรภัยในกรุงเทพมหานครที่มีจำนวนบุตรต่างกัน อาจจะมี ความห่วงใยในตัวบุตรในฐานะเป็นบิดามารดา คล้ายคลึงกัน นั่นคือไม่ว่าจำนวนบุตรจะมีมากหรือน้อย ก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อการคาดเข็มชัศนิรภัย นอกจากนี้ผู้เป็นบิดามารดาเหล่านี้มีความรู้เรื่องเข็มชัศนิรภัยไม่แตกต่างกัน (ดูรายละเอียดในข้อ 5.2) จึงส่งผลให้มีทัศนคติต่อการคาดเข็มชัศนิรภัยไม่แตกต่างกันด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของซิมบาร์โดและคณะ (Zimbardo et al, 1977 : 49-53) ที่ได้กล่าวไว้ว่า การเปลี่ยนแปลงทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ ถ้ามีความรู้ความเข้าใจทัศนคติก็จะเปลี่ยนแปลง

5.4 ผู้ขับชัศนิรภัยในกรุงเทพมหานครที่มีจำนวนบุตรต่างกัน มีพฤติกรรมการคาดเข็มชัศนิรภัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากการที่ผู้ขับชัศนิรภัยในกรุงเทพมหานครที่มีจำนวนบุตรต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มชัศนิรภัยจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจทุกประเภท ยกเว้นสื่อสติกเกอร์เท่านั้นไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่า ผู้ขับชัศนิรภัยที่มีจำนวนบุตรต่างกันมีความรู้เรื่องเข็มชัศนิรภัยและทัศนคติต่อการคาดเข็มชัศนิรภัยไม่แตกต่างกัน จึงอาจส่งผลให้มีพฤติกรรมการคาดเข็มชัศนิรภัยไม่แตกต่างกัน

6. อาชีพ

6.1 ผู้ขับชัศนิรภัยในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มชัศนิรภัยจากสื่อบุคคลประเภทบริษัทขายรถยนต์ และสื่อเฉพาะกิจประเภทสติกเกอร์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนสื่อมวลชนทุกประเภทคือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อบุคคล ประเภทเพื่อน สมาชิกภายในครอบครัว เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานราชการ และสื่อเฉพาะกิจประเภทหนังสือคู่มือการรณรงค์การใช้เข็มชัศนิรภัยและหมวกนิรภัย แผ่นพับ ป้ายประชาสัมพันธ์ การอบรมหรือ

การเสวนา งานนิทรรศการพบว่า ผู้ขับชีรยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ที่มีอาชีพขับรถรับจ้างมีการเปิดรับข่าวสารจากโทรทัศน์น้อยกว่านักเรียน/นิสิต/นักศึกษา และพนักงานบริษัทเอกชน ผู้ที่มีอาชีพขับรถรับจ้างมีการเปิดรับข่าวสารจากวิทยุน้อยกว่านักเรียน/นิสิต/นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชนและพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ ผู้ที่มีอาชีพค้าขายมีการเปิดรับข่าวสารจากนิตยสารน้อยกว่าพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ ผู้ที่มีอาชีพขับรถรับจ้างมีการเปิดรับข่าวสารจากนิตยสาร สมาชิกภายในครอบครัว หนังสือคู่มือการรณรงค์การใช้เข็มขัดนิรภัยและหมวกนิรภัย และป้ายประชาสัมพันธ์น้อยกว่านักเรียน/นิสิต/นักศึกษา และพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ และพบว่าผู้ที่มีอาชีพขับรถรับจ้างมีการเปิดรับข่าวสารจากงานนิทรรศการน้อยกว่าพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากโดยลักษณะเฉพาะทางอาชีพของผู้ที่มีอาชีพขับรถรับจ้างจะไม่ค่อยมีเวลาดูโทรทัศน์ ฟังวิทยุ อ่านนิตยสาร หรือเข้าร่วมชมงานนิทรรศการเท่ากับผู้ขับชีรยนต์กลุ่มอาชีพอื่น ๆ อยู่แล้ว ซึ่งผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory) ซึ่งเดอเฟลอร์ (De Fleur, 1966) ได้กล่าวไว้ว่า บุคคลที่มีลักษณะทางสังคมอันได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ชาติพันธุ์ ศาสนา อายุ เพศ และภูมิสำเนาคล้ายกัน จะแสดงพฤติกรรมการสื่อสารคล้ายคลึงกัน

6.2 ผู้ขับชีรยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกัน มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการที่ผู้ขับชีรยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจต่างกัน (ตารางที่ 32-34) นอกจากนี้ ยังอาจมีสาเหตุเนื่องมาจากลักษณะความสนใจที่แตกต่างกันของผู้ขับชีรยนต์ในแต่ละอาชีพ ซึ่งส่งผลให้ผู้ขับชีรยนต์แสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยในระดับมากน้อยแตกต่างกัน จึงมีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยต่างกัน สอดคล้องกับแนวความคิดของ เจอร์ซิด (Jersild 1947 : 575) ที่ได้อธิบายไว้ว่า บุคคลที่ประกอบอาชีพแตกต่างกัน มักจะมีความเชื่อ แนวความคิดที่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภัค ทรัพย์พันธ์ (2537) เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ และความรู้ กับการใช้เข็มขัดนิรภัยของผู้ขับชีรยนต์ในเขตกรุงเทพฯ พบว่าผู้ขับชีรยนต์ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยแตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของปกิจ พรหมายน (2531) เรื่อง ความรู้และการปฏิบัติตนในการป้องกันอุบัติเหตุจากการจรรยาของผู้ขับชีรยนต์ส่วนบุคคลในกรุงเทพมหานคร พบว่าความแตกต่างในเรื่องของการประกอบอาชีพของผู้ขับชีรยนต์ส่วนบุคคลในกรุงเทพมหานครก่อให้เกิดความแตกต่างกันในเรื่องความรู้ในการป้องกันอุบัติเหตุจากการจรรยาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

6.3 ผู้ขับชีรยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกัน มีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ที่มีอาชีพขับรถรับจ้าง มีทัศนคติที่ต่อการคาด

เข็มขัดนิรภัยน้อยกว่านักเรียน/นิสิต/นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจมีผลเนื่องมาจากการที่ผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยต่างกัน โดยผู้ที่มีอาชีพขับรถรับจ้างมีปริมาณการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจน้อยกว่านักเรียน/นิสิต/นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชนและพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ (ดูรายละเอียดในข้อที่ 6.1) จึงอาจมีผลทำให้ผู้ขับขี่รถยนต์ที่มีอาชีพขับรถรับจ้างมีทัศนคติที่ต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยน้อยกว่านักเรียน/นิสิต/นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชนและพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของโรเจอร์ส (Rogers, 1978 : 208-209) ที่ได้กล่าวถึงทัศนคติว่าเป็นมิติของการประเมิน เพื่อแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่ง ๆ ซึ่งถือว่าเป็นการสื่อสารภายในบุคคลที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสาร อันจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไปและสอดคล้องกับแนวความคิดของพยอม วงศ์สารศรี (2526) ที่ได้กล่าวว่า ทัศนคติมิได้มีมาแต่กำเนิด แต่เป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ประสบการณ์ การเลียนแบบ ทัศนคติเป็นสภาพทางจิตใจที่มีอิทธิพลต่อการคิด กระตุ้นให้เกิดการกระทำ ทัศนคติสามารถเปลี่ยนแปลงได้ ถ้าสภาพแวดล้อมหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ เปลี่ยนแปลงไป หรือได้รับข้อมูลใหม่

นอกจากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นแล้ว การที่ผู้ขับขี่รถยนต์ที่มีอาชีพขับรถรับจ้างต้องขับรถอยู่เป็นประจำตลอดทั้งวัน ประกอบการจราจรที่แออัดติดขัดในกรุงเทพมหานคร เมื่อคาดเข็มขัดนิรภัยไปนาน ๆ ก็อาจจะเกิดความรู้สึกอึดอัด เคลื่อนไหวไม่สะดวก จึงมีทัศนคติที่ต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยน้อยกว่านักเรียน/นิสิต/นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน และพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ ที่ไม่ได้ใช้เวลาอยู่ในรถนานเท่ากับผู้ที่มีอาชีพขับรถรับจ้าง ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของสุภัค รพีพันธ์ (2537) เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ และความรู้ กับการใช้เข็มขัดนิรภัยของผู้ขับขี่รถยนต์ในเขตกรุงเทพฯ พบว่าผู้ขับขี่รถยนต์ที่มีอาชีพแตกต่างกันมีทัศนคติต่อเข็มขัดนิรภัยแตกต่างกัน

6.4 ผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกัน มีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ขับขี่รถยนต์ที่มีอาชีพขับรถรับจ้าง มีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยน้อยกว่าพนักงานบริษัทเอกชน สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากการที่ผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัย มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัย และมีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน โดยผู้ขับขี่รถยนต์ที่มีอาชีพขับรถรับจ้างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสื่อโทรทัศน์ และวิทยุ และมีทัศนคติที่ต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยน้อยกว่าพนักงานบริษัทเอกชน (ดูรายละเอียดในข้อ 6.1 และ 6.3) ดังนั้นจึงอาจมีผลทำให้ผู้ขับขี่รถยนต์ที่มีอาชีพขับรถรับจ้าง มีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยน้อยกว่าพนักงานบริษัทเอกชนด้วย

นอกจากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นนี้แล้ว ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของผู้ขับขี่รถยนต์ก็อาจเป็นตัวแปรหนึ่งที่ส่งผลให้ผู้ขับขี่รถยนต์ที่มีอาชีพขับรถรับจ้างมีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยน้อยกว่าพนักงาน

บริษัทเอกชน ทั้งนี้หากพิจารณาตารางที่ 91 จะพบว่าผู้ขับชัวยนต์ที่มีอาชีพรับจ้างส่วนใหญ่ มีการศึกษาระดับ ป.1-ป.7 แต่พนักงานบริษัทเอกชนส่วนใหญ่ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่าผู้ขับชัวยนต์ที่มีการศึกษาระดับ ป.1-ป.7 มีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยน้อยกว่าผู้ขับชัวยนต์ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ดูรายละเอียดในข้อ 3.4) ดังนั้นจึงส่งผลให้ผู้ขับชัวยนต์ที่มีอาชีพรับจ้างมีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยน้อยกว่าพนักงานบริษัทเอกชนไปด้วย นอกจากนี้การที่พนักงานบริษัทเอกชนมีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยมากกว่าผู้ที่มีอาชีพรับจ้างนั้น อาจเป็นเพราะบางบริษัทได้มีการรณรงค์ให้พนักงานคาดเข็มขัดนิรภัย โดยการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประโยชน์ของการคาดเข็มขัดนิรภัยภายในบริษัท หรือโดยการแจ้งความจำนงขอรับเอกสารเผยแพร่เกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงมหาดไทย เพื่อนำไปแจกจ่ายให้แก่พนักงานภายในบริษัทของตน ผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของสุภัค รพีพันธ์ (2537) เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ และความรู้กับการใช้เข็มขัดนิรภัยของผู้ขับชัวยนต์ในเขตกรุงเทพฯ พบว่า ผู้ขับชัวยนต์ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการใช้เข็มขัดนิรภัยแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของวิลาสิณี วงศ์ประเสริฐ (2529) เรื่องการยอมรับการใช้หมวกนิรภัยของผู้ขับชัวยนต์จักรยานยนต์ในกรุงเทพมหานคร พบว่าอาชีพมีความสัมพันธ์กับการยอมรับการใช้หมวกนิรภัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของปกิจ พรหมายน (2531) เรื่องความรู้ และการปฏิบัติตนในการป้องกันอุบัติเหตุจากการจราจรของผู้ขับชัวยนต์ส่วนบุคคลในกรุงเทพมหานคร พบว่า อาชีพก่อให้เกิดความแตกต่างกันในเรื่องการปฏิบัติตนในการป้องกันอุบัติเหตุจากการจราจรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

7. รายได้

7.1 ผู้ขับชัวยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสื่อมวลชนทุกประเภท คือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อบุคคลประเภทเพื่อน บริษัทชัวยนต์ เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานราชการ และสื่อเฉพาะกิจทุกประเภท คือ หนังสือคู่มือการรณรงค์การใช้เข็มขัดนิรภัยและหมวกนิรภัย แผ่นพับ สติกเกอร์ บ้ายประชาสัมพันธ์ การอบรมหรือการเสวนางานนิทรรศการไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนสื่อบุคคลประเภทสมาชิกภายในครอบครัวพบว่า ผู้ขับชัวยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

จากผลการวิจัยที่พบว่า ผู้ขับชัวยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสมาชิกภายในครอบครัวต่างกันนี้ หากพิจารณาจำนวนค่าเฉลี่ยของปริมาณการเปิดรับข่าวสารแล้วจะพบว่า เพิ่มสูงขึ้นตามระดับรายได้ต่อเดือนของผู้ขับชัวยนต์แต่ละกลุ่ม (ตารางที่ 36) ทั้งนี้อาจมีสาเหตุเนื่องมาจากการที่ผู้ขับชัวยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสมาชิกภายในครอบครัวต่างกัน โดยผู้ที่มีการศึกษาต่ำกว่าจะเปิดรับข่าวสารน้อยกว่าผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่า คือ ผู้ที่มีการศึกษาระดับ ป.1-ป.7 และ ม.4-ม.6 ปวช. ปกศ.ต้นหรือเทียบเท่า มีการเปิดรับข่าวสารจากสมาชิกภายในครอบครัวน้อยกว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของยุบล เปญจรงค์กิจ (2534 : 71) ที่ได้กล่าวถึง ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับการศึกษาไว้ว่า รายได้นั้นเป็นตัวแปรที่มีบทบาทใกล้เคียงกันกับตัวแปรด้านการศึกษา เนื่องจากเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ระหว่างกันสูงมาก โดยเฉพาะแล้วคนที่มีการศึกษาสูงมักจะมีรายได้สูงตามไปด้วยและมักไม่ค่อยพบคนที่มีการศึกษาสูงที่มีรายได้ต่ำ ส่วนคนที่มีการศึกษาน้อยนั้นส่วนใหญ่มักมีรายได้น้อยถึงปานกลางไม่ค่อยมีรายได้สูง ดังนั้นตัวแปรทั้งสองนี้ จึงมักถูกมองรวม ๆ กันไปว่าเป็นฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมย่อมไม่เป็นที่น่าแปลกใจเมื่อการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผู้รับสารและฐานะทางเศรษฐกิจหรือรายได้ จะปรากฏผลเช่นเดียวกันกับตัวแปรการศึกษาของผู้รับสาร

จากแนวความคิดนี้เอง อาจกล่าวได้ว่าการที่ผู้ขับซีรยนต์ในกรุงเทพมหานครมีระดับการศึกษาสูงต่ำแตกต่างกัน เป็นผลให้ผู้ขับซีรยนต์มีระดับรายได้มากน้อยต่างกัน และการที่ผู้ขับซีรยนต์ที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสมาชิกภายในครอบครัวต่างกัน จึงส่งผลให้ผู้ขับซีรยนต์ที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสมาชิกภายในครอบครัวต่างกันไปด้วย

7.2 ผู้ขับซีรยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่างกัน มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยไม่ต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากการที่ผู้ขับซีรยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจทุกประเภท ยกเว้นสื่อบุคคลประเภทสมาชิกภายในครอบครัวไม่แตกต่างกัน (ตารางที่ 35-37) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนประเภทวิทยุ ซึ่งโดยปกติจะมีติดตั้งภายในรถยนต์ทุกคันอยู่แล้ว ผู้ขับซีรยนต์ในกรุงเทพมหานครจึงสามารถเปิดรับทั้งข่าวสารความรู้เกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยได้เหมือนกัน ดังนั้นระดับรายได้ที่แตกต่างกัน จึงไม่ใช่ตัวแปรที่มีผลทำให้ความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยของผู้ขับซีรยนต์ในกรุงเทพมหานครต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภัค รัตพันธ์ (2537) เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ และความรู้ กับการใช้เข็มขัดนิรภัยของผู้ขับซีรยนต์ในเขตกรุงเทพฯ พบว่าผู้ขับซีรยนต์ที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน

7.3 ผู้ขับซีรยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่างกันมีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากการที่ผู้ขับซีรยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสมาชิกภายในครอบครัวต่างกัน ดังนั้นความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสมาชิกภายในครอบครัว

ซึ่งเป็นบุคคลที่มีความผูกพันใกล้ชิด เป็นกลุ่มปรุมภูมิที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติของผู้ขับชัรยยนต์ จึงอาจส่งผลให้ ผู้ขับชัรยยนต์ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน สอดคล้องกับแนวความคิด ของประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520 : 64-65) ที่ได้กล่าวถึงทัศนคติไว้ว่า เป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้จากแหล่ง ต่าง ๆ และแหล่งสำคัญแหล่งหนึ่งที่ทำให้คนเกิดทัศนคติก็คือความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ที่ทัศนคติหลายอย่างของบุคคลเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน ซึ่งในที่นี้สมาชิกภายใน ครอบครัวก็คือ สถาบันครอบครัว การที่ผู้ขับชัรยยนต์มีการติดต่อกับสมาชิกภายในครอบครัวมากนักน้อย แดกต่างกัน จึงส่งผลทำให้มีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน

7.4 ผู้ขับชัรยยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่างกัน มีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัย ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจาก กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาใน ครั้งนี้คือ ผู้ขับชัรยยนต์ในกรุงเทพมหานคร 4 ประเภท ซึ่งภายในตัวรถมีเข็มขัดนิรภัยติดตั้งอยู่ด้วย ดังนั้น ไม่ว่าผู้ขับชัรยยนต์จะมีรายได้ต่อเดือนมากหรือน้อยแตกต่างกันอย่างไร ก็จะต้องมีเข็มขัดนิรภัยติดตั้งอยู่ภายใน รถยนต์ของตนเอง โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายหรือยุ่งยากในการจัดหาอุปกรณ์เข็มขัดนิรภัยมาติดตั้ง จึงทำให้ ผู้ขับชัรยยนต์มีความพร้อมเท่ากันในการใช้เข็มขัดนิรภัย ซึ่งอาจเป็นสาเหตุที่ส่งผลให้ผู้ขับชัรยยนต์ในกรุงเทพ มหานครที่มีรายได้ต่างกัน มีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับแนวความคิดของ ครอนบาช (Cronbach อ้างถึงใน ปกิจ พรหมยาน, 2531 : 29-30) ที่ได้อธิบายถึงพฤติกรรมของบุคคล เกิดขึ้นเพราะองค์ประกอบประการหนึ่งคือ ความพร้อม (Readiness) หมายถึง ระดับวุฒิ ภาวะหรือความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ คนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้หมด ทุกอย่าง ความต้องการบางอย่างอยู่นอกเหนือความสามารถของเขา และบางคนแม้รายได้สูงหรือต่ำอาจจะมี ตัวแปรอื่นที่เรียกว่า Situational Factors มาทำให้ไม่เกิดพฤติกรรม เช่น ความอึดอัด เสื้อผ้าคับ ฯลฯ (Zimbardo and Leippe, 1991 : 188)

8. ประเภทของรถยนต์ที่ขับชัรย

8.1 ผู้ขับชัรยยนต์ในกรุงเทพมหานครที่ขับชัรยยนต์ต่างประเภทกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับ ข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์ สื่อบุคคลประเภทบริษัทขายรถยนต์ เจ้าหน้าทีของหน่วยงานราชการ และสื่อเฉพาะกิจประเภทสติกเกอร์และการอบรมหรือการเสวนา ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร สื่อบุคคล ประเภทเพื่อน สมาชิกภายในครอบครัว และสื่อเฉพาะกิจประเภทหนังสือคู่มือการตรวจรถการใช้เข็มขัดนิรภัย และหมวกนิรภัย แผ่นพับ ป้ายประชาสัมพันธ์ งานนิทรรศการพบว่า ผู้ขับชัรยยนต์ในกรุงเทพมหานครที่ขับชัรย ยนต์ต่างประเภทกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

ที่ตั้งไว้ นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ขับซึรดแท็กซี่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากโทรทัศน์ นิตยสาร และหนังสือคู่มือการตรวจรถการใช้เข็มขัดนิรภัยและหมวกนิรภัยน้อยกว่าผู้ขับซึรดแท็กซี่ ผู้ขับซึรดแท็กซี่ รดกระบะ บรรทุก และรด์แท็กซี่มีการเปิดรับข่าวสารจากวิทยุ สมาชิกภายในครอบครัว บ้ายประชาสัมพันธ์ น้อยกว่าผู้ขับซึรดแท็กซี่ ผู้ขับซึรดกระบะบรรทุกมีการเปิดรับข่าวสารจากเพื่อนน้อยกว่าผู้ขับซึรดแท็กซี่ และพบว่าผู้ขับซึรดแท็กซี่มีการเปิดรับข่าวสารจากแผ่นพับน้อยกว่าผู้ขับซึรดแท็กซี่ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจสืบเนื่องมาจากระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของผู้ขับซึรดยนต์แต่ละประเภท จากผลการวิจัยจะเห็นได้อย่างชัดเจนว่า ผู้ขับซึรดแท็กซี่มีปริมาณการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจมากกว่าผู้ขับซึรดแท็กซี่ รดกระบะบรรทุก และรด์แท็กซี่ ทั้งนี้หากพิจารณาจากระดับการศึกษาของผู้ขับซึรดยนต์แต่ละประเภทจากตารางที่ 92 แล้วจะพบว่า ผู้ขับซึรดแท็กซี่ส่วนมากมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ผู้ขับซึรดกระบะบรรทุก รดแท็กซี่ และรด์แท็กซี่ ส่วนมากมีการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีทั้งสิ้น ดังนั้นระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของผู้ขับซึรดยนต์แต่ละประเภทอาจส่งผลให้ผู้ขับซึรดยนต์ในกรุงเทพมหานครที่ขับซึรดยนต์ต่างประเภทกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยต่างกันตามไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ McComb and Mullins (1973) ที่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษา การใช้สื่อมวลชน และความสนใจทางการเมือง พบว่าการศึกษามีความสัมพันธ์โดยตรงกับการใช้สื่อมวลชนและการใช้สื่อมวลชนจะมีมากขึ้นในหมู่ผู้มีการศึกษา

8.2 ผู้ขับซึรดยนต์ในกรุงเทพมหานครที่ขับซึรดยนต์ต่างประเภทกัน มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยต่างกันซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มผู้ขับซึรดแท็กซี่มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยน้อยกว่ากลุ่มผู้ขับซึรดแท็กซี่ ทั้งนี้อาจมีสาเหตุเนื่องมาจากผู้ขับซึรดแท็กซี่ในกรุงเทพมหานครที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลมาได้เป็นผู้ที่ประกอบอาชีพขับรด์รับจ้างเป็นส่วนใหญ่ แต่หากประกอบอาชีพอื่น ๆ คือพนักงานบริษัทเอกชน พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ หรือลูกจ้างประจำ ก็จะมีอยู่ในตำแหน่งพนักงานขับรด์ ซึ่งโดยลักษณะของอาชีพ และตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบ ผู้ขับซึรดแท็กซี่จะต้องขับซึรดยนต์อยู่เป็นประจำมากกว่าผู้ขับซึรดแท็กซี่ ซึ่งส่วนใหญ่มักจะทำงานอยู่ในสำนักงานตลอดทั้งวันและเนื่องด้วยลักษณะเฉพาะของอาชีพ และหน้าที่ความรับผิดชอบของผู้ขับซึรดแท็กซี่เอง จึงส่งผลให้ผู้ขับซึรดแท็กซี่มีโอกาสสังเกต สัมผัสใกล้ชิดกับเข็มขัดนิรภัย เรียนรู้ตลอดจนเก็บรวบรวมสะสมประสบการณ์รายละเอียดต่าง ๆ ของเข็มขัดนิรภัยได้มากกว่าผู้ขับซึรดแท็กซี่ ดังนั้นผู้ขับซึรดแท็กซี่จึงมีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยน้อยกว่าผู้ขับซึรดแท็กซี่ ถึงแม้ว่าผลการวิจัยในเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจะพบว่า ผู้ขับซึรดแท็กซี่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสื่อวิทยุมากกว่าผู้ขับซึรดแท็กซี่ (ตารางที่ 38) ก็ตาม ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ ปกิจ พรหมายน (2531) ที่ได้กล่าวสรุปถึงความหมายของความรู้ไว้ว่าหมายถึง ข้อเท็จจริง กฎเกณฑ์ และรายละเอียดต่าง ๆ ที่มนุษย์ได้รับ รวมทั้งสิ่งที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ สิ่งของ และบุคคล ซึ่งได้จากการสังเกต ประสบการณ์หรือการค้นคว้าการรับรู้สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ต้องอาศัยเวลาและมนุษย์ได้มีการเก็บรวบรวมสะสมไว้

8.3 ผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานครที่ขับขีรยนต์ต่างประเภทกัน มีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ขับขีรนต์ รถมอเตอร์ไซด์ และรถแท็กซี่ มีทัศนคติที่คิดต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยน้อยกว่าผู้ขับขีรนต์แท็กซี่ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากการที่ผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานครที่ขับขีรยนต์ต่างประเภทกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยต่างกัน โดยผู้ขับขีรนต์ รถมอเตอร์ไซด์ และรถแท็กซี่มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจน้อยกว่าผู้ขับขีรนต์แท็กซี่ (ดูรายละเอียดในข้อ 8.1) จึงอาจส่งผลให้ผู้ขับขีรนต์ รถมอเตอร์ไซด์ และรถแท็กซี่ มีทัศนคติที่คิดต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยน้อยกว่าผู้ขับขีรนต์แท็กซี่ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติของโรเจอร์ส (Rogers, 1978 : 208-209) และแนวความคิดของพยอม วงศ์สารศรี (2526) ที่ว่าทัศนคติมิได้มีมาแต่กำเนิด แต่มาจากการประสบการณ์การเรียนรู้และการเลียนแบบ

8.4 ผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานครที่ขับขีรยนต์ต่างประเภทกัน มีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ขับขีรนต์มีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยน้อยกว่าผู้ขับขีรนต์แท็กซี่ รถมอเตอร์ไซด์ และรถแท็กซี่ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากการแรกคือ ช่วงเวลาที่ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลอยู่ระหว่างเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม พ.ศ.2539 และกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ขับขีรนต์ที่เก็บรวบรวมข้อมูลได้อาจเป็นรถที่จดทะเบียนไว้ก่อนวันที่ 7 ตุลาคม พ.ศ. 2538 ทั้งนี้ตามมาตรา 123 วรรค 2 แห่งพระราชบัญญัติจราจรทางบก พ.ศ.2522 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติจราจรทางบก (ฉบับที่ 5) พ.ศ.2538 ได้ระบุนวารถยนต์ที่จดทะเบียนก่อนวันที่ 7 ตุลาคม พ.ศ.2538 ผู้ขับขีรนต์และผู้โดยสารที่นั่งตอนหน้าแถวเดียวกับผู้ขับได้รับการยกเว้นให้เริ่มปฏิบัติตามกฎหมายนี้ตั้งแต่วันที่ 7 ตุลาคม พ.ศ.2540 เป็นต้นไป (ดูรายละเอียดในภาคผนวก) ประการที่สอง อาจเนื่องมาจากปัจจุบันเจ้าหน้าที่ตำรวจยังไม่ได้ให้ความใส่ใจเข้มงวดกวดขันต่อพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยของผู้ขับขีรนต์มากเท่ากับผู้ขับขีรนต์อีก 3 ประเภท โดยเฉพาะอย่างยิ่งเท่าที่ปรากฏจากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ขับขีรนต์มีความคิดเห็นว่าเจ้าหน้าที่ตำรวจมักจะเข้มงวดกวดขันเกี่ยวกับการคาดเข็มขัดนิรภัยต่อผู้ขับขีรนต์ประเภทรถแท็กซี่ และรถแท็กซี่ และประการที่สาม อาจมีสาเหตุเนื่องมาจาก ผู้ขับขีรนต์มีค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยน้อยกว่าผู้ขับขีรนต์แท็กซี่ รถมอเตอร์ไซด์ และรถแท็กซี่ (ดูรายละเอียดในตารางที่ 60) และด้วยสาเหตุทั้งสามประการดังที่ได้กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น จึงอาจส่งผลให้ผู้ขับขีรนต์มีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยน้อยกว่าผู้ขับขีรนต์แท็กซี่ รถมอเตอร์ไซด์ และรถแท็กซี่

อย่างไรก็ตามผลการวิจัยนี้ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ น.พ.วิชัย เอกพลากรและคณะ (2539) ที่ได้ทำการศึกษาอัตราการคาดเข็มขัดนิรภัยของผู้ขับขีรนต์ใน 4 จังหวัด โดยการสำรวจครั้งที่ 1 เดือนเมษายน 2539 และครั้งที่ 2 เดือนกรกฎาคม พ.ศ.2539 พบว่า ผู้ขับขีรนต์ประเภทที่มีการคาดเข็มขัดนิรภัยมากที่สุดคือ รถแท็กซี่ โดยในการสำรวจครั้งที่ 1 และครั้งที่ 2 เท่ากับร้อยละ 88.0 และ 47.1

ตามลำดับ รองลงมาคือ รดแก่ง ร้อยละ 53.5 และ 40.6 ตามลำดับ รดกระบะคัดแปลง ร้อยละ 32.0 และ 22.1 ตามลำดับ รดตู้ ร้อยละ 31.4 และ 23.3 ตามลำดับ และรดกระบะ ร้อยละ 26.5 และ 22.1 ตามลำดับ ความไม่สอดคล้องนี้อาจเนื่องมาจาก วิธีการที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง และขอบเขตของการวิจัยแตกต่างกัน

9. ประสบการณ์เกี่ยวกับอุบัติเหตุรถยนต์

9.1 ผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครที่เคยประสบอุบัติเหตุและไม่เคยประสบอุบัติเหตุ จากการขับขี่รถยนต์มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจทุกประเภทไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และไม่สอดคล้องกับแนวความคิดของ วิลเบอร์ ชรามม์ (Wilbur Schramm, 1973) ที่ได้กล่าวถึงองค์ประกอบที่มีบทบาทสำคัญต่อการเลือกสรรของมนุษย์ไว้ว่า ประสบการณ์ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน ภูมิหลังที่แตกต่างกันทำให้บุคคลมีความสนใจต่างกัน แต่การที่ผู้ขับขี่รถยนต์ทั้งที่เคยประสบอุบัติเหตุและไม่เคยประสบอุบัติเหตุจากการขับขี่รถยนต์มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกันนั้นอาจมีสาเหตุเนื่องมาจากข้อจำกัดของการวัด โดยแบบสอบถามในส่วนของข้อมูลเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับอุบัติเหตุรถยนต์นั้น ผู้วิจัยได้ตั้งคำถามไว้เพียง 2 ประเด็น คือ ผู้ขับขี่รถยนต์เคยหรือไม่เคยประสบอุบัติเหตุจากการขับขี่รถยนต์เท่านั้น แต่ไม่ได้มีการวัดจำนวนครั้งที่ประสบอุบัติเหตุ ระยะเวลาที่ประสบอุบัติเหตุ ช่วงเวลาที่ประสบอุบัติเหตุ กับระยะเวลาที่เปิดรับข่าวสารและช่วงเวลาที่เปิดรับข่าวสาร ดังนั้นจึงไม่สามารถทราบความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์เกี่ยวกับอุบัติเหตุรถยนต์ และพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของผู้ขับขี่รถยนต์ได้ว่าประสบการณ์เกี่ยวกับอุบัติเหตุรถยนต์ที่เกิดขึ้นนั้น เกิดขึ้นมาก่อน เกิดขึ้นภายหลัง หรือเกิดขึ้นมาพร้อม ๆ กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และด้วยข้อจำกัดเกี่ยวกับเงื่อนไขของเวลานี้เอง จึงอาจมีผลให้ผู้ขับขี่รถยนต์ที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับอุบัติเหตุรถยนต์ต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้สาเหตุอีกประการหนึ่งอาจเนื่องมาจากการรณรงค์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยแก่ผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครยังมีไม่มากพอและไม่ทั่วถึง ทั้งนี้หากพิจารณาค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยในตารางที่ 11-13 แล้วจะพบว่าผู้ขับขี่รถยนต์มีปริมาณการเปิดรับข่าวสารจากโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และป้ายประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนสื่ออื่น ๆ พบว่าผู้ขับขี่รถยนต์มีปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับต่ำจนถึงต่ำมาก นอกจากนี้หากพิจารณาความคิดเห็นของผู้ขับขี่รถยนต์เกี่ยวกับปริมาณการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยผ่านสื่อต่าง ๆ ในตารางที่ 87 แล้วจะพบว่าผู้ขับขี่รถยนต์ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ปริมาณการนำเสนอข่าวสารอยู่ในระดับปานกลางมีจำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 อย่างไรก็ตามยังมีผู้ขับขี่รถยนต์ที่มีความคิดเห็นว่าปริมาณการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยมีอยู่ในระดับน้อยเป็นจำนวนถึง 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 ดังนั้นด้วยเหตุที่ข้อมูลเรื่องเข็มขัดนิรภัยมีน้อย

และการรณรงค์ยังไม่เพียงพอทั่วถึงนี้อาจเป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ผู้ขับชัรดยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับอุบัติเหตุรถยนต์ต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน

9.2 ผู้ขับชัรดยนต์ในกรุงเทพมหานครที่เคยประสบอุบัติเหตุและไม่เคยประสบอุบัติเหตุจากการขับชัรดยนต์ มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้ขับชัรดยนต์ในกรุงเทพมหานครที่เคยประสบอุบัติเหตุจากการขับชัรดยนต์มีความรู้ร้นน้อยกว่าผู้ขับชัรดยนต์ที่ไม่เคยประสบอุบัติเหตุจากการขับชัรดยนต์ ผลการวิจัยในครั้งนี้ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภัค รพีพันธ์ (2537) เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ และความรู้ กับการใช้เข็มขัดนิรภัยของผู้ขับชัรดยนต์ในเขตกรุงเทพฯ ซึ่งพบว่าผู้ขับชัรดยนต์ที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับอุบัติเหตุแตกต่างกัน มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากผู้ขับชัรดยนต์ที่ไม่เคยประสบอุบัติเหตุรถยนต์มีจิตสำนึกของความปลอดภัยที่ระมัดระวังตัวและตระหนักถึงความปลอดภัยของการคาดเข็มขัดนิรภัยมากกว่าผู้ขับชัรดยนต์ที่เคยประสบอุบัติเหตุ จึงได้พยายามแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสื่อต่าง ๆ เพื่อนำความรู้มาใช้ในการป้องกันตนเองให้พ้นจากการบาดเจ็บหรือการเสียชีวิต เมื่อเกิดอุบัติเหตุรถยนต์ขึ้น ดังนั้นจึงมีผลให้ผู้ขับชัรดยนต์ที่ไม่เคยประสบอุบัติเหตุจากการขับชัรดยนต์มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยมากกว่าผู้ขับชัรดยนต์ที่เคยประสบอุบัติเหตุ

9.3 ผู้ขับชัรดยนต์ในกรุงเทพมหานครที่เคยประสบอุบัติเหตุและไม่เคยประสบอุบัติเหตุจากการขับชัรดยนต์ มีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้สอดคล้องกับงานวิจัยของสุภัค รพีพันธ์ (2537) เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ และความรู้ กับการใช้เข็มขัดนิรภัยของผู้ขับชัรดยนต์ในเขตกรุงเทพฯ พบว่าผู้ขับชัรดยนต์ที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับอุบัติเหตุแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตามผลการวิจัยในครั้งนี้ไม่สอดคล้องกับแนวความคิดของ ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520 : 64-65) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้จากแหล่งต่าง ๆ และแหล่งสำคัญแหล่งหนึ่งที่ทำให้คนเกิดทัศนคติก็คือ ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experiences) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นตามทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน จากผลการวิจัยที่พบว่าผู้ขับชัรดยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับอุบัติเหตุรถยนต์ต่างกัน มีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน อาจมีสาเหตุเนื่องมาจากการที่ผู้ขับชัรดยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับอุบัติเหตุรถยนต์ต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจทุกประเภทไม่แตกต่างกัน (ดูรายละเอียดในข้อ 9.1) จึงมีผลทำให้ผู้ขับชัรดยนต์มีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกันด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติของโรเจอร์ส (Rogers, 1978 : 208-209) และแนวความคิดของ พยอม วงศ์สารศรี (2526) เกี่ยวกับประสบการณ์การเรียนรู้และการเลียนแบบ จะส่งผลต่อการก่อตัวของทัศนคติ

9.4 ผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานครที่เคยประสบอุบัติเหตุและไม่เคยประสบอุบัติเหตุจากการขับขีรยนต์ มีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากการที่ผู้ขับขีรยนต์ที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับอุบัติเหตุรถยนต์ต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจทุกประเภท และมีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน จึงอาจส่งผลให้มีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกันด้วย นอกจากนี้อาจมีสาเหตุเนื่องจากคนไทยส่วนใหญ่ยังขาดจิตสำนึกของความปลอดภัย ชอบความสะดวกสบาย การคาดเข็มขัดนิรภัยอาจทำให้ผู้ขับขีรยนต์รู้สึกอึดอัด เกะกะ และอาจเห็นว่าสภาพการจราจรที่แออัด คัดขัดอย่างในกรุงเทพมหานครไม่จำเป็นต้องคาดเข็มขัดนิรภัยก็ได้ และสาเหตุประการสุดท้ายอาจเนื่องมาจากการรณรงค์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแก้ไขความลังเลสงสัย หรือทัศนคติในเชิงลบต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยยังมีไม่เพียงพอ และต่อเนื่อง ทั้งนี้หากพิจารณาทัศนคติของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยในตารางที่ 84 ข้อ 10 ที่ว่าเมื่อรถเกิดไฟไหม้หรือแล่นตกลงไปในน้ำ เข็มขัดนิรภัยอาจรัดตัวผู้คาดไว้ ทำให้ไม่สามารถออกมาจากรถได้ จะพบว่าผู้ขับขีรยนต์ส่วนมากมีจำนวนถึง 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 มีทัศนคติเห็นด้วย รองลงมาคือไม่แน่ใจมีจำนวนถึง 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 ดังนั้นไม่ว่าผู้ขับขีรยนต์ที่เคยประสบอุบัติเหตุจากการขับขีรยนต์หรือไม่ จึงยังอาจมีความไม่มั่นใจในคุณสมบัติของเข็มขัดนิรภัยเหมือนกัน ประกอบกับการขาดจิตสำนึกของความปลอดภัย จึงมีผลทำให้ผู้ขับขีรยนต์ที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับอุบัติเหตุรถยนต์ต่างกัน มีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของสุภักดิ์ รพีพันธ์ (2537) เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ และความรู้ กับการใช้เข็มขัดนิรภัยของผู้ขับขีรยนต์ในเขตกรุงเทพฯ พบว่า ผู้ขับขีรยนต์ที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับอุบัติเหตุแตกต่างกัน มีการใช้เข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน

ประเด็นที่ 2 ผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยต่างกัน มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัย ทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัย และพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน

1. ผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนทุกประเภทต่างกัน มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัย ทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัย และพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน ยกเว้นสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ พบว่าผู้ขับขีรยนต์ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารต่างกัน มีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจสามารถอธิบายได้จากแนวความคิดของ ซิมบารโดและไลเพ (Zimbardo and Leippe, 1991) ที่กล่าวถึงอิทธิพล

ของการเสนอข่าวสารบ้อย ๆ ครั้งไวโนทฤษฎีเกี่ยวกับ Familiarity ว่าการที่สารนั้น ๆ มีการเสนอเนื้อหาผ่านสื่อต่าง ๆ ซ้ำกันบ่อย ๆ จะทำให้เกิดความคุ้นเคยกับข่าวสาร อันจะก่อให้เกิดความสนใจ ความเข้าใจ และการยอมรับ ซึ่งนับว่าเป็นขั้นตอนสำคัญในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติไปตามเนื้อหาที่นำเสนอ นั้น ๆ

แนวความคิดดังกล่าวนี้สามารถอธิบายผลสรุปงานวิจัยได้ว่า เนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับเข็มชัตนิริภัยที่เผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์เป็นไปอย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอและเพียงพอ ทั้งนี้หากพิจารณาความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มชัตนิริภัยจากสื่อประเภทต่าง ๆ ในตารางที่ 11-13 แล้ว จะพบว่าผู้ขับชัตนิริยนต์มีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์สูงที่สุดคือ 2.90 ดังนั้นจึงเป็นไปได้ว่าเมื่อมีการเผยแพร่ข่าวสารบ่อยครั้งซ้ำ ๆ กัน จึงมีผลทำให้ผู้ขับชัตนิริยนต์เกิดความสนใจ มีความเข้าใจเกี่ยวกับประโยชน์ของการคาดเข็มชัตนิริภัยซึ่งนับว่าเป็นขั้นตอนสำคัญในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติในที่สุด และด้วยเหตุนี้เองผู้ขับชัตนิริยนต์ที่มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ต่างกัน จึงมีทัศนคติต่อการคาดเข็มชัตนิริภัยต่างกัน

อย่างไรก็ตามหากพิจารณาค่าเฉลี่ยความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากตารางที่ 74 แล้ว จะพบว่าผู้ขับชัตนิริยนต์ที่เปิดรับข่าวสารสัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง มีค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อการคาดเข็มชัตนิริภัยสูงที่สุด แต่ผู้ขับชัตนิริยนต์ที่เปิดรับข่าวสารมากกว่าสัปดาห์ละ 4 ครั้ง กลับมีค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อการคาดเข็มชัตนิริภัยน้อยที่สุด ทั้งนี้อาจมีสาเหตุเนื่องมาจากประการแรก ผู้ขับชัตนิริยนต์มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออื่น ๆ อีก และประการที่สองคือ แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยยังไม่ครอบคลุมประสบการณ์ที่แท้จริงของผู้ขับชัตนิริยนต์

ส่วนการที่ผู้ขับชัตนิริยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มชัตนิริภัยจากสื่อมวลชนต่างกัน มีความรู้เรื่องเข็มชัตนิริภัยไม่แตกต่างกันอาจเนื่องมาจาก ประการแรกคือ คุณลักษณะของสื่อมวลชนซึ่ง เสถียร เขยประทับ (ม.ป.ป. : 18) ได้กล่าวถึงข้อสารที่เป็นสื่อมวลชนว่า สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก ๆ ได้ในเวลาอันรวดเร็ว และสามารถให้ความรู้และข่าวสารได้ดี ประการที่สองคือ สื่อมวลชนสามารถเข้าถึงผู้รับสารจำนวนมากได้ในเวลาเดียวกัน เนื้อหาของสารที่ถูกบรรจุในสื่อมวลชนเพื่อไปสู่ผู้รับสาร จึงเป็นเนื้อหาเดียวกันไม่ว่าผู้รับสารจะเป็นใคร อยู่ที่ใด (Bruce H. Westly and Malcolm L. MacLean, Jr., 1957 และ Everette M. Rogers with Lynne Svenning, 1969 อ้างถึงใน ปรมะ สตะเวทิน, 2539 : 69-72) และประการที่สามคือ ลักษณะเนื้อหาของข่าวสารเกี่ยวกับเข็มชัตนิริภัยที่นำเสนอผ่านสื่อมวลชนในทุกประเภท ไม่ซับซ้อนหรือยุ่งยากต่อการเข้าใจ ดังนั้นถึงแม้ว่าผู้ขับชัตนิริยนต์จะมีปริมาณการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มชัตนิริภัยในระดับมากน้อยแตกต่างกัน แต่เนื้อหาที่ได้รับเป็นเนื้อหาความรู้เกี่ยวกับเข็มชัตนิริภัยแบบเดียวกันหมด ประกอบกับลักษณะของเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับเข็มชัตนิริภัยที่เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนมีรายละเอียดที่ง่ายต่อการเข้าใจ ไม่ซับซ้อน ยุ่งยากและเป็นเนื้อหาที่นำเสนอเกี่ยวกับการสร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของผู้ขับชัตนิริยนต์เอง ซึ่งโดยธรรมชาติของมนุษย์ เอ.เอช. มาสโลว์ (A.H. Maslow, 1954 อ้างถึงใน อรวรรณ พิรันชนโอภาส, 2537 : 141) ได้กล่าวไว้ว่ามีความต้องการขั้นพื้นฐานที่เป็นสัญชาตญาณประการหนึ่งคือ ความต้องการด้านความมั่นคงปลอดภัย

(Safety Needs) ได้แก่ การมีสุขภาพดี ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ เหตุการณ์ซึ่งคุกคามก่อนอันตรายเป็นสิ่ง ที่มนุษย์หลีกเลี่ยง ปัจจัยเหล่านี้อาจโน้มน้าวใจให้ผู้ขับชัลดยนต์มีความสนใจที่จะรับรู้ และจดจำข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัย ซึ่งอาจมีผลให้ผู้ขับชัลดยนต์มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน และส่งผลให้ผู้ขับชัลดยนต์ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนต่างกัน มีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน ตามไปด้วย

2. ผู้ขับชัลดยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสื่อบุคคลทุกประเภทต่างมีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัย ทักษะคิดต่อการคาดเข็มขัดนิรภัย และพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน ยกเว้นสื่อบุคคลประเภทเพื่อน พบว่าผู้ขับชัลดยนต์ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารต่างกัน มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ขับชัลดยนต์ที่มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากเพื่อนนานกว่าเดือนละครั้งมีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยน้อยกว่าผู้ที่มีการเปิดรับข่าวสารสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจสืบเนื่องมาจากระดับอายุของกลุ่มตัวอย่างที่เก็บรวบรวมข้อมูลมาได้ ทั้งนี้หากพิจารณาในตารางที่ 2 จะพบว่า ผู้ขับชัลดยนต์ที่ศึกษาในครั้งนี้นั้นส่วนมากมีอายุอยู่ในช่วง 26-35 ปี จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 36-45 ปี จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 ช่วงอายุ 16-25 ปี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ผู้ที่อยู่ในช่วงอายุดังกล่าวนี้ ล้วนแล้วแต่เป็นวัยทำงานหรือนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ที่จะต้องใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่ในสำนักงาน สถานศึกษา ซึ่งจะต้องมีการพบปะพูดคุยติดต่อสื่อสาร ตลอดจนแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างเพื่อนร่วมงานหรือเพื่อนร่วมชั้นเรียนอยู่ตลอดเวลา และยิ่งผู้ขับชัลดยนต์มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยระหว่างเพื่อนด้วยกันมากขึ้นเท่าใด ก็ยิ่งส่งผลให้ผู้ขับชัลดยนต์มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยมากขึ้นตามไปด้วย สอดคล้องกับแนวความคิดของ ชาร์ล เค อัทกิน (Charles K. Atkin, 1973 : 208) ที่ได้กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากยิ่งมีหูตากว้างไกล มีความรู้ ความเข้าใจสภาพแวดล้อมและเป็นคนที่ทันสมัยทันเหตุการณ์มากกว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับการศึกษาของคาสติโล (Castillo, 1979) ที่ได้สรุปผลงานของผู้ที่ศึกษาเกี่ยวกับช่องทางการติดต่อสื่อสารและแหล่งความรู้ทางการเกษตรที่เกษตรกรได้รับว่า แหล่งข่าวที่เป็นตัวบุคคลที่สำคัญที่สุดได้แก่ เพื่อนบ้าน

ส่วนการที่ผู้ขับชัลดยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสื่อบุคคลต่างกัน มีทักษะคิดต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกันนั้น อาจขึ้นอยู่กับองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารซึ่งเป็นตัวกำหนดประสิทธิภาพผลของการสื่อสาร และก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ องค์ประกอบหนึ่งก็คือ ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร ปรัชญาทางการสื่อสารได้สรุปออกมาในทำนองคล้ายคลึงกันว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการคือ ความสามารถหรือความเป็นผู้ชำนาญ (Competence of Expertness) และความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) (อรวรรณ ปิณันโหวาท, 2537 : 84) จากแนวความคิดนี้เอง สื่อบุคคลประเภทเพื่อนและสมาชิกภายในครอบครัวจึงเป็นแหล่งสารที่มี

ความสัมพันธ์ใกล้ชิด คุณเคยเป็นกลุ่มสังคมแบบกลุ่มปฐมภูมิ ส่วนสื่อบุคคลประเภทบริษัทขายรถยนต์และเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานราชการ นับได้ว่าเป็นผู้ส่งสารที่มีความสามารถหรือเป็นผู้ชำนาญงาน เพราะเรื่องเข็มขัดนิรภัยนี้เกี่ยวกับภารกิจการทำงานที่ผู้ส่งสารเกี่ยวข้องอยู่โดยตรง ดังนั้นความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยของผู้ขับรถยนต์ จึงไม่มีผลทำให้ผู้ขับรถยนต์มีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน และส่งผลให้ผู้ขับรถยนต์ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลต่างกัน มีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกันตามไปด้วย

3. ผู้ขับรถยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสื่อเฉพาะกิจต่างกัน มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัย ทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัย และพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน จากผลการวิจัยพบว่า ..

3.1 ผู้ขับรถยนต์ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือคู่มือการตรวจรถการใช้เข็มขัดนิรภัยและหมวกนิรภัย การอบรมหรือการเสวนา และงานนิทรรศการต่างกัน มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัย ทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัย และพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.2 ผู้ขับรถยนต์ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากป้ายประชาสัมพันธ์ต่างกัน มีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัย และพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน แต่มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยต่างกัน ซึ่งเป็นตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากสื่อป้ายประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยมักจะถูกติดตั้งอยู่ตามสี่แยกจุดต่าง ๆ บนท้องถนนทั่วไปหรือบนทางด่วน ซึ่งผู้ขับรถยนต์สามารถพบเจอได้อยู่เสมอขณะขับรถยนต์ผ่านและป้ายประชาสัมพันธ์ยังสามารถให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายการบังคับใช้เข็มขัดนิรภัย ผู้ที่อยู่ในเกณฑ์การบังคับคาดเข็มขัดนิรภัย กำหนดระยะเวลาการบังคับใช้กฎหมายเข็มขัดนิรภัยที่สั้น กระชับ โดยผู้ขับรถยนต์สามารถอ่านได้อย่างรวดเร็วและจดจำได้ง่ายขณะรถติดหรือขับรถผ่าน ดังเช่นความคิดเห็นของผู้ขับรถยนต์ในตารางที่ 89 ข้อ 4 ซึ่งเห็นว่าน่าจะนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยผ่านสื่อป้ายโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ตามท้องถนนและข้างรถประจำทางมากที่สุดเพราะเห็นได้ง่าย เห็นชัด ง่าย เข้าใจง่าย สามารถเห็นได้บ่อย ๆ ทุกครั้งที่ขับรถผ่านเป็นการย้ำเตือนผู้ขับรถยนต์ ใช้งบประมาณค่าได้ประโยชน์มาก และด้วยเหตุนี้เองการที่ผู้ขับรถยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสื่อเฉพาะกิจประเภทป้ายประชาสัมพันธ์ต่างกัน จึงมีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยต่างกัน สอดคล้องกับแนวความคิดของอาดัมส์ (Adams, 1971) ที่ได้กล่าวถึงความสำคัญของสื่อเฉพาะกิจไว้ว่า สื่อเฉพาะกิจจัดว่ามีความสำคัญต่อการเผยแพร่ข่าวสารและข่าวสารข้อมูล เพราะสื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่จัดทำขึ้นเพื่อกิจกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดโดยเฉพาะ การใช้สื่อเฉพาะกิจเป็นการให้ความรู้และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะอย่าง โดยมีกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) ที่กำหนดไว้นั่นเอง

3.3 ผู้ขับขีรยยนต์ที่มีพฤติกรรมกาเบรรับข่าวสารเกี่ยวกับเขมชัคนรภยจากแผ่นพับ และสติกเกอร์ต่างกั น มีความรู้เรอองเขมชัคนรภยไมแตกต่างกั น แต่มัทัศนคตต่อการคาคเขมชัคนรภยต่างกั น ซึงเป็ นไปคตามสมมตฐานที่ตังไว้ นอกจากนัซึงพบว่ ผู้ขับขีรยยนต์ที่มีความบอຍครึงในการเบรรับข่าวสารจากแผ่นพับเดอานละ 1-2 ครึง มัทัศนคตที่ตต่อการคาคเขมชัคนรภยนอยกว่ากลุ่ มที่มีการเบรรับข่าวสารสัปะคาศ์ ละ 1-2 ครึง สาเหตุที่เป็ นเช่นนัอาจเนอองจากบัจยทางด้า นเนอหาข่าวสารเกี่ยวกับเขมชัคนรภยที่บรจรูอยู่ ในสือเฉพาะกัจ ตลอดจนคุณสมบัตเด้นและคุณสมบัตค้อยของสือเฉพาะกัจแตละประภท ที่เป็ นองคัประกอ บส้าคัญกอให้เกดความแตกต่างของทัศนคตต่อการคาคเขมชัคนรภย สือเฉพาะกัจประภทหนึงสือคู่มือการรณรงคัการใช้เขมชัคนรภยและทวมกั นรภย ป้ายประชาสั มพั นธ์ การอบรทหรือการเสวนา และสือองาน นทรศการอาจเป็ นสือที่สามารถให้รายละเออียดความรู้เรอองเขมชัคนรภยได้เป็ นอย่างตดี แตสือเฉพาะกัจประภทแผ่นพับ นอกจากจะสามารถให้ความรู้เรอองเขมชัคนรภยในด้า นต่าง ๆ ได้เป็ นอย่างตดีแล้ว สือแผ่นพับยังมีลักษณะเด่นค่อมีเนอหาที่สั้น กระชั บ แตให้รายละเออียดแกผู้อ่านดคีดี พรอ มทั้งมีภาพประกอ บสั สันสวยงาม ดึงคูดความสนจใจ ทำให้อ่านไมเกดความรู้สึกเปือ นหน่าย สามารถทำความเข้าจใจไดในเวลาอันรวดเรวและมี ค้าขวัญในการรณรงคัสร้างทัศนคตที่ตต่อการคาคเขมชัคนรภย เช่น "คาคเขมชัคนรภยปลอดกั ยกว่" ส่วนสือสติกเกอร์นั้น ดึงแน่วว่าจะไมสามารถบรจรูเนอหาที่ให้รายละเออียดความรู้เรอองเขมชัคนรภยได้มาก แตสือสติกเกอร์เป็ นสือขนาดเลอิก มีภาพสั สันสวยงาม ดึงคูดความสนจใจดคีดี เนอหาในสือสติกเกอร์เป็ นข้อความสั้น ๆ มีสั มผัสคถองจอง จดจ้า ได้ง่ายชึให้อ่านเทึ นถึงประโยชนของการคาคเขมชัคนรภย และเกดความตระหนักในคุณค่าของเขมชัคนรภย เช่น "รั กชั วิต...คคคาคเขมชัคนรภย" ดึงนั้นการที่ผู้ขับขีรยยนต์มีความบอຍครึงในการเบรรับข่าวสารเกี่ยวกับเขมชัคนรภยจากสือแผ่นพับ และสือสติกเกอร์ต่างกั น จึ งอาจมีผลให้มัทัศนคตต่อการคาคเขมชัคนรภยต่างกั น

3.4 ผู้ขับขีรยยนต์ที่มีพฤติกรรมกาเบรรับข่าวสารจากแผ่นพับต่างกั น มีพฤติกรรมการคาคเขมชัคนรภยไมแตกต่างกั น ซึงไมเป็ นไปคตามสมมตฐานที่ตังไว้ ทึงนั ดึงแน่วว่าผลการวจั ยช้อ 3.3 จะพบว่ ผู้ขับขีรยยนต์ที่มีพฤติกรรมกาเบรรับข่าวสารจากแผ่นพับต่างกั น มัทัศนคตต่อการคาคเขมชัคนรภยต่างกั น ดึงนั้นจึ งน่าจะมีผลทำให้อ่านขีรยยนต์ที่มีพฤติกรรมการคาคเขมชัคนรภยต่างกั นไปด้วย แตผู้ขับขีรยยนต์กั สับมีพฤติกรรมการคาคเขมชัคนรภยไมแตกต่างกั น สาเหตุที่เป็ นเช่นนัอาจชึ้นอยู่กั บองคัประกอ บด้า นอึ น ๆ อึ กเช่น สดานการณั ต่าง ๆ ขณะชั บขีรยยนต์ สภาทการจรรจร อั ตราความเร็ว ระยะทางและเส่นทางที่ใช้เป็ นด้น นอกจากนัซึงมีบัจยของก้า ทนระยะเวลากการบัจคับใช้กฎหมายเขมชัคนรภยตามมาตรา 123 วรรค 2 แห่งพระราชบัญญัติจรรจรทางบก พ.ศ.2522 แกั ซึงเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติจรรจรทางบก (ฉบับที่ 5) พ.ศ.2538 (ศูรายละเออียดในภาคผนวก) ทึงนั กลุ่ มตัวอย่างที่เก็ บรวบรวมข้อมูลได้เป็ นผู้ขับขีรยยนต์ซึงจคทะเปยบทึงก่อนและหลังวันที 7 ตุลาคม พ.ศ.2538 ดึงนั้นหากกลุ่ มตัวอย่างมีความบอຍครึงในการเบรรับข่าวสารจากสือแผ่นพับต่างกั น แตชั บขีรยยนต์ที่จคทะเปยบก่อนวันที 7 ตุลาคม พ.ศ.2538

เช่นเดียวกันก็อาจจะไม่คาดเข็มขัดนิรภัยเหมือนกันได้ เนื่องจากได้รับการยกเว้นไม่ต้องปฏิบัติตามพระราชบัญญัตินี้เป็นเวลา 2 ปี

สำหรับสื่อสติกเกอร์ จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ขับขี่รถยนต์ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยต่างกัน มีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกันซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้ขับขี่รถยนต์ที่มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อสติกเกอร์สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง มีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยน้อยกว่าผู้ที่มีการเปิดรับข่าวสารเดือนละ 1-2 ครั้ง สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจมีผลเนื่องมาจากการที่สื่อสติกเกอร์จัดเป็นสื่อเฉพาะกิจ ซึ่งอาจจะส่งอิทธิพลได้น้อยในการจูงใจให้ผู้รับสารคาดเข็มขัดนิรภัย และอาจเป็นได้ว่าผู้รับสารจากสื่อสติกเกอร์น้อย (เดือนละ 1-2 ครั้ง) ได้รับแรงจูงใจให้มีพฤติกรรมจากสื่ออื่น ๆ อีกนอกเหนือจากสื่อสติกเกอร์

สมมติฐานที่ 8

ผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยต่างกัน มีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยต่างกัน มีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้หากพิจารณาค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยแล้วจะพบว่า ไม่ว่าผู้ขับขี่รถยนต์ที่มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยในระดับสูง ปานกลาง หรือต่ำ ถ้วนแล้วแต่มีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยในเชิงบวกทั้งสิ้น (ดูรายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนนในบทที่ 3) และหากพิจารณาประเภทของเนื้อหา ข่าวสารที่ผู้ขับขี่รถยนต์ได้รับเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยในตารางที่ 86 จะพบว่าประเภทของเนื้อหาข่าวสารที่ผู้ขับขี่รถยนต์ได้รับมากที่สุด คือ ประโยชน์ของเข็มขัดนิรภัยมีจำนวนถึง 328 คน คิดเป็นร้อยละ 82.0 รองลงมาคือ ประสิทธิภาพ และการทำงานของเข็มขัดนิรภัยมีจำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 ทั้งนี้จึงอาจกล่าวได้ว่า การที่ผู้ขับขี่รถยนต์จะมีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกันหรือไม่ ขึ้นอยู่กับการที่ผู้ขับขี่รถยนต์มีความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของเข็มขัดนิรภัยและประสิทธิภาพและการทำงานของเข็มขัดนิรภัยมากน้อยแตกต่างกันหรือไม่ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของโรเจอร์ส (Rogers, 1983 : 213-232) ที่ได้กล่าวว่า การที่นวัตกรรมจะได้รับการยอมรับหรือไม่และมากน้อยเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของนวัตกรรมประการหนึ่งคือ ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Relative Advantage) การที่บุคคลเห็นหรือรู้สึกว่าการนั้นเป็นสิ่งที่มีความคุ้มค่ามีประโยชน์ต่อเขา ยิ่งบุคคลมีความรู้สึกว่าการนั้นมีความคุ้มค่ามีประโยชน์มากเพียงไร โอกาสที่นวัตกรรมนั้นจะถูกยอมรับก็ยิ่งมากขึ้นเพียงนั้น อย่างไรก็ตามเนื้อหาของแบบสอบถามในส่วนของการรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยเป็นคำถามที่ไม่ได้วัดระดับความรู้ของผู้ขับขี่รถยนต์เกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยในด้านประโยชน์ ประสิทธิภาพและการทำงานของเข็มขัดนิรภัยเท่านั้น หากแต่ยังมีคำถามในเรื่องอื่น ๆ ด้วยคือ ลักษณะของเข็มขัดนิรภัย วิธีการคาดเข็มขัดนิรภัยที่ถูกต้อง ตลอดจนรายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับกฎหมายบังคับใช้เข็มขัดนิรภัย ดังนั้นจึงอาจมีผลให้ผู้ขับขี่รถยนต์

ที่มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยมาก ปานกลาง น้อยแตกต่างกัน มีทัศนคติที่ติดต่อการคาดเข็มขัดนิรภัย ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 9

ผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยต่างกัน มีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยต่างกัน มีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สาเหตุที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากเนื้อหาของแบบสอบถามในส่วนของความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัย เป็นคำถามที่วัดระดับความรู้ของผู้ขับขี่รถยนต์เกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยในด้านต่าง ๆ ดังที่ได้กล่าวไว้แล้วในสมมติฐานที่ 8 แต่เนื้อหาของแบบสอบถามในส่วนของพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยเป็นคำถามที่วัดความบ่อยครั้งในการคาดเข็มขัดนิรภัยของผู้ขับขี่รถยนต์จากสถานการณ์ต่าง ๆ ขณะขับขี่รถยนต์ เช่น การขับขี่รถยนต์บนทางด่วน การขับขี่รถยนต์ในเขตที่มีการจราจรหนาแน่น การขับขี่รถยนต์เมื่อทัศนวิสัยไม่ดี เป็นต้น ทั้งนี้หากพิจารณาแนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของเพ็ญจันทร์ สุทธิเชษฐกุล (2534 : 32) ที่ได้กล่าวว่า พฤติกรรมทุกอย่างที่บุคคลแสดงออกนั้น มีผลมาจากการเลือกปฏิบัติวิญญูชนองที่เห็นว่าเหมาะสมที่สุดตามสถานการณ์นั้น ๆ และแนวความคิดของครอนบาช (Cronbach อ้างถึงในปกิจ พรหมายน, 2531 : 29-30) ที่ได้อธิบายไว้ว่า พฤติกรรมของบุคคลเกิดขึ้นเพราะองค์ประกอบ 7 ประการซึ่งองค์ประกอบ 2 ประการคือ

1. สถานการณ์ (Situation) เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ
2. การแปลความหมาย (Interpretation) ก่อนที่คนเราจะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งลงไป เราจะต้องพิจารณาสถานการณ์เสียก่อนแล้วตัดสินใจเลือกวิธีการที่คาดว่าจะให้ความพอใจมากที่สุด

จากแนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมข้างต้นนี้ จึงอาจกล่าวได้ว่าการที่ผู้ขับขี่รถยนต์จะมีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยบ่อยครั้งเพียงใดนั้น อาจขึ้นอยู่กับกระบวนการพิจารณาภายในที่จะตัดสินใจเลือกตอบสนองต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ขณะขับขี่รถยนต์ ดังนั้นไม่ว่าผู้ขับขี่รถยนต์จะมีระดับความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยมาก ปานกลาง หรือน้อยแตกต่างกันอย่างไร ก็อาจไม่มีผลทำให้ผู้ขับขี่รถยนต์มีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน

สมมติฐานที่ 10

ผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน มีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ขับชัรดยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน มีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ขับชัรดยนต์ที่มีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยในเชิงลบ มีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยน้อยกว่าผู้ขับชัรดยนต์ที่มีทัศนคติเป็นกลาง และพบว่าผู้ขับชัรดยนต์ที่มีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยในเชิงลบอย่างมาก ทัศนคติในเชิงลบ และทัศนคติเป็นกลาง มีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยน้อยกว่าผู้ขับชัรดยนต์ที่มีทัศนคติในเชิงบวก และทัศนคติในเชิงบวกอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของนอร์แมน แอล มูน (Normal L. Munn, 1971 : 71) ที่กล่าวว่า ทัศนคติ คือ ความรู้สึกและความคิดเห็นที่บุคคลมีต่อสิ่งของ บุคคล สถานการณ์ สถาบัน และข้อเสนอใด ๆ ในทางที่ยอมรับหรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนอง ด้วยพฤติกรรมอย่างเดียวกันตลอด และตรงกับแนวความคิดของ Schermerhorn, Hunt and Osborn (1988 : 80-81 อ้างถึงในเสริมศักดิ์ วิชาลาภรณ์และคณะ, 2537 : 13) ที่ได้อธิบายถึงองค์ประกอบที่สำคัญของทัศนคติไว้ 3 ประการ ประการแรกคือองค์ประกอบที่เกี่ยวกับปัญญา (Cognitive Component) เป็นความเชื่อและค่านิยมของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยจะมีขึ้นก่อนการเกิดทัศนคติของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ประการที่สองคือ องค์ประกอบที่เกี่ยวกับอารมณ์ ความรู้สึก (Affective Component) เป็นผลเนื่องมาจากความเชื่อและค่านิยมที่บุคคลมีต่อสิ่งนั้น ๆ ความรู้สึกดังกล่าวนี้คือ ทัศนคติที่แท้จริงของบุคคล และ ประการที่สามคือ องค์ประกอบที่เกี่ยวกับพฤติกรรม (Behavioral Component) คือเจตนาารมณ์ของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมา เป็นผลเนื่องมาจากทัศนคติของบุคคลต่อสิ่งดังกล่าวนั่นเอง ดังนั้นจากแนวความคิดนี้สามารถสรุปได้ว่า เมื่อผู้ขับชัรดยนต์มีองค์ประกอบที่เกี่ยวกับปัญญาคือ มีความเชื่อเกี่ยวกับประโยชน์ของเข็มขัดนิรภัยแตกต่างกัน ก็จะมีองค์ประกอบที่เกี่ยวกับอารมณ์ ความรู้สึกที่คิดต่อเข็มขัดนิรภัย ตระหนักถึงคุณค่าของการคาดเข็มขัดนิรภัย ตลอดจนมีทัศนคติที่คิดต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยในระดับมากหรือน้อยแตกต่างกัน ซึ่งจะก่อให้เกิดองค์ประกอบที่เกี่ยวกับพฤติกรรม คือเจตนาารมณ์ของผู้ขับชัรดยนต์ที่จะแสดงพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยออกมาในระดับความถี่ที่มากหรือน้อยแตกต่างกัน อันเป็นผลเนื่องมาจากทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยของผู้ขับชัรดยนต์นั่นเอง นอกจากนี้แนวความคิดดังกล่าวแล้วทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรมยังสามารถนำมาอธิบายผลของการทดสอบสมมติฐานนี้ได้ว่า หากผู้ยอมรับนวัตกรรมมีทัศนคติที่คิดต่อคุณลักษณะต่าง ๆ ของนวัตกรรม การยอมรับนวัตกรรมนั้นย่อมเกิดขึ้นได้เร็วที่สุด ดังเช่นที่ไรเจอร์ส (Rogers, 1983 : 213-232) ได้กล่าวไว้ว่า การที่นวัตกรรมจะได้รับการยอมรับหรือไม่ และมากน้อยเพียงใด นั้นขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของนวัตกรรม 5 ประการคือ

1. ความได้เปรียบเชิงเทียบ (Relative Advantage) หมายถึง การที่ผู้รับนวัตกรรมคิดว่านวัตกรรมดีกว่า มีประโยชน์มากกว่าความเสียเปรียบหรือวิธีปฏิบัติเก่าที่นวัตกรรมถูกนำมาใช้แทน และสิ่งสำคัญคือ การที่บุคคลเห็นหรือรู้สึกว่านวัตกรรมนั้นเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ มีประโยชน์ต่อเขา ยิ่งบุคคลมีความรู้สึกว่านวัตกรรมนั้นมีคุณค่า มีประโยชน์มากเพียงไร โอกาสที่นวัตกรรมนั้นจะถูกยอมรับก็ยิ่งมากขึ้นเพียงนั้น

2. ความเข้ากันได้หรือไปด้วยกันได้ (Compatibility) คือ การที่ผู้ยอมรับนวัตกรรมรู้สึกหรือคิดว่า นวัตกรรมนั้นไปด้วยกันได้ หรือเข้ากันได้กับค่านิยมหรือบรรทัดฐานของสังคม
3. ความยุ่งยากหรือสลับซับซ้อน (Complexity) นวัตกรรมที่อาศัยความเข้าใจเพียงเล็กน้อยเพื่อที่จะสามารถใช้งานได้ จะถูกยอมรับนำไปปฏิบัติได้รวดเร็วกว่านวัตกรรมซึ่งยากแก่การเข้าใจ
4. ความสามารถในการนำไปทดลองใช้ได้ (Trialability)
5. ความสามารถสังเกตได้ (Observability) ผลของนวัตกรรมที่สามารถมองเห็นได้ง่ายเพียงไร นวัตกรรมก็จะถูกยอมรับได้ง่ายมากขึ้น

จากแนวความคิดที่ได้อธิบายมาข้างต้นนี้ หากผู้ขับเคลื่อนที่มีความคิดเห็นหรือมีความรู้สึกที่เข้ากันได้กับนวัตกรรมเป็นอุปสรรคที่มีประโยชน์ สามารถช่วยสร้างความปลอดภัยให้แก่ชีวิตและช่วยบรรเทาความรุนแรงที่เกิดจากอุบัติเหตุรถยนต์ได้ การคาดเดาเชิงนวัตกรรมระดับขั้นต้นเป็นสิ่งที่ไม่ขัดแย้งกับค่านิยมหรือสภาพแวดล้อมการจราจรในกรุงเทพมหานคร ประกอบกับวิธีการคาดเดาเชิงนวัตกรรมไม่ยุ่งยากหรือมีความสลับซับซ้อนมากมาย สามารถนำมาทดลองใช้คาดเดาตลอดระยะเวลาในขณะขั้นต้นเนื่องจากในปัจจุบันเชิงนวัตกรรมเป็นอุปสรรคมาตรฐานที่ติดตั้งมาพร้อมกับรถยนต์ทุกคันอยู่แล้ว อย่างไรก็ตามการคาดเดาเชิงนวัตกรรมอาจเป็นนวัตกรรมที่สังเกตเห็นผลได้ยาก หรือเป็นนวัตกรรมการป้องกันภัย (Preventive Innovation) ประเภทหนึ่งซึ่งไม่สามารถเห็นผลได้ชัดเจนและแน่นอน เนื่องจากอุบัติเหตุมีลักษณะเป็นนามธรรม และเป็นเหตุการณ์ในอนาคตที่ไม่สามารถคาดเดาได้ว่าจะเกิดขึ้นหรือไม่ และการคาดเดาเชิงนวัตกรรมยังไม่สามารถบ่งชี้ชัดได้ว่า หากคาดเดาในวันนี้แล้วจะเกิดความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ แต่ผลของนวัตกรรมจะเกิดขึ้น ณ วันที่เกิดอุบัติเหตุ แต่โดยปกติแล้วอุบัติเหตุรถยนต์เป็นเหตุการณ์ที่ก่อให้เกิดความเสียหายซึ่งไม่ว่าผู้ขับเคลื่อนเพศใด หรือขั้นต้นประเภทใด ล้วนแล้วแต่ไม่พึงปรารถนาที่จะให้เกิดขึ้นกับตน ดังนั้นหากผู้ขับเคลื่อนที่มีทัศนคติต่อคุณลักษณะของเชิงนวัตกรรมเพียง 4 ประการคือ ความได้เปรียบเชิงเทียบ ความเข้ากันได้หรือไปด้วยกันได้ ความยุ่งยากหรือความสลับซับซ้อน และความสามารถในการนำไปทดลองใช้ได้ ก็สามารถส่งผลให้ผู้ขับเคลื่อนที่มีพฤติกรรมคาดเดาเชิงนวัตกรรมได้ และยิ่งผู้ขับเคลื่อนที่มีทัศนคติในเชิงบวกต่อการคาดเดาเชิงนวัตกรรมมากขึ้นเท่าใด ก็ยิ่งส่งผลให้มีพฤติกรรมคาดเดาเชิงนวัตกรรมมากขึ้นตามไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยในครั้งนี้ที่พบว่า ผู้ขับเคลื่อนที่มีทัศนคติต่อการคาดเดาเชิงนวัตกรรมในเชิงลบ มีพฤติกรรมคาดเดาเชิงนวัตกรรมน้อยกว่าผู้ขับเคลื่อนที่มีทัศนคติเป็นกลาง ผู้ขับเคลื่อนที่มีทัศนคติต่อการคาดเดาเชิงนวัตกรรมในเชิงลบอย่างมาก ทัศนคติในเชิงลบ และทัศนคติเป็นกลางมีพฤติกรรมคาดเดาเชิงนวัตกรรมน้อยกว่าผู้ขับเคลื่อนที่มีทัศนคติในเชิงบวก และทัศนคติในเชิงบวกอย่างมาก

ผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของสุภัท รัตพันธ์ (2537) เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ และความรู้ กับการใช้เชิงนวัตกรรมของผู้ขับเคลื่อนในเขตกรุงเทพฯ พบว่า ทัศนคติต่อเชิงนวัตกรรมของผู้ขับเคลื่อนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการใช้เชิงนวัตกรรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ วีระ เกษะรักษ์ (2535) เรื่องการยอมรับการใช้เชิงนวัตกรรมของผู้ขับเคลื่อนในกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มที่เห็นด้วยกับ

การใช้เข็มขัดนิรภัยสูง เป็นกลุ่มที่ยอมรับการใช้เข็มขัดนิรภัยมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ และสอดคล้องกับงานวิจัยของเสริมศักดิ์ วิชาลาภรณ์และคณะ (2537) เรื่องเข็มขัดนิรภัย : ความเชื่อ ทัศนคติ และการใช้ ซึ่งพบว่าทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัย เป็นตัวพยากรณ์ที่สามารถทำนายพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยของผู้ขับขี่รถยนต์ส่วนบุคคลได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของฟานเนอร์ และเฮน (Fhanner and Hane, 1975 : 589-598 อ้างถึงในเสริมศักดิ์ วิชาลาภรณ์และคณะ, 2537 : 37) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้เข็มขัดนิรภัยโดยการเปลี่ยนแปลงความเชื่อของผู้ขับขี่รถยนต์ ฟานเนอร์และเฮนได้วิจัยแบบทดลองกับพนักงานของบริษัทแห่งหนึ่งในประเทศสวีเดน ซึ่งเป็นคนที่ไม่เคยใช้เข็มขัดนิรภัยมาก่อนเลย ผลการทดลอง พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยมีความเชื่อในทางที่ดีเกี่ยวกับการใช้เข็มขัดนิรภัยมากที่สุด และมีพฤติกรรมการใช้เข็มขัดนิรภัยเพิ่มมากขึ้น จากการศึกษาตามสังเกตพฤติกรรมการใช้หรือไม่ใช้เข็มขัดนิรภัยในเวลาต่อมาหลังจากที่ได้รับการทดลองแล้ว



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. หน่วยงานต่าง ๆ ของภาครัฐบาลและภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการวางแผนประชาสัมพันธ์รณรงค์การคาดเข็มขัดนิรภัย ควรร่วมมือกันเพื่อหาแนวทางในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่ต้องแก่ผู้ขับขี่รถยนต์เกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงานของเข็มขัดนิรภัย ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า ผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครมีทัศนคติไม่แน่ใจ จนถึงเห็นด้วยอย่างยิ่งว่า เมื่อรถเกิดไฟไหม้หรือแล่นตกลงไปในน้ำ เข็มขัดนิรภัยอาจจำกัดผู้คาดไว้ ทำให้ไม่สามารถออกมาจากรถได้ มีจำนวนถึง 321 คน คิดเป็นร้อยละ 80.5 (ตารางที่ 84) นอกจากนี้ยังควรให้ความรู้และคำแนะนำในการแก้ไขปัญหามแก่ผู้ขับขี่รถยนต์ในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ดังกล่าวขึ้นกับตน

2. จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ยังคงมีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่สม่ำเสมอ โดยขึ้นอยู่กับปัจจัยบางประการ เช่น สภาพการจราจร ระยะทาง ถนนสายที่ขับขี่ ความคุ้นเคยเส้นทาง และทัศนวิสัยขณะขับขี่ เป็นต้น ดังนั้นจึงควรรณรงค์ให้ผู้ขับขี่รถยนต์มีความเข้าใจว่าอุบัติเหตุเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วทุกขณะโดยที่ผู้ขับขี่รถยนต์เองไม่สามารถคาดการณ์ได้ ทั้งนี้เพื่อกระตุ้นเตือนให้ผู้ขับขี่รถยนต์เกิดจิตสำนึกของความปลอดภัย (Safety Consciousness) ตลอดจนตระหนักถึงคุณค่าของการคาดเข็มขัดนิรภัย และมีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยทุกครั้งที่ขับขี่รถยนต์

3. จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครมีปริมาณการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ สื่อวิทยุและสื่อป้ายประชาสัมพันธ์ ดังนั้นหน่วยงานผู้จัดทำแผนการประชาสัมพันธ์รณรงค์การคาดเข็มขัดนิรภัยจึงควรวางแผนการประชาสัมพันธ์ด้วยการใช้สื่อทั้ง 3 ประเภทนี้เป็นสื่อหลักและสื่อรองในการรณรงค์ โดยกระทำอย่างต่อเนื่อง จริงจัง และสม่ำเสมอ ถึงแม้ว่าจะมีกฎหมายเข็มขัดนิรภัยออกมาบังคับใช้แล้วก็ตาม

4. การนำเสนอเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัย ควรให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยอย่างละเอียดและชัดเจนเพียงพอที่จะสร้างทัศนคติที่ดีต่อการคาดเข็มขัดนิรภัย ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า ไม่ว่าผู้ขับขี่รถยนต์จะมีความคิดเห็นว่า น่าจะนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยในรูปแบบสารคดี บันเทิง สนทนาหรือรูปแบบอื่น ๆ ก็ตาม ล้วนแล้วแต่ต้องการทราบเนื้อหาความรู้ในเรื่องประโยชน์และโทษของเข็มขัดนิรภัย ลักษณะการทำงานจริง ๆ ของเข็มขัดนิรภัย การสาธิตวิธีการคาดเข็มขัดนิรภัยที่ถูกต้อง ผลของการคาดและไม่คาดเข็มขัดนิรภัยเมื่อเกิดอุบัติเหตุ และเนื้อหาความรู้เกี่ยวกับเรื่องกฎหมายบังคับคาดเข็มขัดนิรภัยที่ชัดเจน ดังนั้นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยในแต่ละเรื่อง ควรมีรายละเอียดที่ชัดเจน

โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ขับขี่รถยนต์ไม่ได้ต้องการทราบเพียงแค่ประโยชน์ของเข็มขัดนิรภัยเท่านั้น แต่ต้องการที่จะรู้ด้วยว่าการคาดเข็มขัดนิรภัยจะมีโทษอย่างไรบ้าง เช่น โทษของการคาดเข็มขัดนิรภัยที่มีต่อทารกและเด็กเล็ก หรือขณะที่รถจมน้ำแล้วคาดเข็มขัดนิรภัยไว้จะทำอย่างไรหากปลดเข็มขัดนิรภัยไม่ออก เป็นต้น

5. จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครมีปริมาณการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยจากสื่อเฉพาะกิจทุกประเภทอยู่ในระดับต่ำถึงต่ำมาก ยกเว้นสื่อป้ายประชาสัมพันธ์เท่านั้นที่ผู้ขับขี่รถยนต์มีปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยผ่านสื่อเฉพาะกิจไปยังผู้ขับขี่รถยนต์ยังไม่เพียงพอและทั่วถึง จึงควรจัดให้มีการรณรงค์โดยการแจกเอกสารสื่อเฉพาะกิจในบริเวณจุดสำคัญต่าง ๆ เช่น บริเวณสี่แยกในกรุงเทพมหานครที่มีการจราจรคับคั่ง บริเวณด่านเก็บเงินค่าผ่านทางบนทางด่วน บริเวณทางเข้าลานจอดรถของศูนย์การค้า เป็นต้น และควรจัดให้มีการแจกเอกสารสื่อเฉพาะกิจประเภทแผ่นพับ สติกเกอร์เมื่อผู้ขับขี่รถยนต์นำรถยนต์ไปต่อทะเบียนรถยนต์และไปตรวจสอบสภาพ ณ กรมการขนส่งทางบก นอกจากนี้การที่ผู้ขับขี่รถยนต์มีปริมาณการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจอยู่ในระดับต่ำถึงต่ำมาก อาจไม่ได้เกิดจากความไม่ใส่ใจของผู้ขับขี่รถยนต์ แต่อาจมีสาเหตุเนื่องมาจากผู้ขับขี่รถยนต์ไม่ทราบว่ามีการจัดทำสื่อเฉพาะกิจเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยขึ้น และอาจไม่ทราบว่าจะติดต่อสอบถามรายละเอียดได้ที่หน่วยงานใด ดังนั้นหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีส่วนรับผิดชอบการรณรงค์การคาดเข็มขัดนิรภัยจึงควรมีการประชาสัมพันธ์อย่างเพียงพอให้ผู้ขับขี่รถยนต์ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับรายละเอียดการจัดกิจกรรมการรณรงค์ต่าง ๆ เช่น การจัดงานนิทรรศการ หรือการจัดอบรมหรือการเสวนา เพื่อเป็นหนทางให้ผู้ขับขี่รถยนต์ได้มีโอกาสแสวงหาความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัย

6. จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครมีปริมาณการเปิดรับข่าวสารในระดับปานกลางจากสื่อเฉพาะกิจประเภทเดียวคือ ป้ายประชาสัมพันธ์ ดังนั้นจึงควรจัดให้มีการติดตั้งป้ายประชาสัมพันธ์บนท้องถนนในบริเวณจุดสำคัญต่าง ๆ ที่มีการจราจรหนาแน่น บริเวณทางด่วน เป็นต้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งบนถนนสายใหญ่ ๆ ที่สามารถขับขี่ด้วยความเร็วได้ และหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบควรคอยหมั่นตรวจตราหรือบำรุงซ่อมแซมให้ป้ายประชาสัมพันธ์อยู่ในสภาพดีที่ผู้ขับขี่รถยนต์สามารถมองเห็นและอ่านข้อความบนป้ายได้อย่างชัดเจน

7. จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครไม่ว่าจะขับรถยนต์ประเภทใด หรือมีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน ล้วนแล้วแต่มีทัศนคติที่ดีต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยทั้งสิ้น อย่างไรก็ตามผลการวิจัยพบว่า มีผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครที่คาดเข็มขัดนิรภัยเป็นประจำเพียงร้อยละ 41 เท่านั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ขับขี่รถยนต์ประเภทรถตู้ มีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยอยู่ในระดับ

คาดบางครั้งซึ่งน้อยกว่าผู้ขับขี่รถยนต์ทุกประเภท ดังนั้นเจ้าหน้าที่ตำรวจจึงควรใช้มาตรการทางกฎหมายในการเข้มงวดกวดขันให้ผู้ขับขี่รถยนต์คาดเข็มขัดนิรภัยตลอดเวลาที่ขับขี่รถยนต์

8. จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพขับรถรับจ้างมีทัศนคติที่ดีต่อการคาดเข็มขัดนิรภัย และมีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยน้อยกว่าผู้ขับขี่รถยนต์ที่มีอาชีพอื่น ๆ ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มอาชีพดังกล่าวมีการใช้รถใช้ถนนตลอดเวลาและต้องรับผิดชอบต่อผู้โดยสารจำนวนมาก จึงควรจัดให้มีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของการคาดเข็มขัดนิรภัยอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องแก่กลุ่มผู้ขับขี่รถยนต์ที่มีอาชีพขับรถรับจ้างโดยเฉพาะ เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยรวมทั้งการใช้มาตรการทางกฎหมายที่เข้มงวดบังคับให้คาดเข็มขัดนิรภัย

9. การรณรงค์ให้ผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครคาดเข็มขัดนิรภัยนั้น นอกจากการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ และการใช้มาตรการทางกฎหมายแล้ว การใช้มาตรการทางวิศวกรรมโดยการจัดตั้งสัญญาณไฟหรือสัญญาณเสียงเตือนเมื่อจะออกรถโดยยังไม่ได้คาดเข็มขัดนิรภัย ก็เป็นอีกมาตรการหนึ่งที่จะช่วยย้ำเตือนให้ผู้ขับขี่รถยนต์คาดเข็มขัดนิรภัยตลอดเวลาที่ขับขี่รถยนต์ ซึ่งปัจจุบันมีรถยนต์บางยี่ห้อและบางรุ่นเท่านั้นที่มีการติดตั้งระบบดังกล่าว

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัย นอกจากการใช้วิธีการสัมภาษณ์หรือให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามด้วยตนเองแล้ว อาจใช้วิธีการสังเกตควบคู่ไปด้วย

2. การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาวิจัยพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานครอย่างกว้าง ๆ โดยทั่วไป ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมุ่งเน้นจำเพาะเจาะจงศึกษาลงไปตามถนนสายสำคัญที่มีปริมาณการจราจรหนาแน่น ถนนสายใหญ่ ๆ ที่สามารถใช้อัตราความเร็วได้ ถนนสายที่มีอุบัติเหตุรถยนต์เกิดขึ้นเป็นจำนวนมากและรุนแรง เป็นต้น

3. การวิจัยครั้งนี้ยังอยู่ในวงแคบ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือ ผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งภายในตัวรถมีเข็มขัดนิรภัยติดตั้งอยู่ด้วยเท่านั้น แต่ในสภาพความเป็นจริงยังมีผู้ขับขีรถยนต์ที่เป็นรถเก่า ซึ่งภายในตัวรถยังไม่ได้ติดตั้งเข็มขัดนิรภัย ดังนั้นภายหลังจากวันที่ 7 ตุลาคม พ.ศ.2540 ที่กฎหมายเข็มขัดนิรภัยมีผลบังคับใช้กับรถยนต์ทุกคันแล้ว ควรทำการศึกษาวิจัยในลักษณะเดียวกันนี้อีก และศึกษาอย่างต่อเนื่องโดยทั้งทางเป็นระยะ เพื่อติดตามประเมินผลประสิทธิภาพของการบังคับใช้กฎหมายเข็มขัดนิรภัยและทราบถึงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยของผู้ขับขีรถยนต์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาศึกษาหารูปแบบและเทคนิควิธีในการวางแผนประชาสัมพันธ์เพิ่มอัตราการคาดเข็มขัดนิรภัย เนื่องจากพฤติกรรมของมนุษย์เป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงไปตามทัศนคติ หากผู้ขับขีรถยนต์ไม่มีทัศนคติที่ดีต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยอย่างแท้จริง ถึงแม้ว่าจะมีกฎหมายออกมามบังคับใช้แล้วก็ตาม เมื่อพ้นจากสายตาของเจ้าหน้าที่ตำรวจ ผู้ขับขีรถยนต์อาจไม่คาดเข็มขัดนิรภัยเลยก็ได้

4. การศึกษาวิจัยเรื่องนี้มีในครั้งต่อไป ควรมุ่งเน้นให้ความสนใจเป็นพิเศษแก่กลุ่มผู้ขับขีรถตู้ เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า มีค่าเฉลี่ยของการคาดเข็มขัดนิรภัยอยู่ในระดับต่ำคือ คาดบางครั้ง ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มผู้ขับขีรถยนต์ประเภทอื่น ๆ ทั้งหมด

5. ควรมีการศึกษาวิจัยถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่อาจเป็นสาเหตุก่อให้เกิดการละเลยพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยของผู้ขับขีรถยนต์ เช่น การเมาสุราขณะขับขีรถยนต์ ความเชื่อเกี่ยวกับโทษของการคาดเข็มขัดนิรภัย เป็นต้น

6. ควรมีการศึกษาประเมินผลการประชาสัมพันธ์รณรงค์การคาดเข็มขัดนิรภัยและมาตรการทางกฎหมายบังคับคาดเข็มขัดนิรภัย ว่ามีผลต่อการลดอัตราการเสียชีวิต การบาดเจ็บ ความรุนแรงของการบาดเจ็บ มูลค่าของทรัพย์สินที่เสียหาย และค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลผู้ประสบอุบัติเหตุทางรถยนต์บ้างหรือไม่



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย