

บทที่ 1

บทนำ

ที่มา และความสำคัญของปัญหา

เป็นเวลาอันยาวนานแล้ว ที่คนไทยได้มีการสืบทอด ประเพณี หรือวัฒนธรรมต่างๆ ซึ่งจะมี ความแตกต่างกันในเรื่องของเวลา โดยอาจจะเรียกได้ว่า เป็นประเพณี หรือวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นตาม เทศกาลต่างๆ ที่มีมาตั้งแต่ในอดีต และสืบทอดมาจนถึงสมัยปัจจุบัน ซึ่งประเพณี หรือวัฒนธรรม ที่ เกิดขึ้นตามเทศกาลที่คนไทยให้ความสำคัญ และเป็นที่ยอมรับ อาทิ เทศกาลปีใหม่ เทศกาลตรุษจีน และเทศกาลสงกรานต์ เป็นต้น เมื่อประเพณี หรือวัฒนธรรม ที่เกิดขึ้นตามช่วงเทศกาลต่างๆ เป็นที่ นิยมของประชาชน ก็มีผลทำให้ ประชาชนเกิดความตื่นตัว ในการที่จะเข้าร่วม ประเพณี หรือ วัฒนธรรมต่างๆ เหล่านั้น

เมื่อถึงช่วงเทศกาลต่างๆ สิ่งหนึ่งที่เกิดขึ้นอยู่เป็นประจำ คือ การที่ประชาชนส่วนใหญ่ต่าง ต้องการที่จะเดินทางไปร่วม ประเพณี หรือวัฒนธรรม กันอย่างล้นหลาม โดยเฉพาะผู้ที่ไม่ได้อาศัย อยู่ในภูมิลำเนาของตนเอง หรือจากภูมิลำเนาของตนเองมาเป็นเวลานาน ก็จะถือเอาช่วงเทศกาล ต่างๆ เป็นโอกาสในการเดินทางกลับสู่ภูมิลำเนา เพื่อพบปะ สังสรรค์ และร่วมประเพณี ที่สืบทอด กันมา กับญาติพี่น้อง จนในบางครั้ง มองข้ามในเรื่องของการใช้รถใช้ถนนอย่างปลอดภัย จึงเป็น ที่มาของอุบัติเหตุทางการจราจร

อุบัติเหตุจราจรทางบก (Road Traffic Accidents) เป็นปัญหาระดับโลก และเป็นปัญหา สำคัญของสังคมที่ใช้รถยนต์ในการคมนาคมขนส่ง องค์การอนามัยโลกประมาณว่า ในปี ค.ศ. 2000 ที่ผ่านมามีผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุจราจรทางถนนทั่วโลกประมาณ 1,260,000 ราย คิดเป็น ร้อยละ 2.3 ของการสูญเสียชีวิตของประชากรโลกมีการคาดการณ์ว่าอีก 10 ปีข้างหน้า ในประเทศ กำลังพัฒนาจะมีผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุจราจรอย่างน้อย 6 ล้านคน และผู้บาดเจ็บอีกอย่างน้อย 60 ล้านคน หากไม่มีการดำเนินการแก้ไขโดยเร่งด่วน และประมาณการว่าความสูญเสียด้าน เศรษฐกิจจากอุบัติเหตุจราจร ที่เกิดขึ้นกับประเทศที่กำลังพัฒนาจะมีมูลค่าร้อยละ 2-4 ของ ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (Gross Domestic Product) (สำนักการจราจรและขนส่ง, 2552 : ออนไลน์)

สำหรับประเทศไทย พบว่า อุบัติเหตุจากรถจักรยานยนต์เป็นสาเหตุการบาดเจ็บ และตายที่สำคัญที่สุด และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นับแต่ พ.ศ. 2532 เป็นต้นมา ในปี พ.ศ. 2546 คนไทยตายด้วยสาเหตุนี้กว่า 15,000 คน บาดเจ็บกว่า 1,200,000 คน เฉลี่ยในหนึ่งชั่วโมงคนไทยเสียชีวิตด้วยอุบัติเหตุ 2 ราย บาดเจ็บ 140 ราย คิดเป็นมูลค่าความสูญเสียด้านเศรษฐกิจกว่า 1 แสนล้านบาทต่อปี หรือประมาณร้อยละ 3-4 ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ และธนาคารพัฒนาเอเชีย (ADB) ประมาณว่าในอีก 5 ปี ข้างหน้า จำนวนผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุจากรถจักรยานยนต์จะเพิ่มขึ้นเป็น 30,000 คน โดยพิจารณาจากสัดส่วนการเพิ่มขึ้นของรถยนต์ หากไม่มีการดำเนินการแก้ไขอย่างจริงจัง และต่อเนื่องโดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเทศกาลสำคัญ ๆ ที่มีวันหยุดพักผ่อนยาว เช่น เทศกาลปีใหม่ เทศกาลตรุษจีน และเทศกาลสงกรานต์ เป็นต้น (สำนักการจราจรและขนส่ง, 2552 : ออนไลน์)

การเสียชีวิตด้วยอุบัติเหตุจากรถจักรยานยนต์ในช่วงเทศกาล เฉลี่ยชั่วโมงละ 3.6 คน มากกว่าวันธรรมดาถึง 1 เท่าตัวโดยผู้ประสบอุบัติเหตุร้อยละ 80 ดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ก่อนมาขับรถ อายุผู้ประสบเหตุ 15-25 ปี มากที่สุด พาหนะที่ประสบอุบัติเหตุร้อยละ 70 คือ รถจักรยานยนต์จากการศึกษา สาเหตุการเกิดอุบัติเหตุจากรถจักรยานยนต์ ทั้งใน และทางต่างประเทศ พบว่า “คน” เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดที่ทำให้เกิดอุบัติเหตุจากรถจักรยานยนต์ (Road Users) ถึง 95% รองลงมา ได้แก่ องค์ประกอบด้านยานพาหนะอาจเกิดความบกพร่องไม่ได้มาตรฐานไม่มีอุปกรณ์ความปลอดภัยเพียงพอสำหรับการใช้งาน และองค์ประกอบสุดท้ายที่มีส่วนทำให้เกิดอุบัติเหตุจากรถจักรยานยนต์ ได้แก่ ถนนหรือสภาพแวดล้อมที่ไม่เอื้ออำนวย จนเกิดเป็นอุปสรรคต่อการขับขี่อย่างปลอดภัย อันได้แก่ ความบกพร่องด้านวิศวกรรมของถนนสภาพคอขวด ทางโค้งอันตราย ตลอดจน สภาพฝนตก มีหมอกควัน เป็นต้น (สำนักการจราจรและขนส่ง, 2552 : ออนไลน์)

ปัญหาในเรื่องของ อุบัติเหตุจากการจราจร นับวันจึงเริ่มเป็นปัญหาที่จะทวีความรุนแรงเพิ่มมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อุบัติเหตุจากการจราจร ที่เกิดขึ้นในช่วงเทศกาลต่างๆ ที่ในแต่ละปีก็คร่าชีวิตประชาชนเป็นจำนวนมาก จาก สถิติ การเกิดอุบัติเหตุ ในช่วงเทศกาลปีใหม่ ระหว่างวันที่ 30 ธันวาคม 2551 – วันที่ 5 มกราคม 2552 ในช่วง 7 วันอันตราย ซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงสถิติการเกิดอุบัติเหตุช่วงเทศกาลปีใหม่ ประจำปี 2552 ในช่วง 7 วันอันตราย

วันที่	จำนวนการเกิดอุบัติเหตุ (ครั้ง)	จำนวนผู้เสียชีวิต (คน)			จำนวนผู้บาดเจ็บ (คน)		
		ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
30 ธันวาคม 2551	596	46	10	56	481	154	635
31 ธันวาคม 2551	882	73	14	87	729	231	960
1 มกราคม 2552	851	67	16	83	697	212	909
2 มกราคม 2552	464	46	6	52	351	141	492
3 มกราคม 2552	368	19	3	22	266	134	400
4 มกราคม 2552	388	28	7	35	292	122	414
5 มกราคม 2552	275	25	7	32	203	94	297
รวม	3,824	304	63	367	3,017	1,089	4,107

ที่มา : <http://www.theppanya.com>, 2552

จากตารางที่ 1 พบว่า ในช่วงระยะเวลา 7 วัน ของเทศกาลปีใหม่ มีประชาชนเสียชีวิตมากถึง 367 คน และบาดเจ็บถึง 4,107 คน ซึ่งเกิดอุบัติเหตุจากการจราจร

นอกจากนี้แล้วยังมี สถิติ การเกิดอุบัติเหตุ ในช่วงเทศกาลสงกรานต์ ระหว่าง วันที่ 10-16 เมษายน 2552 ในช่วง 7 วันอันตราย ซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงสถิติการเกิดอุบัติเหตุช่วงเทศกาลสงกรานต์ ประจำปี 2552 ในช่วง 7 วันอันตราย

วันที่	การเกิดอุบัติเหตุ (ครั้ง)		ผู้เสียชีวิต (คน)		ผู้บาดเจ็บ (คน)	
	จำนวน	สะสม	จำนวน	สะสม	จำนวน	สะสม
10 เมษายน 2552	392	392	36	36	410	410
11 เมษายน 2552	538	930	59	95	582	992
12 เมษายน 2552	675	1,605	44	139	726	1,718
13 เมษายน 2552	863	2,468	81	220	940	2,658
14 เมษายน 2552	638	3,106	52	272	717	3,375
15 เมษายน 2552	528	3,634	49	321	586	3,961
16 เมษายน 2552	343	3,977	52	373	371	4,332
รวม		3,977		373		4,332

ที่มา : <http://www.theppanya.com>, 2552

จากตารางที่ 2 พบว่า ในช่วงระยะเวลา 7 วัน ของเทศกาลสงกรานต์ มีการเกิดอุบัติเหตุจำนวน 3,977 ครั้ง ประชาชนเสียชีวิตมากถึง 373 คน และบาดเจ็บถึง 4,332 คน ซึ่งเกิดอุบัติเหตุจากการจราจร และมีจำนวนสูงกว่าในช่วงเทศกาลปีใหม่

จากสถิติในช่วงต้น ทำให้เห็นสภาพปัญหา และความจำเป็น ในการที่จะต้องดำเนินการแก้ไขในเรื่องของ การลดอุบัติเหตุจากการจราจร ที่เกิดขึ้นในช่วงเทศกาลต่างๆ เพื่อที่จะทำให้การสูญเสียชีวิต และทรัพย์สินของประชาชนลดน้อยลง

แต่อย่างไรก็ตาม ยังมีหลักฐานต่างๆอีกมากมาย ที่ปรากฏว่า บุคคลจำนวนร้อยละ 60 ที่เสียชีวิตจากอุบัติเหตุจราจรมีความเกี่ยวข้องกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประกอบกับการที่ปัญหาอุบัติเหตุจราจรเป็นสาเหตุอันดับต้นๆ ของการเสียชีวิตของคนไทย ซึ่งในการนี้หลายฝ่าย อาทิ ภาครัฐ ภาคธุรกิจ องค์กรสาธารณประโยชน์ ได้ให้ความสำคัญ และพยายามนำมาตรการ

ต่างๆ ออกมาใช้ในการบรรเทา และแก้ไขปัญหา อาทิ มาตรการทางการรณรงค์ มาตรการด้านการผลักดันกฎหมาย และนโยบายต่างๆ รวมทั้งมาตรการในการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งมูลนิธิเมาไม่ขับถือเป็นหน่วยงานหนึ่งซึ่งได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) ในการพัฒนาระบบ และกลไกการบริหารจัดการ ตลอดจนดำเนินการร่วมกันพันธมิตรต่างๆ ในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพ และค่านิยมของสังคมในเรื่องการไม่ขับชียานพาหนะภายหลังการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการผลักดันนโยบาย และมาตรการทางกฎหมายต่างๆ ออกมาบังคับใช้ เพื่อแก้ไขปัญหาอุบัติเหตุจากราคาการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2549:1)

ด้านการดำเนินงานในภาพรวมขององค์กร มูลนิธิเมาไม่ขับ เป็นองค์กรที่มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน เพื่อสร้างกระแสความตื่นตัวในสังคมเกี่ยวกับปัญหาอุบัติเหตุจากราคาการดื่มสุรา เพื่อเสริมสร้างจิตสำนึกให้ประชาชนไม่ขับรถขณะเมาสุรา เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้สนใจทั่วไปได้มีส่วนร่วมรณรงค์ และเพื่อขยายขอบเขตการรณรงค์ไปยังกลุ่มบุคคลต่างๆ นอกจากนี้แล้ว ทางมูลนิธิเมาไม่ขับ ยังมีความคาดหวัง ในการเป็นผู้นำในการรณรงค์เพื่อลดอุบัติเหตุจากราคาการดื่มสุรา ซึ่งถือเป็นวิสัยทัศน์สำคัญของทางมูลนิธิเมาไม่ขับ ในส่วนของการดำเนินงานทางมูลนิธิเมาไม่ขับ ต้องการผลักดันให้มีกฎหมาย และการบังคับใช้กฎหมายที่มีผลในการปฏิบัติเพื่อลดพฤติกรรมเมาแล้วขับ การรณรงค์ เพื่อให้เกิดกระแสว่า พฤติกรรมเมาแล้วขับไม่เป็นที่ยอมรับของสังคมไทย สนับสนุนให้เกิดเครือข่าย และการมีส่วนร่วมในการรณรงค์เมาไม่ขับครอบคลุมทั่วประเทศ และพัฒนามูลนิธิเมาไม่ขับ และบุคลากรให้เข้มแข็ง (มูลนิธิเมาไม่ขับ, 2552 : ออนไลน์)

ด้านการดำเนินงานในลักษณะของการรณรงค์ มูลนิธิเมาไม่ขับ มีการดำเนินงานในลักษณะของการรณรงค์ ที่มีความโดดเด่น และน่าสนใจเป็นอย่างมาก เนื่องจาก ทางมูลนิธิเมาไม่ขับ ได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์ในการดำเนินงาน เพื่อการรณรงค์ลดปัญหาอุบัติเหตุจากราคาการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ 5 ด้าน ได้แก่ ยุทธศาสตร์ด้านกฎหมาย มูลนิธิเมาไม่ขับดำเนินงานตามยุทธศาสตร์การผลักดันกฎหมายต่างๆ เพื่อควบคุมอุบัติเหตุจากการเมาแล้วขับ โดยที่ผ่านมาได้เป็นแกนนำ และมีส่วนร่วมในการผลักดัน และบังคับใช้มาตรการทางกฎหมายต่างๆ อาทิ การผลักดันให้มีการตั้งด่านตรวจวัดแอลกอฮอล์ขึ้นเป็นครั้งแรกในประเทศไทย และดำเนินการอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน และการออกกฎหมายห้ามสถานีบริการน้ำมันจำหน่ายเครื่องดื่มที่มี

แอลกอฮอล์ ฯลฯ ยุทธศาสตร์ด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ มูลนิธิเมาไม่ขับมีบทบาทสำคัญในการริเริ่ม และดำเนินโครงการตลอดจนกิจกรรมต่างๆ เพื่อสื่อสารรณรงค์ และประชาสัมพันธ์ งานเมาไม่ขับสู่สาธารณชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งความโดดเด่นในเชิงการจัดกิจกรรมที่สามารถสร้างกระแสในช่วงเทศกาลสำคัญๆ ของคนไทย อาทิ โครงการรณรงค์ในช่วงเทศกาลปีใหม่, โครงการรณรงค์ในช่วงเทศกาลตรุษจีน, โครงการรณรงค์ในช่วงเทศกาลสงกรานต์ เป็นต้น ยุทธศาสตร์ด้านการขยายเครือข่าย และพัฒนากลไกการดำเนินงาน มูลนิธิให้ความสำคัญกับการจัดตั้ง พัฒนา และขยายเครือข่าย เพื่อสนับสนุนให้บุคคลที่เกี่ยวข้องเกิดความตื่นตัวในการดำเนินงานร่วมกัน โดยที่ผ่านมา พบว่า มีเครือข่ายที่มูลนิธิให้การสนับสนุน อาทิ การสร้างพันธมิตรในการรณรงค์ “เมาไม่ขับ” ที่มีทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และสื่อมวลชน, การจัดโครงการพัฒนาเครือข่ายเหยื่อเมาแล้วขับ โดยจัดให้มีการประชุมแลกเปลี่ยนประสบการณ์การทำงานความร่วมมือเพื่อสนับสนุนการจัดตั้งเครือข่ายเหยื่อเมาแล้วขับใหม่ขึ้น ฯลฯ ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาองค์ความรู้ มูลนิธิเมาไม่ขับ ได้ดำเนินงานเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ และสนับสนุนการดำเนินงาน อาทิ สนับสนุนการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบของเหยื่อเมาแล้วขับ โดยสถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, สนับสนุนการคิดค้นประดิษฐ์เครื่องมือตรวจวัดระดับแอลกอฮอล์ในเลือดทางลมหายใจ โดยคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ฯลฯ ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาศักยภาพระบบงาน และบุคลากรมูลนิธิเมาไม่ขับ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรโดยสนับสนุนให้บุคลากรเข้ารับการอบรมเพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการดำเนินงานด้านต่างๆ อาทิ จัดโครงการตรวจเยี่ยมเครือข่ายเหยื่อเมาแล้วขับ เพื่อรับฟังปัญหา และให้ข้อเสนอแนะ, การจัดโครงการบรรยายสรุปสถานการณ์อุบัติเหตุจราจรให้กับบุคลากรของมูลนิธิเมาไม่ขับได้รับฟังทุก 3 เดือน โดยเปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และวิเคราะห์ปัญหาร่วมกัน เป็นต้น (มูลนิธิเมาไม่ขับ, 2552 : ออนไลน์)

ด้วยวัตถุประสงค์ วิสัยทัศน์ และยุทธศาสตร์ ในการดำเนินงานที่มีความชัดเจน ทางมูลนิธิเมาไม่ขับ จึงส่งผลทำให้ มูลนิธิเมาไม่ขับ กลายเป็นองค์กร ที่มีบทบาทสำคัญในการริเริ่ม และดำเนินโครงการ ตลอดจน กิจกรรมการสื่อสารเพื่อการรณรงค์สู่สาธารณชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดกิจกรรมการรณรงค์ในช่วงเทศกาลสำคัญๆ ของคนไทย อาทิ เทศกาลปีใหม่ เทศกาลตรุษจีน และเทศกาลสงกรานต์ เพื่อกระตุ้นให้ประชาชน ตระหนัก และเห็นความสำคัญของอุบัติเหตุจราจร ที่เกิดขึ้นในช่วงเทศกาลต่างๆ ซึ่งถือได้ว่า กลยุทธ์ด้านการสื่อสารเพื่อการรณรงค์ โดยอาศัย กิจกรรมรณรงค์ ถือเป็นหัวใจสำคัญในการดำเนินงานของทางมูลนิธิเมาไม่ขับ

การรณรงค์ จึงถือได้ว่าเป็น การสร้างความเปลี่ยนแปลง ในขณะที่เดียวกัน วิธีการที่มีระบบ และต่อเนื่องในการส่งผ่านข้อความไปสู่กลุ่มผู้รับสารที่เป็นเป้าหมาย ก็อาจเรียกได้ว่าเป็นการรณรงค์เช่นกัน ถึงกระนั้น การรณรงค์ที่เรากำลังพูดถึงอยู่นี้ไม่ใช่การรณรงค์แบบที่ใช้กันในกลุ่มผู้ที่ต้องการสร้างความเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นในระดับโลก หากแต่เป็นการรณรงค์เพื่อการเปลี่ยนแปลงนโยบาย และแนวทางการปฏิบัติ จึงจำเป็นต้องใช้วิธีการทางยุทธศาสตร์ที่ได้จากการวิเคราะห์ทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และการเมือง เข้าไว้ด้วยกัน การรณรงค์เกิดภายในบริบทที่เปลี่ยนแปลงไม่หยุดนิ่งตลอดเวลา (dynamic) การรณรงค์สามารถทำการวัดได้แม้จะไม่จำเป็นต้องวัดอย่างเป็นระบบ หรือต้องออกมาในรูปของตัวเลขหลักสำคัญที่ทำให้การรณรงค์เกิดขึ้นนั้นยังเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสาธารณะ มีความเกี่ยวข้องกับผู้คน มีแนวทางการปฏิบัติ และนโยบาย โดยสรุปแล้วกุญแจสำคัญของการรณรงค์ คือ การกระทำที่ต่อเนื่อง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์บางประการ สิ่งนี้ทำให้การรณรงค์ ในแง่นี้แตกต่างจากความหมายของ “การรณรงค์” ที่ใช้กันโดยทั่วไป ซึ่งหมายถึง การยกระดับความตระหนักรู้ หรือการส่งข้อความบางอย่างซ้ำๆ แต่ไม่ได้มีเป้าหมายทางนโยบายที่เฉพาะเจาะจงไปกว่านั้น (องค์การแอ็คชั่นเอด ประเทศไทย, 2552 : ออนไลน์)

ด้วยประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของการรณรงค์ ทางมูลนิธิเมาไม่ซัซจึงเห็นความสำคัญในการที่จะนำเอาหลักการรณรงค์มาปรับใช้เป็นแนวทางที่มีความสำคัญในการรณรงค์ในช่วงเทศกาลต่างๆ อาทิ เทศกาลปีใหม่ เทศกาลตรุษจีน และเทศกาลสงกรานต์

โดยที่ทางมูลนิธิเมาไม่ซัซ เห็นว่า “เทศกาล” มักเป็นช่วงเวลาแห่งการพบปะ สังสรรค์ ของสมาชิกในครอบครัว เพื่อนฝูงญาติมิตร เป็นช่วงเวลาแห่งการเฉลิมฉลอง การเดินทาง การพักผ่อน และความสุขของบุคคลที่เกี่ยวข้อง แต่ในอีกมุมหนึ่ง เทศกาลกลับกลายเป็นช่วงเวลาแห่งความสูญเสียของหลายครอบครัว ซึ่งต้องเผชิญกับการสูญเสียชีวิต หรือการบาดเจ็บจากอุบัติเหตุทางการจราจรในระหว่างช่วงวันหยุดเทศกาล จึงทำให้ในช่วงก่อน และระหว่างเทศกาลเฉลิมฉลองหลายๆ หน่วยงาน รวมทั้งมูลนิธิเมาไม่ซัซ จึงนิยมจัดกิจกรรมรณรงค์ เพื่อกระตุ้นเตือนให้ประชาชนตระหนักถึงการลดอุบัติเหตุทางการจราจร รวมถึงอุบัติเหตุทางการจราจร อันเนื่องมาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ปารีชาติ สถาปิตานนท์, 2553 : 40)

การรณรงค์ว่าหนึ่งทศวรรษของมูลนิธิเมาไม่ขับ และภาคีเครือข่ายประสบความสำเร็จในระดับหนึ่งที่สามารถสร้างกระแสเมาไม่ขับให้สังคมไทยเริ่มตระหนัก และเห็นถึงความไม่ปลอดภัยของการขับขี่ยานพาหนะขณะมีเมามา แต่ภาระงานของมูลนิธิเมาไม่ขับ และภาคีเครือข่ายคงต้องดำเนินการรณรงค์ต่อไปในระยะยาว เพื่อก้าวไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ว่า “เราจะเอาคนเมาออกจากถนน” พร้อมๆ กับภาระงานที่คงหนักมากขึ้น เมื่อต้องการบอกกับทุกคนในสังคมว่า “เมาไม่ขับเป็นปัญหาของทุกคนในสังคม” ซึ่งนั่นหมายถึง การรณรงค์ที่ต้องสานต่อตลอดทั้งปี นอกเหนือจากการรณรงค์สร้างกระแสในช่วงเทศกาลที่ประสบความสำเร็จมาแล้ว ทั้งโครงการตรุษจีนเมาแล้วขับถูกจับแน่ และโครงการสงกรานต์ ปลอดภัย ปลอดภัย ซึ่งมูลนิธิเมาไม่ขับ หวังที่จะเห็นโครงการต้นแบบทั้งสองโครงการเป็นเสมือนจุดเริ่มต้นที่ให้ภาคส่วนอื่นๆ ในสังคมต่อยอดการรณรงค์เมาไม่ขับ เพื่อสร้างความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สินบนท้องถนนของสังคมไทย (ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2553 : 89)

แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อทางมูลนิธิเมาไม่ขับได้มีการจัดกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลเกิดขึ้นแล้ว เป้าหมายที่สำคัญของทางมูลนิธิเมาไม่ขับ ก็คือ ความความต้องการที่จะให้กลุ่มประชาชนเกิดความสนใจในตัวกิจกรรมที่จัดขึ้น และเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม โดยการทำให้ความต้องการดังกล่าวประสบผลสำเร็จได้นั้น ทางมูลนิธิเมาไม่ขับจะต้องอาศัยการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์กิจกรรมรณรงค์โดยผ่านสื่อต่างๆ อย่างหลากหลาย และเป็นไปอย่างกว้างขวาง โดยจะต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขที่ว่า สื่อที่ใช้ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์จะต้องมีความเหมาะสมที่จะสามารถสร้างความสนใจ และสามารถทำให้ประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาล ที่ทางมูลนิธิเมาไม่ขับ จัดขึ้นได้เป็นอย่างดี ซึ่งกุญแจสำคัญที่จะทำให้ประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์ ก็คือ การออกแบบสารที่มีความน่าสนใจ และทำให้กลุ่มประชาชนรู้สึกได้ว่า สิ่งเหล่านั้นมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของตนเองเป็นอย่างมาก จึงจะส่งผลทำให้ประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารนั้นๆ ไปโดยปริยาย

เมื่อกลุ่มประชาชนมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลของทางมูลนิธิเมาไม่ขับ อยู่เป็นประจำแล้ว การสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่มีความต่อเนื่อง สามารถย้ำเตือนความทรงจำของประชาชน ให้ตระหนัก และเห็นความสำคัญอยู่เสมอว่า กิจกรรมรณรงค์ดังกล่าวเป็นกิจกรรมรณรงค์ที่ดี มีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของตนเองเป็นอย่างมาก ก็จะเป็นที่มาในการที่จะทำให้กลุ่มประชาชนเกิดทัศนคติเชิงบวกต่อกิจกรรมรณรงค์ที่ทางมูลนิธิเมาไม่

ขับได้จัดขึ้น ซึ่งอาจจะแสดงออกทางด้านความคิด หรือแม้แต่ความรู้สึกก็เป็นไปได้ จนในที่สุดก็จะทำให้กลุ่มประชาชนมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของตนเอง ในด้านการดำเนินชีวิต ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการใช้รถใช้ถนน หรืออาจจะเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการให้ความร่วมมือที่จะปฏิบัติตนอยู่ในกฎข้อบังคับ ที่จะทำให้สังคมเกิดการพัฒนาได้ต่อไป

หากทางมูลนิธิเมาไม่ขับ สามารถทำการสื่อสารประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลแล้ว ประชาชนเกิดความสนใจเป็นอย่างดี การเปิดรับข่าวสารของประชาชนก็จะเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถทำให้เห็นได้ว่า การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลของมูลนิธิเมาไม่ขับ สำเร็จไปแล้วครั้งหนึ่ง ฉะนั้นแล้วทางมูลนิธิเมาไม่ขับจึงควรให้ความสำคัญในการพัฒนา และปรับปรุง ในด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ ให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะสามารถเป็นไปได้ เพื่อให้สื่อเหล่านั้นสามารถเข้าถึงกลุ่มประชาชน และทำให้ประชาชนเกิดความสนใจในการเปิดรับข่าวสารอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ อีกส่วนหนึ่งที่ไม่ควรมองข้าม คือ เมื่อประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารอย่างต่อเนื่องแล้ว ก็จะทำให้ประชาชนเกิดความเชื่อถือ หรือศรัทธาในด้านการปฏิบัติงานของทางมูลนิธิเมาไม่ขับมากขึ้น จนในที่สุดก็จะเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมรณรงค์อย่างจริงจังต่อไปในอนาคต

ความสำเร็จของมูลนิธิเมาไม่ขับ จะสามารถเป็นจริงได้ ก็จะต้องอาศัยองค์ประกอบ ในเรื่องของ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์ที่มีความต่อเนื่องของประชาชน ที่ต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขที่ว่า เนื้อหาสารที่น่าเสนอจะต้องมีความน่าสนใจ และสอดคล้องกับสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ ด้านทัศนคติ หรือความรู้สึกนึกคิด การที่จะทำให้ประชาชนมีความรู้สึกนึกคิดที่ดี และสนใจในกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลนั้น จะต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขที่ว่า จะต้องมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์อย่างต่อเนื่อง และทำให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือ จนในที่สุดประชาชนก็เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลต่างๆอย่างจริงจัง ทั้งทางด้าน การแสดงความคิดเห็น การเข้ามาทำกิจกรรม โดยรวมซึ่งจะถือได้ว่า ทำให้ประชาชนส่วนใหญ่เกิดการสนับสนุนในกิจกรรมรณรงค์มากขึ้น จนเป็นที่มาของการลดอุบัติเหตุในช่วงเทศกาล และทำให้ปัญหาทางด้านอุบัติเหตุจราจรลดลงตามไปด้วย

ดังนั้น งานวิจัย เรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลของ มูลนิธิเมาไม่ขับ” นี้ จึงมุ่งศึกษา การ

เปิดรับข่าวสาร ทักษะคนดี และการมีส่วนร่วมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลของมูลนิธิมาไม่ช้า เพื่อเป็นแนวทางในการขับเคลื่อนเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมการสื่อสารเพื่อการรณรงค์ ซึ่งเป็นช่องทางที่สำคัญอย่างหนึ่งที่สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาสังคม ตลอดจนการเป็นแนวทางที่สำคัญในการสร้าง หรือการประสานความร่วมมือจากหน่วยงานหรือองค์กร ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน หรือภาคประชาชน ในการพัฒนา และขับเคลื่อนด้านการสื่อสารเพื่อการรณรงค์ และเป็นแนวทางในการการลดอุบัติเหตุทางการจราจรในที่สุด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาทัศนคติเกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับข่าวสาร ทักษะคนดี และการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัญหานำการวิจัย

1. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร
2. ทัศนคติเกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร

3. การมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร

4. การเปิดรับข่าวสาร ทรรศนคติ และการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กันหรือไม่ อย่างไร

สมมติฐานในการวิจัย

1. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาล

2. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาล

3. ทัศนคติเกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาล

ขอบเขตของการวิจัย

1. การวิจัย เรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ทรรศนคติ และการมีส่วนร่วมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลของ มูลนิธิเมาไม่ขับ” จะมุ่งศึกษาถึง การเปิดรับข่าวสาร ทรรศนคติ และการมีส่วนร่วมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลของ มูลนิธิเมาไม่ขับ ซึ่งประกอบด้วย กิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลปีใหม่ กิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลตรุษจีน และกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลสงกรานต์ เท่านั้น

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษานี้มีขอบเขตด้านเนื้อหา คือ การเปิดรับข่าวสาร ทรรศนคติ และการมีส่วนร่วมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลของ มูลนิธิเมาไม่ขับ โดยใช้แบบสอบถาม เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มประชาชนในแต่ละเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปี ถึง 60 ปี เท่านั้น

3.ขอบเขตด้านพื้นที่ การศึกษานี้มีขอบเขตด้านพื้นที่ คือ กรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูล จำนวน 10 เขต ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วย เขตปทุมวัน เขตบางซื่อ เขตพญาไท เขตห้วยขวาง เขตดอนเมือง เขตมีนบุรี เขตลาดพร้าว เขตดินแดง เขตทวีวัฒนา และเขตสวนหลวง เท่านั้น

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

การเปิดรับข่าวสาร หมายถึง ความบ่อยครั้งของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครในการรับข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลปีใหม่ เทศกาลตรุษจีน และเทศกาลสงกรานต์ของมูลนิธิเมาไม่ขับ โดยผ่าน

- สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ สติกเกอร์ แผ่นพับ เพลง สปอตรณรงค์ หนังสือ ไปสเตอร์ หมวก เสื้อ และข้อความรณรงค์
- สื่อบุคคล ได้แก่ ดารา นักแสดง หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงทางสังคม ที่เคยเป็นเหยื่อ
- สื่ออินเทอร์เน็ต ได้แก่ เว็บไซต์ของมูลนิธิเมาไม่ขับ
- สื่อมวลชน ได้แก่ ข่าวเกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลที่ออกอากาศทางช่อง 3 5 7 โมเดิร์นไนน์ทีวี และเอ็นบีที
- สื่อกิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลปีใหม่ กิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลตรุษจีน และกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลสงกรานต์

ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของประชาชนที่มีต่อกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลปีใหม่ เทศกาลตรุษจีน และเทศกาลสงกรานต์ ของมูลนิธิเมาไม่ขับ ที่ได้รับรู้มา

การมีส่วนร่วม หมายถึง การนำเอาแนวทางในการรณรงค์ช่วงเทศกาลต่างๆ มาปรับใช้ในการดำเนินชีวิต ตลอดจน การเข้าไปเป็นตัวกลางที่สำคัญในการแสดงความคิดเห็น หรือปฏิบัติตามแนวทางการรณรงค์นั้นๆ

กิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาล หมายถึง กิจกรรมที่จัดขึ้นโดยมีเป้าหมายในการลดปัญหาอุบัติเหตุจราจรในช่วงเทศกาลของมูลนิธิเมาไม่ขับ ซึ่งจะประกอบไปด้วย กิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลปีใหม่ กิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลตรุษจีน และกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาล



สงกรานต์ โดยในการจัดกิจกรรมรณรงค์ดังกล่าวจะเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่าง
ทั่วถึง

มูลนิธิเมาไม่ขับ หมายถึง องค์กรที่มีบทบาทในการขับเคลื่อนเพื่อลดปัญหาอุบัติเหตุบน
ท้องถนนที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมีเป้าหมายในการที่จะหยุดคนเมาไม่ให้มาขับ
รถบนท้องถนน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นแนวทางที่ดีแก่ หน่วยงาน หรือองค์กร ที่ให้ความสำคัญในการรณรงค์ โดยอาศัย
กิจกรรมต่างๆ ที่จะเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการรณรงค์ที่ทาง หน่วยงาน หรือ
องค์กร รับผิดชอบ
2. เพื่อเป็นแนวทางสำคัญในการที่จะสะท้อนให้เห็นถึง หลักการ หรือแนวทาง ในการสื่อสาร
หรือประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล จึงเป็นที่มาของกิจกรรมการรณรงค์ที่ประสบ
ความสำเร็จ ตามเป้าหมายที่ทาง หน่วยงาน องค์กร หรือผู้รับผิดชอบ กิจกรรมการรณรงค์นั้นๆ ได้
กำหนดไว้
3. เพื่อเป็นแนวทางในการจัดการรณรงค์ ในรูปแบบของ กิจกรรม ซึ่งอาศัยการนำเอาสื่อที่มี
ความหลากหลาย มาผสมผสานเข้าด้วยกัน ผ่านกิจกรรมการรณรงค์
4. เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างประเด็น ด้านการรณรงค์ในรูปแบบของ กิจกรรม ที่มี
ประสิทธิภาพ และประสิทธิผล โดยผ่านสื่อต่างๆ ซึ่งสามารถทำให้ประชาชนเกิดความสนใจ และให้
ความร่วมมือเป็นอย่างดี ในการที่จะเข้าร่วมกิจกรรมการรณรงค์
5. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ที่สนใจ หรืออาจจะศึกษาทางด้านนิเทศศาสตร์ ที่มีความสนใจ
เกี่ยวกับ การเปิดรับข่าวสาร ทศนคติ และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมรณรงค์ที่สามารถนำมาใช้เป็น
ประโยชน์ ทั้งด้านความรู้ทั่วไป ด้านการศึกษา ตลอดจนสามารถนำมาใช้อ้างอิงในงานต่างๆ ได้
อย่างเหมาะสม



6.เพื่อใช้เป็นแนวทางที่ดีในการที่จะก่อให้เกิด การพัฒนา การแก้ไข และการปรับปรุง ในด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์โดยผ่านสื่อต่างๆ ตลอดจน การเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมการรณรงค์อื่นๆที่ทาง หน่วยงาน องค์กร หรือผู้ที่สนใจ ในการจัดกิจกรรมการรณรงค์ได้ใช้พัฒนากิจกรรมการรณรงค์ต่อไปในอนาคต