

## บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง "การเปิดรับข่าวสารการรณรงค์ต่อต้านการขับรถยนต์มีนเมาของผู้ประกอบอาชีพขับรถบรรทุกขนส่ง" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภูมิหลังและการเปิดรับข่าวสารการรณรงค์ต่อต้านการขับรถยนต์มีนเมาของผู้ประกอบอาชีพขับรถบรรทุกขนส่ง รวมทั้งความแตกต่างระหว่างภูมิหลังของผู้ประกอบอาชีพขับรถบรรทุกขนส่งต่อการเปิดรับข่าวสารการรณรงค์ต่อต้านการขับรถยนต์มีนเมาด้วย นอกจากนี้ยังศึกษาถึงความแตกต่างระหว่างภูมิหลังของผู้ประกอบอาชีพขับรถบรรทุกขนส่งต่อความรู้เรื่องกฎหมายและโทษภัยของการขับรถยนต์มีนเมา ความคิดเห็นต่อโทษของการขับรถยนต์มีนเมา และ พฤติกรรมการหลีกเลี่ยงการขับรถยนต์มีนเมาของผู้ประกอบอาชีพขับรถบรรทุกขนส่ง รวมทั้งได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารการรณรงค์ต่อต้านการขับรถยนต์มีนเมา กับ ความรู้เรื่องกฎหมายและโทษภัยของการขับรถยนต์มีนเมา ความคิดเห็นต่อโทษของการขับรถยนต์มีนเมา และพฤติกรรมการหลีกเลี่ยงการขับรถยนต์มีนเมาของผู้ประกอบอาชีพขับรถบรรทุกขนส่ง อีกด้วย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณแบบวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) ภาคตัดขวาง (cross-sectional study) โดยวัดผลครั้งเดียว (one shot case study) ผู้วิจัยได้เลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากผู้ประกอบอาชีพขับรถบรรทุกขนส่งที่สังกัดบริษัทรับจ้างขนส่งสินค้าที่เป็นสมาชิกสมาคมขนส่งแห่งประเทศไทย จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีคำนวณตามสูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) จากจำนวนทั้งสิ้น 38,000 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือการนำแบบสอบถาม (questionnaire) ไปสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยด้านภูมิหลังพบว่า ภูมิหลังด้านระดับอายุที่กลุ่มตัวอย่างมีมากที่สุดคืออยู่ในช่วง 26 - 35 ปี จบการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 - 6 ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8,001 บาทขึ้นไป ช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ขับรถบรรทุกขนส่งสินค้าให้กับบริษัทต้นสังกัดคือช่วง เวลาระหว่าง 10.00 น. - 13.00 น. และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยได้รับรางวัลหรือลงโทษในการขับรถขนส่งจากบริษัทต้นสังกัด

ในส่วนของการเปิดรับข่าวสารการรณรงค์ต่อต้านการขับรถยนต์มีนเอนั้น พบว่าเมื่อพิจารณาโดยรวมทุกประเภทแล้ว กลุ่มตัวอย่างจะมีความถี่ในการเปิดรับสื่อมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายสื่อพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารการรณรงค์ต่อต้านการขับรถยนต์มีนเมา มากที่สุดจากสื่อโทรทัศน์ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังสามารถยกตัวอย่างชุดโฆษณาประชาสัมพันธ์การรณรงค์ต่อต้านการขับรถยนต์มีนเมา ได้อย่างน้อย 1 ตัวอย่างขึ้นไป โดย ชุด

โฆษณาประชาสัมพันธ์ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยกตัวอย่างได้คือ ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ ชุด “ซ่า”

สำหรับความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและโทษภัยของการขับรถขณะมึนเมา โดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีเกณฑ์ความรู้อยู่ในระดับดีมาก โดยมีคะแนนความรู้อันดับสูงสุดกับข้อความที่ว่า “การดื่มเครื่องดื่มสุราแล้วขับรถมีความผิดทางกฎหมาย” “การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้ความสามารถในการขับขี่ยานพาหนะลดลง” และ “เมาแล้วขับทำให้ผู้อื่นเดือดร้อน”

ในส่วนของความคิดเห็นนั้น พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการขับรถขณะมึนเมา โดยรวมแล้วอยู่ในระดับดีมาก โดยข้อความที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือข้อความที่ว่า “การที่จะส่งของได้ทันตามเวลาที่กำหนดควรดื่มเหล้าเพื่อการตัดสินใจดีขึ้นขับรถได้เร็วขึ้น”

ในด้านพฤติกรรมหลักเสี่ยงการขับรถขณะมึนเมานั้น กลุ่มตัวอย่างมีคะแนนเฉลี่ยพฤติกรรมหลักเสี่ยงการขับรถขณะมึนเมาโดยรวมแล้วอยู่ในระดับดีมาก โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า พฤติกรรมหลักเสี่ยงการขับรถขณะมึนเมาที่กลุ่มตัวอย่างปฏิบัติตามมากที่สุดคือ “ท่านไม่ขับรถขณะมึนเมาเพราะตระหนักว่าไม่ปลอดภัยต่อตนเองและผู้อื่น”

การทดสอบสมมติฐานพบว่า

1. ภูมิหลังของประชากร ได้แก่ อายุ และ ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารการรณรงค์ต่อต้านการขับรถขณะมึนเมาแตกต่างกัน

2. ภูมิหลังของประชากร ได้แก่ สถานภาพสมรส ระดับรายได้ และ การได้รับรางวัลหรือลงโทษจากบริษัทต้นสังกัดแตกต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารการรณรงค์ต่อต้านการขับรถขณะมึนเมาไม่แตกต่างกัน

3. ภูมิหลังของประชากร ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส และ ระดับรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะมีความรู้เรื่องกฎหมายและโทษภัยของการขับรถขณะมึนเมาแตกต่างกัน

4. ภูมิหลังของประชากร ได้แก่ ระดับการศึกษา และ การได้รับรางวัลหรือลงโทษจากบริษัทต้นสังกัดแตกต่างกัน จะมีความรู้เรื่องกฎหมายและโทษภัยของการขับรถขณะมึนเมาไม่แตกต่างกัน

5. ภูมิหลังของประชากร ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส และ การได้รับรางวัลหรือลงโทษจากบริษัทต้นสังกัดแตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อการขับรถขณะมึนเมาแตกต่างกัน

6. ภูมิหลังของประชากร ได้แก่ ระดับรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อการขับรถขณะมึนเมาไม่แตกต่างกัน

7. ภูมิหลังของประชากร ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ระดับรายได้ ต่อเดือน และ การได้รับรางวัลหรือลงโทษจากบริษัทต้นสังกัดแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมหลีกเลี่ยง การรับประทานไขมันมาแตกต่างกัน

8. การเปิดรับข่าวสารการณรงค์ต่อต้านการรับประทานไขมันมาจากสื่อต่างๆ โดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องกฎหมายและโทษภัยของการรับประทานไขมันมา

แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายสื่อแล้วพบว่าสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับแล้วมีความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องกฎหมายและโทษภัยของการรับประทานไขมันมาได้แก่ กิจกรรมรณรงค์ สติกเกอร์ นิตยสาร แผ่นพับ / คู่มือ และป้ายโฆษณาขนาดใหญ่

9. การเปิดรับข่าวสารการณรงค์ต่อต้านการรับประทานไขมันมาจากสื่อต่างๆ โดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อการรับประทานไขมันมา

แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายสื่อแล้วพบว่าสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับแล้วมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อการรับประทานไขมันมาได้แก่ ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ กิจกรรมรณรงค์ และ ป้ายไฟสลัข้อความ

10. การเปิดรับข่าวสารการณรงค์ต่อต้านการรับประทานไขมันมาจากสื่อต่างๆ โดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมหลีกเลี่ยงการรับประทานไขมันมา

แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายสื่อแล้วพบว่าสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับแล้วมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมหลีกเลี่ยงการรับประทานไขมันมาได้แก่ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ สติกเกอร์ นิตยสาร และ ป้ายไฟสลัข้อความ