



การสื่อสารเพื่อการรณรงค์ด้านความปลอดภัยทางถนนตามนโยบาย
ของรัฐบาล: ศึกษาในช่วงปี พ.ศ. 2554 – 2563*

COMMUNICATIONS FOR ROAD SAFETY CAMPAIGNS ACCORDING
TO GOVERNMENT POLICY : STUDYING DURING THE YEAR 2011 – 2020



สันติ เพชรแก้ว, นันทนา นันทวารopoulos

Santi Phetkaew, Nantana Nantavaropas

วิทยาลัยสื่อสารการเมือง มหาวิทยาลัยเกริก

College of Political Communication, Krirk University

Corresponding Author E-mail: santiphetkaew@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาถึงบริบททางสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการสื่อสาร SMCR ในการรณรงค์ด้านความปลอดภัยทางถนนตามนโยบายรัฐบาลในช่วงปี พ.ศ. 2554 – 2563 และ 2. ศึกษาและวิเคราะห์ ถึงกระบวนการสื่อสาร SMCR เพื่อการรณรงค์ด้านความปลอดภัยทางถนนตามนโยบายรัฐบาลในช่วงปี พ.ศ. 2554 – 2563 ทั้งในด้านรูปแบบ เนื้อหา และวิธีการ การสัมภาษณ์เชิงลึกการวิเคราะห์เนื้อหาและการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพมีเครื่องมือวิจัยได้แก่การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ให้ข้อมูลจำนวน 38 คน การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วมและการวิจัยเอกสารจากแหล่งต่าง ๆ โดยวิเคราะห์ข้อมูลตามหลักการลดทอนข้อมูลแสดงข้อมูลอธิบายและทำการสังเคราะห์ตามหลักเหตุผลทางวิชาการ

ผลการวิจัยพบว่า 1. บริบททางสังคมพบว่าผู้ใช้รถใช้ถนนจำนวนมากมองความปลอดภัยทางถนนเป็นเรื่องไกลตัว และเชื่อว่าการไม่ปฏิบัติตามกฎจราจรไม่ก่อให้เกิดอันตรายถึงชีวิตขณะที่บริบททางเศรษฐกิจสะท้อนว่าอุบัติเหตุทางถนนเป็นสาเหตุสำคัญของการเสียชีวิตและความพิการ ส่งผลกระทบทางเศรษฐกิจกว่า 500,000 ล้านบาทต่อปี ด้านบริบททางการเมืองยังขาดความเอกภาพในการบูรณาการของหน่วยงานรัฐ การรณรงค์มักเกิดเฉพาะช่วงปีใหม่และสงกรานต์ ผู้นำรัฐบาลยังไม่ให้ความสำคัญอย่างจริงจัง และ 2. กระบวนการสื่อสารเพื่อการรณรงค์ด้านความปลอดภัยทางถนนพบว่า “ผู้สื่อสาร” มองว่า ปัจจัยด้านคนเป็นสาเหตุหลักของอุบัติเหตุ “สาร” ที่ใช้ในการรณรงค์มีลักษณะเป็นกิจกรรมเฉพาะช่วงเทศกาล ไม่มีความต่อเนื่อง “ช่องทางการสื่อสาร” ครอบคลุมสื่อวิทยุ สิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ ออนไลน์ สาธารณะ และสื่อบุคคล



แต่จำกัดอยู่ในช่วงเทศกาล ส่วน “ผู้รับสาร” แม้ได้รับข้อมูลจากหลายช่องทาง แต่ความไม่ต่อเนื่องทำให้ไม่สามารถเปลี่ยนพฤติกรรมได้ สาเหตุสำคัญมาจากค่านิยมทางวัฒนธรรมที่ยังมองความปลอดภัยทางถนนว่าเป็นเรื่องไกลตัว

คำสำคัญ: การสื่อสาร; การรณรงค์; ความปลอดภัยทางถนน

Abstract

Objectives of the research article were: 1. examine the social, economic, and political contexts influencing the SMCR communication components in government-led road safety campaigns during 2011–2020, and 2. analyze the SMCR communication processes of these campaigns in terms of formats, content, and methods. The study employed a qualitative research approach, utilizing in-depth interviews, content analysis, and comparative analysis. Research instruments included in-depth interviews with 38 key informants, non-participant observation, and documentary research from various sources. Data were analyzed through data reduction, data display, interpretation, and synthesis based on academic reasoning.

The findings revealed that 1. In the social context, many road users perceive road safety as a distant issue and believe that failing to follow traffic rules does not pose a life-threatening risk. The economic context shows that road accidents are a major cause of death and disability, generating more than 500 billion baht in economic losses annually. Politically, there is a lack of unity and integrated efforts among government agencies, with campaigns mostly limited to the New Year and Songkran festivals, indicating that national leaders do not prioritize road safety sufficiently; and 2. Regarding the communication process for road safety campaigns, “message senders” identify human factors as the main cause of accidents. The “messages” used in campaigns are event-based and limited to festive periods, lacking continuity. The “communication channels” include radio, print media, television, online platforms, public media, and interpersonal communication, but are mainly used only during festivals. Although “message receivers” access information from multiple channels, the lack of continuous communication fails to effectively change behavior, largely due to cultural attitudes that still view road safety as a distant concern.

Keywords: Communication; Campaign; Roadsafety

บทนำ

อุบัติเหตุบนท้องถนนเป็นสาเหตุของการเสียชีวิตของประชากรโลกในอันดับต้น ๆ จาก รายงานข้อมูลสถานการณ์ความปลอดภัยบนท้องถนนขององค์การอนามัยโลก (WHO) พบว่า ทั่วโลกมีสถิติผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุทางถนนถึงปีละ 12.5 ล้านคน เฉลี่ย 3,400 รายต่อวัน โดยมาจากสาเหตุหลัก 5 ประการ คือ เมาแล้วขับ ขับรถเร็วเกินกำหนด ไม่สวมหมวกกันน็อก ไม่คาดเข็มขัดนิรภัยและไม่ติดตั้งเบาะนิรภัยสำหรับเด็ก (World Health Organization, 2025) นับเป็นการสูญเสียทรัพยากรทั้งทางสาธารณสุข เศรษฐกิจ และบุคลากรมหาศาล

สำหรับประเทศไทยมีสถิติการเสียชีวิตจากอุบัติเหตุทางถนนสูงเป็นอันดับสองของโลก และเป็นอันดับหนึ่งของเอเชีย ซึ่งสาเหตุมาจากผู้ใช้รถจักรยานยนต์สูงถึง 24.3 ต่อแสนประชากร โดยในช่วงทศวรรษ 2554 - 2563 มีข้อมูลการบูรณาการ 3 ฐานของหน่วยรัฐ (สำนักงานตำรวจแห่งชาติ กระทรวงสาธารณสุขและบริษัทกลางคุ้มครองผู้ประสบภัยรณภัย จำกัด) ระบุว่า ในทศวรรษดังกล่าว มีผู้เสียชีวิตสูงสุด และอุบัติเหตุทางถนน รวม 210,630 ราย เฉลี่ยปีละ 21,063 ราย ในจำนวนนี้กลุ่มเยาวชนที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี เป็นกลุ่มที่เสียชีวิตสูงสุด และอุบัติเหตุจำนวนมากมักเกิดในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น เทศกาลสงกรานต์ เป็นต้น (Thailand Research Development Institute, 2020)

จากสถิติการเสียชีวิตจำนวนมากดังกล่าว อุบัติเหตุทางถนนยังคงมีอัตราที่เพิ่มสูงขึ้น ด้วยบริบททางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง ที่ส่งผลทำให้รัฐบาลพยายามหาทางลดอุบัติเหตุทางถนนลง โดยกำหนดให้ปี พ.ศ. 2554 - 2563 เป็น “ทศวรรษแห่งความปลอดภัยทางถนน (Decade of Action for Road Safety)” เพื่อบูรณาการการดำเนินงานทุกภาคส่วนโดยมีเป้าหมายเพื่อลดอัตราการเสียชีวิตจากอุบัติเหตุทางถนน ให้ต่ำกว่า 10 ต่อแสนประชากร ภายในปี พ.ศ. 2563 โดยใช้แผนแม่บทในการขับเคลื่อนการดำเนินงาน และการสื่อสารการรณรงค์ด้านความปลอดภัยทางถนนตามนโยบายของรัฐบาล

ศูนย์อำนวยการความปลอดภัยทางถนนได้จัดทำแผนแม่บทความปลอดภัยทางถนน (ศูนย์อำนวยการความปลอดภัยทางถนน, 2562) เพื่อให้ประเทศไทยมีแผนมหภาคใช้ในการบริหารจัดการปัญหาอุบัติเหตุทางถนนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค ส่วนท้องถิ่น ให้สามารถลดปัจจัยเสี่ยงการเกิดอุบัติเหตุทางถนนได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล โดยกำหนดยุทธศาสตร์ในการดำเนินการประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การปฏิรูประบบการจัดการด้านความปลอดภัยทางถนน ยุทธศาสตร์ที่ 2 การเสริมสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยทางถนน อย่างยั่งยืน ยุทธศาสตร์ที่ 3 ประเทศไทยขนส่งทางถนนปลอดภัย 4.0 ยุทธศาสตร์ที่ 4 ประชาชนเพื่อถนนปลอดภัย โดยมีวิสัยทัศน์ที่จะมุ่งมั่นสู่มาตรฐานการสัญจรที่ปลอดภัยด้วยกัน (สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา, 2564)



ทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบจำลองการสื่อสาร SMCR ของเบอร์โล (Berlo, 1960) มาเป็นกรอบการศึกษา เพื่อวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารเพื่อการรณรงค์ด้านความปลอดภัยทางถนนตามนโยบายรัฐบาลในช่วงปี พ.ศ. 2554 – 2563 ผู้ส่งสาร (Sender) ประกอบด้วย ภูมิหลัง ความรู้ ทักษะในการสื่อสาร ทักษะคิด และระบบสังคมวัฒนธรรม สาร (Message) ประกอบด้วย เนื้อหาของสาร โครงสร้างสาร และสารที่ถูกส่งออกไปในช่วงเทศกาล ส่วนช่องทางการสื่อสาร (Channel) ได้แก่ การใช้สื่อผ่านช่องทางต่าง ๆ อาทิเช่น สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ สื่อสาธารณะ และสื่อบุคคล ส่วนผู้รับสาร (Receiver) ประกอบด้วย ประชาชนทั่วไปที่ผู้ใช้รถ ใช้ถนน นักวิชาการ องค์กรพัฒนาเอกชน สื่อมวลชน เมื่อสื่อสารออกไปแล้วประชาชนรับรู้รับทราบทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และกระบวนการสื่อสารเพื่อการรณรงค์ด้านความปลอดภัยทางถนนตามนโยบายของรัฐบาลในช่วงปี พ.ศ. 2554-2563 อย่างไร

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าการสื่อสารทางการเมืองในการรณรงค์ด้านความปลอดภัยทางถนนของรัฐบาลช่วงทศวรรษแห่งความปลอดภัยยังไม่สำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ (วิวัฒน์ ศีตมโนชญ์, 2564) ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่อง “การสื่อสารเพื่อการรณรงค์ด้านความปลอดภัยทางถนนตามนโยบายของรัฐบาล : ศึกษาในช่วงปี พ.ศ. 2554 - 2563” เพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ด้านการสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาลด้านความปลอดภัยทางถนน ที่ประสบความสำเร็จต่อไปจากที่มาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าว

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงบริบททางสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองที่ส่งผลต่อองค์ประกอบการสื่อสาร SMCR ในการรณรงค์ด้านความปลอดภัยทางถนนตามนโยบายรัฐบาลในช่วงปี พ.ศ. 2554 – 2563
2. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ ถึงกระบวนการสื่อสาร SMCR เพื่อการรณรงค์ด้านความปลอดภัยทางถนนตามนโยบายรัฐบาลในช่วงปี พ.ศ. 2554 - 2563 ทั้งในด้านรูปแบบ เนื้อหา และวิธีการ

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

2. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

การวิจัยครั้งนี้ใช้การคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยพิจารณาความเกี่ยวข้องกับประเด็นด้านความปลอดภัยทางถนน เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและครอบคลุมทุกมิติ ผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งหมด จำนวน 38 คน แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 ผู้ส่งสาร จำนวน 6 คน เป็นผู้เชี่ยวชาญและผู้ปฏิบัติงานระดับนโยบายที่มีบทบาทในการกำหนดมาตรการและแนวทางการรณรงค์ด้านความปลอดภัยทางถนน ซึ่งครอบคลุมงานด้านการวางแผนมาตรการ การจัดทำแผนแม่บท การผลักดันยุทธศาสตร์ความปลอดภัย การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติด้านอุบัติเหตุ รวมถึงการสนับสนุนการผลิตสื่อรณรงค์ตามนโยบายของหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง ทั้งด้านสาธารณสุข คมนาคม และการสร้างเสริมสุขภาพ กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้เกี่ยวข้องด้านช่องทางการสื่อสาร จำนวน 16 คน เป็นตัวแทนจากสื่อหลากหลายประเภท ทั้งวิทยุ สิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ สื่อสาธารณะ และสื่อบุคคล ซึ่งมีบทบาทในการเผยแพร่สารเกี่ยวกับความปลอดภัยทางถนนให้ประชาชนได้รับรู้ และกลุ่มที่ 3 ผู้รับสาร จำนวน 16 คน เป็นประชาชนผู้ใช้รถใช้ถนนที่สามารถสะท้อนประสบการณ์ ความตระหนักรู้ พฤติกรรม และการรับสารจากกิจกรรมรณรงค์ด้านความปลอดภัยทางถนนได้โดยตรง

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) การสังเกตการณ์ (Observation Form) และการบันทึกภาคสนาม (Field Notes)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล เตรียมและนัดหมายผู้ให้ข้อมูลล่วงหน้า แจ้งวัตถุประสงค์ และขอความยินยอม (Informed Consent) ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก ทำการสังเกตทั้งในสถานการณ์ที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ บันทึกเสียงและถอดความ (Transcription) ควบคู่กับบันทึกภาคสนาม

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จัดหมวดหมู่ข้อมูล (Coding) ตามประเด็นที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย และใช้การตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) (สุภางค์ จันทวานิช, 2543) เปรียบเทียบข้อมูลจากหลายแหล่ง และหลายวิธีเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า วัฒนธรรมความปลอดภัยทางถนนในสังคมไทยยังไม่เข้มแข็ง ผู้ใช้รถใช้ถนนจำนวนมากยังไม่ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการปฏิบัติตามกฎหมายจราจรอย่างเคร่งครัด เช่น การสวมหมวกนิรภัย การไม่ดื่มแล้วขับ และการเคารพกฎจราจรพื้นฐาน แม้พฤติกรรมเหล่านี้เป็นค่านิยมที่สังคมไทยปฏิบัติมาเป็นเวลานาน แต่ยังคงสะท้อนการมองว่า “อุบัติเหตุเป็นเรื่องปกติ” และ “การไม่ทำตามกฎไม่เป็นอันตรายถึงชีวิต” ผลการวิจัยสอดคล้องกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) (2565) ที่ระบุว่า ผู้กระทำผิดมาแล้วซ้ำมักประเมินความสามารถเกินจริงภายใต้อิทธิพลของแอลกอฮอล์ ขาดความตระหนักรู้ถึงขีดจำกัด รวมทั้งได้รับผลจากการบังคับใช้กฎหมายที่ไม่เข้มงวด ส่งผลให้



ไม่เกรงกลัวต่อบทลงโทษ และการสอบสวนที่เน้นความผิดบุคคลมากกว่าการวิเคราะห์เชิงระบบ ส่งผลให้การป้องกันไม่ยั่งยืน ในบริบททางเศรษฐกิจ ผลการวิจัยพบว่า อุบัติเหตุทางถนนส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจอย่างรุนแรง ทั้งด้านค่ารักษาพยาบาล ค่าซ่อมแซมทรัพย์สิน และการสูญเสียรายได้ของผู้บาดเจ็บหรือเสียชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับรายงานของธนาคารโลก (World Bank, 2018) ที่ประเมินความสูญเสียทางเศรษฐกิจของไทยจากอุบัติเหตุทางถนนมากกว่า 500,000 ล้านบาทต่อปี

สำหรับบริบททางการเมือง การวิจัยพบว่า ยังขาดความเป็นเจ้าภาพหลักและการบูรณาการร่วมกันของหน่วยงานรัฐ แม้จะมีคณะกรรมการนโยบายการป้องกันและลดอุบัติเหตุทางถนนแห่งชาติ แต่การทำงานมักเป็นลักษณะต่างฝ่ายต่างดำเนินงาน โดยมีลักษณะเป็นแผนประจำปีมากกว่าการขับเคลื่อนเชิงยุทธศาสตร์ ผลวิจัยสอดคล้องกับงานของศูนย์วิชาการเพื่อความปลอดภัยทางถนน (2564) ที่ชี้ว่าการขาดเอกภาพและผู้รับผิดชอบหลักส่งผลให้การดำเนินนโยบายไม่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ แม้รัฐบาลในหลายสมัยตั้งแต่สมัยนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร และพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา จะมีนโยบายด้านความปลอดภัยทางถนนตามแผนแม่บทเช่นเดียวกัน แต่ยังไม่สามารถลดอุบัติเหตุได้อย่างเป็นรูปธรรม

สรุปได้ว่า โครงสร้างวัฒนธรรมสังคมไทย ระบบเศรษฐกิจ และนโยบายรัฐที่ขาดเอกภาพ ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้อุบัติเหตุทางถนนยังคงเป็นปัญหาเรื้อรังและจำเป็นต้องอาศัยการเปลี่ยนแปลงทั้งในระดับบุคคล ชุมชน และระดับนโยบายเพื่อให้เกิดผลอย่างยั่งยืน

2. ผลการวิจัยพบว่า การรณรงค์และประชาสัมพันธ์ด้านความปลอดภัยทางถนนของรัฐบาลเน้นการสื่อสารผ่านช่องทางสื่อแขนงต่าง ๆ ทั้งสื่อภาครัฐและเอกชน การสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน รวมถึงการใช้สื่อบุคคลผ่านกลไกศูนย์อำนวยความสะดวกทางถนน (ศปถ.) ในแต่ละระดับ โดยเน้นเฉพาะช่วงเทศกาลปีใหม่และสงกรานต์เท่านั้น สาระสำคัญจากการรณรงค์เน้น 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ 1. สาเหตุหรือปัจจัยของอุบัติเหตุทางถนน ส่วนใหญ่เกิดจากปัจจัยด้านคน เช่น พฤติกรรมการขับรถเร็ว เมาแล้วขับ และไม่สวมหมวกนิรภัย นอกจากนี้ยังมีปัจจัยจากยานพาหนะ วิศวกรรมจราจร และสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติ 2. แผนสื่อสารการรณรงค์ รัฐบาลเน้นการบูรณาการภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน เช่น การเตรียมความพร้อมของหน่วยกู้ชีพและกู้ภัย การตั้งจุดตรวจถนนสายหลักและสายรอง เพื่ออำนวยความสะดวกและประชาสัมพันธ์ผู้ใช้รถใช้ถนน โดยดำเนินงานเฉพาะช่วงเทศกาลและผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ ออนไลน์ และป้ายโฆษณา และ 3. แนวทางการบริหารจัดการแก้ปัญหาอุบัติเหตุ การรณรงค์ยังไม่บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากขาดความต่อเนื่องของแผนการสื่อสาร การประเมินผล และการใช้ทฤษฎีหรือแนวทางใหม่ในการแก้ไขปัญหา ซึ่งช่องทาง ช่องทางการสื่อสารแบ่งเป็น 2 ประเด็นหลัก ได้แก่ 1. สื่อมวลชน เช่น สปอตวิทยุสั้น ๆ หนังสือพิมพ์ วารสาร โทรทัศน์ของรัฐและสื่อออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐ และ 2. สื่อบุคคล ผ่านกลไก ศปถ. เพื่อสร้างการรับรู้แก่ประชาชน

ในพื้นที่ ทั้งสายหลัก สายรอง และถนนในหมู่บ้าน โดยเน้นมาตรการ “ด้านชุมชน ด้านครอบครัว” และเฝ้าระวังจุดเสี่ยงอุบัติเหตุ โดยมีกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมายผู้รับสารแบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ 1. ประชาชนทั่วไป 2. องค์กรพัฒนาเอกชน 3. นักวิชาการด้านวิศวกรรมจราจร และ 4. สื่อมวลชน

ผลการวิจัยสะท้อนว่า กระบวนการสื่อสารของรัฐบาลยังจำกัดเฉพาะช่วงเทศกาลปีใหม่และสงกรานต์ ขาดความต่อเนื่องในการรณรงค์และการนำทฤษฎีใหม่มาแก้ไขปัญห ทำให้ไม่สามารถปรับพฤติกรรมของผู้ใช้รถใช้ถนนได้อย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับการรายงานของ ศูนย์วิชาการเพื่อความปลอดภัยทางถนน (2564) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) (2565)

จากการศึกษาวิจัยซึ่งนำไปสู่การศึกษาเรื่องการสื่อสารเพื่อการรณรงค์ด้านความปลอดภัยทางถนนตามนโยบายของรัฐบาล : ศึกษาในช่วงปี พ.ศ. 2554 - 2563 ผู้ส่งสารเห็นตรงกันว่าอุบัติเหตุทางถนนที่เกิดขึ้นเกิดจากปัจจัยด้าน คน ที่ทำให้เกิดอุบัติเหตุมากที่สุด ส่วนกระบวนการสื่อสารของรัฐบาล กำหนดมาตรการในการส่งสารการรณรงค์เกี่ยวกับอุบัติเหตุทางถนนแค่ในช่วงเทศกาลปีใหม่ และสงกรานต์ เท่านั้น ไม่ได้มีแผนการรณรงค์อย่างต่อเนื่อง และไม่นำทฤษฎีใหม่ ๆ มาแก้ไขปัญหาอุบัติเหตุทางถนนอย่างจริงจัง

อภิปรายผลการวิจัย

1. บริบททางสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองที่ส่งผลต่อการสื่อสารเพื่อการรณรงค์ด้านความปลอดภัยทางถนนตามนโยบายรัฐบาลในช่วงปี พ.ศ. 2554 – 2563

บริบททางสังคม ผู้ใช้รถใช้ถนนในไทยยังขาดจิตสำนึกด้านความปลอดภัย เนื่องจากวัฒนธรรมที่มองว่าอุบัติเหตุเป็นเรื่องปกติและไม่จำเป็นต้องปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด สาเหตุสำคัญมาจากพฤติกรรมผู้ขับขี่ขาดความรู้ ขาดการประเมินความเสี่ยง และตระหนักรู้ในสถานการณ์ คนไทยมีแนวโน้มในการยอมรับพฤติกรรมเสี่ยงต่าง ๆ การขับเร็ว เมาแล้วขับ การขับรถย้อนศร บริบททางสังคมที่ผู้ขับขี่ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างเพียงพอจากรัฐบาลในการรณรงค์ มาตรการการสื่อสารต้องเข้มข้นและมีประสิทธิภาพ ให้ผู้ใช้รถใช้ถนนแต่ละกลุ่มตระหนักรู้ว่าความปลอดภัยทางถนนเป็นเรื่องสำคัญ โดยอาศัยกระบวนการการสื่อสาร ทักษะ ความรู้ มาตรการ วิธีการให้ผู้รับสาร เกิดการรับรู้และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้

บริบททางเศรษฐกิจ อุบัติเหตุทางถนนก่อให้เกิดความสูญเสียทางเศรษฐกิจมหาศาล ทั้งค่ารักษาพยาบาล ค่าเสียหายทรัพย์สิน และการสูญเสียผลิตภาพแรงงาน รัฐลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานด้านความปลอดภัยมากขึ้น แต่ยังไม่เพียงพอ บริบททางเศรษฐกิจ รัฐบาลต้องนำนโยบายที่มีประสิทธิภาพและการส่งเสริมความปลอดภัยทางถนนอย่างต่อเนื่อง ด้วยการสื่อสารเชิงรุกไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ตรงจุด เพื่อลดการสูญเสียจากอุบัติเหตุทางถนน สร้างกระแสสังคมให้รับรู้ถึงการสูญเสียทางเศรษฐกิจ อย่างเป็นระบบด้วยการใช้หลัก SMCR



บริบททางการเมือง ขาดความร่วมมือและการบูรณาการของหน่วยงานภาครัฐในการแก้ไขปัญหา ทำให้การดำเนินงานขาดประสิทธิภาพและข้อมูลไม่เชื่อมโยงกัน ส่งผลต่อความบกพร่องขององค์ประกอบ ผู้ส่งสาร (Sender) รัฐบาลต้องมีผู้เชี่ยวชาญ ที่มีทักษะ ความรู้ในการออกมาตรการหรือนโยบายของรัฐบาล ด้วยการใช้สาร (Message) สร้างการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมด้านความปลอดภัยที่ถูกต้อง ผ่านช่องทางสื่อ (Channel) ทั้งสื่อหลัก และสื่อรอง และสื่อบุคคล ไปยังกลุ่มผู้รับสาร (Receiver) ที่ตรงกลุ่ม เช่น กลุ่มเด็กและเยาวชน กลุ่มผู้ใช้รถสาธารณะ เป็นต้น และเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในการปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด ซึ่งปัจจุบันรัฐบาลเน้นการสร้างโครงสร้างพื้นฐานมากกว่าการส่งเสริมความปลอดภัยด้านพฤติกรรมศาสตร์

2. กระบวนการสื่อสารเพื่อการรณรงค์ด้านความปลอดภัยทางถนนตามนโยบายรัฐบาลในช่วงปี พ.ศ. 2554 - 2563 ทั้งในด้านรูปแบบ เนื้อหา และวิธีการ

กระบวนการสื่อสารงานวิจัยดังกล่าวเป็นตามแบบจำลองการสื่อสาร SMCR ของเบอร์โล (Berlo) (นันทนา นันทโรภาส, 2563) ได้แก่

ผู้ส่งสาร (Sender) ในการรณรงค์ด้านความปลอดภัยทางถนนของงานวิจัยนี้ โดยผู้ส่งสารในแต่ละระดับมีความรู้ ความสามารถ ทั้งภูมิหลังความรู้ ทักษะ ทักษะในการสื่อสารและระบบสังคมวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดี เพราะเป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องด้านความปลอดภัยทางถนนอย่างต่อเนื่องซึ่งเป็นตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐในการขับเคลื่อนการดำเนินงานตามแผนแม่บทด้านความปลอดภัยทางถนน โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลกล่าวถึงปัจจัยที่ส่งผลให้การสื่อสารด้านการรณรงค์ด้านความปลอดภัยทางถนนของรัฐบาลยังไม่บรรลุตามเป้าหมาย “ทศวรรษแห่งความปลอดภัยช่วงปี พ.ศ. 2554 – 2563” ว่า รัฐบาลขับเคลื่อนแผนการรณรงค์เพียงแค่ช่วงเทศกาลปีใหม่ และสงกรานต์ เท่านั้นไม่ได้มีการรณรงค์อย่างต่อเนื่อง

สาร (Messages) แผนการสื่อสารในการรณรงค์การป้องกันและลดอุบัติเหตุทางถนนของรัฐบาล สารที่ใช้เป็นแนวทางการแก้ไขปัญหาอุบัติเหตุทางถนน ด้านการสื่อสารรัฐบาลพยายามผลักดันแผนการรณรงค์เพื่อแก้ไขปัญหาด้วยการบูรณาการจากภาคส่วนต่าง ๆ มุ่งเน้นในช่วงเทศกาลปีใหม่ และสงกรานต์ ประสิทธิภาพจากการรณรงค์จึงยังไม่บรรลุวัตถุประสงค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพเนื่องจากแผนการสื่อสารการรณรงค์ไม่มีความต่อเนื่องที่จะกระตุ้นให้ประชาชนตระหนักและปฏิบัติได้ แผนกระบวนการรณรงค์การสื่อสารของรัฐบาลนำมาตรการเดิมจากปีก่อนมาใช้ ขาดการวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติ และสาเหตุที่เกิดขึ้นในแต่ละปีว่าควรจัดทำแผนหรือมาตรการการสื่อสารการรณรงค์เรื่องใดเป็นสำคัญ

ช่องทางการสื่อสาร (Channels) ช่องการสื่อสารเพื่อการรณรงค์ด้านความปลอดภัยทางถนนตามนโยบายของรัฐบาล รัฐบาลใช้ช่องทางการสื่อสารการรณรงค์ในช่วงเทศกาลปีใหม่ และสงกรานต์เท่านั้น วัฒนธรรมด้านความปลอดภัยของสังคมไทยจึงรับรู้ไม่ต่อเนื่อง รัฐบาล



ต้องใช้สื่อเชิงรุกหรือสื่อออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม และสื่อสารให้ผู้ใช้งานใช้ถนนปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด ควบคู่ไปกับการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง

ผู้รับสาร (Receive) จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มผู้รับสาร และผู้ใช้งานให้ข้อมูลในแนวทางเดียวกันว่า แผนการสื่อสารการรณรงค์ด้านความปลอดภัยทางถนนของรัฐบาลรับรู้เพียงแค่ช่วงเทศกาลปีใหม่ และสงกรานต์เป็นหลักเท่านั้น ไม่ได้รับข่าวสารด้านการรณรงค์อุบัติเหตุทางถนนอย่างต่อเนื่อง และการสื่อสารการรณรงค์มีแคมเปญหลากหลาย ไม่ได้เฉพาะเจาะจงกลุ่มเป้าหมาย เป็นเพียงรณรงค์มาตรการทั่วไป เช่น ขับรถทุกครั้ง ต้องสวมหมวกนิรภัย และคาดเข็มขัดนิรภัย เป็นต้น ส่งผลให้การสื่อสารของรัฐบาลไม่ได้ใช้กระบวนการสื่อสารอย่างเป็นระบบให้สังคมเกิดการเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล

การสื่อสารมีความจำเป็นต่อสังคม ต้องอาศัยการสื่อสารมาเป็นตัวกลางให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน การสื่อสารจึงมีวัตถุประสงค์ที่หลากหลาย กลุ่มเป้าหมายที่สื่อสารไปถึงนั้น เกิดความรู้ ความเชื่อ และพฤติกรรมตามที่คุณสื่อสารหรือผู้ส่งสารต้องการ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมีความคิดและพฤติกรรมดีขึ้น ผู้สื่อสารจะต้องเข้าใจบริบทและวัฒนธรรมด้านความปลอดภัยทางถนน ตลอดจนวิธีการในการรณรงค์และสร้างจิตสำนึกเพื่อให้ประชาชนเข้าใจและปฏิบัติตาม สร้างการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการมีส่วนร่วมทางการเมืองในการผลักดันนโยบาย เพื่อสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยทางถนนอย่างยั่งยืน ลดความสูญเสียในชีวิตและทรัพย์สิน ใช้กระบวนการสื่อสารในการสื่อสารการรณรงค์อย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้หลัก SMCR อย่างเป็นระบบ

องค์ความรู้จากการวิจัย

จากข้อมูลและข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษา ผู้วิจัยได้สังเคราะห์สาระสำคัญเพื่อนำไปสู่การสร้าง องค์ความรู้ใหม่ เกี่ยวกับ “กระบวนการสื่อสารเพื่อการรณรงค์ด้านความปลอดภัยทางถนนตามนโยบายของรัฐบาล ช่วงปี พ.ศ. 2554–2563” โดยสรุปได้เป็นรูปแบบการสื่อสารเชิงระบบเพื่อความปลอดภัยทางถนน (Systemic Road Safety Communication Model) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่าง นโยบายภาครัฐ กลไกการสื่อสาร และพฤติกรรมของประชาชนผู้ใช้งานใช้ถนน ดังนี้



ภาพที่ 1 องค์ความรู้จากการวิจัย
ที่มา: สันติ เพชรแก้ว (2568)

1. บริบททางสังคมที่ส่งผลให้การสื่อสารต้องมุ่งสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัย

1.1 บริบททางสังคม

สังคมไทยมีความเคยชินกับพฤติกรรมเสี่ยง เช่น ขับเร็ว เมาแล้วขับ และไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย ทำให้ประชาชนขาดจิตสำนึกด้านความปลอดภัยและไม่ได้รับข้อมูลที่เพียงพอ งานวิจัยจึงชี้ว่า การสื่อสารต้องมุ่งสร้างความตระหนักรู้และเปลี่ยนพฤติกรรม โดยใช้สื่อสังคมและสื่อมวลชนควบคู่กันเพื่อสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยในระยะยาว

1.2 บริบททางเศรษฐกิจ

อุบัติเหตุทางถนนสร้างความสูญเสียทางเศรษฐกิจจำนวนมาก ทั้งค่ารักษา ความสูญเสียแรงงาน และทรัพย์สิน แม้รัฐลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานเพิ่มขึ้น แต่จะไม่มีประสิทธิผล

หากการสื่อสารไม่ต่อเนื่องและไม่ถึงกลุ่มเสี่ยง งานวิจัยชี้ว่า จำเป็นต้องทำ “การสื่อสารเชิงรุก” ตามกรอบ SMCR เพื่อให้การส่งสารมีประสิทธิภาพและช่วยลดความสูญเสียได้จริง

1.3 บริบททางการเมือง

ผลการวิจัยพบว่า หน่วยงานรัฐขาดการประสานงานและข้อมูลไม่เชื่อมโยง ทำให้ผู้ส่งสารไม่สามารถดำเนินงานได้เต็มที่ อีกทั้ง นโยบายมักเน้นโครงสร้างพื้นฐานมากกว่า การสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัย จึงเกิดองค์ความรู้ว่า การรณรงค์ต้องมีนโยบายที่ต่อเนื่อง การทำงานร่วมกันข้ามหน่วยงาน และการเปิดให้ประชาชนมีส่วนร่วม จึงจะเกิดผลอย่างยั่งยืน

2. ประเด็นสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารตามแบบจำลอง SMCR

2.1 ผู้ส่งสาร (Sender)

แม้มีหลายหน่วยงานร่วมดำเนินการ แต่การรณรงค์ยังจำกัดเฉพาะเทศกาลและ ไม่เกิดผลถาวร จึงสรุปได้ว่า ผู้ส่งสารต้องมีความเชี่ยวชาญ เข้าใจปัจจัยมนุษย์ ทำงานต่อเนื่อง และบูรณาการร่วมกัน เพื่อให้การสื่อสารสร้างผลลัพธ์เชิงพฤติกรรมได้จริง

2.2 สาร (Message)

สารรณรงค์ส่วนใหญ่ซ้ำเดิมและไม่ใช้ข้อมูลสถิติรายพื้นที่ ทำให้ไม่ตอบโจทยสาเหตุของอุบัติเหตุแต่ละกลุ่ม งานวิจัยชี้ว่า ต้องออกแบบสารแบบ Data-Driven มุ่งเฉพาะเจาะจง เช่น กลุ่มเยาวชน รถจักรยานยนต์ หรือรถบรรทุก เพื่อให้เกิดการปรับพฤติกรรมได้จริง

2.3 ช่องทางการสื่อสาร (Channels)

การใช้สื่ออย่างจำกัดช่วงเทศกาล ทำให้ความรู้ไม่ต่อเนื่อง งานวิจัยเสนอว่า ต้องใช้การสื่อสารแบบ Multi-channel ตลอดทั้งปี ผ่านสื่อออนไลน์ สื่อชุมชน สื่อบุคคล และสื่อดั้งเดิม พร้อมเสริมมาตรการกฎหมาย เพื่อสร้างบรรทัดฐานสังคมด้านความปลอดภัย

2.4 ผู้รับสาร (Receiver)

ประชาชนรับรู้แคมเปญเป็นครั้งคราวและไม่รู้สึกว่าสารตรงกับตน ทำให้ไม่เกิดการเปลี่ยนพฤติกรรม องค์ความรู้ที่ได้คือ ต้องเข้าใจกลุ่มเป้าหมายเชิงลึก โดยคำนึงถึงวิถีชีวิต วัฒนธรรม และพฤติกรรมเสี่ยง เพื่อให้การสื่อสารสร้างความรู้สึกเกี่ยวข้องกับตนเองและนำไปสู่พฤติกรรมที่ปลอดภัย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ควรให้มีหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบงานอุบัติเหตุทางถนนโดยตรง และบูรณาการอย่างมีประสิทธิภาพ
2. รัฐบาลควรออกนโยบายให้มีการจัดตั้งสำนักสื่อสารความปลอดภัยทางถนนแห่งชาติ ที่มีอำนาจเบ็ดเสร็จในการกำหนดสารและช่องทางสื่อสารกลาง เพื่อป้องกันความซ้ำซ้อนและ



การสื่อสารที่ขัดแย้งกันของหน่วยงานอื่น และส่งเสริมสื่อบุคคลในชุมชนเป็นผู้ส่งสารหลักอย่างต่อเนื่องไม่ใช่แค่ช่วง 7 วันอันตราย

3. ควรส่งเสริมการพัฒนาทักษะคิดวิเคราะห์แก่เด็กและเยาวชนตั้งแต่วัยเยาว์เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจด้านความปลอดภัยทางถนน

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. ควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในระดับตำบล หมู่บ้านในการป้องกันและแก้ไขอุบัติเหตุทางถนนอย่างเข้มแข็ง

2. ควรเน้นการดำเนินการให้เกิดธรรมาภิบาลชุมชน เพื่อเป็นหลักในการอยู่ร่วมกันและการบริหารด้านความปลอดภัยทางถนนอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการเปรียบเทียบการสื่อสารเพื่อการรณรงค์ด้านความปลอดภัยทางถนนตามนโยบายของรัฐบาล ช่วงปี พ.ศ. 2554 – 2563 และช่วงปี พ.ศ. 2564 – 2573 ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร

2. ควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการสำรวจความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการปฏิบัติตนในการขับขี่ของประชาชนว่ามีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการขับขี่ในการรณรงค์ด้านความปลอดภัยทางถนนของรัฐบาล

3. ควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องพรรคการเมืองในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ในการกำหนดนโยบายป้องกันและแก้ไขปัญหาอุบัติเหตุด้านความปลอดภัยทางถนน

เอกสารอ้างอิง

นันทนา นันทวโรภาส. (2563). *สื่อสารการเมือง: ทฤษฎีและการประยุกต์ใช้*. พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

วิวัฒน์ ศีตมโนชญ์. (2564). เป้าหมายทศวรรษความปลอดภัยครั้งที่สอง ผืนที่เป็นจริง?. *วารสารการแพทย์ฉุกเฉินแห่งประเทศไทย*, 1(2), 198–208.

ศูนย์วิชาการเพื่อความปลอดภัยทางถนน. (2564). *การบริหารจัดการความปลอดภัยทางถนนในประเทศไทย: บทวิเคราะห์และข้อเสนอแนะ*. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิชาการเพื่อความปลอดภัยทางถนน.

ศูนย์อำนวยการความปลอดภัยทางถนน. (2562). *แผนแม่บทความปลอดภัยทางถนน พ.ศ. 2561–2564*. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิชาการเพื่อความปลอดภัยทางถนน.

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.). (2565). *รายงานความปลอดภัยทางถนนในประเทศไทย*. สืบค้น 27 ตุลาคม 2568, จาก <https://shorturl.asia/UpqXu>

สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา. (2564). *รายงานการพิจารณาศึกษา เรื่อง แนวทางป้องกันและลดอุบัติเหตุทางถนนในประเทศไทย*. สืบค้น 30 ตุลาคม 2568, จาก <https://shorturl.asia/oBV3k>



- สุรางค์ จันทวานิช. (2543). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Berlo, D. K. (1960). *The process of communication: An introduction to theory and practice*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Thailand Research Development Institute. (2020). *Road accidents biggest health crisis*. Retrieved October 31, 2025, from <https://tdri.or.th/en/2020/11/road-accidents-biggest-health-crisis/>
- World Bank. (2018). *The High Toll of Traffic Injuries: Unacceptable and Preventable*. Global Road Safety Facility. Retrieved October 27, 2025, from <http://documents.worldbank.org/curated/en/374881515180592957/>
- World Health Organization. (2025). *Road safety*. Retrieved October 28, 2025, from <https://www.who.int/health-topics/road-safety/>

