

# การศึกษาปัจจัยของนิสิตมหาวิทยาลัย ในการสวมหมวกนิรภัย

## The Study of Factors of University Students in Wearing Helmet

กมลชนก เศรษฐบุตฺร (Kamolchanok Sreshtaputra)<sup>1</sup>

### บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยของนิสิตมหาวิทยาลัยที่มีต่อการสวมหมวกนิรภัย กลุ่มตัวอย่างคือนิสิตมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จำนวน 1,200 คน ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณแบบสอบถามประกอบไปด้วยคำถามเรื่องปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอกและปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตระหนักรู้เกี่ยวกับความปลอดภัยและพฤติกรรมในการสวมหมวกนิรภัย ผลการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างสวมหมวกนิรภัยเพียงร้อยละ 57.7 แม้จะเห็นด้วยว่ากฎหมายหมวกนิรภัยมีประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้ขับขี่และผู้โดยสารรถจักรยานยนต์ หมวกนิรภัยช่วยลดอุบัติเหตุจากการขับขี่รถจักรยานยนต์และนโยบายการรณรงค์สวมหมวกนิรภัย 100% ในมหาวิทยาลัยเป็นสิ่งที่ดี โดยปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อการตระหนักรู้เกี่ยวกับความปลอดภัยยิ่งไปกว่านั้น ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก และปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อพฤติกรรมในการสวมหมวกนิรภัยทั้งสิ้น

**คำสำคัญ:** ปัจจัย, นิสิตมหาวิทยาลัย, หมวกนิรภัย

---

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมเชิงลึกของนิสิตมหาวิทยาลัยในการสวมหมวกนิรภัย” สนับสนุนโดยคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ประจำปีงบประมาณ 2560

<sup>1</sup> ภาควิชาวิทยาศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

## Abstract

The purpose of this research is to understand the factors of university students in wearing helmet. Population was 1,200 state university students in Meung District, Chonburi Province. The quantitative survey method was applied. Questionnaires asking about internal, external, and personal factors that impact safety concern including the practice in wearing helmet. Data were collected from students in every faculty of the university. The Findings indicated that only 57.7 percent of respondents wore helmet even though they agreed that wearing helmet was totally useful for the rider and the person in the back. Wearing helmet helped reduce accident and 'Wearing Helmet 100% in University' was a good campaign. Among other things, results suggested that personal factors had an impact on safety concern. Moreover, the internal, external, and personal factors had an impact on the practice in wearing helmet.

**Keywords:** Factors, University Students, Helmet, Communication

## บทนำ

จากมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 4 มกราคม พ.ศ. 2554 ได้ประกาศให้เป็นปีแห่งการรณรงค์ส่งเสริมการสวมหมวกนิรภัย 100 เปอร์เซ็นต์ เพื่อเป็นการสนับสนุนการดำเนินงานโครงการทศวรรษแห่งความปลอดภัยทางถนนในช่วงระหว่าง ปี 2554-2563 โดยมีเป้าหมายในการลดอัตราการเสียชีวิตจากอุบัติเหตุทางท้องถนนให้ต่ำกว่า 10 คนต่อประชากร 100,000 คน ในปี พ.ศ. 2563 (สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี, 2554) หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนจึงได้ดำเนินงานตอบสนองนโยบายนี้มาอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาข้อมูลจากกรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย (กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย, 2559) พบว่าอุบัติเหตุบนท้องถนนในประเทศไทยกลับมีอัตราเพิ่มขึ้น และมักเกิดขึ้นในช่วงเทศกาลที่มีวันหยุดติดต่อกันเป็นเวลาหลายวัน โดยสถิติผู้เสียชีวิตจะมากจากการขับซิ่งรถจักรยานยนต์มากที่สุดและเพิ่มขึ้น

ทุกปี โดยพฤติกรรมเสี่ยงที่สุดคือการไม่สวมหมวกนิรภัยซึ่งเพิ่มขึ้นทุกปีเช่นเดียวกัน ด้วยเหตุดังกล่าว รัฐบาลจึงมีแนวทางที่สำคัญประการหนึ่ง คือ การส่งเสริมการสวมหมวกนิรภัย

มหาวิทยาลัยที่ทำการวิจัยตอบสนองนโยบายนี้ด้วยเช่นกัน โดยร่วมกับสถานีตำรวจในพื้นที่จัดตั้งคณะกรรมการปฏิบัติการตำรวจร่วมมวลชนลดอาชญากรรม (ตมอ.) ภายในมหาวิทยาลัยขึ้น เพื่อทำหน้าที่ในการดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนิสิต บุคลากร และประชากรภายในมหาวิทยาลัย โดยมีการเปิดศูนย์ปฏิบัติการอย่างเป็นทางการ ณ อาคาร ภายในมหาวิทยาลัยในปี พ.ศ. 2555 และริเริ่มโครงการรณรงค์ส่งเสริมการจราจรปลอดภัย โดยในระยะแรกเจ้าหน้าที่ตำรวจจะประจำอยู่บริเวณประตูทางเข้าออกมหาวิทยาลัย เมื่อมีการกระทำผิดเจ้าหน้าที่จะใช้มาตรการตักเตือนโดยไม่มีใบสั่ง ในส่วนของมหาวิทยาลัยใช้วิธีการตัดคะแนนความประพฤติ เมื่อโครงการสิ้นสุดลงเจ้าหน้าที่ตำรวจจะตั้งจุดสกัดในวันจันทร์-ศุกร์ เฉพาะถนนสายหลัก คือ ถนนสุขุมวิทเท่านั้น แต่ถนนโดยรอบมหาวิทยาลัยซึ่งเป็นถนนสายรอง มีการตั้งจุดสกัด ประมาณ 4-5 ครั้งต่อเดือน หรือตามแต่ความเหมาะสม (ตมอ., 2555) เมื่อศึกษาถึงรายละเอียดของสื่อที่ใช้ในโครงการรณรงค์ดังกล่าวพบว่า มีการแถลงข่าวเปิดตัวโครงการ การจัดทำเว็บไซต์ การให้ข้อมูลผ่านทางวารสารของมหาวิทยาลัย ป้ายข้างทาง ป้ายผ้า โปสเตอร์ โดยจะมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหาไปในแต่ละปี ในส่วนของการประเมินผลโครงการมีการแสดงสถิติจำนวนอุบัติเหตุของแต่ละคณะตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552-2555 อยู่ในเว็บไซต์ แต่หลังจากปี พ.ศ. 2555 แล้วไม่พบสถิติใด ๆ ดังนั้นแม้โครงการรณรงค์ดังกล่าวจะยังคงอยู่ แต่เมื่อไม่ได้มีการปฏิบัติอย่างต่อเนื่องจริงจัง ปัจจุบันนิสิตส่วนใหญ่จึงยังคงไม่สวมหมวกนิรภัย โดยเมื่อต้องเข้ามาในมหาวิทยาลัยที่มี รปภ. ทำหน้าที่ตรวจสอบอยู่ นิสิตจะหยิบหมวกนิรภัยมาสวมเฉพาะ ณ ตรงนั้น หรือถ้าไม่มีหมวกนิรภัยก็จะใช้วิธีจอดรถจักรยานยนต์เพื่อขึ้นรถผ่านประตูทางเข้า ผู้ซ้อนท้ายบางคนจะลงเดินในขณะที่รถจักรยานยนต์แล่นผ่านประตูไป เมื่อพ้นประตูทางเข้าไปเพียงไม่กี่เมตร นิสิตจะกลับไปซั้บขี่โดยไม่สวมหมวกนิรภัยต่อไป เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทำให้ต้องหันมาพิจารณาว่าโครงการรณรงค์สวมหมวกนิรภัยที่เคยปฏิบัติมานั้นทำไมจึงไม่สามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของนิสิตได้

ทั้งนี้ ในความพยายามที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมใด ๆ ของกลุ่มเป้าหมายนั้น สิ่งหนึ่งที่สำคัญ คือ การเริ่มต้นจากการทำความเข้าใจในปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มเป้าหมายก่อน กลุ่มเป้าหมายควรมีความรู้เพียงพอ เพื่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติไปในทางบวก อันจะนำไปสู่พฤติกรรมที่ต้องการ ดังนั้น ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตระหนักรู้เกี่ยวกับความปลอดภัยและพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยจึงเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการศึกษาถึงพฤติกรรมเชิงลึกยิ่งขึ้นต่อไป เพื่อให้เกิดการปฏิบัติได้ในที่สุด

## การทบทวนวรรณกรรม

### 1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมประกอบไปด้วย ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางจิตวิทยาคือด้านบุคลิกภาพ การจูงใจ การเรียนรู้ ความเข้าใจ การรับรู้ ทัศนคติ แนวคิดของตนเอง และรูปแบบการดำรงชีวิต ปัจจัยภายนอกหรือปัจจัยทางสังคมวัฒนธรรม ประกอบไปด้วยวัฒนธรรม วัฒนธรรมย่อย ชั้นทางสังคม กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาทและสถานะ ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบไปด้วยปัจจัยทางประชากรศาสตร์และปัจจัยสถานการณ์ (Schiffman and Wisenblit, 2014)

<p><b>ปัจจัยภายใน</b> (Internal factor) หรือปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychographic factor)</p>	<p><b>ปัจจัยภายนอก</b> (External factor) หรือปัจจัยทางสังคมวัฒนธรรม (Social and cultural factor)</p>	<p><b>ปัจจัยส่วนบุคคล</b> (Personal factor) หรือปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic factor) และปัจจัยสถานการณ์ (Situation factor)</p>
<p>บุคลิกภาพ (Personality) การจูงใจ (Motivation) การเรียนรู้ (Learning) ความเข้าใจ (Cognitive) การรับรู้ (Perception) ทัศนคติ (Attitude) แนวความคิดของตนเอง (Self-concept) รูปแบบการดำรงชีวิต</p>	<p>วัฒนธรรม (Culture) วัฒนธรรมย่อย (Subculture) ชั้นทางสังคม (Social Class) กลุ่มอ้างอิง (Influence group) ครอบครัว (Family) บทบาทและสถานะ (Roles and status)</p>	<p>ประชากรศาสตร์ (Demographic) สถานการณ์ (Situation)(Self-concept)</p>

แผนภาพที่ 1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม

ที่มา: Schiffman and Wisenblit. (2014). *Consumer Behavior*, NJ: Pearson Always Learning.

## 2. แนวคิดเรื่องความรู้ ทักษะและพฤติกรรม

### แนวคิดเรื่องความรู้

Harasim (2017) ให้ความหมายว่า ความรู้ หมายถึง การระลึกถึงในข้อเท็จจริงกฎเกณฑ์ และโครงสร้างที่ได้จากการศึกษา หรือประสบการณ์ที่มนุษย์ได้รับและสะสมไว้ ซึ่งถือเป็นพฤติกรรมขั้นต้น

Forehand (2005) ทบทวนทฤษฎีของ Bloom แล้วสรุปว่าความรู้ หมายถึง การระลึกถึงเรื่องราวต่าง ๆ ที่เคยมีประสบการณ์มาแล้วและรวมถึงการจำเนื้อเรื่องต่าง ๆ ทั้งที่ปรากฏและเกี่ยวพันกันโดยแบ่งเป็น 3 ประเภท

ประเภทที่ 1 ความรู้เฉพาะสิ่ง (Knowledge of Specifics) เป็นความสามารถในการระลึกหรือจำได้ในเรื่องราว ประเภท คำศัพท์เฉพาะ และข้อเท็จจริงบางประการ

ประเภทที่ 2 ความรู้เรื่องวิธีและการจัดการกระทำกับสิ่งเฉพาะสิ่ง (Knowledge of Ways and Means of Dealing with Specifics) เป็นเรื่องเกี่ยวกับแบบแผนนิยมแนวโน้มและลำดับเหตุการณ์การจับพวกและประเภท เกณฑ์ และระเบียบวิธี

ประเภทที่ 3 ความรู้เรื่องสากลและนามธรรมในสาขาต่าง ๆ (Knowledge of the Universals and Abstracts in a Field) เกี่ยวกับหลักการและข้อสรุปทั่วไป ทฤษฎีและโครงสร้าง

### แนวคิดเรื่องทัศนคติ

ทัศนคติ คือ ระดับของความรู้สึกนึกคิดที่เกี่ยวข้องกับภาวะทางจิตใจของบุคคลที่มีต่อตนเอง ต่อบุคคลอื่น และต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง อันเป็นผลมาจากการเรียนรู้ ประสบการณ์ และเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมหรือแนวโน้มที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้าต่าง ๆ ไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง ซึ่งอยู่ในรูปแบบของการสนับสนุนหรือคัดค้านก็ได้ แต่อย่างไรก็ตามทัศนคติของคนเรานั้นมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงได้ด้วยการศึกษา สิ่งแวดล้อม และการคมนาคมติดต่อมียังผลให้ทัศนคติของคนเปลี่ยนแปลงไปได้เป็นอันมาก ทั้งนี้เพราะบุคคลมีโอกาสดังสรรค์และแลกเปลี่ยน ตลอดจนเปลี่ยนแปลงแบบความคิดเห็นกันได้มากกว่าวัฒนธรรมมีการผสมผสานกันมากเท่าใดก็ยิ่งจะทำให้ทัศนคติของคนเปลี่ยนแปลงไปได้มากเท่านั้น ดังนั้นคนที่ขาดการติดต่อกับบุคคลอื่น ดำรงชีวิตอยู่ตามลำพัง ทัศนคติจะไม่เปลี่ยนแปลง

แต่คนที่โลดแล่นไปตามสังคมอย่างกว้างขวาง เข้ากลุ่มเข้าพวกหรือเป็นสมาชิกของสมาคมมากแห่ง ทักษะคนนี้จะเปลี่ยนแปลงได้มาก เพราะคบค้าสมาคมติดต่อกับสังสรรค์ โอกาสที่จะมีการถ่ายทอดหรือเลียนแบบความคิดเห็นนั้นเป็นไปได้ง่าย (คนพันธุ์ N, 2561)

Eagly and Chaiken (1998 pp. 269-322) กล่าวว่า ทักษะคนตี หมายถึง ความเชื่อ ความรู้สึกของบุคคลต่อสิ่งต่าง ๆ องค์ประกอบของทักษะคนตีแบ่งออกเป็น 3 องค์ประกอบ

1) องค์ประกอบด้านความคิด (Cognitive Component) ได้แก่ องค์ประกอบที่มนุษย์ใช้ในการคิด ความคิดอาจอยู่ในรูปใดรูปหนึ่งแตกต่างกัน

2) องค์ประกอบด้านท่าที่รู้สึก (Affective Component) ได้แก่ อารมณ์ความรู้สึกที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดด้านบวกหรือด้านลบ

3) องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavior Component) เป็นองค์ประกอบที่มีแนวโน้มในทางปฏิบัติ หรือถ้ามีสิ่งเร้าที่เหมาะสมจะเกิดการปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่ง ถ้ามีทัศนคติที่ดีต่อเป้าหมายก็จะมีความพร้อมที่จะแสดงพฤติกรรมสนับสนุนออกมา

#### แนวคิดเรื่องพฤติกรรม

พฤติกรรม หมายถึง ปฏิกริยาหรือการกระทำของบุคคลที่แสดงออกมาทั้งภายในจิตใจตนเองหรือแสดงออกมาให้ผู้อื่นเห็น ทั้งนี้เราจะเห็นได้ว่ามีพฤติกรรมจำนวนมากที่แม้กระทำด้วยสาเหตุหรือจุดมุ่งหมายอื่น โดยลักษณะท่าทางกริยาอาการอาจแตกต่างกันไปล้วนแต่จะตั้งผ่านกระบวนการคิดและการตัดสินใจ ประกอบด้วยอารมณ์และความรู้สึกของผู้กระทำ พฤติกรรมนั้น ๆ จึงทำให้พฤติกรรมของแต่ละคราวเปลี่ยนแปลงหรือปรับเปลี่ยนไปตามเรื่องที่เกี่ยวข้องเสมอ (กาญจนากรอง สุอังคะ, 2558)

#### ความสัมพันธ์ระหว่าง ความรู้ ทักษะคนตี และพฤติกรรม

ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะคนตี และพฤติกรรมนั้น คือ การที่บุคคลมีความรู้เกิดขึ้น แต่ความรู้เพียงอย่างเดียวไม่ได้เป็นข้อยืนยันว่าบุคคลจะปฏิบัติตามสิ่งที่ตนรู้เสมอไป ทักษะคนตีเป็นตัวเชื่อมระหว่างความรู้กับการกระทำหรือพฤติกรรม ถ้ามีทัศนคติที่ดีรวมกับองค์ประกอบอื่น ๆ ที่จะกระตุ้นให้ปฏิบัติแล้วบุคคลจะมี

แนวโน้มที่จะกระทำหรือปฏิบัติมากกว่าบุคคลที่มีทัศนคติไม่ดี ดังนั้น ความรู้มีผลต่อพฤติกรรมทั้งทางตรงและทางอ้อม สำหรับทางอ้อมมีทัศนคติเป็นตัวกลางทำให้เกิดพฤติกรรม (ประภาเพ็ญ สุวรรณ, 2526)

ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมในกระบวนการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ มีตัวแปรที่สำคัญ 3 ตัวแปร คือ ความรู้ (Knowledge) ทัศนคติ (Attitude) และการยอมรับการปฏิบัติ (Practice) บางครั้งเรียกว่า แบบจำลอง KAP เป็นการให้ความรู้เพื่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติอันนำไปสู่พฤติกรรมหรือการปฏิบัติในที่สุด (อรวรรณ ปิลาฉนวนโหวาท, 2554)

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วัฒน์วงศ์ รัตนวราห (2557) ศึกษาพฤติกรรมกรมการสวมหมวกนิรภัยระหว่างสังคมเมืองกับสังคมชนบท แล้วพบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการสวมหมวกนิรภัยสำหรับสังคมเมือง ส่วนการรับรู้ความรุนแรงมีอิทธิพลมากที่สุดสำหรับสังคมชนบท เช่นเดียวกันกับงานวิจัยประสิทธิผลนโยบายการขับขี่ปลอดภัยจากการรณรงค์ส่งเสริมการสวมหมวกนิรภัยในเขตท้องที่สถานีตำรวจนครบาลดอนเมืองของสิทธิพร กลั่นวารี (2557) ที่แสดงให้เห็นว่า ประสิทธิภาพของโครงการอยู่ในระดับมาก ผลการเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างในด้านประชากรศาสตร์ไม่พบความแตกต่าง ปัจจัยในการบริหารการจัดการด้านบุคลากร และด้านวัสดุอุปกรณ์ในการปฏิบัติงานเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลกับประสิทธิผลของโครงการ และแนวทางสำคัญในการเพิ่มประสิทธิผลของโครงการ คือ ควรมีการบังคับใช้กฎหมายอย่างเด็ดขาด โดยเจ้าหน้าที่ตำรวจต้องกวดขันจับกุมผู้ฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามกฎหมายจราจรที่ไม่สวมหมวกนิรภัยขณะขับขี่จักรยานยนต์อย่างต่อเนื่อง

ส่วนในการวิจัยเรื่องการใช้รถจักรยานยนต์ปลอดภัย ทัศนคติ และพฤติกรรมกรมการใช้หมวกนิรภัยของนักศึกษาพยาบาล มหาวิทยาลัยนครพนม (บรรจง พลไชย, 2557) แสดงให้เห็นว่าค่าเฉลี่ยการรับรู้ประโยชน์ของการใช้หมวกนิรภัยอยู่ในระดับมาก ทัศนคติต่อการใช้หมวกนิรภัยอยู่ในระดับมาก และพฤติกรรมกรมการใช้หมวกนิรภัยอยู่ในระดับปานกลาง นั่นคือนักศึกษารับรู้ถึงประโยชน์และมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้หมวกนิรภัย แต่ก็ยังสวมหมวกนิรภัยอยู่แค่ในระดับปานกลาง

ในแง่ของการตลาด การวิจัยเรื่องการศึกษาพฤติกรรมและสิ่งแวดล้อมทางการตลาดเพื่อพัฒนารูปแบบการส่งเสริมการสวมหมวกนิรภัยในเด็ก โดยประยุกต์ใช้การตลาดเชิงสังคมที่จังหวัดฉะเชิงเทรา (ขจรศักดิ์ จันทร์พานิชย์, พรสุข หุ่นจันทร์, และพวงชมพู โจนส์, 2558) แสดงให้เห็นถึงสถานการณ์ปัญหาการไม่สวมหมวกนิรภัยในเด็ก ทั้งที่การเดินทางส่วนใหญ่ของเด็กเดินทางด้วยรถจักรยานยนต์ โดยร้อยละ 80.7 ของผู้ปกครองไม่มีหมวกนิรภัยสำหรับเด็กและร้อยละ 82.4 ไม่มีการสวมหมวกนิรภัยให้กับเด็ก จากการสำรวจไม่พบนักเรียนสวมหมวกนิรภัยไปและกลับจากโรงเรียน และพบว่าร้อยละ 62.78 ผู้ปกครองไม่เคยรับรู้ข้อมูลข่าวสารการสวมหมวกนิรภัยในเด็ก ปัญหาเกิดจากการเข้าไม่ถึงหมวกนิรภัยสำหรับเด็ก เนื่องจากหาซื้อได้ยาก และมีราคาแพง จากการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางการตลาด พบว่าสภาพพื้นที่โดยทั่วไปเป็นพื้นที่ที่มีนิคมอุตสาหกรรมตั้งอยู่เป็นจำนวนมาก และมีการจราจรหนาแน่นโดยเฉพาะรถบรรทุกขนาดใหญ่ ผู้วิจัยมีการสร้างรูปแบบการส่งเสริมการสวมหมวกนิรภัยในเด็กที่ขึ้นทำรถจักรยานยนต์ โดยประยุกต์ใช้กระบวนการตลาดเชิงสังคมด้วยกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด (4Ps) ในการออกแบบกิจกรรมส่งเสริมการสวมหมวกนิรภัย ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์ มีการสรรหาผลิตภัณฑ์เพื่อจัดหาหมวกนิรภัยที่เหมาะสมกับเด็ก 2) การกำหนดราคาเพื่อการกระจายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบที่เหมาะสมกับช่องทางและกลุ่มเป้าหมาย 3) การกำหนดสถานที่จำหน่ายให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด และ 4) การส่งเสริมการตลาดเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์ และให้ความรู้ทั้งในกลุ่มเด็กและผู้ปกครอง และการสร้างแรงจูงใจเพื่อกระตุ้นพฤติกรรม การสวมหมวกนิรภัยอย่างต่อเนื่อง

ส่วนการวิจัยเรื่องผลของการสร้างแรงจูงใจเพื่อการปกป้องสุขภาพต่อพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี (ศิวาภรณ์ ศรีสกุล, 2558) ใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอนจำนวน 50 ราย เป็นกลุ่มทดลอง 25 รายและกลุ่มควบคุม 25 รายโดยกลุ่มทดลองได้เข้าร่วมกิจกรรมสร้างแรงจูงใจเพื่อการปกป้องสุขภาพเป็นเวลา 8 สัปดาห์ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มทดลองมีการเปลี่ยนแปลงการรับรู้ในโอกาสเสี่ยงของการเกิดอุบัติเหตุ มีความคาดหวังในความสามารถของตนเองต่อพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยมากกว่ากลุ่มควบคุมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนการเปลี่ยนแปลงของ



การรับรู้ความรุนแรงของการเกิดอุบัติเหตุและความคาดหวังในประสิทธิผลของ  
หมวกนิรภัยของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม พบว่าไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติ  
ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เสนอแนะให้ทำกิจกรรมสร้างแรงจูงใจเพื่อการปกป้องสุขภาพส่วนที่ทำให้  
เกิดการเปลี่ยนแปลงไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างเสริมพฤติกรรมให้นักเรียนระดับ  
ชั้นอื่น ๆ ในอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี เพื่อให้เกิดพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัย  
ต่อไป และการวิจัยเรื่องการเปรียบเทียบทัศนคติและพฤติกรรมด้านความปลอดภัย  
สำหรับผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ในมหาวิทยาลัย (ชิตพิพัทธ์ ขอนพิกุล, นาดล กรประเสริฐ,  
และปรีดา พิทยาพันธ์ 2558) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้ขับขี่ในมหาวิทยาลัยยังขาด  
ความตระหนักถึงความสำคัญในการสวมหมวกนิรภัย โดยมองว่าการสวมหมวกนิรภัย  
เป็นสิ่งจำเป็นเพื่อป้องกันการผิดกฎหมายมากกว่าเพื่อป้องกันปัญหาอุบัติเหตุ  
และมองเรื่องการสวมหมวกนิรภัยว่ามีความสำคัญและจำเป็นเฉพาะกับตนเอง  
หรือคนใกล้ตัวเท่านั้น แต่หากเมื่อพบเห็นผู้อื่นไม่สวมหมวกนิรภัยในขณะขับขี่  
กลับมองเป็นเรื่องปกติธรรมดาของสังคม ส่วนการโฆษณาประชาสัมพันธ์รณรงค์  
การสวมหมวกนิรภัยนั้นเป็นเรื่องที่ผู้ขับขี่ยอมรับได้ในสังคม

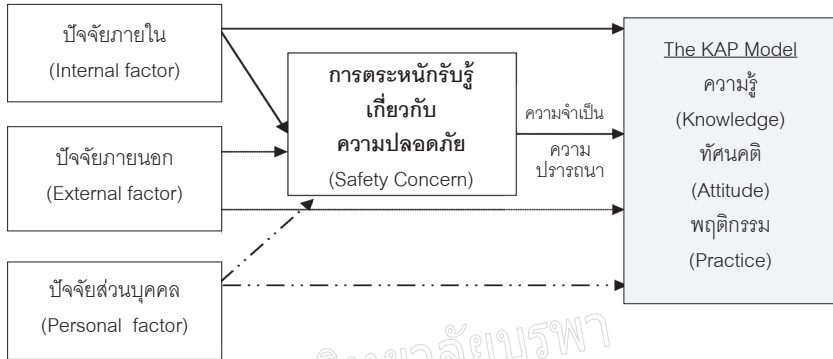
## ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณกับกลุ่มตัวอย่างในทุกคณะของมหาวิทยาลัย  
ในกำกับของรัฐในอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จำนวน 1,200 คน ซึ่งมาจากการกำหนด  
วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากต้องการกลุ่มตัวอย่าง  
ที่มีข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่ต้องการศึกษามากและลึกตรงประเด็นที่ต้องการศึกษา  
(ทวิศักดิ์ นพเกษตร, 2551) จึงเก็บข้อมูลจากผู้ขับขี่หรือโดยสารรถจักรยานยนต์  
เท่านั้น ซึ่งอาจสวมหมวกนิรภัยเป็นประจำหรือไม่สวมเลยก็ได้ โดยทำการวิจัยตั้งแต่  
เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2560 จนถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2561

คณะที่ทำการสำรวจ	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย			
	ปีที่ 1 205 คน จาก 6,030 คน	ปีที่ 2 327 คน จาก 9,638 คน	ปีที่ 3 297 คน จาก 8,760 คน	ปีที่ 4 371 คน จาก 10,926 คน
คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว	15	44	30	53
คณะกรรมการแพทย์แผนไทยอภัยภูเบศร	4	4	3	4
คณะดนตรีและการแสดง	5	6	7	9
คณะพยาบาลศาสตร์	6	7	6	7
คณะแพทยศาสตร์	2	2	2	2
คณะเภสัชศาสตร์	5	5	4	5
คณะภูมิสารสนเทศศาสตร์	5	11	16	10
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	32	54	52	60
คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์	26	39	28	57
คณะโลจิสติกส์	9	19	20	23
คณะวิทยาการสารสนเทศ	9	25	21	20
คณะวิทยาศาสตร์	20	25	18	14
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา	6	10	10	8
คณะวิศวกรรมศาสตร์	17	22	27	31
คณะศิลปกรรมศาสตร์	8	10	10	17
คณะศึกษาศาสตร์	15	17	13	15
คณะสาธารณสุขศาสตร์	5	7	8	8
คณะสหเวชศาสตร์	8	6	8	12
วิทยาลัยนานาชาติ	10	14	14	16
รวม	205	327	297	371

ตารางที่ 1: การกระจายจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

## กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย



แผนภาพที่ 2 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

## วิธีการวิจัย

ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณด้วยวิธีการสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามปลายปิด ทำการเก็บข้อมูลเฉพาะในมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี โดยให้ผู้ช่วยวิจัยจำนวน 2 คนไปแจกแบบสอบถามในเวลาพักกลางวัน และเวลาหลังเลิกเรียนในแต่ละคณะของมหาวิทยาลัย ใช้เวลาตอบคำถามประมาณ 15 นาที แล้วรอเก็บแบบสอบถามกลับเลย

## ผลการวิจัย

### ข้อมูลส่วนบุคคลของนิสิต

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 64.80 และเพศชาย ร้อยละ 29.80 ส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 4 ร้อยละ 30.80 มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดอื่นที่ไม่ใช่ชลบุรี ร้อยละ 69.80 ผู้ปกครองมีอาชีพเจ้าของกิจการหรือประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 40.00 มีเกรดเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.01-3.50 ร้อยละ 44.00 รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,000-30,000 บาท ร้อยละ 32.20 มีลักษณะที่อยู่เป็นบ้านเดี่ยว/ทาวน์เฮ้าส์ ร้อยละ 46.30 อาศัยอยู่กับบิดามารดา ร้อยละ 49.60

### ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ชีวิตของนิสิต

ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ชีวิตด้านการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด คือ นิสิตส่งงานที่อาจารย์มอบหมายตรงเวลาที่กำหนด ร้อยละ 47.60 รองลงมา คือ นิสิตเข้าชั้นเรียนตรงเวลา ร้อยละ 32.10 และนิสิตทำการบ้านทุกวิชาด้วยตนเอง ร้อยละ 28.70 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ชีวิตด้านสังคมของกลุ่มตัวอย่างที่มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด คือ นิสิตสนทนาผ่านโปรแกรมพูดคุยกับเพื่อนทางอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 37.10 รองลงมา คือ นิสิตพูดคุยปรึกษาหารือเกี่ยวกับเรื่องส่วนตัว หรือเรื่องทั่ว ๆ ไปกับเพื่อน ร้อยละ 31.90 และนิสิตใช้เวลาว่างในวันหยุดในการดูโทรทัศน์ เล่นเกม อยู่ที่บ้าน ร้อยละ 31.50 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ชีวิตด้านการเข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด คือ นิสิตเข้าร่วมกิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรม เช่น ไหว้ครู สงกรานต์ ลอยกระทง ร้อยละ 12.60 รองลงมา คือ นิสิตเข้าร่วมกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ เช่น บริจาคโลหิต ออกค่ายอาสาพัฒนาชนบท ร้อยละ 9.50 และนิสิตเข้าร่วมกิจกรรมเผยแพร่ชื่อเสียง เช่น จัดแสดงนิทรรศการกับนิสิตเข้าร่วมกิจกรรมกีฬา ร้อยละ 8.30 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ชีวิตด้านลักษณะการใช้จ่ายในมหาวิทยาลัยของกลุ่มตัวอย่างที่มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด คือ นิสิตมีค่าที่พักอาศัยเพียงพอ ร้อยละ 43.80 รองลงมา คือ นิสิตมีค่าอาหารครบทุกมื้อ ร้อยละ 42.10 และนิสิตมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาเรียน ร้อยละ 40.50

### ข้อมูลเกี่ยวกับการขับขีรถจักรยานยนต์

กลุ่มตัวอย่างเมื่อใช้รถจักรยานยนต์เพื่อการเดินทางจะเป็นผู้ขับขี่เอง ร้อยละ 52.00 และเป็นผู้โดยสาร ร้อยละ 47.60 ส่วนใหญ่ไม่มีใบอนุญาตขับขี่รถจักรยานยนต์ ร้อยละ 67.20 มีใบอนุญาตขับขี่ ร้อยละ 30.00 และมีใบอนุญาตขับขี่แต่หมดอายุ ร้อยละ 2.30 สวมหมวกนิรภัย ร้อยละ 57.70 ขับขี่รถจักรยานยนต์ระยะทางใกล้ ร้อยละ 87.10 ไม่เคยมีประสบการณ์ไม่ดีในการขับขี่รถจักรยานยนต์ ร้อยละ 57.50 เคยประสบอุบัติเหตุจากการขับขี่รถจักรยานยนต์ ร้อยละ 23.70 และเคยถูกจับความผิดเกี่ยวกับการขับขี่รถจักรยานยนต์ ร้อยละ 9.40

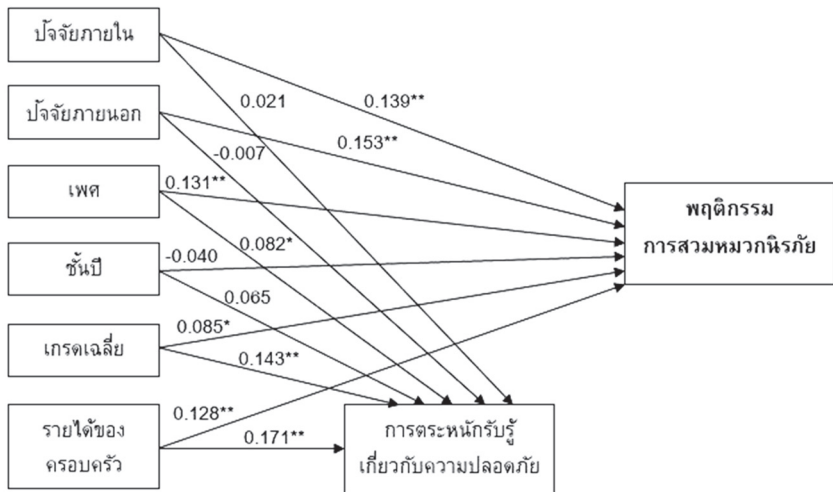
## ตารางที่ 1 ปัจจัยที่มีผลต่อการสวมหมวกนิรภัยและระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยแต่ละปัจจัย

ข้อคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น
<b>ความรู้เกี่ยวกับการสวมหมวกนิรภัย</b> กฎหมายหมวกนิรภัยมีประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้ขับขี่และผู้โดยสารรถจักรยานยนต์	เห็นด้วย (4.41)
การสวมหมวกนิรภัยช่วยลดความรุนแรงจากอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์	เห็นด้วย (4.35)
หมวกนิรภัยที่สวมต้องได้รับมาตรฐานอุตสาหกรรม	เห็นด้วย (4.33)
<b>ปัญหาในการสวมหมวกนิรภัย</b> ร้อน อึดอัด รำคาญ สวมใส่ไม่สบายหนักศีรษะ สกปรก	ปานกลาง (3.50)
ไม่มีที่เก็บ พกพาลำบาก กลัวหาย	ปานกลาง (3.46)
กลัวผมเสียทรง	ปานกลาง (3.25)
<b>ความคิดเห็นต่อความปลอดภัย</b> หมวกนิรภัยช่วยลดอุบัติเหตุจากการขับขี่รถจักรยานยนต์	เห็นด้วย (4.19)
ควรสวมหมวกนิรภัยโดยรัดด้วยหนังยางรัดให้แน่น	เห็นด้วย (4.09)
ควรสวมหมวกนิรภัยเมื่อขับขี่รถจักรยานยนต์มากกว่า 5 กิโลเมตร	เห็นด้วย (3.94)
<b>ความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรทัดฐานและการยอมรับทางสังคม</b> นโยบายการรณรงค์สวมหมวกนิรภัย 100% ในมหาวิทยาลัย ในสถาบันอุดมศึกษาเป็นสิ่งที่ดี	เห็นด้วย (3.94)
ขอการโฆษณาประชาสัมพันธ์รณรงค์สวมหมวกนิรภัย ในสถาบันอุดมศึกษา	ปานกลาง (3.50)
การตัดคะแนนความประพฤติสำหรับผู้ไม่สวมหมวกนิรภัย ในสถาบันอุดมศึกษาเป็นสิ่งที่ดี	ปานกลาง (3.16)

### ผลการวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้น

รูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยของนิสิต ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกตได้ 8 ตัวแปร คือปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ (GEN) ชั้นปี (YEAR) เกรดเฉลี่ยสะสม (GPA) รายได้เฉลี่ยของครอบครัว (INCM)

ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางจิตวิทยา (PSY) กับปัจจัยภายนอกหรือปัจจัยทางสังคม วัฒนธรรม (SOC) การตระหนักรู้เกี่ยวกับความปลอดภัย (AWN) และพฤติกรรม การสวมหมวกนิรภัย (BEH) ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบ ความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของพฤติกรรม การสวมหมวกนิรภัยของนิสิต พบว่า รูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของพฤติกรรม การสวมหมวกนิรภัยของ นิสิตสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจาก ค่า  $X^2 = 1.179$ ,  $df = 1$  ค่า  $p = 0.278$  ค่า  $X^2/df = 1.179$  ดัชนี GFI = 1.000 ดัชนี AGFI = 0.990 ดัชนี NFI = 0.999 ดัชนี NNFI = 0.998 ดัชนี CFI = 1.000 ดัชนี RMR = 0.003 ดัชนี SRMR = 0.004 ดัชนี RMSEA = 0.013 และค่า LSR = 1.083 จากค่าสถิติ และดัชนีดังกล่าวแสดงว่ารูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของพฤติกรรม การสวมหมวกนิรภัยของนิสิตสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และตัวแปรทั้งหมด สามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรม การสวมหมวกนิรภัยของนิสิตได้ ร้อยละ 14.40



แผนภาพที่ 3 รูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของพฤติกรรม การสวมหมวกนิรภัย ของนิสิต

ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยมากที่สุด คือ ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลทางตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีอิทธิพลทางบวกเท่ากับ 0.139 รองลงมา คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ (เพศชาย) มีอิทธิพลทางตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีอิทธิพลทางบวกเท่ากับ 0.131 รายได้ของครอบครัว (20,001-30,000 บาท) มีอิทธิพลทางตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีอิทธิพลทางบวกเท่ากับ 0.128 และเกรดเฉลี่ยสะสม (3.0 ขึ้นไป) มีอิทธิพลทางตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีอิทธิพลทางบวกเท่ากับ 0.085 ตามลำดับ

ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตระหนักรู้เกี่ยวกับความปลอดภัยมากที่สุด คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ รายได้ของครอบครัว (20,001-30,000 บาท) มีอิทธิพลทางตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีอิทธิพลทางบวกเท่ากับ 0.171 รองลงมา คือเกรดเฉลี่ยสะสม (3.0 ขึ้นไป) มีอิทธิพลทางตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีอิทธิพลทางบวกเท่ากับ 0.143 และเพศ (เพศชาย) มีอิทธิพลทางตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีอิทธิพลทางบวกเท่ากับ 0.082 ตามลำดับ

## อภิปรายผลและข้อเสนอแนะการวิจัย

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนบุคคลเท่านั้นที่มีผลต่อการตระหนักรู้เกี่ยวกับความปลอดภัย ส่วนปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยภายในรวมถึงปัจจัยภายนอกมีผลต่อพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยทั้งสิ้น เช่นเดียวกับที่ Schiffman and Wisenblit (2014) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนั้นจะประกอบไปด้วย ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางจิตวิทยา คือ ด้านบุคลิกภาพ การมุ่งใจ การเรียนรู้ ความเข้าใจ การรับรู้ ทัศนคติ แนวคิดของตนเอง และรูปแบบการดำรงชีวิต ปัจจัยภายนอกหรือปัจจัยทางสังคมวัฒนธรรม ประกอบไปด้วยวัฒนธรรม วัฒนธรรมย่อย ชั้นทางสังคม กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาทและสถานะ และปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยทางประชากรศาสตร์และปัจจัยสถานการณณ์ และเช่นเดียวกันกับวัฒนวงศ์ รัตนวราห (2557) ที่พบว่าปัจจัยภายในมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการสวมหมวกนิรภัยสำหรับสังคมเมือง

กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยว่ากฎหมายหมวกนิรภัยมีประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้ขับขี่และผู้โดยสารรถจักรยานยนต์และการใช้มาตรการทางกฎหมาย โดยให้เจ้าหน้าที่ตำรวจมาดักจับนั้น ได้ผลกว่าการหักคะแนนความประพฤติ เช่นเดียวกันกับงานวิจัยของสิทธิพร กลั่นวารี (2557) ที่พบว่า ควรมีการบังคับใช้กฎหมายอย่างเด็ดขาด โดยเจ้าหน้าที่ตำรวจต้องกวาดล้างผู้ฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามกฎหมายจราจรที่ไม่สวมหมวกนิรภัยขณะขับขี่จักรยานยนต์อย่างต่อเนื่อง และยังเป็นเช่นเดียวกันกับชิตติพัทธ์ ขอนพิกุล, นกมล กรประเสริฐ, และปริดา พิษยาพันธ์ (2558) ที่แสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้ขับขี่ในมหาวิทยาลัยมองว่าการสวมหมวกนิรภัยเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อป้องกันการผิดกฎหมาย

กลุ่มตัวอย่างรู้และเข้าใจถึงความสำคัญของการสวมหมวกนิรภัยว่าเป็นกฎหมายบังคับที่ควรปฏิบัติตาม เพื่อลดความรุนแรงจากอุบัติเหตุ ช่วยเพิ่มความปลอดภัยในการขับขี่ แม้จะมีปัญหาในการสวมบ้างแต่ก็เป็นสิ่งที่ควรทำ และหมวกนิรภัยที่ดีต้องได้รับมาตรฐานอุตสาหกรรม (มอก.) แต่กลุ่มตัวอย่างกลับสวมหมวกนิรภัยเพียงร้อยละ 57.7 เช่นเดียวกันกับบรรจง พลไชย (2557) ที่แสดงให้เห็นว่านิสิตรับรู้ถึงประโยชน์และมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้หมวกนิรภัย แต่ก็ยังสวมหมวกนิรภัยอยู่แค่ในระดับปานกลาง

ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างคิดว่านโยบายการรณรงค์สวมหมวกนิรภัย 100% ในมหาวิทยาลัยนั้นเป็นสิ่งที่ดีแต่กลับรู้สึกเฉย ๆ ไม่ได้รู้สึกชอบสื่อประชาสัมพันธ์โครงการสวมหมวกนิรภัย 100% ที่มหาวิทยาลัยจัดทำ จึงไม่จูงใจเพียงพอให้เกิดพฤติกรรมสวมหมวกนิรภัย ซึ่งประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526) ได้กล่าวว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมนั้น คือ การที่บุคคลมีความรู้เกิดขึ้น แต่ความรู้เพียงอย่างเดียวไม่ได้เป็นข้อยืนยันว่าบุคคลจะปฏิบัติตามสิ่งที่รับรู้เสมอไป ทัศนคติเป็นตัวเชื่อมระหว่างความรู้กับการกระทำหรือพฤติกรรม ถ้ามีทัศนคติที่ดีรวมกับองค์ประกอบอื่น ๆ ที่จะกระตุ้นให้ปฏิบัติแล้วบุคคลจะมีแนวโน้มที่จะกระทำหรือปฏิบัติมากกว่าบุคคลที่มีทัศนคติไม่ดี ดังนั้น ความรู้มีผลต่อพฤติกรรมทั้งทางตรงและทางอ้อม สำหรับทางอ้อมมีทัศนคติเป็นตัวกลางทำให้เกิดพฤติกรรม และเช่นเดียวกันกับที่ชิตติพัทธ์ ขอนพิกุล และคณะ (2558) แสดงให้เห็นว่า การโฆษณาประชาสัมพันธ์รณรงค์การสวมหมวกนิรภัยนั้นเป็นเรื่องที่ผู้ขับขี่



ยอมรับได้ในสังคม เป็นสิ่งที่สมควรทำแต่ต้องโน้มน้าวใจกลุ่มตัวอย่างให้ได้ จึงจะเกิดพฤติกรรม ในขณะที่ศิวกาภรณ์ ศรีสกุล (2558) เสนอแนะให้ทำกิจกรรม สร้างแรงจูงใจเพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมพฤติกรรมให้เกิดการสวมหมวกนิรภัย นอกจากนี้ ขจรศักดิ์ จันทร์พาณิชย์, พรสุข หุ่นนิรันดร์, และพวงชมพู ไจน์ส์ (2558) ได้สร้างรูปแบบการส่งเสริมการสวมหมวกนิรภัยด้วยกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด โดยเน้นการตลาดเชิงสังคมเพื่อสร้างแรงจูงใจกระตุ้นพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัย อย่างต่อเนื่อง

ดังนั้น การใช้กฎข้อบังคับควบคู่ไปกับการสื่อสารที่เข้าถึงปัจจัยที่จูงใจนิสิต ให้เกิดพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยด้วยความสมัครใจจากจิตสำนึกด้านความปลอดภัย อย่างแท้จริง จึงเป็นทางเลือกที่ดีที่สุด

### ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการค้นหาปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในเชิงลึกมากยิ่งขึ้นด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้เข้าใจถึงปัจจัยทางจิตวิทยาของกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น
2. ควรเริ่มสร้างพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยในกลุ่มนิสิตด้วยมาตรการขั้นเด็ดขาดมากยิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น การให้ตำรวจช่วยกวดขันด้านกฎหมาย อย่างสม่ำเสมอ

## รายการอ้างอิง

- กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย, กระทรวงมหาดไทย. (2559). สถิติอุบัติเหตุ  
ช่วงเทศกาล. วันที่สืบค้นข้อมูล 14 กันยายน 2559, จาก <http://www.roadsafetythailand.com>
- กาญจน์กรอง สุอังคะ. (2558). การศึกษาพฤติกรรมการขับขี่ของวัยรุ่นที่มีผลต่อ  
ความเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุจากการใช้รถจักรยานยนต์. นครราชสีมา:  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- ขจรศักดิ์ จันทร์พานิชย์, พรสุข หุ่นนิรันดร์, และพวงชมพู ไจนส์. (2558). การศึกษา  
พฤติกรรมและสิ่งแวดล้อมทางการตลาดเพื่อพัฒนารูปแบบการส่งเสริม  
การสวมหมวกนิรภัยในเด็ก โดยประยุกต์ใช้การตลาดเชิงสังคม. ใน *การประชุม  
วิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ "สร้างสรรค์และพัฒนา เพื่อก้าวหน้า  
สู่ประชาคมอาเซียน" ครั้งที่ 2*, (หน้า 92101). นครราชสีมา: วิทยาลัยนครราชสีมา.
- คนพันธุ์ N. (15 มกราคม 2561). ทศนคติ ความหมายและความสำคัญ. วันที่สืบค้น  
ข้อมูล 14 กันยายน 2559, จาก [http://www.bangkokbiznews.com/blog/  
detail/634487](http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/634487)
- ชิตีพัทธ์ ขอนพิกุล, นกอด กรประเสริฐ, และปรีดา พิษยาพันธ์. (2558, กรกฎาคม).  
การเปรียบเทียบทัศนคติและพฤติกรรมด้านความปลอดภัยสำหรับผู้ขับขี่รถ  
จักรยานยนต์ในมหาวิทยาลัย. ใน *การประชุมวิชาการวิศวกรรมโยธาแห่งชาติ  
ครั้งที่ 20*, การประชุมจัดโดยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ,  
ชลบุรี.
- ทวีศักดิ์ นพเกษร. (2551). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ: คู่มือปฏิบัติการวิจัยประยุกต์เพื่อ  
พัฒนาคน องค์การ ชุมชน สังคม* (พิมพ์ครั้งที่ 2). พิษณุโลก: ชมรมพยาบาล  
ชุมชนแห่งประเทศไทย.
- บรรจง พลไชย. (2557). การรับรู้ประโยชน์ทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้หมวกนิรภัย  
ของนักศึกษาพยาบาล มหาวิทยาลัยนครพนม. *วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัย  
และพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 6(11), 78-88.

- ประกาศาเพ็ญ สุวรรณ. (2526). *ทัศนคติ: การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- วัฒนวงศ์ รัตนวราห. (2557) การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสวมใส่หมวกนิรภัยโดยใช้สมการโครงสร้างพื้นฐานทฤษฎีแบบแผนความเชื่อด้านสุขภาพในสังคมเมืองและชนบท (รายงานการวิจัย). นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- ศิวาภรณ์ ศรีสกุล. (2558). ผลของการสร้างแรงจูงใจเพื่อการปกป้องสุขภาพต่อพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์พยาบาล ศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการพยาบาลเวชปฏิบัติชุมชน, คณะพยาบาลศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศูนย์ปฏิบัติการตำรวจร่วมมวลดชนลดาชญากรรม. (2555). *เกี่ยวกับตมอ*. วันที่ค้นข้อมูล 14 กันยายน 2559, จาก <http://buupol.buu.ac.th/>
- สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. (2554). *มติคณะรัฐมนตรี*. วันที่ค้นข้อมูล 14 กันยายน 2559, จาก <http://www.cabinet.thaigov.go.th/>
- สิทธิพร กลั่นวารี. (2557). *ประสิทธิผลนโยบายการขับขี่ปลอดภัย จากการรณรงค์ส่งเสริมการสวมหมวกนิรภัยในเขตท้องที่สถานีตำรวจนครบาลดอนเมือง*. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์, คณะรัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท. (2554). *การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ* (พิมพ์ครั้งที่ 6 ฉบับปรับปรุง). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Eagly, A. H., and Chaiken, S. (1998). Attitude structure and function. In D. T. Gilbert, S. T. Fiske, & G. Lindzey (Eds.), *The handbook of social psychology* (pp. 269-322). New York: McGraw-Hill.
- Forehand, M. (2005). Bloom's taxonomy: Original and revised. In M. Orey (Ed.), *Emerging perspectives on learning, teaching, and technology*. Retrieved October 2017, from <http://projects.coe.uga.edu/epltt/>
- Harasim, L. (2017). *Learning Theory and Online Technologies*. New York: Routledge.

- Jackson, T. (2005). Motivating Sustainable Consumption, a review of evidence on consumer behaviour and behavioural change. *Sustainable Development Research Network*. Retrieved 28 February, 2017 from [http://www.sustainablelifestyles.ac.uk/sites/default/files/motivating\\_scfinal.pdf](http://www.sustainablelifestyles.ac.uk/sites/default/files/motivating_scfinal.pdf)
- Kotler, P., Kartajaya, H., and Setiawan, I. (2010). *Marketing 3.0: From products to customers to the human spirit*. N.J: Wiley.
- Schiffman, L. G., and Wisenblit, J. (2014). *Consumer Behavior*, NJ: Pearson Always Learning.

มหาวิทยาลัยบูรพา  
Burapha University