



เศรษฐศาสตร์พฤติกรรมและการสะกิดเพื่อส่งเสริมการสวมหมวกนิรภัย
ในประเทศไทย: กรณีศึกษาผู้โดยสารรถจักรยานยนต์สาธารณะ
BEHAVIORAL ECONOMICS AND NUDGING SAFER ROAD BEHAVIOR
IN THAILAND: THE CASE STUDY OF MOTORCYCLE TAXI PASSENGER

ปานทิพย์ สวยสม

เศรษฐศาสตร์พฤติกรรมและการสะกิดเพื่อส่งเสริมการสวมหมวกนิรภัย
ในประเทศไทย: กรณีศึกษาผู้โดยสารรถจักรยานยนต์สาธารณะ



ปริญญานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปีการศึกษา 2564
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

BEHAVIORAL ECONOMICS AND NUDGING SAFER ROAD BEHAVIOR
IN THAILAND: THE CASE STUDY OF MOTORCYCLE TAXI PASSENGER



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of MASTER OF ARTS
(Master of Arts Program in Managerial Economics)
Faculty of Economics, Srinakharinwirot University
2021
Copyright of Srinakharinwirot University

ปริญญาานิพนธ์

เรื่อง

เศรษฐศาสตร์พฤติกรรมและการสะกิดเพื่อส่งเสริมการสวมหมวกนิรภัย

ในประเทศไทย: กรณีศึกษาผู้โดยสารรถจักรยานยนต์สาธารณะ

ของ

ปานทิพย์ สวยสม

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าปริญญาานิพนธ์

..... ที่ปรึกษาหลัก ประธาน
 (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีระ ตั้งธรรมรักษ์) (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธานี ชัยวัฒน์)

..... กรรมการ
 (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชพันธุ์ เชนจิตร)

ชื่อเรื่อง	เศรษฐศาสตร์พฤติกรรมและการสะกิดเพื่อส่งเสริมการสวมหมวกนิรภัย ในประเทศไทย: กรณีศึกษาผู้โดยสารรถจักรยานยนต์สาธารณะ
ผู้วิจัย	ปานทิพย์ สวยสม
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2564
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พีระ ตั้งธรรมรักษ์

การเสียชีวิตของผู้ใช้รถจักรยานยนต์บนท้องถนนเป็นอีกหนึ่งปัญหาสำคัญในประเทศไทย และหากกล่าวถึงบรรดากลุ่มผู้ใช้รถจักรยานยนต์ในกรุงเทพมหานคร ผู้โดยสารรถจักรยานยนต์สาธารณะถือเป็นกลุ่มที่น่าเป็นกังวลมากที่สุด เนื่องจากมักพบเห็นในหลาย ๆ สถานการณ์ที่เอื้อให้ผู้โดยสารเหล่านั้นไม่ต้องสวมหมวกนิรภัย ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อทดสอบแนวทางการสะกิดจากทฤษฎีเศรษฐศาสตร์พฤติกรรม เพื่อส่งเสริมให้กลุ่มผู้โดยสารรถจักรยานยนต์สาธารณะสวมหมวกนิรภัยเพิ่มขึ้น ในการทดลอง ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้แนวคิดการเสนอทางเลือกหลัก ด้วยการขอให้ผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์สาธารณะยื่นหมวกนิรภัยให้กับผู้โดยสารเป็นทางเลือกหลักตลอดระยะเวลาทดลองประมาณ 1 ชั่วโมง จากนั้นทำการเปรียบเทียบผลกับกรณีที่ไม่มีการยื่นหมวกนิรภัยให้กับผู้โดยสาร นอกจากนี้ยังมีการทดลองแบบติดตามผล เป็นระยะเวลา 1 สัปดาห์ ด้วยการนำเสนอสื่อที่ออกแบบมาจากแนวคิดความเกรงกลัวการสูญเสีย และอิทธิพลของคนรอบข้าง ให้แก่กลุ่มตัวอย่างเพื่อกระตุ้นให้สวมหมวกนิรภัย สำหรับการทดลองแบบเสนอทางเลือก ผลการศึกษา พบว่า หากผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์สาธารณะยื่นหมวกนิรภัยให้กับผู้โดยสารเป็นทางเลือกหลัก จะทำให้ร้อยละ 27.8 ของกลุ่มทดลองตัดสินใจสวมหมวกนิรภัย สำหรับการทดลองแบบติดตาม พบว่า การประยุกต์ใช้แนวคิดอิทธิพลคนรอบข้าง สามารถกระตุ้นให้กลุ่มตัวอย่างสวมหมวกนิรภัยเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด

คำสำคัญ : พฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัย, การสะกิด, รถจักรยานยนต์สาธารณะ

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้เปรียบเสมือนเป็นทั้งก้าวแรกที่นิสิตกำลังศึกษาสูงขึ้นในระดับปริญญาโท และยังเป็นก้าวสุดท้ายของการศึกษาในระดับปริญญาตรี เนื่องจากในปัจจุบันที่นิสิตดำเนินการทำวิจัยขั้นนี้ นิสิตได้วางแผนเลือกเรียนต่อในโครงการ 4+1 เป็นหลักสูตรที่ทางคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เปิดหลักสูตรนี้ให้สำหรับนิสิตที่สนใจจะศึกษาต่อ จึงทำให้นิสิตได้มาทำงานวิจัยเดี่ยวเพื่อมีความมุ่งมั่นว่าจะนำงานวิจัยนี้ไปทำการศึกษาค้นคว้าต่อในระดับปริญญาโท ซึ่งงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงด้วยดีเนื่องจากการได้รับการสนับสนุนจากคณะเศรษฐศาสตร์ทั้งที่ทำการเปิดวิชาการระเบียบวิธีวิจัยทางเศรษฐศาสตร์ (Economic Research Methodology) ให้สำหรับนิสิตที่เข้าร่วมโครงการ 4+1 โดยเฉพาะ เพื่อให้นิสิตสามารถนำงานวิจัยไปต่อยอดในอนาคตได้ รวมทั้งบุคคลากร โดยเฉพาะ อาจารย์ ดร.พีระ ตั้งธรรมรักษ์ อาจารย์ประจำวิชาและอาจารย์ที่ปรึกษา งานวิจัย ที่คอยให้คำปรึกษาและคำแนะนำแนวทางการทำวิจัยแก่ผู้วิจัย ซึ่งผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณที่ท่านให้กำลังใจ เชื่อมั่นในตัวผู้วิจัย ตลอดจนสละเวลาช่วงกลางงานวิจัยให้ครบถ้วนสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

อีกทั้งยังขอขอบคุณพ่อและคุณแม่ ที่ได้ช่วยเหลือนิสิตทั้งในด้านของงบประมาณและการให้ความช่วยเหลือในการเก็บข้อมูล ขอขอบคุณเพื่อนร่วมรุ่นที่ให้ความช่วยเหลือในการทำวิจัย ยังขอขอบคุณกลุ่มตัวอย่างในการทดลองที่ได้เสียสละเวลาเข้ามาร่วมเป็นส่วนหนึ่งในงานวิจัยนี้ และขอขอบคุณล่วงหน้าสำหรับผู้ที่มีความสนใจนำงานวิจัยฉบับนี้ไปต่อยอดในอนาคต

ปานทิพย์ สวดยสม

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	5
ความสำคัญของการวิจัย	5
ขอบเขตของการวิจัย	6
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	6
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	6
ตัวแปรที่ศึกษา	7
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสวมหมวกนิรภัย.....	10
2.2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยด้านเศรษฐศาสตร์พฤติกรรม	12
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐศาสตร์พฤติกรรมและความปลอดภัยบนท้องถนน	15
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	39
3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	39

ประชากร	39
กลุ่มตัวอย่าง	39
3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	40
ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือขั้นที่ 1	40
วิธีการหาคุณภาพเครื่องมือขั้นที่ 1	42
ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือขั้นที่ 2.....	42
วิธีการหาคุณภาพเครื่องมือขั้นที่ 2.....	43
ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือขั้นที่ 3.....	43
วิธีการหาคุณภาพเครื่องมือขั้นที่ 3.....	44
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	44
วิธีการเก็บข้อมูลของการทดลองแบบเสนอทางเลือกหลัก (Default Option)	44
วิธีการเก็บข้อมูลในการทดลองแบบติดตามผล (Cohort Experiment Study)	45
3.4 การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	47
สำหรับการทดลองแบบ One-Shot Nudge	47
สำหรับการทดลองแบบ Cohort Nudge.....	48
บทที่ 4 ผลการศึกษา	53
ผลการศึกษาจากวัตถุประสงค์ที่ 1.....	53
ผลการศึกษาจากวัตถุประสงค์ที่ 2.....	56
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	61
สรุปผลการวิจัย.....	61
อภิปรายผลการวิจัย	63
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	65
บรรณานุกรม	67

ภาคผนวก..... 72

ประวัติผู้เขียน..... 82



สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 สาเหตุการเสียชีวิตจากอุบัติเหตุบนถนนจำแนกตามประเภทยานพาหนะ ปี 2554-2559 1	
ตาราง 2 ตลาดการใช้หมวกนิรภัย (Helmet service market)..... 4	4
ตาราง 3 สรุปปัจจัยตัวแปรส่วนบุคคลจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศ..... 17	17
ตาราง 4 สรุปปัจจัยตัวแปรส่วนบุคคลจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในประเทศไทย..... 18	18
ตาราง 5 สรุปปัจจัยตัวแปรสจิตลักษณะจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศ .. 19	19
ตาราง 6 สรุปปัจจัยตัวแปรสจิตลักษณะจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในประเทศไทย .. 20	20
ตาราง 7 สรุปปัจจัยตัวแปรสนับสนุนทางสังคมจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องใน 21	21
ตาราง 8 สรุปปัจจัยตัวแปรสนับสนุนทางสังคมจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในประเทศไทย 22	22
ตาราง 9 สรุปแนวคิดเศรษฐศาสตร์พฤติกรรม (การสะกิด) จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง 23	23
ตาราง 10 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัย 24	24
ตาราง 11 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์พฤติกรรม 31	31
ตาราง 12 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์พฤติกรรม (การสะกิด) กับความปลอดภัยบนท้องถนน 35	35
ตาราง 14 ขั้นตอนการทดลองแบบมีการติดตาม (Cohort Experimental Study) 47	47
ตาราง 15 เกณฑ์คะแนนในแต่ละรอบการทดลองแบบติดตาม (Cohort Nudge) 49	49
ตาราง 16 ผลการศึกษาพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยของกลุ่มทดลองเสนอทางเลือกหลัก 54	54
ตาราง 17 ผลการศึกษาพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยของกลุ่มทดลองแบบติดตามผล 57	57
ตาราง 18 ผลการทดสอบ Probit Regression 58	58
ตาราง 19 เหตุผลในการตัดสินใจเลือกสวมหมวกนิรภัยและไม่เลือกสวมหมวกนิรภัย 59	59



สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	9
ภาพประกอบ 2 ทฤษฎีความคาดหวัง	14
ภาพประกอบ 3 ขั้นตอนการทดลองแบบเส้นทางเลือกหลัก (Default Option)	45
ภาพประกอบ 4 ขั้นตอนก่อนการทดลองแบบติดตาม (Cohort Experiment Study)	46
ภาพประกอบ 5 แสดงผลค่าเฉลี่ยการรับสวมหมวกนิรภัยของผู้โดยสารที่เข้ามาใช้บริการ รถจักรยานยนต์สาธารณะเมื่อเปลี่ยนทางเลือกหลักเป็นการยื่นหมวกให้กับผู้โดยสาร	55
ภาพประกอบ 6 แสดงผลค่าเฉลี่ยการรับและสวมใส่หมวกนิรภัยของผู้โดยสารที่เข้ามาใช้บริการ รถจักรยานยนต์สาธารณะเมื่อเปลี่ยนทางเลือกหลักเป็นการยื่นหมวกให้กับผู้โดยสาร	55

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

อุบัติเหตุบนท้องถนนนับเป็นอีกหนึ่งปัญหาสำคัญของประเทศไทย ซึ่งส่งผลกระทบต่อทั้งชีวิต ร่างกาย และทรัพย์สิน จาก สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจรกระทรวงคมนาคม (2561, น. 4) และ Organization (2018, p. 8) พบว่า ประเทศไทยยังคงเป็นประเทศที่มีผู้เสียชีวิตสูงที่สุดจากอุบัติเหตุบนท้องถนนเป็นอันดับหนึ่งในเอเชีย และเป็นอันดับที่ 9 ของโลก นอกจากนี้ จาก สำนักโรคไม่ติดต่อกรมควบคุมโรคกระทรวงสาธารณสุข (2562, น. 9) พบว่า หากจำแนกตามประเภทยานพาหนะ รถจักรยานยนต์เป็นอันดับที่หนึ่งของพาหนะที่เป็นสาเหตุของการเสียชีวิต โดยมีสัดส่วนมากถึงร้อยละ 66.7 ของอุบัติเหตุบนถนนทั้งหมด ดังแสดงในตาราง 1

ตาราง 1 สาเหตุการเสียชีวิตจากอุบัติเหตุบนถนนจำแนกตามประเภทยานพาหนะ ปี 2554-2559

อันดับ	สาเหตุการเสียชีวิตจากอุบัติเหตุทางถนน (ประเภทยานพาหนะ)	2554-2559 (คิดเป็น ร้อยละ)
1	รถจักรยานยนต์	66.7
2	รถเก๋ง	18.2
3	เดินเท้า	8.7
4	ปิกอัพและรถตู้	3.7
5	จักรยาน	1.0
6	รถบรรทุกหนัก	0.8
7	สามล้อ	0.4
8	รถบัส	0.4
รวม	100	100

ที่มา: สำนักโรคไม่ติดต่อกรมควบคุมโรคกระทรวงสาธารณสุข (2562)

ดังนั้นการสวมหมวกนิรภัยจึงเป็นแนวทางหนึ่งในการป้องกันความเสียหายจากอุบัติเหตุบนท้องถนนทั้งสำหรับผู้ขับขี่และผู้โดยสารรถจักรยานยนต์ โดยกฎหมายจราจรกำหนดให้ผู้ขับขี่และผู้โดยสารรถจักรยานยนต์ต้องสวมหมวกนิรภัย ซึ่งจากรายงานของสำนักงานกองทุนสนับสนุน

การสร้างเสริมสุขภาพ (2562, น. 3) พบว่า การสวมหมวกนิรภัยจะช่วยลดโอกาสในการเสียชีวิตสำหรับผู้ขับขี่และผู้โดยสารได้ถึงร้อยละ 58 และร้อยละ 43 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม แม้จะมีกฎหมายจราจรควบคุมให้ผู้ใช้รถจักรยานยนต์ต้องสวมหมวกนิรภัย แต่ในทางปฏิบัตินั้น กลับพบว่าสถิติการสวมหมวกนิรภัยในประเทศไทยยังคงอยู่ในระดับต่ำ โดยข้อมูลของ (สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจรกระทรวงคมนาคม, 2561, น. 1) รายงานว่า ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554-2561 ผู้ขับขี่และผู้โดยสารในประเทศไทยมีอัตราการสวมหมวกนิรภัยรวมไม่ถึงร้อยละ 50 โดยเฉพาะผู้โดยสารที่มีอัตราการสวมหมวกนิรภัยอยู่เพียงแค่ร้อยละ 48 เท่านั้น

สำหรับหนึ่งในสถานการณ์การไม่สวมใส่หมวกนิรภัยที่พบเห็นได้อย่างชัดเจนที่สุดในปัจจุบันจากรายงานของมูลนิธิไทยโรดส์และสถาบันการศึกษาทั่วประเทศของเครือข่ายเฝ้าระวังสถานการณ์ความปลอดภัยทางถนน (2561, น. 1) ได้แก่ กรณีของผู้โดยสารรถจักรยานยนต์สาธารณะ (ผู้โดยสารวินมอเตอร์ไซด์) ไม่สวมหมวกนิรภัยขณะเดินทางตามเส้นทางต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นถนนเล็ก ตรอก ซอกซอย รวมทั้งบนถนนใหญ่

สำหรับสาเหตุที่ผู้โดยสารรถจักรยานยนต์สาธารณะไม่สวมหมวกนิรภัยขณะโดยสารนั้น สามารถอธิบายผ่านมุมมองทางเศรษฐศาสตร์ (Economic view) ได้ดังนี้ เริ่มต้นจากการพิจารณาตลาดการใช้หมวกนิรภัยของรถจักรยานยนต์สาธารณะ (Helmet service market) ที่ประกอบไปด้วยฝั่งอุปทาน (Supply) ของการใช้หมวกนิรภัย ซึ่งได้แก่ ผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์สาธารณะ (วินมอเตอร์ไซด์) เป็นผู้ที่จัดหาและให้บริการ (Provider) หมวกนิรภัยแก่ลูกค้าเพื่อใช้เป็นสินค้าประกอบการบริการรับส่งผู้โดยสาร ในขณะที่ฝั่งอุปสงค์ (Demand) ต่อการใช้หมวกนิรภัย ได้แก่ผู้โดยสารรถจักรยานยนต์สาธารณะที่มีหน้าที่ในการรับหมวกนิรภัยมาสวมใส่ตลอดระยะเวลาการเดินทาง (Samuelson & Zeckhauser, 1988) ซึ่งเป็นหนึ่งในทฤษฎีสำคัญของวิชาเศรษฐศาสตร์พฤติกรรม (Behavioral Economics) ที่ระบุว่ามนุษย์มีแนวโน้มที่จะยึดติดกับข้อเสนอหรือทางเลือกหลักที่ได้รับเสนอไว้ตั้งแต่ต้น มากกว่าที่จะเปลี่ยนไปเลือกทางเลือกรอง โดยในกรณีนี้จะพบว่า ผู้ขับขี่ไม่ได้ยื่นหมวกนิรภัยเป็นทางเลือกหลัก (Default option) ให้แก่ผู้โดยสาร หากผู้โดยสารต้องการสวมหมวกนิรภัย จะต้องเป็นฝ่ายขอหมวกนิรภัยเอง เปรียบเสมือนว่าการไม่ต้องสวมหมวกนิรภัย คือ ทางเลือกหลัก (Default Option) ในขณะที่การขอสวมหมวกจากวินมอเตอร์ไซด์เป็นทางเลือกรอง เมื่อเป็นเช่นนี้ผู้โดยสารรถจักรยานยนต์สาธารณะจึงยึดติดกับทางเลือกหลัก (Default Option)

สำหรับมุมมองทางด้านฝั่งอุปสงค์ (Demand) ต่อหมวกนิรภัย หรือ กลุ่มผู้โดยสารสามารถพิจารณาได้ว่า การที่ผู้โดยสารในบทบาทการเป็นผู้รับก็รู้สึกว่าการสวมหมวกนิรภัยเป็น

สิ่งสำคัญเช่นเดียวกันนั้น เกิดได้จากพฤติกรรมลำเอียง (Behavioral Bias) ที่เรียกว่า พฤติกรรมที่ยึดติดกับปัจจุบัน (Present bias) ซึ่งหมายถึง การที่บุคคลให้น้ำหนักกับความสุขในปัจจุบันมากกว่าความสุขในอนาคต (Prelec & Loewenstein, 1991) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมที่ผู้โดยสารเลือกความสะดวกสบายจากการไม่ต้องสวมหมวกนิรภัยในปัจจุบัน มากกว่าผลกระทบทางลบที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคตหากเกิดอุบัติเหตุ ผนวกกับการที่ผู้ขับขี่ไม่ได้ยื่นหมวกให้เป็นทางเลือกหลัก (Default Option) อยู่แล้ว การเอ่ยปากร้องขอหมวกจึงเป็นต้นทุนที่เพิ่มขึ้น แม้จะเป็นต้นทุนเพียงเล็กน้อยแต่ก็มีผลมากพอที่จะทำให้ผู้โดยสารไม่อยากจะเอ่ยปากเป็นฝ่ายขอหมวกนิรภัย

ดังนั้นหากเชื่อมโยงปัญหาทั้งฝั่งอุปสงค์และอุปทานที่กล่าวมาเข้าด้วยกันจะเกิดเป็นดุลยภาพ (Equilibrium) ของตลาดการใช้หมวกนิรภัยในกรณีของรถจักรยานยนต์สาธารณะในจุดที่มีประสิทธิภาพการใช้หมวกนิรภัยต่ำทั้งอุปสงค์และอุปทาน ณ จุดดุลยภาพ (LS, LD) กล่าวคือ ทั้งผู้ขับขี่และผู้โดยสารไม่มีความประสงค์ในการใช้หมวกนิรภัย โดยที่ด้านอุปทานหรือผู้ขับขี่ไม่ให้หมวกนิรภัยมาผนวกกับด้านอุปสงค์หรือผู้โดยสารก็ไม่รับหมวกนิรภัยเช่นเดียวกัน ในทางเศรษฐศาสตร์เรียกปรากฏการณ์นี้ว่า Prisoner Dilemma หรือปรากฏการณ์ที่ดุลยภาพที่เกิดขึ้นเป็นดุลยภาพที่แยกว่าดุลยภาพที่ควรจะเป็น (Bad Equilibrium) ซึ่งในกรณีนี้จะพบว่า เป็นสถานการณ์ที่ต่างฝ่ายต่างปฏิเสธทางเลือกที่ดีกว่า จึงทำให้ตลาดการใช้หมวกนิรภัยของรถจักรยานยนต์สาธารณะ (Helmet service market) ในปัจจุบัน มีลักษณะเป็นตลาดที่มีผลลัพธ์คุณภาพต่ำทั้งผู้ขับขี่และผู้โดยสาร (Low quality market) ดังตาราง 2

ตาราง 2 ตลาดการใช้หมวกนิรภัย (Helmet service market)

	High quality demand (HD)	Low quality demand (LD)
High quality supply (HS)	(HS, HD) High quality market equilibrium	(HS, LD) Government policy
Low quality supply (LS)	(LS, HD) Government policy	(LD, LD) Low quality market equilibrium

ที่มา: ผู้วิจัย

จากสาเหตุข้างต้นจึงนำมาสู่ที่มาของงานวิจัยฉบับนี้ที่มุ่งเน้นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้โดยสารรถจักรยานยนต์สาธารณะ โดยมีจุดประสงค์หลักเพื่อนำเศรษฐศาสตร์พฤติกรรม (Behavioral Economics) ซึ่งเป็นการผสมผสานระหว่างแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์และจิตวิทยาเข้าด้วยกันเพื่อให้สามารถเข้าใจการตัดสินใจและพฤติกรรมของมนุษย์ได้สมจริงมากขึ้น (Colin & George, 2004, pp. 1-2) โดย Richard Thaler นักเศรษฐศาสตร์พฤติกรรมที่ได้รับรางวัลโนเบลในปี ค.ศ. 2017 ได้นำเสนอแนวคิดเรื่อง Nudge Theory หรือ ทฤษฎีการสะกิด เพื่อใช้ในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของมนุษย์ในด้านต่าง ๆ เช่น พฤติกรรมการออม การใช้จ่าย พฤติกรรมทางสุขภาพ ความสุข ฯลฯ (R. Thaler, 2001; R. H. Thaler, 2009, p. 1) โดยงานวิจัยฉบับนี้มีความมุ่งหมายที่จะนำแนวทางการสะกิด (Nudge) มาประยุกต์ใช้เพื่อจะหาแนวทางการสะกิดใดที่มีประสิทธิผล (Effective) ต่อการยกระดับตลาดการใช้หมวกนิรภัยที่มีคุณภาพต่ำ (Low quality market) ที่จุดดุลยภาพ (LS, LD) ให้มาสู่การเป็นตลาดการใช้หมวกนิรภัยที่มีคุณภาพสูง (High quality market) ที่จุดดุลยภาพ (HS, HD) ทั้งในฝั่งของอุปสงค์และอุปทาน ดังภาพ 1 ซึ่งการสะกิด (Nudge) เป็นวิธีการที่ทำให้บุคคลใด ๆ มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมไปในทางที่ดีขึ้นโดยปราศจากการบังคับ ด้วยการออกแบบทางเลือกต่าง ๆ ที่จูงใจให้ตัดสินใจไปทางที่ถูกต้อง สำหรับงานวิจัยฉบับนี้จะดำเนินการศึกษาทั้งฝั่งอุปสงค์และอุปทานของตลาด สำหรับฝั่งอุปทานจะศึกษาในรูปแบบการทดลอง (Experiment) การสะกิดหนึ่งครั้งโดยใช้ทางเลือกหลัก (Default Option) เป็นทางเลือกที่ปลอดภัยกับผู้โดยสาร ด้วยการให้ผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์สาธารณะ (วินมอเตอร์ไซค์) ยื่นหมวกนิรภัยให้กับผู้โดยสารเป็นทางเลือกหลัก (Default) เพื่อดูแนวโน้มที่ผู้โดยสารจะเลือกรับ

และตัดสินใจสวมหมวกนิรภัยตลอดระยะเวลาทดลองประมาณ 1 ชั่วโมง ในขณะที่ฝั่งอุปสงค์จะศึกษาในรูปแบบที่สอง เป็นการสะกิดแบบติดตาม (Cohort Experimental Study) ด้วยการนำเสนอสื่อที่กระตุ้นให้คนเกิดการปรับพฤติกรรมสวมหมวกนิรภัยโดยออกแบบมาจากแนวคิดการเกรงกลัวความสูญเสีย (Loss aversion) (Kahneman & Tversky, 1979) และอิทธิพลของคนรอบข้าง (Peer Effect) (Angrist, 2014) ให้แก่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้โดยสารรถจักรยานยนต์สาธารณะ เป็นเวลา 1 สัปดาห์ เพื่อดูแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสวมหมวกนิรภัยหลังการติดตาม

งานวิจัยฉบับนี้หวังว่าการทดสอบด้วยวิธีการทดลองทั้งแบบทางเลือกหลักและแบบติดตาม ด้วยการนำแนวคิดวิชาเศรษฐศาสตร์พฤติกรรมเข้ามาประยุกต์จะทำให้สามารถศึกษาพฤติกรรมสวมหมวกนิรภัยของกลุ่มผู้โดยสารในมุมมองที่กว้างขึ้น และข้อค้นพบที่ได้ไปประยุกต์เพื่อเสนอแนวทางแก้ไขเชิงนโยบายเพื่อให้เกิดการรณรงค์ให้เกิดการสวมใส่หมวกนิรภัยในกรณีของรถจักรยานยนต์สาธารณะเพิ่มขึ้น ตลอดจนสามารถนำส่วนหนึ่งของข้อค้นพบต่อยอดสู่การพัฒนาข้อกฎหมายต่าง ๆ ที่จะเป็นการลดการสูญเสียที่มีต้นเหตุมาจากการไม่สวมหมวกนิรภัยได้สืบต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายของการวิจัยไว้ดังนี้

1. เพื่อทดสอบแนวทางการสะกิดแบบครั้งเดียว (One shot Nudge) ทางด้านอุปทานของตลาดใช้หมวกนิรภัยหรือผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์สาธารณะ ด้วยวิธีการนำเสนอให้ผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์สาธารณะเสนอทางเลือกหลัก (Default Option/Status Quo Bias) เป็นการสวมหมวกนิรภัยต่อผู้โดยสารสาธารณะ

2. เพื่อทดสอบแนวทางการสะกิดแบบติดตาม (Cohort Nudge) ทางด้านอุปสงค์ของตลาดใช้หมวกนิรภัยหรือผู้โดยสารรถจักรยานยนต์สาธารณะ จากแนวคิดเศรษฐศาสตร์พฤติกรรมด้วยการใช้ผลกระทบของการวางกรอบข้อมูล (Framing Effect) ด้านความเกรงกลัวความสูญเสีย (Loss Aversion) และอิทธิพลของคนรอบข้าง (Peer Effect) ต่อพฤติกรรมสวมหมวกของผู้โดยสารรถจักรยานยนต์สาธารณะ

ความสำคัญของการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้มีความมุ่งหวังที่จะนำผลการศึกษามาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อบัณฑิตบุคคล ซึ่งจะช่วยให้บัณฑิตบุคคลสามารถทำความเข้าใจพฤติกรรมที่มีความเอนเอียง

(Behavior bias) ได้ดีขึ้นทั้งแก่ตนเองและผู้อื่น เมื่อได้รับอิทธิพลจากการสะกิด (Nudge) ที่มีผลให้พฤติกรรมเปลี่ยนไป เพื่อที่จะส่งเสริมให้บุคคลสวมหมวกนิรภัยเพื่อเพิ่มความปลอดภัยในการสัญจรทางถนนได้มากขึ้น รวมถึงช่วยลดปัญหาการเสียชีวิตจากการเกิดอุบัติเหตุทางถนนที่ใช้รถจักรยานยนต์เป็นยานพาหนะ

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้โดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้าง ในเขตกรุงเทพมหานครโดยไม่ทราบจำนวน เนื่องจากประชากรมีจำนวนมากจึงไม่แน่ชัด

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้โดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้าง ที่เข้าร่วมการทดลอง โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามวิธีการสะกิด ได้แก่ ผู้โดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้าง ที่เข้าร่วมการทดลองแบบสะกิดหนึ่งครั้ง (One-Shot Nudge) ที่ผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์รับจ้าง เสนอทางเลือกหลักเป็นการไม่สวมหมวกนิรภัยให้กับผู้โดยสาร เพื่อจะนำมาเปรียบเทียบกับผู้โดยสารที่เผชิญกับสถานการณ์ที่ผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ เปลี่ยนข้อเสนอลหลักเป็นการยื่นหมวกนิรภัยให้กับผู้โดยสารแทน โดยกำหนดให้สถานการณ์ที่ขอให้ผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์รับจ้างยื่นหมวกนิรภัย เป็นวัน และช่วงเวลาสังเกตการณ์ 1 ชั่วโมง ของสัปดาห์ถัดมาเช่นเดียวกัน เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านเวลา และเพื่อเป็นการควบคุมปัจจัยต่าง ๆ ดังนั้นจำนวนกลุ่มตัวอย่างสำหรับการทดลองสะกิดหนึ่งครั้งนี้ จะเป็นผู้โดยสารที่เข้ามาใช้บริการกับผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์รับจ้าง ที่ผู้วิจัยได้ทำการเลือกเพื่อใช้ในการทดสอบ ภายใต้ระยะเวลาที่กำหนด และเป็นไปตามสถานการณ์จริง ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการประมาณการจำนวนผู้โดยสารผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์รับจ้าง ดังกล่าวไว้ที่ขั้นต่ำโดยประมาณ 20 คน ต่อ 1 ชั่วโมง นอกจากนี้ยังมีผู้โดยสารที่เข้าร่วมการทดลองแบบติดตาม (Cohort Nudge) ในการทดสอบวิธีการสะกิดที่ต้องติดตาม เป็นระยะเวลา 1 สัปดาห์ เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน วิจัยนี้จึงใช้การคำนวณกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ Cochran (1977) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างอยู่ที่ประมาณ 384.16 คน อย่างไรก็ตาม การศึกษาในครั้งนี้ จะศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งงานวิจัยนี้ได้ตั้งสมมติฐานไว้ว่า รถจักรยานยนต์รับจ้าง 1 คัน ต่อ ผู้โดยสาร 1 คน

สูตรการคำนวณ

$$n = \frac{P(1-P)z^2}{E^2}$$

โดยที่

- n = จำนวนของขนาดตัวอย่าง
 P = สัดส่วนของประชากรที่วิจัยนี้กำลังสุ่ม 0.50
 Z = ระดับความเชื่อมั่นที่วิจัยนี้กำหนดให้ Z เท่ากับ
 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือ 0.50
 E = ค่าความคลาดเคลื่อน 0.05

แทนค่า

$$n = \frac{0.05(1-0.5)(1.96^2)}{(0.05)^2}$$

$$n = 384.16 \approx 400$$

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ แบ่งเป็น ดังนี้

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล

1.1.1 เพศ

1.1.2 อายุ

1.1.3 ระดับการศึกษา

1.1.4 สถานภาพสมรส

1.1.5 รายได้

1.1.6 ปริมาณการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

1.2 ปัจจัยจิตลักษณะ ได้แก่ทัศนคติต่อการสวมหมวกนิรภัย

1.3 ปัจจัยสนับสนุนทางสังคม

1.3.1 ระยะเวลาในการโดยสาร

1.3.2 เวลาของวัน

1.3.3 ความหนาแน่นของการจราจร

1.3.4 สภาพอากาศ

1.3.5 สภาพถนน

1.3.6 ประสบการณ์การได้รับอุบัติเหตุ

1.4 ปัจจัยวิธีการสะกิด ได้แก่ ป้ายสวมหมวกนิรภัย

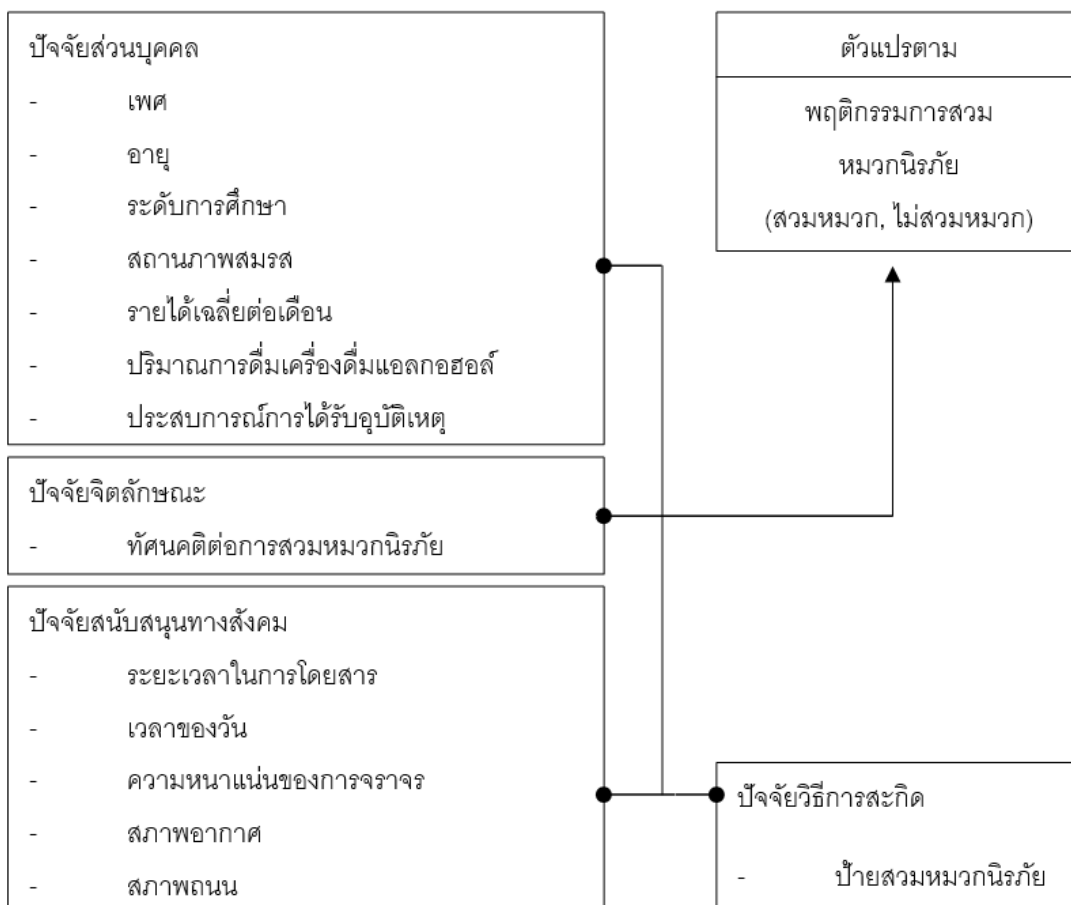
2. ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยผู้โดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้าง

นิยามศัพท์เฉพาะ

เศรษฐศาสตร์เชิงทดลองแบบติดตามผล (Cohort Experimental Study) ในงานวิจัยนี้ หมายถึง การทำการทดลองก่อนการทดลอง (Before Experiment) หลังการทดลอง (After Experiment) และที่สำคัญการทดลองนี้จะมีการติดตามหลังจากการทดลองไปสักระยะหนึ่ง ซึ่งงานวิจัยนี้ให้ระยะเวลา 1 สัปดาห์ หลังจากนั้นจะทำการประเมินผลอีกครั้งจนบรรลุวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

ทางเลือกหลัก (Status Quo Bias หรือ Default option) หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้โดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้างจะกระทำหรือตัดสินใจออกไป โดยมีสาเหตุมาจากการยึดติดกับการถูกเสนอทางเลือกหลัก ที่ให้การสวมหมวกนิรภัยเป็นทางเลือกที่ดีที่สุด หรือ ไม่ชอบเสี่ยงที่จะเปลี่ยนตัวเลือกไปเป็นการไม่สวมหมวกนิรภัย แม้ว่าจะมีโอกาสเปลี่ยนไปเลือกตัวเลือกอื่น ๆ

การสะกิด (Nudging) งานวิจัยนี้ หมายถึง วิธีการทางเศรษฐศาสตร์พฤติกรรมที่วิจัยนี้ นำมาใช้เพื่อสามารถชักนำการตัดสินใจของผู้โดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้างให้เลือกการสวมหมวกนิรภัยซึ่งถือเป็นทางเลือกที่พึงประสงค์ โดยปราศจากการบังคับ หรือการปิดกั้นทางเลือกอื่น ด้วยวิธีการ 3 แบบ ได้แก่ ทางเลือกหลัก ความเกรงกลัวการสูญเสีย และอิทธิพลของคนรอบข้างที่วิจัยนี้ออกแบบตัวเลือกหรือสภาพแวดล้อมใด ๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของงานวิจัย



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ที่มา: ผู้วิจัย

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

- 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสวมหมวกนิรภัย
- 2.2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยด้านเศรษฐศาสตร์พฤติกรรม
- 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐศาสตร์พฤติกรรมและความปลอดภัยบนถนน

2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสวมหมวกนิรภัย

การทบทวนวรรณกรรมในด้านนี้เพื่อทำให้ทราบถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยที่วิจัยนี้นำมาศึกษา ซึ่งจากการทบทวนมีด้วยกันทั้งหมด 13 ปัจจัย ดังนี้

ประเด็นแรก เพศ จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเพศมีด้วยกัน 7 งาน ซึ่งความเห็นไม่ไปในทางเดียวกันโดยงานวิจัยของ Papadakaki (2013, pp. 189-198), Li (2008, pp. 1937-1942), Sreedharan (2009, pp. 49-54), Skalkidou (2000, pp. 264-267), Chumpawadee, Homchampa, Thongkrajai, Suwanimitr, and Chadbunchachai (2015, pp. 805-821) รวมทั้ง อังสนาภรณ์ ฉัตรจินดา และนรลักษณ์ เอื้อกิจ (2552, น. 9-10) เห็นพ้องกันว่า เพศชายมีแนวโน้มจะสวมหมวกนิรภัยน้อยทำให้มีพฤติกรรมเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุมากกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ในทางตรงข้าม Hung (2006, pp. 409-413) และจักรพันธ์ เพ็ชรภูมิ และชนาภัทร บุญประสม (2559, น. 803-806) กลับพบว่า เพศชายมีแนวโน้มที่จะสวมหมวกนิรภัยมากกว่าเพศหญิง

ประเด็นที่สอง อายุ จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอายุมีด้วยกัน 3 งานและพบความเห็นไปในทางเดียวกันทั้งหมดว่า วัยเยาว์ที่อายุน้อยมีแนวโน้มที่จะสวมหมวกนิรภัยลดลงเมื่อเทียบกับวัยผู้ใหญ่ เช่นงานของ Li et al. (2008, pp.1937-1942), Skalkidou et al. (2000, pp.264-267) และ Hung et al. (2006, pp.409-413)

ประเด็นที่สาม ระดับการศึกษา จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับระดับการศึกษามีด้วยกัน 3 งาน และพบความเห็นไปในทางเดียวกันทั้งหมดว่า การศึกษาในระดับสูงมีแนวโน้มที่จะสวมหมวกนิรภัยมากกว่าการศึกษาในระดับต่ำ เช่นงานของ พนิดา เทพชาติ และคณะ (2562, น. 873-880), Papadakaki (2013, pp. 189-198) และKhan (2008, pp. 384-387) ซึ่งอาจกล่าว

ได้ว่า ผู้ที่ได้รับการศึกษาในระดับสูงจะมีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายจราจรทำให้เกิดความตระหนักในการสวมหมวกนิรภัยมากขึ้น

ประเด็นที่สี่ สถานภาพสมรส จากงานวิจัยของ Sreedharan (2009, pp. 49-54) ที่ศึกษาในประเด็นสถานภาพสมรสต่อการใช้หมวกนิรภัยของกลุ่มตัวอย่างในเมืองเกรละ ประเทศอินเดีย พบว่า คนที่แต่งงานแล้วมีแนวโน้มที่จะสวมหมวกนิรภัยน้อยกว่าคนโสด

ประเด็นที่ห้า รายได้ต่อเดือน จากงานวิจัยของณัฐบดี สินวรรณ and สุรชาติ สินวรรณ (2555, น. 80-83) ที่ศึกษาพฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุด้วยการสวมหมวกนิรภัยของผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยสวนดุสิต พบว่า หากมีรายได้ต่อเดือนเพิ่มขึ้นจะมีแนวโน้มใช้รายได้ส่วนหนึ่งในการซื้อหมวกนิรภัยเพื่อมาสวมใส่มากขึ้น รวมถึงยังได้ศึกษาในประเด็นทัศนคติ

ประเด็นที่หก ทัศนคติต่อกฎหมายจราจร ที่เห็นพ้องกันกับ Sreedharan et al. (2009, pp.49-54), Chumpawadee et al. (2015, pp.805-821) และ พนิดา เทพชาติ และ คณะ (2562, น. 873-880) ซึ่งพบว่าหากมีทัศนคติเชิงลบต่อกฎหมายจราจรย่อมขาดความตระหนักถึงการสวมหมวกนิรภัยเมื่อเทียบกับทัศนคติบวก นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของกาญจน์กรรณ สุอังคะ (2559, น. 52-64) ที่ศึกษาทัศนคติในมุมมองต่อการปฏิบัติตนตามกฎหมายจราจร ซึ่งพบว่าหากมีทัศนคติที่ดีต่อการปฏิบัติตามกฎจราจรจะมีโอกาสสวมหมวกนิรภัยมากกว่าการมีทัศนคติลบ

ประเด็นที่เจ็ด ปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จากงานวิจัยของ Papadakaki (2013, pp. 189-198) และ Sreedharan et al. (2009, pp.49-54) เห็นพ้องกันว่าหากบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปริมาณมากมีแนวโน้มที่จะสวมหมวกนิรภัยน้อยกว่าการไม่บริโภคแอลกอฮอล์เลย

ประเด็นที่แปด ระยะเวลาในการขับขี่ จากงานวิจัยของณัฐบดี สินวรรณ และสุรชาติ สินวรรณ (2012, p.80-83) พบว่า หากใช้เวลาในการขับขี่น้อยมีแนวโน้มที่จะสวมหมวกนิรภัยลดลงเมื่อเทียบกับการใช้เวลาในการขับชั้่นนาน

ปัจจัยที่เก้า เวลาของวัน จากการศึกษาของงานวิจัยของ Skalkidou et al. (2000, pp.264-267) ที่ศึกษาพฤติกรรมของผู้ขับขี่และผู้โดยสารรถจักรยานยนต์ในเมืองเอเธนส์ของประเทศกรีซ พบว่า ช่วงเวลาดีกจะมีแนวโน้มสวมหมวกนิรภัยน้อยกว่าช่วงเวลาอื่น ในขณะที่งานวิจัยของ Papadakaki (2013, pp. 189-198) กลับเห็นแย้ง โดยพบว่า ช่วงเช้าจะมีแนวโน้มสวมหมวกนิรภัยน้อยกว่าช่วงเวลาอื่น ๆ

ปัจจัยที่สืบ ความหนาแน่นของการจราจร จากงานวิจัยของ Li et al. (2008, pp.1937-1942) พบว่า หากขับขี่ในช่วงการจราจรหนาแน่นมากมีแนวโน้มที่จะสวมหมวกนิรภัยมากกว่าเมื่อเทียบกับการจราจรหนาแน่นน้อย

ประเด็นที่สืบเอ็ด สภาพอากาศ จากงานวิจัยของ Papadakaki (2013, pp. 189-198) พบว่า การขับขี่ในช่วงอากาศดีจะมีแนวโน้มสวมหมวกนิรภัยต่ำกว่าช่วงอากาศแย่ และยังมีงานวิจัยของ Bachani (2017, pp. 23-31) ที่ศึกษาปริมาณการสวมหมวกนิรภัยในประเทศเคนยา พบว่า ช่วงเวลาแสงแดดน้อยมีแนวโน้มที่จะสวมหมวกนิรภัยเพื่อความปลอดภัยมากขึ้นเมื่อเทียบกับเวลาแสงแดดจัด

ประเด็นที่สืบสอง สภาพถนน จากงานวิจัยของ Papadakaki (2013, pp. 189-198) ที่ศึกษาปัจจัยอุปสรรคและสิ่งที่ยับยั้งความสะดวกในการใช้หมวกนิรภัยของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ขับขี่ในประเทศกรีซ พบว่า สภาพถนนแย่งจะมีแนวโน้มสวมหมวกนิรภัยสูงเมื่อเทียบกับสภาพถนนดี

นอกจากนี้ในประเด็นสุดท้ายยังมีงานวิจัยของอังสนาภรณ์ ฉัตรจินดา และนรลักษณ์ เอื้อกิจ (2009, pp.9-10) ที่มองประเด็นประสบการณ์การได้รับอุบัติเหตุที่มีผลต่อการสวมหมวกนิรภัยของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนมัธยมปลายจังหวัดของภาคใต้ ประเทศไทย โดยพบว่า ผู้ที่เคยเกิดอุบัติเหตุจากรถจักรยานยนต์จะมีพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยมากกว่าผู้ที่ไม่เคยเกิดอุบัติเหตุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังแสดงในตาราง 3-8

จากงานวิจัยเกี่ยวกับการสวมหมวกนิรภัยที่ทำการทบทวนวรรณกรรมมานี้ ได้พิสูจน์ให้เห็นว่าพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับตัวแปรต่าง ๆ หลากหลายตัวแปรในบริบทและสถานการณ์ที่แตกต่างกัน ทางผู้วิจัยจึงได้นำตัวแปรดังกล่าวที่ได้ทบทวนมาใช้ประโยชน์ในการตั้งกรอบแนวคิด และกำหนดตัวแปรเพื่อวิเคราะห์ร่วมกับผลการศึกษา โดยผู้วิจัยตั้งข้อสมมติฐานไว้เบื้องต้นว่า บางปัจจัยอาจมีนัยสำคัญที่สอดคล้องกันแต่บางปัจจัยอาจไม่สอดคล้อง เนื่องจากกรณีศึกษาของงานวิจัยฉบับนี้ ไม่ได้เป็นการศึกษาถึงการสัญจรด้วยรถจักรยานยนต์ทั่ว ๆ ไป แต่เป็นการศึกษากรณีเฉพาะของรถจักรยานยนต์สาธารณะเท่านั้น

2.2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยด้านเศรษฐศาสตร์พฤติกรรม

งานวิจัยฉบับนี้ต้องการศึกษาทางด้านเศรษฐศาสตร์พฤติกรรมเพื่อสะกัด (Nudge) ให้กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมสวมหมวกนิรภัยเพื่อความปลอดภัย จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า มีงานวิจัยที่ใช้ทฤษฎีการสะกัด (Nudge Theory) ของ R. H. Thaler (2016) เป็นการออกแบบ

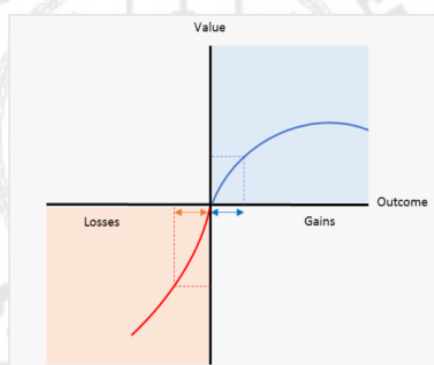
สถานการณ์ หรือ ทางเลือกที่ถูกต้อง เพื่อให้คนมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปเลือกทางเลือกที่ดีเหล่านั้น โดยปราศจากการบังคับ ซึ่งมีประเด็นการศึกษาที่แตกต่างกันออกไป ดังแสดงในตาราง 9

ในประเด็นแรก การเสนอทางเลือกหลัก (Default Option) อธิบายถึงพฤติกรรมที่บุคคลมีแนวโน้มที่จะยึดติดกับทางเลือกหลัก (Default Option) ที่เสนอให้เป็นทางเลือกแรกว่าเป็นสิ่งที่ที่ดีที่สุดโดยไม่อยากเสี่ยงที่จะเปลี่ยนตัวเลือก แม้จะมีโอกาสเปลี่ยนไปเลือกตัวเลือกอื่น ๆ (Samuelson & Zeckhauser, 1988, pp. 8-11) จากงานวิจัยของ Johnson (2004, pp. 1713-1716) ที่ศึกษาทางเลือกหลักและการตัดสินใจบริจาคอวัยวะในประเทศยุโรป โดยสร้างคำถามที่ต่างกันออกไป ซึ่งพบว่า การออกแบบคำถามให้การบริจาคอวัยวะเป็นทางเลือกหลัก โดยหากประสงค์ไม่บริจาคเป็นทางเลือกหรือทางเลือกออก (Opt-out) มีอิทธิพลให้การบริจาคอวัยวะสูงขึ้น เนื่องจากเป็นคำถามที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้บริจาคอวัยวะอัตโนมัติและหากไม่ยินยอมบริจาคอวัยวะสามารถเปลี่ยนไปเลือกตัวเลือกสำรองแทนได้ สำหรับกรณีประเทศไทย งานวิจัยของ Chaiwat et al. (2019, pp. 64-77) ที่ศึกษาพฤติกรรมการยึดติดทางเลือกหลักในการบริโภคอาหาร โดยทดลองเชิงสำรวจกลุ่มนักศึกษาในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งทดลองโดยสมมติให้เป็นร้านอาหารที่ออกแบบให้กาแฟมีตั้งแต่ขนาดเล็กถึงใหญ่ในราคาที่แตกต่างกัน พบว่า การออกแบบเมนูแนะนำของร้านให้เป็นเมนูหลักเป็นเมนูเพื่อสุขภาพ สามารถจูงใจให้กลุ่มนักศึกษาหันมาบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพสูงขึ้น และยังมียานวิจัยของพีระ ตั้งธรรมรักษ์ (2560, pp. 155-158) พบว่า การนำเสนอ น้ำผักผลไม้เป็นทางเลือกหลัก สามารถสะกดให้กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มที่จะเลือกบริโภคน้ำผักผลไม้มากขึ้นเมื่อเทียบกับน้ำอัดลมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ซึ่งในกรณีนี้สามารถเชื่อมโยงแนวคิดการเสนอทางเลือกหลัก (Default Option) กับพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยได้ว่า หากผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์สาธารณะ หรือผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์เป็นผู้นิยมสวมหมวกนิรภัยให้เป็นทางเลือกหลัก (Default Option) อาจเป็นการสะกดให้ผู้โดยสารสวมหมวกนิรภัยมากขึ้น

ประเด็นที่สอง การเกรงกลัวการสูญเสีย (Loss Aversion) มาจากทฤษฎีความคาดหวัง (Prospect theory) ของ Kahneman and Tversky (1979, p. 279) ที่อธิบายถึงความแตกต่างระหว่างความรู้สึกสูญเสีย (Loss) กับความรู้สึกที่ได้รับ (Gain) ถึงแม้มูลค่าที่สูญเสียหรือได้รับจะเท่ากัน แต่ความรู้สึกสูญเสียย่อมรุนแรงต่อจิตใจมากกว่า ดังแสดงในภาพประกอบ 2 ดังนั้นการสะกดด้วยการให้ข้อมูลด้านความสูญเสียหรือข้อมูลเชิงลบจะสามารถช่วยกระตุ้นให้บุคคลปรับพฤติกรรมได้ง่ายกว่าการให้ข้อมูลด้านบวก จากตัวอย่างงานวิจัยของพีระ ตั้งธรรมรักษ์ (2560, น. 155-158) ที่ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ พบว่า การเสนอข้อมูล

ความสูญเสียที่ระบุถึงโรคและรูปภาพคนอ้วนทำให้กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มเลือกน้ำอัดลมน้อยกว่า น้ำผลไม้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้งานวิจัยอีกงานของ Tangtamaruk (2017, pp. 596-600) ที่ศึกษาความเห็นต่อป้ายบุหรี่ของนักเรียนที่ไม่เคยสูบบุหรี่และนักเรียนที่สูบบุหรี่ พบว่า ในความเห็นของกลุ่มตัวอย่าง รูปภาพนากลัวที่แสดงถึงการป่วยเป็นโรคนบนซองบุหรี่ช่วยทำให้นักเรียนไม่อยากจะลองสูบบุหรี่มากกว่าป้ายห้ามสูบบุหรี่ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน เนื่องจากภาพเหล่านั้นกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกถึงความสูญเสียที่เกิดจากการสูบบุหรี่ ซึ่งในกรณีนี้สามารถเชื่อมโยงแนวคิดการเกรงกลัวความสูญเสีย (Loss Aversion) กับพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยได้ว่า หากผู้โดยสารสูญเสียหรือได้รับเท่ากัน แต่ผู้โดยสารจะรู้สึกอ่อนไหว (Sensitive) กับความสูญเสียมากกว่าความรู้สึกที่จะได้รับ ดังนั้นการสะกิดให้ผู้โดยสารทราบถึงความสูญเสียที่จะได้รับจากอุบัติเหตุโดยไม่ได้สวมหมวกนิรภัยอาจจะช่วยให้ผู้โดยสารมีความต้องการจะสวมหมวกมากขึ้น



ภาพประกอบ 2 ทฤษฎีความคาดหวัง

ที่มา: Kahneman; & Tversky. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk. p. 279.

ประเด็นที่สาม อิทธิพลของคนรอบข้าง (Peer Effect) อธิบายถึงพฤติกรรมของบุคคลใด ๆ ที่ได้รับอิทธิพลมาจากค่าเฉลี่ยของกลุ่ม (Angrist, 2014, pp. 1-11) กล่าวคือ เมื่อบุคคลใด ๆ ได้รับอิทธิพลจากคนส่วนใหญ่ที่ตัดสินใจไปทางใดทางหนึ่งย่อมส่งผลต่อการตัดสินใจของบุคคลนั้นให้เปลี่ยนแปลงตามคนรอบข้าง จากงานวิจัยของธิดา เวียงสมุทร (2559, pp. 73-75) ที่ศึกษาอิทธิพลของคนรอบข้างด้วยเกมสินค้าสาธารณะ (Public goods game) พบว่า บุคคลจะมี

แนวโน้มบริจาดเงินให้สินค้าสาธารณะเพิ่มขึ้น ถ้าได้อยู่ในสังคมที่คนรอบข้างบริจาดให้สินค้าสาธารณะมาก ในทางกลับกันจะบริจาดลดลงหากคนรอบข้างบริจาดให้สินค้าสาธารณะต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และยังมีงานวิจัยของ Thampanishvong (2015, pp. 8-21) ที่ศึกษาพฤติกรรมการใช้ไฟฟ้าโดยทดสอบกับครัวเรือนของการไฟฟ้านครหลวงในกรุงเทพมหานคร โดยกำหนดให้กลุ่มควบคุม คือ กลุ่มศึกษาที่ไม่มีกรให้คำแนะนำใด ๆ มาเทียบกับกลุ่มทดลองที่ให้คำแนะนำด้านการประหยัดไฟฟ้าและส่งค่าไฟฟ้าเฉลี่ยของบ้านทุกบ้านในหมู่บ้านให้เป็นข้อมูลเทียบ ซึ่งพบว่าครัวเรือนที่ได้รับคำแนะนำวิธีการประหยัดไฟฟ้าและรู้ค่าเฉลี่ยการใช้ไฟฟ้าของเพื่อนบ้านใช้ไฟฟ้าลดลงร้อยละ 6 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้เศรษฐศาสตร์พฤติกรรมจะสามารถนำมาประยุกต์ใช้ทั้งในประเด็นสินค้าสาธารณะ และการประหยัดพลังงานได้แล้ว จากการทบทวนวรรณกรรมยังพบว่าเศรษฐศาสตร์พฤติกรรมสามารถนำมาศึกษาในประเด็นการตัดสินใจได้ เช่นเดียวกัน ดังงานวิจัยของณัฐพล สีวลีพันธ์ and พีระ ตั้งธรรมรักษ์ (2560, pp. 11-12) ที่ศึกษาในมุมมองมาตรฐานทางสังคมกับพฤติกรรมการตัดสินใจตัดสินใจที่ได้รับอิทธิพลจากคนในสังคม ด้วยการจำลองสถานการณ์ทำข้อสอบ และแทรกสถานการณ์ภายใต้อิทธิพลของคนรอบข้าง โดยวัดปริมาณการตัดสินใจจากการที่ผู้ทดลองตัดสินใจตัดสินใจบนกรรวมการเพื่อให้ตนบรรลุเป้าหมายได้เร็วขึ้น ซึ่งพบว่า หากคนในสังคมส่วนใหญ่อยู่ในสภาวะที่เต็มไปด้วยการตัดสินใจนั้นเป็นเรื่องทั่วไป มีแนวโน้มที่จะทำให้การตัดสินใจของนิสิตเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งหากพิจารณาอิทธิพลคนรอบข้างกับกรการสวมหมวกนิรภัยแล้ว การตัดสินใจสวมหมวกนิรภัยของบุคคลหนึ่งจะเป็นที่รับรู้ของคนรอบข้าง ดังนั้น หากคนในสังคมส่วนใหญ่สวมหมวกนิรภัยกันมากขึ้น ก็อาจทำให้คนหันมาสวมหมวกนิรภัยตามกัน

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐศาสตร์พฤติกรรมและความปลอดภัยบนท้องถนน

จากงานวิจัยในต่างประเทศที่ศึกษาในประเด็นเศรษฐศาสตร์พฤติกรรมกับความปลอดภัยบนท้องถนน ดังเช่นงานวิจัยของ Linkenbach (2005, p. 1) ที่ได้นำแนวทางการสะกิดอย่างบรรทัดฐานทางสังคม หรือ อิทธิพลของคนในสังคม เข้ามาประยุกต์ใช้เพื่อทำการทดสอบพฤติกรรมกรใช้เข็มขัดนิรภัยของกลุ่มวัยผู้ใหญ่ ในรัฐมอนแทนา สหรัฐอเมริกา ซึ่งออกแบบให้อยู่ในรูปของสื่อเพื่อเผยแพร่ข้อมูลที่ระบุว่าคุณส่วนใหญ่ในสังคมคาดเข็มขัดนิรภัยส่งผ่านข้อความไปทางวิทยุ และสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งพบว่า การรับรู้ว่าคุณส่วนใหญ่ในสังคมทั้งผู้ขับและผู้โดยสารมีการตอบรับต่อบรรทัดฐานทางสังคมด้านความปลอดภัยทางถนน จึงส่งผลให้อัตรากรใช้เข็มขัดนิรภัยในขณะเดินทางเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากการออกแบบด้วยสื่อแล้ว ยังมีงานวิจัยเกี่ยวกับความปลอดภัยบนท้องถนนของ Arnold and Lantz (2007, pp. 1-43) ที่ได้

ออกแบบการสะกดในรูปแบบป้ายส่งสัญญาณ เพื่อทำการทดลองและประเมินผลก่อนและหลังจากการติดตั้งป้ายสัญญาณเตือนเพื่อลดความเร็วบนท้องถนนตามข้อสมมติฐาน ในรัฐเวอร์จิเนีย สหรัฐอเมริกา ซึ่งมีด้วยกัน 2 ป้าย ได้แก่ ป้ายหยุด LED กระพริบไฟสีแดง และแถบลดความเร็วไวต์ต่อแสงที่ใช้ติดบนถนน ซึ่งพบว่า ทั้งสองป้ายสัญญาณที่ถูกออกแบบให้มีจุดยึดติดสามารถช่วยให้ผู้ขับขี่ใช้ความเร็วเฉลี่ยในการขับรถยนต์ลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณางานศึกษาของลินาด ตริวรรณไชย (2559, น. 27-29) ที่ได้นำเศรษฐศาสตร์พฤติกรรมมาประยุกต์ใช้ในเชิงนโยบายการเมือง โดยเฉพาะประเด็นปัญหาการละเมิดกฎจราจร ซึ่งได้นำเสนอตัวอย่างถนนริมชายฝั่งในเมืองชิคาโก สหรัฐอเมริกา ที่มีโค้งจำนวนมากและเสี่ยงอันตรายต่อการหลุดโค้ง จึงใช้วิธีการสะกดด้วยการทาสีขาวบนถนนตามแนวขวางและเว้นระยะห่างให้ถี่กัน เพื่อให้ผู้ขับขี่สังเกตเห็นได้ชัดและเพื่อส่งสัญญาณให้คนขับขี่รู้สึกว่ามันกำลังขับเร็วเกินไป ซึ่งผลการศึกษาพบว่า การวางจุดยึดติดด้วยการทาแถบเส้นสีขาวบนถนน จะทำให้ผู้ขับขี่ลดความเร็วลง อันเป็นการช่วยป้องกันอุบัติเหตุจากการขับขี่เกินกว่าที่กฎหมายกำหนด รวมทั้งยังมีตัวอย่างวิธีการสะกดที่ใช้สีทาเป็นรูปแบบสามมิติบนถนนในเมืองฟิลาเดลเฟีย สหรัฐอเมริกา เพื่อส่งสัญญาณให้ผู้ขับขี่รู้สึกถึงความหวาดกลัว จึงมีแนวโน้มทำให้ผู้ขับขี่ติดกับป้ายข้อความลดความเร็วบริเวณหัวโค้งและเป็นผลให้ผู้ขับขี่ลดความเร็วอย่างอัตโนมัติ

เนื่องจากงานวิจัยในอดีตที่ผ่านมา มีงานที่ศึกษาพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยในมุมสังคมศาสตร์ โดยใช้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์และการสังเกตในการเก็บข้อมูล วิจัยนี้จึงศึกษาพฤติกรรมสวมหมวกนิรภัยในมุมมองด้านเศรษฐศาสตร์ที่นำเศรษฐศาสตร์พฤติกรรมมาประยุกต์ โดยเพิ่มการทดลองเข้ามา ทั้งแบบ Default Option และ Cohort Experiment เพื่อให้เห็นในมุมมองที่ชัดเจนที่ชัดเจน

ตาราง 6 สรุปปัจจัยตัวแปรสถิติลักษณะจากการพบความรุนแรงที่เกี่ยวข้องในประเทศไทย

ตัวแปร	ผู้วิจัย
ชานาพร บุญประสม	ผู้สอนและเรียบเรียงเนื้อหา
และกมลพันธ์ เพ็ชรภูมิ (2559)	นักศึกษาระดับปริญญาโท
ณัฐปติ สีนวรณ์	นักศึกษาระดับปริญญาโท
และสุรชาติ สีนวรณ์ (2555)	นักศึกษาระดับปริญญาโท
พินดา เทพทาลี	นักศึกษาระดับปริญญาโท
และคณะ (2562)	นักศึกษาระดับปริญญาโท
ตั้งสนาภรณ์ ฉัตรจินดา	นักศึกษาระดับปริญญาโท
และนรลักษณ์ เชื้อกัจ (2552)	นักศึกษาระดับปริญญาโท

ที่มา : ผู้วิจัย

ตาราง 7 สรุปปัจจัยตัวแปรสนับสนุนทางสังคมจากการพบทวารรณกรรมที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศ

ผู้วิจัย	ตัวแปร
Bachani et al. (2016)	/
Chumpawadee et al. (2015)	/
Hung et al. (2006)	/
Khan et al. (2008)	/
Li et al. (2008)	/
Skalkidou et al. (2000)	/
Sreedharan et al. (2009)	/
Papadakaki et al. (2013)	/
กาญจน์กรรณ สุอังกะ (2559)	/

ที่มา : ผู้วิจัย

ตาราง 9 สรุปแนวคิดเศรษฐศาสตร์พฤติกรรม (การสะกด) จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัย	แนวคิดและทฤษฎี	Status Quo Bias	Anchoring Effect	Loss Aversion	Peer Effect
Chaiwat et al. (2019)	/	/	/	/	/
Grunert et al. (2010)	/	/	/	/	/
Johnson & Goldstein (2004)	/	/	/	/	/
Tangtamaruk (2017)	/	/	/	/	/
Thampanishvong (2015)	/	/	/	/	/
ณัฐพล สีวดีพันธ์ และพีระ ตั้งธรรมรักษ์ (2560)	/	/	/	/	/
ธิดา เวียงสมุทร (2559)	/	/	/	/	/
พีระ ตั้งธรรมรักษ์ (2560)	/	/	/	/	/
Arnold et al. (2007)	/	/	/	/	/
Linkenbach et al. (2005)	/	/	/	/	/
สินาด ตริวรรณไทย (2559)	/	/	/	/	/

ที่มา : ผู้วิจัย

ตาราง 10 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัย

ชื่อเรื่อง ผู้แต่ง ปีที่เขียน	วัตถุประสงค์	ทฤษฎี ที่ใช้	วิธีการศึกษา ตัวแปรที่ใช้ ข้อมูลที่ใช้ วิธีการเก็บข้อมูล	การวิเคราะห์ข้อมูล	ผลการวิจัยหรือผลสรุป
Bachani et al. (2016). Helmet wearing in Kenya.	เพื่อศึกษาความชุกของการใช้หมวกนิรภัยในประเภทเคนยา	ทฤษฎีของพฤติกรรมตามแผน (TPB)	ตัวแปรต้น ได้แก่ ความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติบนท้องถนน ตัวแปรตาม คือ ความชุกของการใช้หมวกนิรภัย วิธีการศึกษา การสังเกตการใช้หมวกนิรภัยในสถานที่เลือกแบบสุ่ม ทำทุกไตรมาสเพื่อประเมินความชุกของการใช้หมวกนิรภัยของผู้ขับขี่รถยนต์จำนวน 256,851 คัน	1) แบบจำลองการถดถอยแบบพหุนามเชิงลบ 2) แบบจำลองถดถอยแบบโลจิสติก	ผลการศึกษา บัณฑิตที่ส่งผลการสวมใส่หมวกนิรภัยคือ ชาวเคนยา จะทำให้มีแนวโน้มที่จะสวมหมวกนิรภัยอย่างถูกต้องมากขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงอายุเฉลี่ย ผลการศึกษา บัณฑิตที่ส่งผลการปฏิบัติตามกฎหมายคือ ผู้ปฏิบัติทางรถจักรยานยนต์คือ เพศชาย ประสิทธิภาพของการขับที่มากกว่า 5 ปี มีความรู้เรื่อง การขับที่น้อย ทัศนคติเชิงลบ การรับรู้ในกลุ่มเพื่อนที่ เกี่ยวข้องกับMARBน้อย การควบคุมตนเองน้อย จะ ทำให้มีพฤติกรรมการเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุทางรถจักรยานยนต์
Chumpawadee et al. (2015). Factors related to Motorcycle accident risk behavior.	ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเสี่ยงของ นักศึกษา มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากการศึกษาอุบัติเหตุทางรถจักรยานยนต์	ทฤษฎีของพฤติกรรมตามแผน (TPB)	ตัวแปรต้น 1) ลักษณะทางประชากรและส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ คณะ ความเป็นกรอาชีพรถจักรยานยนต์ และประสบการณ์เกิดอุบัติเหตุ จากรถจักรยานยนต์ 2) การรับรู้ของคน ได้แก่ ความรู้ การขับที่น้อยปลอดภัย ทัศนคติเกี่ยวกับ MARB การรับรู้ในกลุ่มเพื่อนที่เกี่ยวข้องกับ MARB การควบคุมตนเอง จำนวนข้อมูลคนที่ปลอดภัย ประสบการณ์รถจักรยานยนต์ ใบขับขี่รถจักรยานยนต์ 3) การรับรู้ของเกี่ยวกับยานพาหนะและอุปกรณ์ ได้แก่ การรับรู้สภาพรถจักรยานยนต์ที่ไม่ปลอดภัย 4) การรับรู้สภาพแวดล้อม ได้แก่ การรับรู้ความเสี่ยงบริเวณถนนในเขต การรับรู้ความเสี่ยงบริเวณนอกเขต ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมเสี่ยงต่ออุบัติเหตุทางรถจักรยานยนต์ (MARB) วิธี-การศึกษาแบบสอบถาม และ การสัมภาษณ์เชิงลึก	ความถี่, ค่าเฉลี่ย, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน, การทดสอบไคสแควร์, อันดับของสปีชีร์แมน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	

ที่มา : ผู้วิจัย

ตาราง 10 (ต่อ)

ชื่อเรื่อง	วัตถุประสงค์	ทฤษฎีที่ใช้	วิธีการศึกษา ตัวแปรที่ใช้ ข้อมูลที่ใช้	การวิเคราะห์ข้อมูล	ผลการวิจัยหรือผลสรุป
Hung et al. (2006). Prevalence of helmet use among motorcycle riders in Vietnam.	เพื่อศึกษาอัตราการสวมหมวกนิรภัยใน กลุ่มผู้ใช้รถจักรยานยนต์ตามประเภทถนน ในเวียดนาม	ทฤษฎีของพฤติกรรมตามแผน (TPB)	ตัวแปรต้น ได้แก่ เพศ ประเภทถนน จำนวนผู้โดยสาร และสินค้าที่บรรทุก ตัวแปรตาม คือ การใช้หมวกนิรภัย วิธีการศึกษา การใช้แบบสอบถาม และการสำรวจผู้ใช้รถจักรยานยนต์ บนถนนสาธารณะโดยมีจำนวน 16,560 คน	แบบจำลองถดถอยโลจิสติก	ผลการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสวมใส่หมวกนิรภัย คือ เพศชาย อายุมากขึ้น มีแนวโน้มที่จะสวมหมวกนิรภัยมากขึ้น
Khan et al. (2008). Factors Associated with Helmet Use among Motorcycle Users in Karachi, Pakistan.	ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการสวมหมวกนิรภัยของ ผู้ใช้รถจักรยานยนต์	ทฤษฎีของพฤติกรรมตามแผน (TPB)	ตัวแปรต้น 1) ข้อมูลประชากรส่วนบุคคล 2) ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายหมวกนิรภัย ตัวแปรตาม คือ ความถี่ในการใช้หมวกนิรภัย วิธีการศึกษา ใช้แบบสอบถามเก็บจำนวน 300 คน	แบบจำลองถดถอยโลจิสติก	ผลการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสวมใส่หมวกนิรภัย คือ ระดับการศึกษาที่สูงขึ้น มีแนวโน้มที่จะสวมหมวกนิรภัยมากขึ้น มีความปลอดภัย จึงควรสวมหมวกนิรภัย

ที่มา : ผู้วิจัย

ตาราง 10 (ต่อ)

ชื่อเรื่อง ผู้แต่ง ปีที่เขียน	วัตถุประสงค์	ทฤษฎี ที่ใช้	วิธีการศึกษา ตัวแปรที่ใช้ ข้อมูลที่ใช้ วิธีการเก็บข้อมูล	การวิเคราะห์ข้อมูล	ผลการวิจัยหรือผลสรุป
Li et al. (2008). Improper motorcycle helmet use in provincial areas of a developing country.	ศึกษาปัจจัยที่ ส่งผลต่อการใช้ หมวกนิรภัยของ สองล้อใน ประเทศจีน	ทฤษฎีของ พฤติกรรมตาม แผน (TPB)	ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรม ของผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ ตัวแปรตาม คือ การใช้ หมวกนิรภัย วิธีการศึกษารายงานวันที่ผ่านไปบริเวณที่ ทำการสัมภาษณ์รถจักรยานยนต์ที่ผ่านไปมาบริเวณที่ ทำการสังเกตกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้ที่ 75,949 ราย และผู้โดยสาร 17,230 คน	แบบจำลองการ ถดถอยโลจิสต์	ผลการศึกษา พบหญิง อายุมากขึ้น สภาพ ถนนแย่ จะส่งผลให้การใช้หมวกนิรภัยนั้น สูงขึ้น
Skalkidou et al. (2000). Factors affecting Motorcycle helmet use in The population of Greter Athens, Greece.	ศึกษาปัจจัยที่มีผล ต่อการใช้หมวก นิรภัยของผู้ขับขี่ รถจักรยาน- ยนต์ เมืองเอเธนส์ ประเทศกรีซ	ทฤษฎีของ พฤติกรรมตาม แผน (TPB)	ตัวแปรต้น ได้แก่ สภาพถนน วัน เวลา เพศ อายุ กำลังเครื่องยนต์ กำลังเครื่องยนต์ ประโยชน์ของ หมวกนิรภัย ปีที่-ออกใบขับขี่ ตัวแปรตาม คือ การใช้ หมวกนิรภัย วิธีการศึกษา โดยการสัมภาษณ์ผู้ใช้ที่ รถจักรยานยนต์จำนวน 1,151 คน	แบบจำลองการ ถดถอยโลจิสต์	ผลการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสวมใส่ หมวกนิรภัย คือ ผู้ขับขี่เพศหญิง อายุมาก ขึ้น ช่วงกลางวัน จะส่งผลให้ผู้ใช้ที่สวม หมวกนิรภัยมากขึ้น

ที่มา : ผู้วิจัย

ชื่อเรื่อง ผู้แต่ง ปีที่เขียน	วัตถุประสงค์	ทฤษฎี ที่ใช้	วิธีการศึกษา ตัวแปรที่ใช้ ข้อมูลที่ใช้ วิธีการเก็บข้อมูล	การวิเคราะห์ข้อมูล	ผลการวิจัยหรือผลสรุป
Sreedharan et al. (2009). Determinants of safety helmet use among motorcyclists in Kerala, India.	ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้หมวกนิรภัยในผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ในเมืองทะเลประเทศอินเดีย	ทฤษฎีของพฤติกรรมตามแผน (TPB)	ตัวแปรต้น 1) ลักษณะทางสังคมและประชากร ได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา สถานภาพสมรส ศาสนา 2) การตระหนักถึงการใส่หมวกนิรภัยทัศนคติต่อการใส่หมวกนิรภัยและการปฏิบัติ ได้แก่ การใช้แอลกอฮอล์ การใช้โทรศัพท์มือถือขณะขับขี่รถทัศนคติต่อมาตรการในการใช้หมวกนิรภัย ตัวแปรตาม คือ การใช้หมวกนิรภัย วิธีการศึกษา การสัมภาษณ์ และแบบสอบถามแบบปลายเปิดกับจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 309 คน	การทดสอบไคสแควร์	ผลการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้หมวกนิรภัย คือ เพศหญิง การบริโภคปริมาณแอลกอฮอล์มากทัศนคติบวกต่อกฎหมายการสวมหมวกนิรภัย จะส่งผลให้ใช้หมวกนิรภัยมากขึ้น
Papadakaki et al. (2013). Barriers and facilitators of helmet use in a Greek sample of motorcyclists: Which evidence?.	ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้หมวกนิรภัยของผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ในประชากรกรีก	ทฤษฎีของพฤติกรรมตามแผน (TPB)	ตัวแปรต้น คือ 1) แรงจูงใจการสวมหมวกนิรภัย ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก และอุปสรรคของการใช้หมวกนิรภัย 2) ลักษณะทางสังคมและประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ปี การศึกษา และอาชีพ 3) ปริมาณการดื่มแอลกอฮอล์ 4) รูปแบบการเดินทาง ได้แก่ ไม่ดื่มสุมาประจำปี ความถี่ในการขับขี่ ประสบการณ์ ฤดูกาล ชั่วโมงจำนวนวันที่มีการขับขี่ และจำนวนการชนตัวแปรตาม คือ ความถี่ของการใช้หมวกนิรภัย วิธีการศึกษา ใช้แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว ถึงความถี่ของการใช้จักรยานยนต์และความถี่ของการใช้หมวกนิรภัย และมีกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 405 คน	แบบจำลองถดถอย หลายตัวแปร	ผลการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้หมวกนิรภัย คือ เพศหญิง ระดับการศึกษาที่สูงขึ้น บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ความเข้มข้นสูง ช่วงอายุ ช่วงอากาศ เดวร้าย สภาพถนนแย่ จะทำให้มีการใช้หมวกนิรภัยเพื่อเพิ่มความปลอดภัยมากขึ้น

ที่มา : ผู้วิจัย

ชื่อเรื่อง	วัตถุประสงค์	ทฤษฎีที่ใช้	วิธีการศึกษา ตัวแปรที่ใช้ ข้อมูลที่ใช้	การวิเคราะห์ข้อมูล	ผลการวิจัยหรือผลสรุป
ผู้แต่ง ปีที่เขียน					
อึ้งสงวนภรณ์ วัชร-จินดา และนริสรัถกษณ์ เอื้อกิจ. (2552).	ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ต่อพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในภาคใต้ ประเทศไทย	แบบแผนความเชื่อ ด้านสุขภาพ	ตัวแปรต้น คือ 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ประสบการณ์การเกิดอุบัติเหตุ 2) แรงสนับสนุนทางสังคม 3) การรับรู้โอกาสเสี่ยง 4) การรับรู้ความรุนแรง 5) การรับรู้ประโยชน์ 6) การรับรู้อุปสรรคในการสวมหมวกนิรภัย ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัย วิธีการศึกษา ใช้แบบสอบถาม จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 341 คน	1) ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2) ค่าสัมประสิทธิ์ Eta และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน	ผลการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการสวมหมวกนิรภัย คือ เพศหญิง เคยเกิดอุบัติเหตุมาก แรงสนับสนุนทางสังคมมาก การรับรู้ความรุนแรงมาก การรับรู้โอกาสเสี่ยงมาก การรับรู้ประโยชน์มาก การรับรู้อุปสรรคน้อย มีผลต่อพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
กาญจน์กรอง สุอังคะ-ละ (2559).	ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเกิดอุบัติเหตุจากรถจักรยานยนต์ของวัยรุ่นวัยรุ่นที่ ในภาคอีสาน ประเทศไทย	ทฤษฎีพฤติกรรมการเสี่ยง พฤติ-กรรมตามแผน(TPB)	ตัวแปรต้น คือ 1) ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ประสบการณ์ขับรถจักรยานยนต์ ระยะเวลารอคอยยานยนต์ ระยะเวลากฎจราจรและอุบัติเหตุจราจร 2) บุคลิกภาพ 3)ทัศนคติต่อโอกาสเสี่ยงเกิดอุบัติเหตุ 4) รับรู้โอกาสเสี่ยงอุบัติเหตุจราจร ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุ วิธีการศึกษา ใช้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวนตัวอย่าง 933 คน	การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน	ผลการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสวมหมวกนิรภัย คือ ทัศนคติบวกต่อการสวมหมวกนิรภัย หากมีทัศนคติที่ไม่ดีมีแนวโน้มที่จะเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุจากการใช้รถจักรยานยนต์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ที่มา : ผู้วิจัย

ตาราง 10 (ต่อ)

ชื่อเรื่อง	วัตถุประสงค์	ทฤษฎีที่ใช้	วิธีการศึกษา ตัวแปรที่ใช้ ข้อมูลที่ใช้ วิธีการเก็บข้อมูล	การวิเคราะห์ข้อมูล	ผลการวิจัยหรือผลสรุป
ผู้แต่ง ปีที่เขียน					
พินดา เทพชาติ และคณะ. (2562).	ศึกษาปัจจัยที่มี ส่งผลต่อพฤติกรรมการ สวมหมวก	ทฤษฎี ของพฤติกรรม- กรรมตาม แผน (TPB)	ตัวแปรต้น คือ 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ คณะที่ศึกษา ชั้นปีที่ศึกษา การมีใบอนุญาตขับขี่ 2) ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายหมวกนิรภัย 3)ทัศนคติที่มีต่อการสวมใส่หมวกนิรภัย 4) พฤติกรรมเมื่อขับขี่รถจักรยานยนต์	1) ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน 2) สัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์ตามวิธีของสเปียร์แมน	ผลการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การสวมใส่หมวกนิรภัย คือ ทัศนคติเชิงบวก ย่อมส่งผลให้ บุคคลตระหนักถึง การสวมหมวกนิรภัยอย่างมี นัยสำคัญ
มหาวิทยาลัย	การสวมหมวก นิรภัยของนักศึกษา ที่เป็นผู้ใช้ รถจักรยานยนต์เป็น พาหนะ		ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการสวมหมวก นิรภัย วิธีการศึกษา แบบสอบถาม และ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 360 คน		

ที่มา : ผู้วิจัย



ตาราง 11 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐศาสตร์พฤติกรรม

ชื่อเรื่อง	วัตถุประสงค์	ทฤษฎีที่ใช้	วิธีการศึกษา ตัวแปรที่ใช้ ข้อมูลที่ใช้ วิธีการเก็บข้อมูล	การวิเคราะห์	ผลการวิจัยหรือผลสรุป
Chaiwat et al. (2019). Default Option Bias in the Food Consumption of College Students in Bangkok.	ศึกษาพฤติกรรมการยึดติดทางเลือกหลักในการบริโภคอาหารของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	-Status Quo Bias -Behavioral Economics	วิธีการศึกษา การทดลองเชิงสำรวจด้านประชากร และแบบสอบถาม ซึ่งการทดลองโดยสมมติให้เป็นร้านอาหารที่มีการออกแบบใบกำกับผลิตภัณฑ์ขนาดเล็ก ปานกลาง และใหญ่ในราคาที่แตกต่างกัน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 108 คน	F-tests และ t-tests	ผลการศึกษา การออกแบบเมนูแนะนำของร้านให้เป็นเมนูหลักเพื่อสุขภาพ สามารถจูงใจให้นักศึกษาหันมาบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพสูงขึ้น
Grunert et al. (2010). Nutrition knowledge, and use and understanding of nutrition information on food labels among consumers in the UK.	ศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และความสนใจ การกินเพื่อสุขภาพที่ส่งผลกระทบต่อความเข้าใจด้านโภชนาการบนฉลากอาหาร	Anchoring Effect	ตัวแปรต้น คือ ประชากร ได้แก่ อายุ เพศ มีเด็กอายุต่ำกว่า 16 ปี รายได้ของครัวเรือน ความรู้ด้านโภชนาการ ความสนใจในการกินเพื่อสุขภาพ การใช้ข้อมูลทางโภชนาการ ความเข้าใจในรูปแบบฉลากโภชนาการ ตัวแปรตาม คือ เข้าใจด้านโภชนาการ บนฉลากอาหาร วิธีการศึกษา โดยใช้การสังเกต การสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม	แบบจำลองถดถอยโลจิสติก	ผลการศึกษา การใช้ข้อมูลด้านโภชนาการบนฉลากจะมีแนวโน้มให้ความสนใจบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้น

ที่มา : ผู้วิจัย

ชื่อเรื่อง	วัตถุประสงค์	ทฤษฎีที่ใช้	วิธีการศึกษา ตัวแปรที่ใช้ ข้อมูลที่ใช้	การวิเคราะห์ ข้อมูล	ผลการวิจัยหรือข้อสรุป
ผู้แต่ง ที่มา ปีที่เขียน					
Thampanishvong. (2015). Changing Electricity Consumption Behavior: Is Electricity Conservation Nudge Enough?	เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้ไฟฟ้าด้วยการสะกดจิต	-Nudge Theory -Peer Effect -Anchoring Effect	การทดลองครัวเรือนในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย เพื่อตรวจสอบการใช้พลังงาน ระยะเวลา 10 เดือน จำนวน 138 ครัวเรือน โดยการเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มควบคุม กับ กลุ่มศึกษา ที่ออกแบบเป็น 3 กลุ่ม ตามแนวทางการสะกดจิต ได้แก่ กลุ่มที่ได้รับคำแนะนำ กลุ่มที่เปรียบเทียบกับเพื่อนบ้าน และกลุ่มที่ได้รับทั้งข้อคำแนะนำและเปรียบเทียบกับเพื่อนบ้าน	Fixed effects model	ผลการศึกษา การออกแบบคำแนะนำกับครัวเรือนในการประหยัดไฟฟ้า ด้วย การเปรียบเทียบการใช้ไฟฟ้าของทุกครัวเรือนที่เข้าร่วมการทดลองถือเป็น การเทียบกับเพื่อนบ้าน รวมทั้งการระบุคำแนะนำในการประหยัดไฟฟ้า ซึ่งจะส่งผลให้การใช้ปริมาณไฟฟ้าของครัวเรือนลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
ณัฐพล สิวลิพันธ์ และพีระ ตั้งธรรมรักษ์. (2560). อิทธิพลของบรรทัดฐานทางสังคมต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของนิสิตนักศึกษ.	ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของนิสิต	-ทฤษฎีพฤติกรรมนิยม -ทฤษฎีพฤติกรรมเลียนแบบ -ทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม	ตัวแปรต้น คือ ได้แก่ เพศ รายได้ต่อเดือน ชั้นปี เกรตเฉลี่ยสะสม ความรู้ตนเองด้านจิต สนิบน ความเคร่งครัดศาสนา ความเห็นต่อการโกง เคยโกง บรรทัดฐานสังคม ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจ วิธีการศึกษา ใช้แบบสอบถาม และการจำลองสถานการณ์คิด สนิบน ด้วยการให้ผู้ร่วมทดลองทำข้อสอบ จากนั้นแทรกสถานการณ์ให้ผู้ทดลองต้องคอยเต็มหมด ภายใต้อิทธิพลของคนรอบข้าง	แบบจำลองสองทางเลือก	ผลการศึกษา หากคนในสังคมส่วนใหญ่ในสังคมตัดสินใจเพิ่มขึ้นอย่างมี การตัดสินใจทางสถิติ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยที่มีนัยสำคัญ ได้แก่ รายได้ต่อเดือนมากขึ้น ขึ้นมีมากขึ้น เกรตเฉลี่ยสะสมมากขึ้น ความเคร่งครัดทางศาสนาที่ลดลง มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจ

ที่มา : ผู้วิจัย

ตาราง 11 (ต่อ)

ชื่อเรื่อง	วัตถุประสงค์	ทฤษฎีที่ใช้	วิธีการศึกษา ตัวแปรที่ใช้ ข้อมูลที่ใช้	การวิเคราะห์	ผลการวิจัยหรือข้อสรุป
ผู้แต่ง			วิธีการเก็บข้อมูล	ข้อมูล	
ปีที่เขียน					
ธิดา เรียงสมุทร. (2559).	ศึกษาพฤติกรรมการของกลุ่มตัวอย่าง	-พฤติกรรมมนุษย์	ตัวแปรต้น คือ 1) ประชากร ได้แก่ เพศ คนละ ชั้น	แบบจำ	ผลการศึกษา อธิพจน์ของบุคคลรอบข้าง
อิทธิพลของคนรอบข้างต่อ	ของกรรณกร	-เศรษฐศาสตร์เชิงทดลอง	ปี เกรเดิลี่ดะดะ 2) ความรู้เกี่ยวกับสินค้า	ดอง Pooled	ส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมกรรณกร
ความร่วมมือในสินค้า	ต่อความร่วมมือ	ทดลอง	สาธารณะ 3) ลักษณะอิทธิพลคนรอบข้างในอดีต	OLS	ส่วนร่วมในสินค้าสาธารณะ หากคนรอบข้างดี ก็จะส่งผลให้มีส่วนร่วมในสินค้า
สาธารณะ.	ในสินค้า	-Peer Effect	ตัวแปรตาม คือ ความร่วมมือในสินค้าสาธารณะ		สาธารณะสูง แต่หากคนรอบข้างไม่ดี ก็ทำให้การมีส่วนร่วมในสินค้าสาธารณะต่ำ
	สาธารณะที่	-Public Goods	วิธีการศึกษา แบบสอบถาม และการทดลองทางเศรษฐศาสตร์ด้วยการจำลองสถานการณ์ตามแนวคิดอิทธิพลของคนรอบข้างในอดีตที่แตกต่างกัน 2 ประเภท ได้แก่ มีส่วนร่วมในสินค้า		
	แตกต่างกันด้วย		แนวความคิดอิทธิพลของคนรอบข้างในอดีตที่แตกต่างกัน		
	การประยุกต์ใช้		กัน 2 ประเภท ได้แก่ มีส่วนร่วมในสินค้า		
	แนวคิดอิทธิพล		สาธารณะสูงหรืออิทธิพลคนรอบข้างดี และมีส่วนร่วมในสินค้าสาธารณะต่ำหรืออิทธิพลคนรอบข้างแย		
	ของคนรอบข้าง		แยะ โดยมีนักศึกษาเป็นกลุ่มตัวอย่าง		
พระ ตั้งธรรมรักษ์. (2560).	ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อ	-Anchoring Effect	ตัวแปรต้น คือ เพศ อายุ น้ำหนัก สุขภาพ รายได้ และข้อมูลลักษณะอื่นที่ออกแบบด้วยการให้	แบบจำ	ผลการศึกษา การนำเสนอให้นักผลไม่เป็นทางเลือกหลัก จะทำให้บุคคลลบริภาคเพื่อสุขภาพมากขึ้น และการให้ข้อมูลโรค
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริภาค	ส่งผลกระทบต่อ		ข้อมูล การเสนอทางเลือกหลัก และข้อความกับภาพที่นำถวลักสินค้าที่ออกแบบด้วยการให้	ดองสองทางเลือก	สุขภาพมากขึ้น และทำให้ข้อมูลโรค
เพื่อสุขภาพของนักเรียน นิสิต และกลุ่มคนทำงาน	พฤติกรรมการบริภาคเพื่อสุขภาพ	-Status Quo Bias	ภาพที่นำถวลัก ตัวแปรตาม คือ การบริภาคเพื่อสุขภาพ วิธีการศึกษา ใช้แบบสอบถาม และประยุกต์ใช้การทดลองและการสังเกต ด้วย		NCDs ที่นำเกรงกล่วเป็นปัจจัยที่สนับสนุน
มหาวิทยาลัยศรีนครินทร-	รวมทั้งทดสอบข้อ	-Loss Aversion	การออกแบบป้องกันพฤติกรรมที่แตกต่างกัน เพื่อเทียบกับรูปแบบปกติ จำนวนตัวอย่าง		ให้บุคคลตัดสินใจบริภาคเพื่อสุขภาพมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอายุ ที่มีผลต่อการเลือกริภาคเพื่อสุขภาพมากขึ้น
วิจัย.	สมมติฐานทางทฤษฎี		กัน เพื่อเทียบกับรูปแบบปกติ จำนวนตัวอย่าง		
			375 คน		

ที่มา : ผู้วิจัย

ตาราง 12 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐศาสตร์พฤติกรรม (การสะกด) กับความปลอดภัยบนท้องถนน

ชื่อเรื่อง	วัตถุประสงค์	ทฤษฎีที่ใช้	วิธีการศึกษา ตัวแปรที่ใช้	การวิเคราะห์ข้อมูล	ผลการวิจัยหรือข้อสรุป
Arnold et al. (2007). Evaluation of Best Practices in Traffic Operations and Safety.	ประเมินผลก่อนและหลังของวิธีการติดตั้งสัญญาณเตือนเพื่อลดความเร็วบนท้องถนน ในรัฐเวอร์จิเนีย สหรัฐอเมริกา	เศรษฐศาสตร์เชิงทดลอง	วิธีการศึกษา การทดลองแบบเทียบผลก่อนและหลัง ด้วยการออกแบบสัญญาณให้รถหยุดโดยใช้ไฟกระพริบแสงสีแดงแบบ LED และแถบสัญญาณลดความเร็วที่ไวต่อแสง เพื่อนำไปติดตั้งในเมืองสามแห่ง ประเทศเวอร์จิเนีย	วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ANOVA	ผลการศึกษา สัญญาณให้รถหยุดโดยใช้ไฟกระพริบแบบ LED เป็นมาตรการที่ทำให้ผู้ใช้ที่มีแนวโน้มปฏิบัติตามป้ายสัญญาณหยุดมากขึ้น โดยจะซับซ้อนด้วยความเร็วเฉลี่ยลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อเข้าไปใกล้สัญญาณเตือน นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ใช้ที่ จะลดความเร็วลงมากขึ้นในช่วงกลางคืนเมื่อเทียบกับช่วงเวลาอื่น ๆ ในขณะที่แถบสัญญาณลดความเร็วที่ไวต่อแสงด้วยการนำไปติดตั้งตรงกลางและขอบของถนนจะทำให้ผู้ใช้ที่ ความเร็วเฉลี่ยลดลง
Linkenbach et al. (2005). Most of Us Wear Seatbelts: Montana Adult Seatbelt Norms Survey and Media Intervention.	ศึกษาบรรทัดฐานทางสังคมเพื่อเพิ่มการใช้เข็มขัดนิรภัยในกลุ่มวัยทำงาน ในรัฐมอนแทนา สหรัฐอเมริกา	บรรทัดฐานทางสังคม	ตัวแปรต้น คือ อายุ เพศ ปีการศึกษา ที่อยู่ อาศัย จำนวนวันที่ขับรถต่อสัปดาห์ เคยเกิดอุบัติเหตุ และการรับรู้บรรทัดฐานทางสังคมต่อการใช้เข็มขัดนิรภัย ตัวแปรตาม คือ อัตราการใช้เข็มขัดนิรภัย วิธีการศึกษา ใช้แบบสอบถาม และการทดลองด้วยการใช้สื่อเพื่อเผยแพร่ข้อความที่เป็นบรรทัดฐานทางสังคมเกี่ยวกับการคาดเข็มขัดนิรภัยผ่านทางวิทยุและสิ่งพิมพ์	แบบจำลองถดถอย	ผลการศึกษา การรับรู้บรรทัดฐานทางสังคมต่อการใช้เข็มขัดนิรภัยมากขึ้น จะส่งผลให้อัตราการใช้เข็มขัดนิรภัยมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

ที่มา : ผู้วิจัย

ตาราง 12 (ต่อ)

ชื่อเรื่อง	วัตถุประสงค์	ทฤษฎีที่ใช้	วิธีการศึกษา ตัวแปรที่ใช้	การวิเคราะห์ข้อมูล	ผลการวิจัยหรือข้อสรุป
ผู้แต่ง ปีที่เขียน			ข้อมูลที่ใช้ วิธีการเก็บข้อมูล		
สินาด ตีรวรรณไชย. (2559). เศรษฐศาสตร์ พฤติกรรมกับ นโยบายของเมือง.	เพื่อศึกษา แนวคิด เศรษฐศาสตร์ พฤติกรรมเพื่อ ประยุกต์ใช้ กับนโยบาย การเมือง	-การรับรู้ -ความพึง พอใจ -สถาบัน	กรอบแนวคิด ได้แก่ การรับรู้ ความพึง พอใจ และสถาบัน ที่มีผลต่อการตัดสินใจ วิธีการศึกษา โดยทำการพิจารณาแนวคิด ของเศรษฐศาสตร์พฤติกรรม และแนวคิด การออกแบบนโยบาย เพื่อนำเสนอ ตัวอย่างเบื้องต้นในการประยุกต์ใช้เพื่อ แก้ปัญหาการจราจรในประเทศไทย	วิเคราะห์เชิง พรรณนา	ผลการศึกษา นโยบายของเมืองที่ ประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐศาสตร์ พฤติกรรมในการนำมาใช้ มีผล ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมเป็นไป ในทางที่ดีและถูกต้อง

ที่มา : ผู้วิจัย

ตาราง 13 เปรียบเทียบการพบทวารวรณ์กรณีปริทัศน์ แบ่งตามปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัย

ตัวแปรต้น	ผลการศึกษา	งานวิจัยที่อ้างอิง
1. เพศ	- เพศหญิงมีแนวโน้มที่จะสวมหมวกนิรภัยมากกว่าเพศชาย - เพศชายมีแนวโน้มที่จะสวมหมวกนิรภัยมากกว่าเพศหญิง	สอดคล้องกัน ได้แก่ Papadakaki et al. (2013), Li et al. (2008), Sreedharan et al. (2009), Chumpawadee et al. (2015) และ อังสนาภรณ์ ฉัตรจินดา และนรลักษณ์ เขือกิจ (2552) เห็นแย้งกัน ได้แก่ Hung et al. (2006) และชนากัทธ บุญประสม และ จักรพันธ์ เพ็ชรภูมิ (2559)
2. อายุ	- อายุน้อยมีแนวโน้มที่จะสวมหมวกนิรภัยน้อยกว่าผู้ใหญ่	Li et al. (2008), Skalkidou et al. (2000) และ Hung et al. (2006)
3. ระดับการศึกษา	- การได้รับศึกษาระดับสูงมีแนวโน้มที่จะสวมหมวกนิรภัยมากกว่าการได้รับศึกษาระดับต่ำ	พินดา เทพชาติ และคณะ. (2562), ณัฐปติ สินวรรณ และสุรชาติ สินวรรณ (2555), Papadakaki et al. (2013) และ Khan et al. (2008)
4. สถานภาพสมรส	- คนที่แต่งงานแล้วมีแนวโน้มที่จะสวมหมวกนิรภัยน้อยกว่าคนโสด - คนที่เป็นชายจะสวมหมวกนิรภัยมากกว่า	สอดคล้องกัน ได้แก่ Sreedharan et al. (2009) เห็นแย้งกัน ได้แก่ ณัฐปติ สินวรรณ และสุรชาติ สินวรรณ (2555)
5. รายได้	- หากรายได้ต่อเดือนเพิ่มขึ้นมีแนวโน้มสวมหมวกนิรภัยมากขึ้น	ณัฐปติ สินวรรณ และสุรชาติ สินวรรณ (2555)
6. ปริมาณแอลกอฮอล์	- หากมีการดื่มแอลกอฮอล์ในปริมาณที่มากมีแนวโน้มที่จะสวมหมวกนิรภัยน้อยกว่าการดื่มแอลกอฮอล์ในปริมาณที่น้อย	Papadakaki et al. (2013) และ Sreedharan et al. (2009)

ที่มา : ผู้วิจัย

ตาราง 13 (ต่อ)

ตัวแปรต้น	ผลการศึกษา	งานวิจัยที่อ้างอิง
7. ทัศนคติ	-หากมีทัศนคติเชิงบวกต่อกฎจรรยาบรรณมีแนวโน้มที่จะสวมหมวกนิรภัยมากขึ้น	ณัฐปติ สีนวรัตน์ และสุรชาติ สีนวรัตน์ (2555), Sreedharan et al. (2009), Chumpawadee et al. (2015), พนิดา เทพชาติ และคณะ (2562) และกาญจนากรอง สุอังคะ (2559)
8. ระยะเวลาขับขี่	-หากมีประสบการณ์ขับขี่น้อยย่อมสวมหมวกนิรภัยลดลง	ณัฐปติ สีนวรัตน์ และสุรชาติ สีนวรัตน์ (2555)
9. ช่วงเวลาของวัน	-ช่วงกลางวันจะมีแนวโน้มสวมหมวกนิรภัยน้อยกว่าช่วงเวลาอื่น -ช่วงเช้าจะมีแนวโน้มสวมหมวกนิรภัยน้อยกว่าช่วงเวลาอื่น	สอดคล้องกัน ได้แก่ Skalkidou et al. (2000) เห็นแย้งกัน ได้แก่ Papadakaki et al. (2013)
10. ความหนาแน่นจราจร	-ถ้าขับขี่รถจักรยานยนต์ช่วงจราจรหนาแน่นมีแนวโน้มจะสวมหมวกนิรภัยมากขึ้น	Li et al. (2008)
11. สภาพอากาศ	-หากขับขี่รถจักรยานยนต์ในช่วงอากาศดีจะมีแนวโน้มที่จะสวมหมวกนิรภัยต่ำ	Papadakaki et al. (2013), Bachani et al. (2016)
12. สภาพถนน	-หากขับขี่รถจักรยานยนต์ในถนนแฉะมีแนวโน้มจะสวมหมวกนิรภัยมากขึ้น	สอดคล้องกัน ได้แก่ Papadakaki et al. (2013) เห็นแย้งกัน ได้แก่ Li et al. (2008)
13. เคยเกิดอุบัติเหตุ	-หากขับขี่ในถนนสายหลวงที่สภาพดีมีแนวโน้มที่จะสวมหมวกนิรภัยมากขึ้น	ซึ่งสามารถณ์ ชัยจรจินดา และนรลักษ์ณัฏ์ เอื้อกิจ (2552)
14. บ้ายสวมหมวกนิรภัย	-แนวโน้มจิตดูจิตดีติด (Anchoring Effect) -การเกรงกลัวความสูญเสีย (Loss Aversion) -อิทธิพลของบุคคลรอบข้าง (Peer Effect)	Tangtamaruk (2017b), Grunert et al. (2010), Thampanishvong (2015), Arnold et al. (2007), Linkenbach et al. (2005) และพีระ ตั้ง-ภิธรรมรักษ์ (2560a) พีระ ตั้งภิธรรมรักษ์ (2560a) และTangtamaruk (2017b) ธิดา เวียงสมุทร (2559), Thampanishvong (2015), ณัฐพล สวัสดิ์พันธ์ และพีระ ตั้งภิธรรมรักษ์ (2560a) และLinkenbach et al. (2005)

ที่มา : ผู้วิจัย

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

ในงานวิจัยเรื่อง เศรษฐศาสตร์พฤติกรรมและการสะกิดเพื่อส่งเสริมการสวมหมวกนิรภัยในประเทศไทย : กรณีศึกษาผู้โดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้าง ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

- 3.1 การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้โดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้างในเขตกรุงเทพมหานคร โดยไม่จำกัดอายุ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีการใช้บริการรถจักรยานยนต์รับจ้างเพื่อโดยสารไปยังสถานที่ต่าง ๆ และสามารถนั่งโดยสารได้ทุกช่วงอายุ ซึ่งจะไม่ทราบจำนวนที่แน่ชัดเนื่องจากมีขนาดประชากรขนาดใหญ่ โดยภายใต้ข้อสมมติฐานที่ว่าผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์รับจ้าง 1 คน ต่อ ผู้โดยสาร 1 คน

กลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้โดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้างในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เข้าร่วมการทดลอง โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามวิธีการสะกิด ได้แก่ (1) ผู้โดยสารที่เข้าร่วมการทดลองแบบสะกิดหนึ่งครั้ง (One-Shot Nudge) ที่เป็นการลงพื้นที่สังเกตการณ์ในสถานการณ์จริงภายใต้ระยะเวลา 1 ชั่วโมง เนื่องจากข้อจำกัดด้านเวลา ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการประมาณการจำนวนผู้โดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้างดังกล่าวไว้ที่ขั้นต่ำโดยประมาณ 20 คน ต่อ 1 ชั่วโมง และต่อรถจักรยานยนต์รับจ้าง 1 คัน จากการที่ผู้วิจัยได้ลองไปทำการสังเกตการณ์ก่อนทำการทดสอบจริง (2) ผู้โดยสารที่เข้าร่วมการทดลองแบบติดตาม (Cohort Nudge) เป็นระยะเวลา 1 สัปดาห์ ซึ่งจากการใช้สูตรของ Yamane (1973) เพื่อคำนวณกลุ่มตัวอย่าง ที่ค่าความเชื่อมั่น 95% จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างอยู่ที่ประมาณ 385 คน อย่างไรก็ตาม การศึกษาในครั้งนี้ จะศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling) มีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1

เลือกสถานที่สำหรับการทดลอง One-Shot Nudge เป็นวิธีเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) คือ ผู้โดยสารที่เข้ามาใช้บริการวินในกรุงเทพมหานคร และเลือกสถานที่สำหรับการทดลอง Cohort Nudge เป็นวิธีแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) คือ วินที่อยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครแห่งใดก็ได้ เนื่องจากการทดลองผ่านทางออนไลน์

ขั้นตอนที่ 2

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อทำการสุ่มเลือกผู้โดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้างในการทดลองแบบ One-Shot Nudge จนครบระยะเวลา 1 ชั่วโมงโดยไม่จำกัดจำนวน และในการทดลอง Cohort Nudge จนครบจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน

3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือขั้นที่ 1

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรรมกรสวมหมวกนิรภัย
2. ศึกษาเอกสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการสร้างเครื่องมือในงานวิจัย
3. สร้างเครื่องมือจากข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้ทำการศึกษามาเพื่อให้ครอบคลุมตัวแปรที่ใช้

ในงานวิจัย ซึ่งงานวิจัยฉบับนี้ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลรอบก่อนทดลองผ่านแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้ ปริมาณดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประสบการณ์การได้รับอุบัติเหตุ และแบบสอบถามเกี่ยวกับกลุ่มป้ายสวมหมวกนิรภัย ลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบหรือให้เติมลงในช่องว่างจำนวน 10 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลจิตลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ทัศนคติที่มีต่อการสวมหมวกนิรภัย ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ และจำนวน 10 ข้อ ซึ่งแบ่งเป็นข้อคำถามเชิงบวก 5 ข้อ และข้อคำถามเชิงลบ 5 ข้อ โดยมีเกณฑ์กำหนดคะแนนดังนี้

ข้อคำถามเกี่ยวกับทัศนคติเชิงบวก กำหนดเกณฑ์คะแนน ดังนี้

5	คะแนน	หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
4	คะแนน	หมายถึง เห็นด้วยมาก
3	คะแนน	หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
2	คะแนน	หมายถึง เห็นด้วยน้อย

1	คะแนน	หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด
ข้อคำถามเกี่ยวกับทัศนคติเชิงลบ กำหนดเกณฑ์คะแนน ดังนี้		
1	คะแนน	หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
2	คะแนน	หมายถึง เห็นด้วยมาก
3	คะแนน	หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
4	คะแนน	หมายถึง เห็นด้วยน้อย
5	คะแนน	หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล สันฐานทางสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ระยะเวลา เวลาของวัน ความหนาแน่นการจราจร สภาพอากาศ สภาพถนน ลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบจำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะคำถามเป็นแบบให้เติมลงในช่องว่างและให้ระบุคำตอบเป็นจำนวนครั้งหรือเปอร์เซ็นต์ความถี่ในการโดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้างและความถี่ในการสวมหมวกนิรภัย จำนวน 2 ข้อ

โดยมีเกณฑ์กำหนดคะแนน ดังนี้

4	คะแนน	หมายถึง สวมหมวกนิรภัยทุกครั้ง	(สวมหมวกนิรภัย 100%)
3	คะแนน	หมายถึง สวมหมวกนิรภัยเกือบทุกครั้ง	(สวมหมวกนิรภัย 51-99%)
2	คะแนน	หมายถึง สวมหมวกนิรภัยบ่อยครั้ง	(สวมหมวกนิรภัย 50%)
1	คะแนน	หมายถึง สวมหมวกนิรภัยบางครั้ง	(สวมหมวกนิรภัยต่ำกว่า 1-49%)
0	คะแนน	หมายถึง ไม่สวมหมวกนิรภัยเลย	(สวมหมวกนิรภัย 0%)

4. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อทำการตรวจสอบ

5. นำแบบสอบถามไปทำการตรวจสอบคุณภาพ

วิธีการหาคุณภาพเครื่องมือชิ้นที่ 1

งานวิจัยนี้ได้นำแบบสอบถามรอบก่อนการทดลองที่สร้างขึ้นจากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาทำการทดสอบคุณภาพ ซึ่งมีด้วยกัน 2 ส่วน ได้แก่ ค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Validity) และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ดังนี้

1. การตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Validity) ของแบบสอบถาม โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญช่วยตรวจสอบ แก้ไข และเสนอแนะเพิ่มเติมแก่ผู้วิจัยเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้ถูกต้องและเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

2. การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปทดสอบกับกลุ่มผู้โดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้างในเขตกรุงเทพมหานครที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือชิ้นที่ 2

1. สร้างแบบสอบถามสำหรับรอบหลังการทดลองซึ่งงานวิจัยฉบับนี้ได้แบ่งแบบสอบถามหลังการทดลองออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับกลุ่มป้ายสวมหมวกนิรภัย ลักษณะคำถามเป็นแบบให้ เลือกตอบหรือให้เติมลงในช่องว่างจำนวน 1 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยของผู้ตอบแบบสอบถามลักษณะคำถามเป็นแบบเติมลงในช่องว่างและให้ระบุคำตอบเป็นจำนวนครั้งหรือเปอร์เซ็นต์ ความถี่ในการโดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้างและความถี่ในการสวมหมวกนิรภัยจำนวน 2 ข้อ โดยมีเกณฑ์กำหนดคะแนน ดังนี้

4	คะแนน	หมายถึง	สวมหมวกนิรภัยทุกครั้ง (สวมหมวกนิรภัย 100%)
3	คะแนน	หมายถึง	สวมหมวกนิรภัยเกือบทุกครั้ง (สวมหมวกนิรภัย 51-99%)
2	คะแนน	หมายถึง	สวมหมวกนิรภัยบ่อยครั้ง (สวมหมวกนิรภัย 50%)
1	คะแนน	หมายถึง	สวมหมวกนิรภัยบางครั้ง (สวมหมวกนิรภัยต่ำกว่า 1-49%)
0	คะแนน	หมายถึง	ไม่สวมหมวกนิรภัยเลย (สวมหมวกนิรภัย 0%)

2. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อทำการตรวจสอบ

3. นำแบบสอบถามไปทำการตรวจสอบคุณภาพ

วิธีการหาคุณภาพเครื่องมือชิ้นที่ 2

วิจัยฉบับนี้มีวิธีการหาคุณภาพของแบบสอบถามในรอบหลังทดลอง ดังนี้

1. การตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Validity) ของเครื่องมือ โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญช่วยตรวจสอบ แก้ไข และเสนอแนะเพิ่มเติมแก่ผู้วิจัยเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้ถูกต้องและเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

2. การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปทดสอบกับกลุ่มผู้โดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้าง ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือชิ้นที่ 3

1. สร้างแบบสอบถามสำหรับรอบติดตามผลการทดลองซึ่งงานวิจัยฉบับนี้ได้แบ่งแบบสอบถามรอบติดตามผลการทดลองออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับกลุ่มป้ายสวมหมวกนิรภัย ลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบหรือให้เติมลงในช่องว่างจำนวน 1 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะคำถามเป็นแบบให้เติมลงในช่องว่างและให้ระบุคำตอบเป็นจำนวนครั้งหรือเปอร์เซ็นต์ความถี่ในการโดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้างและความถี่ในการสวมหมวกนิรภัย จำนวน 2 ข้อ โดยมีเกณฑ์กำหนดคะแนน ดังนี้

4	คะแนน	หมายถึง	สวมหมวกนิรภัยทุกครั้ง (สวมหมวกนิรภัย 100%)
3	คะแนน	หมายถึง	สวมหมวกนิรภัยเกือบทุกครั้ง (สวมหมวกนิรภัย 51-99%)
2	คะแนน	หมายถึง	สวมหมวกนิรภัยบ่อยครั้ง (สวมหมวกนิรภัย 50%)
1	คะแนน	หมายถึง	สวมหมวกนิรภัยบางครั้ง (สวมหมวกนิรภัยต่ำกว่า 1-49%)
0	คะแนน	หมายถึง	ไม่สวมหมวกนิรภัยเลย (สวมหมวกนิรภัย 0%)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับแนวทางที่จะช่วยแก้ไขปัญหาคาการสวมหมวกนิรภัยของผู้โดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้าง ลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ หรือให้เติมลงในช่องว่างจำนวน 1 ข้อ

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการสวมหมวกนิรภัย ลักษณะคำถามเป็นแบบ ปลายเปิด

1. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อทำการตรวจสอบ
2. นำแบบสอบถามไปทำการตรวจสอบคุณภาพ

วิธีการหาคุณภาพเครื่องมือชิ้นที่ 3

วิจัยฉบับนี้มีวิธีการหาคุณภาพของแบบสอบถามในรอบติดตามผลการทดลอง ดังนี้

1. การตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Validity) ของเครื่องมือ โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญช่วยตรวจสอบ แก้ไข และเสนอแนะเพิ่มเติมแก่ผู้วิจัยเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้ถูกต้องและเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

2. การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปทดสอบกับกลุ่มผู้โดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้าง ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยฉบับนี้ใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยเก็บข้อมูลจากการทดลองที่มี 2 รูปแบบ ได้แก่ การทดลองแบบเสนอทางเลือกหลัก (Default Option) และการทดลองแบบติดตาม (Cohort Experiment) ดังนี้

วิธีการเก็บข้อมูลของการทดลองแบบเสนอทางเลือกหลัก (Default Option)

รูปแบบแรกเป็นการศึกษาเชิงทดลองแบบเสนอทางเลือกหลัก (Default) เพื่อที่จะทดสอบพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยของผู้โดยสารรถจักรยานยนต์สาธารณะด้วยการสะกิด (Nudge) ในลักษณะที่ให้ผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์สาธารณะยื่นหมวกนิรภัยที่เป็นทางเลือกหลัก (Default) ให้แก่ผู้โดยสาร โดยกำหนดให้กลุ่มควบคุม (Control Group) คือ กลุ่มผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์สาธารณะไม่เคยยื่นหมวกนิรภัยให้กับผู้โดยสารเริ่มต้นทำการทดลองด้วยการที่ผู้วิจัยออกแบบบริบทของการทดลอง โดยเลือกทดลองกับผู้รับจ้างขับขี่รถจักรยานยนต์สาธารณะ (วินมอเตอร์ไซค์) จำนวน 4 คน จาก 4 พื้นที่ แต่ละพื้นที่ผู้วิจัยจะกำหนดให้มีลักษณะเดียวกัน ได้แก่ พื้นที่ทำการทดลองเป็นอุโมงค์ที่อยู่ด้านหน้าติดกับถนนใหญ่และมีทางเชื่อมไปยังซอยเล็ก ๆ โดยวันและเวลาในการทดลอง คือ วันจันทร์ ช่วงเวลาเช้า รอบ 7 นาฬิกา ถึง 8 นาฬิกา รวม

ระยะเวลาทดลอง 1 ชั่วโมง ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการค่อนข้างมาก ในขณะที่วิธีการบันทึกข้อมูล คือ การสังเกตการณ์ผู้ขับขี่แห่งละ 1 คน ที่ไม่เคยยื่นหมวกนิรภัยให้กับผู้โดยสาร จากนั้นสังเกตพฤติกรรมขอหมวกนิรภัยของผู้โดยสารที่มาใช้บริการ

ในขณะที่กลุ่มทดลอง (Treatment group) คือ ในรอบสัปดาห์ถัดไป ที่ผู้วิจัยยังคงเลือกวัน เวลา สถานที่เดียวกัน และผู้รับจ้างขับขี่รถจักรยานยนต์สาธารณะคนเดิม โดยในรอบนี้ผู้วิจัยขอให้ผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์คนเดิมยื่นหมวกนิรภัยให้กับผู้โดยสาร ซึ่งผู้โดยสารมีสิทธิ์รับหรือปฏิเสธ ในเวลา 1 ชั่วโมงเช่นเดิม ดังแสดงภาพประกอบ 3

Control Group (Default คือ การไม่สวมหมวกนิรภัย)	Treatment Group (Default คือ การสวมหมวกนิรภัย)
ผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์รับจ้างทำการส่งผู้โดยสารในระยะเวลา 1 ชั่วโมง	
ผู้ขับขี่ไม่ยื่นหมวกนิรภัยให้กับผู้โดยสาร	ผู้ขับขี่ยื่นหมวกนิรภัยให้กับผู้โดยสาร
ผู้โดยสารตัดสินใจว่าจะขอหมวกนิรภัยหรือไม่	ผู้โดยสารตัดสินใจว่าจะสวมหมวกนิรภัยหรือไม่
ผู้ควบคุมการทดลองทำการจดบันทึก โดยคิดเป็นค่าร้อยละ	

ภาพประกอบ 3 ขั้นตอนการทดลองแบบเสนอทางเลือกหลัก (Default Option)

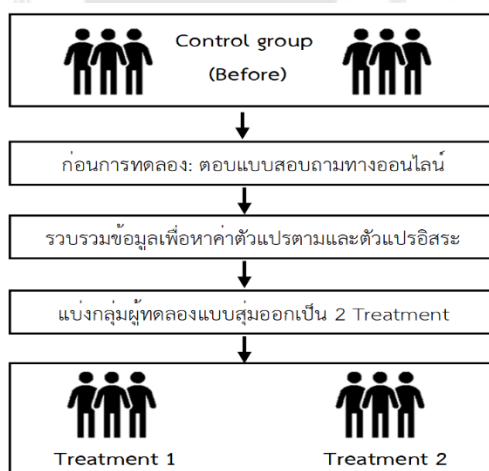
ที่มา: ผู้วิจัย

จากการทดลองแบบเสนอทางเลือกหลัก (Default) นี้ ได้ศึกษาจากสถานการณ์จริงที่ทำการลงพื้นที่เพื่อสังเกตและจดบันทึกผล ซึ่งเป็นการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบผลระหว่าง Control group ที่ผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์สาธารณะที่ไม่เคยยื่นหมวกนิรภัยให้ผู้โดยสารจำนวน 1 คนเพื่อดูแนวโน้มการขอหมวกนิรภัย (ขอหมวก หรือ ไม่ขอหมวก) ของผู้โดยสาร กับ Treatment group ที่ให้ผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์สาธารณะคนเดิมแต่มีพฤติกรรมยื่นหมวกนิรภัยให้กับผู้โดยสารเป็นทางเลือกหลัก (Default) เพื่อดูแนวโน้มการตัดสินใจสวมหมวกนิรภัย (สวมหมวก หรือ ไม่สวมหมวก) ที่เปลี่ยนแปลงของผู้โดยสาร ซึ่งเป็นการทดลองที่มาจากแนวคิด Default Option นี้มีแนวคิดที่ว่า หากบุคคลใดมีการเสนอตัวเลือกแรก บุคคลที่ถูกยื่นข้อเสนอจะมีอคติเชิงพฤติกรรมที่จะยึดติดกับข้อเสนอแรก ด้วยเหตุผลที่เห็นว่าตัวเลือกอื่นอาจจะทำให้เสียตัวเลือกที่ดีที่สุด แม้ว่าจะมีโอกาสเปลี่ยนไปเลือกตัวอื่น ๆ ได้ก็ตาม (Samuelson and Zeckhauser, 1988, pp.8-11)

วิธีการเก็บข้อมูลในการทดลองแบบติดตามผล (Cohort Experiment Study)

รูปแบบที่สองเป็นการศึกษาเชิงทดลองที่ต้องติดตามผล เพื่อที่จะทดสอบพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยของผู้โดยสารรถจักรยานยนต์สาธารณะ ซึ่งจะเริ่มต้นดำเนินการทดลองด้วย

การคัดเลือกอาสาสมัครนิสิต นักศึกษาที่มีการโดยสารรถจักรยานยนต์สาธารณะเป็นประจำ ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและสมุทรปราการ เพื่อเข้าร่วมการทดลอง และการทดลองนี้มีการทดสอบ เริ่มจากขั้นตอนก่อนการทดลอง ในส่วนนี้จะให้ผู้ร่วมทดลองทำแบบสอบถามพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัย โดยกำหนดให้เป็นกลุ่มควบคุม (Control group) จากนั้นในขั้นตอนการทดลองจะทำการแบ่งผู้เข้าร่วมทดลองเป็น 2 กลุ่มซึ่งใช้การสะกิด (Nudge) ด้วยสื่อที่ออกแบบแตกต่างกันจาก 2 แนวคิด ได้แก่ แนวคิดความเกรงกลัวความสูญเสีย (Loss aversion) ด้วยการส่งสื่อความสูญเสียร้ายแรงจากการที่รถจักรยานยนต์ประสูบัติเหตุบนท้องถนนให้แก่ผู้ร่วมทดลองทุก ๆ 2 วัน เป็นเวลา 1 สัปดาห์ ในขณะที่แนวคิดที่สอง ได้แก่ อิทธิพลของคนรอบข้าง (Peer Effect) โดยส่งสื่อที่ระบุถึงค่าเฉลี่ยการสวมหมวกนิรภัยของผู้เข้าร่วมทดลองทั้งหมดทุก ๆ 2 วัน เป็นเวลา 1 สัปดาห์เช่นกัน เพื่อให้ผู้เข้าร่วมการทดลองคนนั้น ๆ เปรียบเทียบพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยของตนกับคนรอบข้างที่เข้าร่วมการทดลองด้วยกัน แสดงดังภาพประกอบ 4 หลังจากผ่านไป 1 สัปดาห์จะเป็นขั้นตอนหลังการทดลองที่จะให้ผู้เข้าร่วมการทดลองทำแบบสอบถามพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัย



ภาพประกอบ 4 ขั้นตอนก่อนการทดลองแบบติดตาม (Cohort Experiment Study)

ที่มาผู้วิจัย :

หลังจากผ่านไป 1 สัปดาห์จะเป็นขั้นตอนหลังการทดลองที่จะให้ผู้เข้าร่วมการทดลองทำแบบสอบถามปริมาณความถี่ในการสวมหมวกนิรภัย รวมทั้งยังมีการติดตามผลหลังจากการทดลองไปแล้ว 1 สัปดาห์ ซึ่งเป็นขั้นตอนสุดท้ายของการทดลอง โดยจะให้ผู้เข้าร่วมการทดลอง

ทำแบบสอบถามอีกครั้งและมีการแจกของรางวัลเพื่อดูแลแนวโน้มของกลุ่มตัวอย่างที่จะหาวิธีการแก้ไขเพื่อให้สวมหมวกนิรภัยมากขึ้น โดยของรางวัลมี 2 อย่าง ได้แก่ หมวกเก็บและ แอลกอฮอล์ทำความสะอาด ดังแสดงในตาราง 14

ตาราง 13 ขั้นตอนการทดลองแบบมีการติดตาม (Cohort Experimental Study)

รอบก่อนทดลอง	อธิบายและตอบข้อสงสัยผู้ทดลอง	ผู้เข้าร่วมทดลองตอบแบบสอบถาม
		พฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัย (Control Group)
รอบทดลอง	ให้ผู้เข้าร่วมทดลองดูแผ่นป้าย (1 กลุ่มต่อ 1 แผ่นป้าย) โดยให้ดูจำนวน 2 ครั้ง แต่ครั้งห่างกัน 2 วัน รูปแบบย่อยของการทดลอง ซึ่งถูกแบ่งเป็น Treatment 1: Loss Aversion Treatment 2: Peer Effect	
รอบหลังทดลอง	ผู้เข้าร่วมทดลองทำแบบสอบถามพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัย ระยะเวลา 1 สัปดาห์	

ที่มา: ผู้วิจัย

3.4 การจัดการกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามและการทดลองครบตามจำนวนของผู้เข้าร่วมการทดลองแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการทำการประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ ทำการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามและตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูลโดยจะทำการคัดแยกแบบสอบถามชุดที่มีการลงข้อมูลไม่ครบถ้วนออกนำข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างมาทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปและนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ แปลผล และสรุปผล การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ตามแต่ละรูปแบบการทดลอง ดังนี้

สำหรับการทดลองแบบ One-Shot Nudge

มีการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

การสังเกตรอบที่ 1 คือ พฤติกรรมการขอหมวกนิรภัยของผู้โดยสาร
รถจักรยานยนต์รับจ้าง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

การสังเกตรอบที่ 2 คือ พฤติกรรมการรับหมวกนิรภัยของผู้โดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้าง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

สำหรับการทดลองแบบ Cohort Nudge

แบ่งออกเป็น 3 รอบการทดลอง ซึ่งวิจัยฉบับนี้มีการวิเคราะห์ข้อมูลตามตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย อีกทั้งยังมีประเด็นข้อคิดเห็นเพิ่มเติม ซึ่งได้มาจากการเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถาม โดยประกอบไปด้วย 7 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้ ปริมาณการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประสบการณ์การได้รับอุบัติเหตุ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 ลักษณะจิตลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ทศนคติต่อการสวมต่อการสวมหมวกนิรภัย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 3 สิ่งสนับสนุนทางสังคมต่อการสวมหมวกนิรภัย ได้แก่ ระยะเวลา เวลาของวัน ความหนาแน่นการจราจร สภาพอากาศ และสภาพถนน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งในส่วนนี้จะคิดเป็นคะแนน โดยมีการกำหนดหลักเกณฑ์คะแนนเพื่อวัดว่าพฤติกรรมใดถือเป็นพฤติกรรมที่จัดว่ากลุ่มตัวอย่างสวมหมวกนิรภัย หรือไม่สวมหมวกนิรภัย เพื่อนำมาใช้เป็นตัวแปรตาม (Dependent Variable or Y) ซึ่งมีวิธีการวิเคราะห์ 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 วัดความถี่ (Frequency) สำหรับการสวมหมวกนิรภัยต่อสัปดาห์ของผู้โดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้าง ทั้งรอบก่อนทดลอง รอบหลังทดลอง และรอบติดตามผลทดลอง โดยคิดคะแนนจากระดับความถี่ในการสวมหมวกนิรภัย ดังแสดงในตาราง 15 ดังนี้

ตาราง 14 เกณฑ์คะแนนในแต่ละรอบการทดลองแบบติดตาม (Cohort Nudge)

ความถี่ของ การสวมหมวกนิรภัย (Frequency)	แบบสอบถามพฤติกรรมสวมหมวกนิรภัย ในการทดลองแบบติดตาม	
	ก่อนทดลอง (คะแนน)	หลังทดลอง (คะแนน)
สวมหมวกนิรภัยทุกครั้ง	5	5
สวมหมวกนิรภัยเกือบทุกครั้ง	4	4
สวมหมวกนิรภัยบ่อยครั้ง	3	3
สวมหมวกนิรภัยบางครั้ง	2	2
ไม่สวมหมวกนิรภัยเลย	1	1

ที่มา: ผู้วิจัย

ขั้นตอนที่ 2 หาค่าเฉลี่ย (Mean) สำหรับทั้งรอบก่อนทดลอง รอบหลังทดลอง และรอบติดตามผลทดลอง ซึ่งในแต่ละรอบหากกลุ่มตัวอย่างมีคะแนนต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่ม ผู้วิจัยจะกำหนด ให้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีพฤติกรรมสวมหมวกนิรภัย โดยที่ให้ Y มีค่าเท่ากับ 0 แต่ถ้าหากกลุ่มตัวอย่างมีคะแนนเท่ากับหรือมากกว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่ม ผู้วิจัยจะกำหนดให้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมสวมหมวกนิรภัย โดยที่ให้ Y มีค่าเท่ากับ 1 จากนั้นจะทำการเปรียบเทียบทั้ง 3 รอบการทดลอง โดยดูแนวโน้มพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่จากเดิมไม่สวมหมวกนิรภัย และมีแนวโน้มที่จะสวมหมวกนิรภัยในรอบติดตามผล เนื่องจากเป็นรอบที่ห่างจากการถูกสะกิดไปแล้ว 1 สัปดาห์ จึงมีโอกาสมันจะมีพฤติกรรมสวมหมวกนิรภัยต่อไปในอนาคตถึงแม้ว่าจะไม่มีการถูกสะกิดแล้วก็ตาม ทั้งนี้ กรณีที่ผู้โดยสารไม่มีพฤติกรรมสวมหมวกนิรภัยตั้งแต่ก่อนเข้าร่วมการทดลอง และหันมาสวมหมวกนิรภัยในรอบติดตามผล แม้ว่าในรอบหลังทดลองจะสวมหมวกนิรภัยหรือไม่ก็ตาม จะเป็นกรณีเดียวที่ผู้วิจัยนี้กำหนดให้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมสวมหมวกนิรภัย

ส่วนที่ 5 ส่วนป้ายสวมหมวกนิรภัย ได้แก่ กลุ่มป้ายสวมหมวกนิรภัยตามแนวทางการสะกิด ได้แก่ กลุ่มที่เกิดการยึดติดกับข้อความหรือรูปภาพ กลุ่มที่ได้รับอิทธิพลจากความเกรงกลัวความสูญเสีย และกลุ่มที่ได้รับอิทธิพลของกลุ่มคนรอบข้าง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 6 ส่วนวิธีการที่จะช่วยให้ผู้โดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้างเลือกสวมหมวกนิรภัยมากขึ้น ได้แก่ แอลกอฮอล์ทำความสะอาด และหมวกเก็บ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 7 ส่วนข้อคิดเห็นต่อการสวมหมวกนิรภัย ได้แก่ เหตุผลที่ทำให้เลือกสวมหมวกนิรภัยและเหตุผลที่ทำให้เลือกไม่สวมหมวกนิรภัย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ตามความมุ่งหมายที่ 1 เพื่อทดสอบการสะกิดแบบครั้งเดียว (One-Shot Nudge) ด้วยวิธีการที่นำเสนอให้ผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์รับจ้างเสนอทางเลือกหลัก (Default Option/ Status Quo Bias) เป็นการสวมหมวกนิรภัยต่อผู้โดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้าง โดยผู้วิจัยเลือกใช้วิธีสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการศึกษาพฤติกรรมการขอหมวกนิรภัยของผู้โดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้าง โดยนำเสนอในรูปแบบของการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ตามความมุ่งหมายที่ 2 เพื่อทดสอบแนวทางการสะกิดแบบติดตาม (Cohort Nudge) ตามแนวคิดทางด้านเศรษฐศาสตร์พฤติกรรม ได้แก่ การยึดติด (Anchoring Effect) ความเกรงกลัวความสูญเสีย (Loss Aversion) และอิทธิพลของคนรอบข้าง (Peer Effect) ต่อพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยของผู้โดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้าง นอกจากนี้ยังรวมถึงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ที่งานวิจัยได้ตั้งข้อสมมติฐานไว้กับพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัย ซึ่งผลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามในการทดลองแบบติดตาม จะถูกนำมาวิเคราะห์สถิติเชิงวิเคราะห์ โดยแบบจำลองที่ผู้วิจัยใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้แบบจำลองสองทางเลือก (Binary Choices Model) หลักการของแบบจำลองสองทางเลือก คือ มีการกำหนดค่าตัวแปรไว้ 2 ค่า ได้แก่ 0 และ 1 ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการกำหนดแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษาพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยของกลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดให้ Wearing_HelmetBE (Wearing to Helmet Behavior) คือ ตัวแปรตาม (Dependent Variable) โดยมี 2 ค่า ได้แก่ ในกรณีที่กลุ่มตัวอย่างมีคะแนนสูงกว่าหรือเท่ากับเกณฑ์ค่าเฉลี่ยจะถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มผู้โดยสารที่มีพฤติกรรมสวมหมวกนิรภัยโดยให้มีค่าเป็น 1 และในกรณีที่กลุ่มตัวอย่างมีคะแนนต่ำกว่าเกณฑ์ค่าเฉลี่ยจะถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มผู้โดยสารที่ไม่มีพฤติกรรมสวมหมวกนิรภัยโดยให้มีค่าเป็น 0 โดยที่ ค่า β คือ ค่าสัมประสิทธิ์ และค่า e คือ ค่า

ความคลาดเคลื่อน อีกทั้งงานวิจัยนี้ยังมีตัวแปรต้น (Independent Variable) อีกทั้งหมด 14 ตัว ดังนี้

ตัวแปรต้นตัวที่หนึ่ง คือ เพศ (Sex) เป็นตัวแปร Dummy โดยกรณีเป็นเพศชาย กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 1 และกรณีเป็นเพศหญิง กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 0

ตัวแปรต้นตัวที่สอง คือ อายุ (Age) เป็นข้อมูลเชิงปริมาณ

ตัวแปรต้นตัวที่สาม คือ ระดับการศึกษา (Education) เป็นตัวแปร Dummy ต่อเนื่องกัน 3 ตัวแปร ได้แก่ Edu1 (ต่ำกว่ามัธยมปลาย/ ปวช.) Edu2 (อนุปริญญา/ ปวส.) และ Edu3 (ปริญญาตรีขึ้นไป) โดยกำหนดให้ตัวแปรไม่ได้ศึกษาเป็นฐาน

ตัวแปรต้นตัวที่สี่ คือ สถานภาพสมรส (Status) เป็นตัวแปร Dummy โดยกรณีแต่งงานแล้ว กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 1 และกรณีโสด กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 0

ตัวแปรต้นตัวที่ห้า คือ รายได้ต่อเดือน (Income) เป็นตัวแปรเชิงปริมาณ (บาทต่อเดือน)

ตัวแปรต้นตัวที่หก คือ ปริมาณการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Alcohol) เป็นตัวแปร Dummy โดยกรณีดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์น้อย กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 1 และกรณีไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 0

ตัวแปรต้นตัวที่เจ็ด คือทัศนคติต่อการสวมหมวกนิรภัย (Attitude) เป็นตัวแปร Dummy โดยกรณีทัศนคติเชิงบวก กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 1 และกรณีทัศนคติเชิงลบ กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 0

ตัวแปรต้นตัวที่แปด คือ ระยะเวลาในการโดยสาร (Time) เป็นตัวแปร Dummy โดยกรณี ระยะใกล้ กล่าวคือ ใช้ระยะเวลาในการเดินทางน้อย กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 1 และโดยสารระยะไกล กล่าวคือ ใช้ระยะเวลาในการเดินทางมาก กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 0

ตัวแปรต้นตัวที่เก้า คือ เวลาของวัน (Day) เป็นตัวแปร Dummy ต่อเนื่องกัน 2 ตัวแปร ได้แก่ Day1 (ช่วงกลางวัน) และ Day2 (ช่วงเย็น) โดยที่ตัวแปรช่วงเช้าเป็นฐาน

ตัวแปรต้นตัวที่สิบ คือ ช่วงเวลาความหนาแน่นของการจราจร (Density) เป็นตัวแปร Dummy ต่อเนื่องกัน 2 ตัวแปร ได้แก่ Density1 (ช่วงการจราจรหนาแน่นปานกลาง) และ Density2 (ช่วงการจราจรหนาแน่นมาก) โดยกำหนดให้ช่วงการจราจรหนาแน่นน้อยเป็นฐาน

ตัวแปรต้นตัวที่สิบเอ็ด คือ สภาพอากาศ (Weather) เป็นตัวแปร Dummy โดยกรณีสภาพอากาศดี กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 1 และกรณีสภาพอากาศแย่ กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 0

ตัวแปรต้นตัวที่สิบสอง คือ สภาพถนน (Road) เป็นตัวแปร Dummy โดยกรณีสภาพถนนดี กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 1 และกรณีสภาพถนนแย់ กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 0

ตัวแปรต้นตัวที่สิบสาม คือ ประสบการณ์การได้รับอุบัติเหตุ (Accident) เป็นตัวแปร Dummy ต่อเนื่องกัน 2 ตัวแปร ได้แก่ Accident1 (เคยประสบอุบัติเหตุ 1-2 ครั้ง) และ Accident2 (เคยประสบอุบัติเหตุมากกว่า 2 ครั้ง) โดยกำหนดให้ไม่เคยประสบอุบัติเหตุเป็นฐาน

ตัวแปรต้นตัวสุดท้าย คือ ป้ายสวมหมวกนิรภัย (Sign) โดยจะนำแผ่นป้ายให้กลุ่มตัวอย่างดูเพื่อทำการสะกดทั้งหมด 2 ครั้ง งานวิจัยนี้ได้้นำแนวคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์พฤติกรรมมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบป้ายสวมหมวกนิรภัยที่แตกต่างกัน 3 รูปแบบ ซึ่งมีจำนวนป้ายที่เท่ากันและจะให้ผู้เข้าร่วมการทดลองดูป้ายคนละหนึ่งแผ่นป้ายเท่านั้น โดยป้ายรูปแบบที่ 1 เป็นป้ายระบุข้อความและรูปภาพที่เกี่ยวกับความปลอดภัยจากการสวมหมวกนิรภัย ซึ่งเป็นการทดสอบพฤติกรรมสวมหมวกนิรภัยด้วยทฤษฎี Anchoring Effect ป้ายรูปแบบที่ 2 เป็นป้ายที่มีภาพน่ากลัวจากการประสบอุบัติเหตุด้วยรถจักรยานยนต์ ซึ่งเป็นการทดสอบพฤติกรรมสวมหมวกนิรภัยด้วยทฤษฎี Loss Aversion และป้ายรูปแบบที่ 3 เป็นป้ายที่มีภาพผู้ใช้รถจักรยานยนต์สวมหมวกนิรภัยจำนวนมาก ซึ่งเป็นการทดสอบพฤติกรรมสวมหมวกนิรภัยด้วยทฤษฎี Peer Effect ซึ่งทั้ง 3 ป้าย เป็นตัวแปร Dummy ต่อเนื่องกัน 3 ตัวแปรโดยกลุ่มผู้โดยสารที่ไม่ถูกสะกดเป็นฐาน

บทที่ 4 ผลการศึกษา

ผลการศึกษาจากวัตถุประสงค์ที่ 1

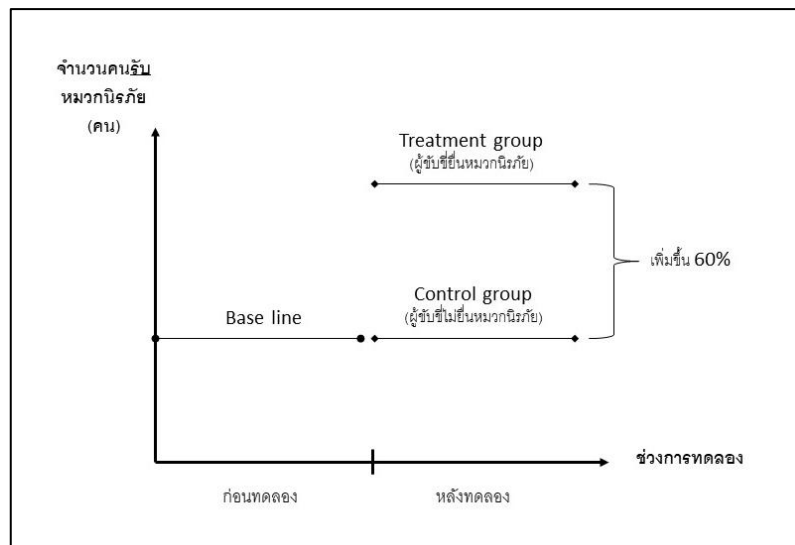
งานวิจัยฉบับนี้ได้ใช้วิธีการทางเศรษฐศาสตร์เชิงทดลอง และแบบสอบถามเพื่อศึกษาพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยของผู้โดยสารรถจักรยานยนต์สาธารณะ สำหรับการทดลองในวัตถุประสงค์ที่หนึ่ง ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยด้วยการสังเกตการณ์พฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยของผู้โดยสารที่ใช้บริการกับผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์สาธารณะ (วินมอเตอร์ไซค์) จำนวนทั้งหมด 4 แห่ง แห่งละ 1 คน ซึ่งผู้วิจัยเลือกวัน และเวลาประมาณ 1 ชั่วโมงเช่นเดียวกันเพื่อควบคุมปัจจัยต่าง ๆ โดยในกลุ่มควบคุม (Control Group) ผู้ขับขี่แต่ละแห่งจะไม่ยื่นหมวกนิรภัยให้กับผู้โดยสารซึ่งเป็นพฤติกรรมที่กระทำเป็นประจำ เปรียบเสมือนว่าการไม่ต้องสวมหมวกเป็นทางเลือกหลัก (Default Option) ในทางกลับกันหากผู้โดยสารที่ต้องการสวมหมวกนิรภัยสามารถเอ่ยปากขอหมวกนิรภัยได้ โดยตลอดระยะเวลาการทดลอง 1 ชั่วโมง ผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์สาธารณะแห่งที่ 1, 2, 3 และ 4 ที่เลือกไว้ดังกล่าวทำการรับผู้โดยสารจำนวน 16, 10, 15 และ 18 คน ตามลำดับ ซึ่งจากผลการศึกษา พบว่า หากผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์สาธารณะทุกแห่งไม่ยื่นหมวกนิรภัยให้กับผู้โดยสารก่อน จะทำให้กลุ่มศึกษา (Control group) ทั้งหมดตัดสินใจไม่เลือกขอหมวกนิรภัยเพื่อมาสวมใส่ ขณะเดินทางทุกคน ในทางกลับกัน เพื่อเป็นการควบคุมปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ผู้วิจัยจึงเลือกวัน เวลา สถานที่ และผู้ขับขี่คนเดิมทั้ง 4 แห่ง เพื่อลงพื้นที่สังเกตการณ์อีกครั้ง โดยในรอบนี้ผู้วิจัยได้ไปขอให้ผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์สาธารณะคนเดิมในแต่ละแห่งทำการปรับตัวเลือก มาเป็นยื่นหมวกนิรภัยให้กับผู้โดยสารเป็นทางเลือกหลัก (Default) ซึ่งกรณีนี้พิจารณาเป็นกลุ่มทดลอง (Treatment group) ซึ่งผลการศึกษา พบว่า ตลอดระยะเวลา 1 ชั่วโมง กลุ่มทดลองแห่งที่หนึ่ง มีจำนวนทั้งหมด 20 คน โดยจำนวน 16 คน เลือกเพียงแคร์รับหมวกนิรภัยไปถือเท่านั้นแต่ไม่มีพฤติกรรมสวมหมวกนิรภัย คิดเป็นร้อยละ 80 ในขณะที่อีกจำนวน 4 คน เลือกนำไปสวมใส่ คิดเป็นร้อยละ 20 กลุ่มทดลองแห่งที่สอง มีจำนวน 8 คน ไม่รับหมวกนิรภัย 3 คน คิดเป็นร้อยละ 38 ในขณะที่อีก 5 คน เลือกรับหมวกนิรภัยไปสวมใส่ คิดเป็นร้อยละ 62 กลุ่มทดลองแห่งที่สาม มีจำนวน 18 คน ไม่รับหมวกนิรภัยเลย 2 คน คิดเป็นร้อยละ 11 ในขณะที่อีก 16 คน รับแต่ไม่นำมาสวมใส่ทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 89 กลุ่มทดลองที่สี่ เข้ามาใช้บริการ 17 คน โดยที่ 12 คน รับแต่ไม่สวมใส่หมวกนิรภัย คิดเป็นร้อยละ 71 ในขณะที่อีก 5 คน รับและสวมหมวกนิรภัย คิดเป็นร้อยละ 29 ดังแสดงในตาราง 4 เมื่อสรุปผลการทดลองโดยทำการหาค่าเฉลี่ยการสวมหมวกนิรภัยของผู้โดยสารที่เข้ามาใช้บริการรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะทั้งหมดจะพบว่า การเปลี่ยนทางเลือกหลักเป็นการยื่น

หมวกให้กับผู้โดยสารสามารถช่วยสะกิดให้ผู้โดยสารมีพฤติกรรมตัดสินใจรับหมวกนิรภัยเพิ่มขึ้น โดยเฉลี่ยร้อยละ 60 (ภาพประกอบ 5) โดยในสัดส่วนคนที่รับนี้ตัดสินใจนำไปสวมใส่เพื่อความปลอดภัยในขณะเดินทางถึงร้อยละ 28% (ตาราง 16)

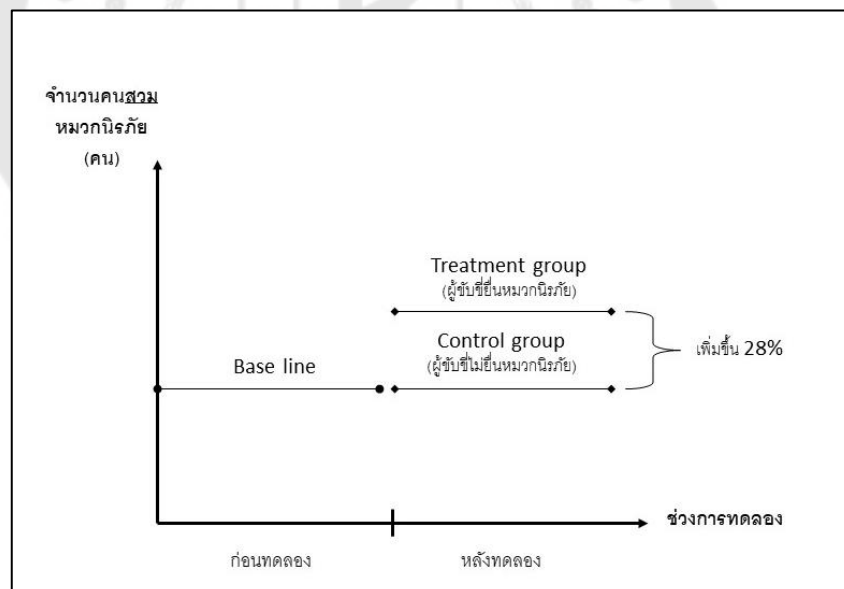
ผลจากการศึกษาด้วยการทดสอบแนวทางการสะกิดด้วยทางเลือกหลัก (Default option) จึงเป็นการยืนยันว่า การปรับทางเลือกหลัก (Default Option) ด้วยการให้ผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์สาธารณะเปลี่ยนมาขึ้นหมวกนิรภัยให้ผู้โดยสาร ส่งผลให้ผู้โดยสารเปลี่ยนพฤติกรรมมาสวมหมวกนิรภัยมากขึ้นโดยปราศจากการบังคับ นั่นหมายความว่า การสะกิดด้วยวิธีนี้ได้ผลเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณร้อยละ 28% (ภาพประกอบ 6)

ตาราง 15 ผลการศึกษาพฤติกรรมสวมหมวกนิรภัยของกลุ่มทดลองเสนอทางเลือกหลัก

Control Group (การไม่ขึ้นหมวกนิรภัยเป็นทางเลือกหลัก)		Treatment Group (การขึ้นหมวกนิรภัยเป็นทางเลือกหลัก)		
ผู้ขับขี่ไม่ขึ้นหมวกนิรภัยให้กับผู้โดยสาร ผู้โดยสารขอ หมวกนิรภัย		รับส่งผู้โดยสารภายในเวลา 1 ชั่วโมง		
(คน)	ผู้โดยสารไม่ขอ หมวกนิรภัย (คน)	ผู้โดยสาร ไม่รับหมวกนิรภัย (คน)	ผู้ขับขี่ขึ้นหมวกนิรภัยให้กับผู้โดยสาร ผู้โดยสาร รับหมวกนิรภัย รับแต่ไม่สวม (คน)	รับและสวม (คน)
0	16	0	16	4
(0%)	(100%)	(0%)	(80%)	(20%)
ผู้ขับขี่ในย่านรามคำแหง กรุงเทพมหานคร				
0	10	3	0	5
(0%)	(100%)	(38%)	(0%)	(62%)
ผู้ขับขี่ในย่านศรีนครินทร์ จ. สมุทรปราการ				
0	15	2	16	0
(0%)	(100%)	(11%)	(89%)	(0%)
กลุ่มผู้ขับขี่ในย่านปากน้ำ จ. สมุทรปราการ				
0	18	0	12	5
(0%)	(100%)	(0%)	(71%)	(29%)
ค่าเฉลี่ย				
0%	100%	12.2%	60.0%	27.8%



ภาพประกอบ 5 แสดงผลค่าเฉลี่ยการรับสวมหมวกนิรภัยของผู้โดยสารที่เข้ามาใช้บริการรถจักรยานยนต์สาธารณะเมื่อเปลี่ยนทางเลือกหลักเป็นการยื่นหมวกให้กับผู้โดยสาร



ภาพประกอบ 6 แสดงผลค่าเฉลี่ยการรับและสวมใส่หมวกนิรภัยของผู้โดยสารที่เข้ามาใช้บริการรถจักรยานยนต์สาธารณะเมื่อเปลี่ยนทางเลือกหลักเป็นการยื่นหมวกให้กับผู้โดยสาร

ผลการศึกษาจากวัตถุประสงค์ที่ 2

สำหรับการทดลองแบบติดตามจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า มีผู้โดยสารถ่วมการทดลองจำนวน 65 คน แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่สะกิดด้วยการวางกรอบข้อมูล (Framing) เพื่อให้เกิดความเกรงกลัวการสูญเสีย (Loss Aversion) จำนวน 33 คน และกลุ่มที่สะกิดด้วยแนวคิดอิทธิพลของคนรอบข้าง (Peer Effect) จำนวน 32 คน โดยใช้เปรียบเทียบพฤติกรรมความถี่ในการสวมหมวกนิรภัยของกลุ่มตัวอย่างก่อนและหลังการสะกิด เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการจำแนกผู้ทดลองออกเป็นกลุ่มสวมหมวกนิรภัยหรือไม่สวมหมวกนิรภัย ซึ่งจากผลการศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมก่อนและหลังการสะกิด พบว่า ผู้เข้าร่วมการทดลองในกลุ่มที่สะกิดด้วยอิทธิพลของคนรอบข้าง (Peer Effect) มีพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยที่สูงขึ้นจากเดิมร้อยละ 43.75 เป็นร้อยละ 75 โดยผู้ร่วมทดลองให้เหตุผลของการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมว่า การทราบว่าคนรอบข้างเริ่มหันมาสวมใส่หมวกนิรภัยกันมากขึ้น เป็นการสะท้อนให้เห็นว่าคนส่วนใหญ่กำลังให้ความสำคัญกับเรื่องนี้ จึงทำให้ตนมีพฤติกรรมที่คล้ายตามคนส่วนใหญ่

ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับการสะกิดด้วยการวางกรอบข้อมูล (Framing) เพื่อให้เกิดความเกรงกลัวการสูญเสีย (Loss Aversion) กลับมีพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยที่ลดลงจากเดิมร้อยละ 57.57 เป็น ร้อยละ 42.43 ทั้งนี้มีสาเหตุมาจากการที่กลุ่มตัวอย่างระบุว่า ภาพความสูญเสีย หรือผลเสียที่ได้รับจากการประสบอุบัติเหตุเป็นสิ่งที่มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อทั่วไป ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเคยพบเห็นและได้รับข้อมูลชุดนี้เคยเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ดังนั้นจึงส่งผลต่อการปรับพฤติกรรมได้ไม่มากพอ

กล่าวโดยสรุป แนวทางการสะกิดด้วยอิทธิพลของคนรอบข้าง (Peer Effect) มีผลต่อการตัดสินใจสวมหมวกของผู้โดยสารมากกว่าการถูกสะกิดด้วยข้อความ รูปภาพอุบัติเหตุร้ายแรง (Loss Aversion) ทั้งนี้เป็นการแสดงให้เห็นว่า การสื่อสารด้วยการให้ภาพของพฤติกรรมของคนส่วนใหญ่ หรือ ภาพที่สื่อให้เห็นว่าคนในสังคมล้วนกระทำกัน สามารถช่วยปรับพฤติกรรมลำเอียงที่ยึดติดกับปัจจุบัน (Present Bias) ที่ส่งผลให้ผู้โดยสารขี่เกียจ หรือไม่อยากสวมหมวกนิรภัย ได้ดีกว่าการชูด้วยผลร้ายหรือผลกระทบจากไม่สวมหมวกนิรภัย

ตาราง 16 ผลการศึกษาพฤติกรรมกรรมการสวมหมวกนิรภัยของกลุ่มทดลองแบบติดตามผล

เปรียบเทียบผล	จำนวนผู้ทดลอง (65 คน)		รวมจำนวน คน (%)
Before (ก่อน ทดลอง)	Control group 1 (33 คน)	Control group 2 (32 คน)	
สวมหมวกนิรภัย	19 (57.57%)	14 (43.75%)	33 (50.8%)
ไม่สวมหมวกนิรภัย	14 (42.43%)	18 (56.25%)	32 (49.2%)
After (หลังทดลอง)	Loss Aversion (33 คน)	Peer Effect (32 คน)	
สวมหมวกนิรภัย	14 (42.43%)	24 (75%)	38 (58.5%)
ไม่สวมหมวกนิรภัย	19 (57.57%)	8 (25%)	27 (41.5%)

หมายเหตุ: สวมหมวกนิรภัย คือ ผู้โดยสารที่มีพฤติกรรมสวมหมวกนิรภัยมากกว่าค่าเฉลี่ยการสวมหมวกนิรภัยของกลุ่ม ใน 1 สัปดาห์, ไม่สวมหมวกนิรภัย คือ ผู้โดยสารที่มีพฤติกรรมสวมหมวกนิรภัยน้อยกว่าค่าเฉลี่ยการสวมหมวกนิรภัยของกลุ่มใน 1 สัปดาห์

สำหรับการวิเคราะห์ผลการศึกษาเพิ่มเติมด้วยแบบจำลองสองทางเลือก (Binary choices model) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการสวมหมวกนิรภัยของกลุ่มตัวอย่างซึ่งกำหนดพฤติกรรมกรรมการสวมหมวกนิรภัยเป็นตัวแปรตาม โดยให้ 0 (ไม่สวมหมวกนิรภัย) และ 1 (สวมหมวกนิรภัย) ในรูปแบบของ Probit Regression จากตาราง 6 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการสวมหมวกนิรภัยของกลุ่มตัวอย่างที่มีนัยสำคัญทางสถิติ (Significance) ได้แก่ อายุ ความหนาแน่นการจราจร สภาพถนน และ อิทธิพลคนรอบข้าง (Peer Effect) โดยที่การสื่อสารในรูปแบบของอิทธิพลของคนรอบข้าง (Peer Effect) นี้จะทำให้มีโอกาสหรือความน่าจะเป็นที่บุคคลจะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการสวมหมวกนิรภัยเพิ่มขึ้นร้อยละ 44.02 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เมื่อเทียบกับสื่อรูปแบบการใช้ข้อมูลด้านความสูญเสีย (Loss Aversion) ซึ่งเป็นสิ่งที่คนส่วนใหญ่ทราบจากการประชาสัมพันธ์ ผลการศึกษาจากตารางที่ 18 นี้เป็นเพียงการวิเคราะห์ทางสถิติเพิ่มเติมเพื่อทดสอบนัยสำคัญของปัจจัยที่ศึกษาเท่านั้น อย่างไรก็ตาม เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่มากจึงอาจทำให้ผลการประมาณการนี้ขาดความแม่นยำในระดับหนึ่ง จึงสามารถใช้เพียงประกอบและสนับสนุนผลจากตาราง 17 เท่านั้น

ตาราง 17 ผลการทดสอบ Probit Regression

<i>Dependent Variable</i> (n=65)	<i>Coefficient</i>	<i>Marginal Effect</i> (dy/dx)	
Sex (เพศ)	-0.25374	-0.09862	
Age (อายุ)	-0.05217	-0.02011	*
Income (รายได้)	0.02861	0.01103	
Attitude (ทัศนคติต่อการสวมหมวกนิรภัย)	0.54908	0.21221	
D_time (ระยะเวลาขับขี่)	-0.01787	-0.00689	
T_day (ช่วงกลางวัน)	0.18287	0.07097	
T_density1 (ช่วงการจราจรหนาแน่นปานกลาง)	-0.93739	-0.35227	*
T_density2 (ช่วงการจราจรหนาแน่นมาก)	-1.27154	-0.47133	**
Weather (สภาพอากาศ)	0.37607	0.14668	
Road (สภาพถนน)	0.99761	0.37980	*
Accident1 (ประสบอุบัติเหตุ 1-2 ครั้ง)	-0.14534	-0.05651	
Accident2 (ประสบอุบัติเหตุมากกว่า 2 ครั้ง)	-0.52609	-0.20684	
Sign (สื่ออิทธิพลของคนรอบข้าง)	1.20975	0.44020	**
Constant	0.24859		

หมายเหตุ: * คือ ค่านัยสำคัญที่ระดับ 0.1, ** คือ ค่านัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาอื่นๆ

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้สอบถามเพิ่มเติมถึงเหตุผลในการตัดสินใจสวมหมวกนิรภัยจากกลุ่มทดลอง โดยเปิดโอกาสให้กลุ่มทดลองแสดงความคิดเห็นแบบปลายเปิด พบว่า เหตุผลหลักที่กลุ่มทดลองส่วนใหญ่เลือกสวมหมวกนิรภัย คือ มอเตอร์ไซค์รับจ้างมีหมวกนิรภัยให้ (ร้อยละ 29.17) คำนึงถึงความปลอดภัย (ร้อยละ 25.00) และเกรงกลัวการเกิดอุบัติเหตุ (ร้อยละ 20.83) ในขณะที่เหตุผลหลักของกลุ่มทดลองที่ไม่เลือกสวมหมวกนิรภัย คือ หมวกนิรภัยไม่สะอาด (ร้อยละ 36.36) มอเตอร์ไซค์รับจ้างไม่ให้หมวกนิรภัย (ร้อยละ 27.27) และกฎหมายจราจรไม่เข้มงวด (ร้อยละ 18.18) ตามลำดับ (ตาราง 19)

ตาราง 18 เหตุผลในการตัดสินใจเลือกสวมหมวกนิรภัยและไม่เลือกสวมหมวกนิรภัย

สวมหมวกนิรภัย	ร้อยละ	ไม่สวมหมวกนิรภัย	ร้อยละ
มอเตอร์ไซค์รับจ้างมีหมวกนิรภัยให้สวม	29.2	หมวกนิรภัยไม่สะอาดหรือถูกสุขอนามัย	36.4
คำนึงถึงความปลอดภัยของตัวเอง	25.0	มอเตอร์ไซค์รับจ้างไม่ให้หมวกนิรภัยมาสวมใส่	27.3
เกรงกลัวการเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน	20.8	กฎหมายบังคับให้ผู้โดยสารสวมหมวกนิรภัยไม่เข้มงวด	18.2
ความสะอาดของหมวกนิรภัย	12.5	หมวกนิรภัยสวมใส่ไม่สบาย หนักและร้อน	9.1
การบังคับใช้กฎหมาย	8.3	นั่งโดยสารในระยะทางใกล้ที่ไม่ออกนอกถนนใหญ่	9.1
อากาศที่ร้อนจัด	4.2	-	-
รวม	100	รวม	100

ที่มา : ผู้วิจัย



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยเรื่องเศรษฐศาสตร์พฤติกรรมและการสะกิดเพื่อส่งเสริมการสวมหมวกนิรภัยในประเทศไทย: กรณีศึกษาผู้โดยสารรถจักรยานยนต์สาธารณะ ผู้วิจัยได้ทำการทดลองที่นำเศรษฐศาสตร์พฤติกรรมมาประยุกต์ใช้ โดยเก็บข้อมูลผลการวิจัยจากผู้โดยสารรถจักรยานยนต์สาธารณะ เพื่อวิเคราะห์หาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัย ซึ่งเมื่อได้ผลการวิจัยออกมาแล้ว สามารถสรุปผลการวิจัย โดยแบ่งหัวข้อการสรุปผลได้ดังต่อไปนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. อภิปรายผลการวิจัย
3. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้ได้ใช้วิธีการทางเศรษฐศาสตร์เชิงทดลอง และแบบสอบถามเพื่อศึกษาพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยของผู้โดยสารรถจักรยานยนต์สาธารณะ สำหรับการทดลองในวัตถุประสงค์ที่หนึ่ง ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยด้วยการสังเกตการณ์พฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยของผู้โดยสารที่ใช้บริการกับผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์สาธารณะ จำนวนทั้งหมด 4 แห่ง แห่งละ 1 คน ซึ่งผู้วิจัยเลือกวัน และเวลาประมาณ 1 ชั่วโมงเช่นเดียวกันเพื่อควบคุมปัจจัยต่าง ๆ โดยในกลุ่มควบคุม (Control Group) ผู้ขับขี่แต่ละแห่งจะไม่ยื่นหมวกนิรภัยให้กับผู้โดยสารซึ่งเป็นพฤติกรรมที่กระทำเป็นประจำ เปรียบเสมือนว่าการไม่ต้องสวมหมวกเป็นทางเลือกหลัก (Default Option) ในทางกลับกันหากผู้โดยสารที่ต้องการสวมหมวกนิรภัยสามารถเอ่ยปากขอหมวกนิรภัยได้ โดยตลอดระยะเวลาการทดลอง 1 ชั่วโมง ผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์สาธารณะแห่งที่ 1, 2, 3 และ 4 ที่เลือกไว้ดังกล่าวทำการรับผู้โดยสารจำนวน 16, 10, 15 และ 18 คน ตามลำดับ ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า หากผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์สาธารณะทุกแห่งไม่ยื่นหมวกนิรภัยให้กับผู้โดยสารก่อน จะทำให้กลุ่มศึกษา (Control group) ทั้งหมดตัดสินใจไม่เลือกขอหมวกนิรภัยเพื่อมาสวมใส่ขณะเดินทางทุกคน ในทางกลับกัน เพื่อเป็นการควบคุมปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ผู้วิจัยก็ยังคงเลือกวัน เวลา สถานที่ และผู้ขับขี่คนเดิมทั้ง 4 แห่ง เพื่อลงพื้นที่สังเกตการณ์อีกครั้ง โดยในรอบนี้ผู้วิจัยได้ไปขอให้ผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์สาธารณะคนเดิมในแต่ละแห่งทำการปรับตัวเลือก มาเป็นยื่นหมวกนิรภัยให้กับผู้โดยสารเป็นทางเลือกหลัก (Default) ซึ่งกรณีนี้พิจารณาเป็นกลุ่มทดลอง (Treatment)

group) ซึ่งผลการศึกษา พบว่า ตลอดระยะเวลา 1 ชั่วโมง กลุ่มทดลองแห่งที่หนึ่ง มีจำนวนทั้งหมด 20 คน โดยจำนวน 16 คน เลือกเพียงแค่รับหมวกนิรภัยไปถือเท่านั้นแต่ไม่มีพฤติกรรมสวมหมวกนิรภัย คิดเป็นร้อยละ 80 ในขณะที่อีกจำนวน 4 คน เลือกนำไปสวมใส่ คิดเป็นร้อยละ 20 กลุ่มทดลองแห่งที่สอง มีจำนวน 8 คน ไม่รับหมวกนิรภัย 3 คน คิดเป็นร้อยละ 38 ในขณะที่อีก 5 คน เลือกรับหมวกนิรภัยไปสวมใส่ คิดเป็นร้อยละ 62 กลุ่มทดลองแห่งที่สาม มีจำนวน 18 คน ไม่รับหมวกนิรภัยเลย 2 คน คิดเป็นร้อยละ 11 ในขณะที่อีก 16 คน รับแต่ไม่นำมาสวมใส่ทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 89 กลุ่มทดลองที่สี่ เข้ามาใช้บริการ 17 คน โดยที่ 12 คน รับแต่ไม่สวมใส่หมวกนิรภัย คิดเป็นร้อยละ 71 ในขณะที่อีก 5 คน รับและสวมหมวกนิรภัย คิดเป็นร้อยละ 29 ดังนั้น เมื่อผู้วิจัยทำการหาค่าเฉลี่ยการสวมหมวกนิรภัยของผู้โดยสารที่เข้ามาใช้บริการรถจักรยานยนต์รับจ้าง สาธารณะทั้งหมดจะพบว่า การเปลี่ยนทางเลือกหลักเป็นการยื่นหมวกให้กับผู้โดยสารสามารถช่วยสะกิดให้ผู้โดยสารมีพฤติกรรมตัดสินใจรับหมวกนิรภัยเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 60 โดยในสัดส่วนคนที่รับนี้ตัดสินใจนำไปสวมใส่เพื่อความปลอดภัยในขณะเดินทางถึงร้อยละ 27.8

สำหรับการทดลองแบบติดตามจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า มีผู้โดยสารเข้าร่วมการทดลองจำนวน 65 คน แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่สะกิดด้วยการวางกรอบข้อมูล (Framing) เพื่อให้เกิดความเกรงกลัวการสูญเสีย (Loss Aversion) จำนวน 33 คน และกลุ่มที่สะกิดด้วยแนวคิดอิทธิพลของคนรอบข้าง (Peer Effect) จำนวน 32 คน โดยใช้เปรียบเทียบพฤติกรรมความถี่ในการสวมหมวกนิรภัยของกลุ่มตัวอย่างก่อนและหลังการสะกิด เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการจำแนกผู้ทดลองออกเป็นกลุ่มสวมหมวกนิรภัยหรือไม่สวมหมวกนิรภัย ซึ่งจากผลการศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมก่อนและหลังการสะกิด พบว่า ผู้เข้าร่วมการทดลองในกลุ่มที่สะกิดด้วยอิทธิพลของคนรอบข้าง (Peer Effect) มีพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยที่สูงขึ้นจากเดิมร้อยละ 43.75 เป็นร้อยละ 75 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับการสะกิดด้วยการวางกรอบข้อมูล (Framing) เพื่อให้เกิดความเกรงกลัวการสูญเสีย (Loss Aversion) กลับมีพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยที่ลดลงจากเดิมร้อยละ 57.57 เป็น ร้อยละ 42.43

นอกจากนี้เหตุผลในการตัดสินใจสวมหมวกนิรภัยจากกลุ่มทดลอง โดยเปิดโอกาสให้กลุ่มทดลองแสดงความคิดเห็นแบบปลายเปิด พบว่า สามเหตุผลสำคัญที่กลุ่มทดลองส่วนใหญ่เลือกสวมหมวกนิรภัย คือ มอเตอร์ไซค์รับจ้างมีหมวกนิรภัยให้ (ร้อยละ 29.17) คำนึงถึงความปลอดภัย (ร้อยละ 25.00) และเกรงกลัวการเกิดอุบัติเหตุ (ร้อยละ 20.83) ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้ใช้การสังเกตและแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลเช่นเดียวกับงานวิจัยในอดีต รวมไปถึงมีการนำเสนอวิธีการที่ต่างออกไปด้วยการประยุกต์ใช้วิธีการทางเศรษฐศาสตร์พฤติกรรม (Behavioral Economic) และเศรษฐศาสตร์เชิงทดลอง (Experimental Economic) โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและเพิ่มสัดส่วนการสวมหมวกนิรภัยกรณีของผู้โดยสารรถจักรยานยนต์สาธารณะ สำหรับฝั่งอุปทาน หรือ ผู้รับจ้างขับขี่รถจักรยานยนต์สาธารณะจะศึกษาผ่านการทดสอบแนวทางการสะกิดแบบครั้งเดียว (One-shot Nudge) ด้วยวิธีการนำเสนอทางเลือกหลัก (Default Option) ในขณะที่ฝั่งอุปสงค์จะทำการทดสอบแนวทางการสะกิดแบบติดตาม (Cohort Nudge) ด้วยแนวคิดเศรษฐศาสตร์พฤติกรรม ได้แก่ ความเกรงกลัวความสูญเสีย (Loss Aversion) และอิทธิพลของคนรอบข้าง (Peer Effect) ซึ่งข้อค้นพบของงานวิจัยนี้นำมาสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อยกระดับตลาดการให้หมวกนิรภัยของรถจักรยานยนต์สาธารณะจากดุลยภาพในปัจจุบันที่เป็นดุลยภาพที่ไม่ดี ไปสู่ดุลยภาพที่ดีขึ้น (ภาพ 1) โดยสามารถอภิปรายผลและเสนอแนะนโยบายออกเป็นสองประเด็นที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

หนึ่ง ฝั่งอุปทาน (Supply side) หรือ กลุ่มผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์สาธารณะ ผลการศึกษาจากการสะกิดครั้งเดียว (One shot Nudge) ด้วยวิธีการนำเสนอทางเลือกหลัก (Default Option) ต่อผู้โดยสารรถจักรยานยนต์สาธารณะ ซึ่งจากการไปสังเกตการให้บริการของผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์รับจ้างที่ไม่มีพฤติกรรมยื่นหมวกนิรภัยให้กับผู้โดยสาร พบว่า ไม่มีผู้โดยสารคนใดเลือกขอหมวกนิรภัยที่เป็นทางเลือกรองแม้แต่คนเดียว ในทางกลับกัน เมื่อทำการเปลี่ยนทางเลือกหลัก (Default Option) มาเป็นการให้ผู้ขับขี่ยื่นหมวกนิรภัยแก่ผู้โดยสาร กลับพบว่า เพียงทำการสลับตัวเลือกก็สามารถสะกิด (Nudge) ให้ผู้โดยสารปรับพฤติกรรมเปลี่ยนมาสวมหมวกนิรภัยมากขึ้นร้อยละ 27.8 โดยปราศจากการบังคับ ดังนั้นหนึ่งในข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่สำคัญสำหรับฝั่งอุปทาน คือ ควรใช้มาตรการบังคับให้เป็นหน้าที่ของกลุ่มผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์สาธารณะที่จะต้องเป็นผู้ยื่นหมวกนิรภัยให้กับผู้โดยสารทุกครั้งก่อนออกจากจุดให้บริการ เปรียบเสมือนการสวมหมวกนิรภัยเป็นทางเลือกหลัก (Default option) หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าเป็นการบังคับให้ผู้ขับขี่ยื่นความปลอดภัยให้ผู้โดยสารเป็นตัวเลือกที่ดีที่สุด ซึ่งกลไกการบังคับนี้จำเป็นต้องมีผู้ที่ทำหน้าที่คอยกำกับกลุ่มผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์สาธารณะให้ปฏิบัติตามข้อบังคับ และเมื่อกลไกดังกล่าวสามารถใช้บังคับได้อย่างมีประสิทธิภาพแล้ว กล่าวคือ กลุ่มผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์สาธารณะยื่นหมวกนิรภัยให้กับผู้โดยสารอย่างเคร่งครัดจนเกิดเป็นบรรทัดฐาน ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในลำดับถัดมา ก็คือ ควรสร้างบรรทัดฐานทางสังคมที่ดีด้วยการรณรงค์ให้กลุ่มผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์สาธารณะโดย

ปราศจากการบังคับ ทั้งนี้เพื่อให้การนำนโยบายไปใช้เป็นไปอย่างประหยัด คุ่มค่า และเห็นผลที่สุด นอกจากนี้ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายของงานวิจัยนี้ ในเรื่องของ การรณรงค์ ขอความร่วมมือ หรือ มีมาตรการให้ผู้รับจ้างขับรถจักรยานยนต์สาธารณะ (Supply) เป็นผู้ยื่นหมวกให้ มีจุดเด่นในทาง เศรษฐศาสตร์พฤติกรรม คือ เป็นแนวทางที่สามารถนำมาใช้เพื่อปรับพฤติกรรมของผู้โดยสารได้ โดยทำให้ผู้โดยสารเองไม่รู้สึกลักษณะเหมือนถูกบังคับ (เนื่องจากปฏิเสธได้) และ ไม่เป็นการใช้งบประมาณ ในการทำนโยบายที่สูง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Johnson and Goldstein (2004, pp. 1713-1716) ที่พบว่า การออกแบบชุดคำถามให้การบริจาคมื้ออาหารเป็นทางเลือกหลัก โดยยังสามารถ เปลี่ยนไปเลือกไม่บริจาคมื้อได้ ทำให้การบริจาคมื้ออาหารสูงขึ้น และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chaiwat, et al. (2019, pp. 64-77) ซึ่งพบว่า การออกแบบเมนูแนะนำให้เป็นเมนูหลักเพื่อสุขภาพ ช่วยทำให้กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกัน กับงานวิจัยที่ออกแบบให้น้ำผลไม้เป็นทางเลือกสุขภาพที่เป็นทางเลือกหลักของ Tangtamaruk (2017a, pp. 155-158) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมนิยมเอียงในการเลือกบริโภคน้ำผลไม้ มากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สอง ฝั่งอุปสงค์ (Demand side) หรือ ผู้โดยสารรถจักรยานยนต์สาธารณะ ในการทดลอง แบบติดตามผล (Cohort Nudge) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยของผู้โดยสารที่ถูก สะกดด้วยวิธีการต่างกันออกไป ซึ่งได้แก่ ความเกรงกลัวความสูญเสีย (Loss Aversion) และ อิทธิพลของคนรอบข้าง (Peer Effect) ผลการศึกษาพบว่า การนำเสนอสื่อตามแนวคิดอิทธิพลคน รอบข้าง (Peer Effect) ด้วยการให้อาสาสมัครที่เข้าร่วมการทดลองรับรู้พฤติกรรมของคนในกลุ่ม ในที่นี้คือการรับรู้อัตราการสวมหมวกนิรภัยโดยเฉลี่ยของกลุ่ม การตัดสินใจสวมหมวกนิรภัยของ คนคนหนึ่งจะเป็นที่รับรู้ของทุกคนในกลุ่ม ส่งผลให้ผู้โดยสารที่เป็นอาสาสมัครมีพฤติกรรมสวม หมวกนิรภัยมากยิ่งขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่า เมื่อผู้โดยสารพบเห็นคนรอบข้างต่างก็สวมหมวกนิรภัย กัน ย่อมเป็นแรงจูงใจให้ผู้โดยสารคนนั้นหันมาสวมหมวกนิรภัยมากขึ้น สะท้อนว่า บุคคลใด ๆ ที่ อยู่ในบทบาทการเป็นผู้โดยสารซึ่งมีสิทธิที่จะสวมหรือไม่สวม แต่เมื่อพบเห็นคนส่วนใหญ่สวม หมวกนิรภัย ก็ารู้สึกตระหนักถึงความสำคัญของการสวมหมวกนิรภัยเพื่อความปลอดภัย ดังนั้น แนวทางอิทธิพลของคนรอบข้างนี้สะกดแล้วได้ผลที่ทำให้ผู้โดยสารตัดสินใจสวมหมวกนิรภัยมาก ขึ้น จึงนำมาสู่แนวทางส่งเสริมการสวมหมวกนิรภัยเชิงนโยบายจากในสถานการณ์ปัจจุบันที่ ผู้โดยสารไม่สามารถตัดสินใจได้ว่าควรสวมหรือไม่ควรสวมหมวกนิรภัยได้ จึงควรเน้นทำนโยบาย ไปกับการปรับเปลี่ยนข้อความเพื่อให้ผู้โดยสารเกิดการรับรู้ว่าคุณส่วนใหญ่ในสังคมสวมหมวก นิรภัย เพื่อให้เกิดพฤติกรรมสวมหมวกนิรภัยตามอันเป็นสิทธิที่ผู้โดยสารสามารถตัดสินใจได้ ทั้งนี้

เชื่อว่าผลจากการบังคับให้ผู้ซบซึ่ยื่นหมวกเป็นทางเลือกหลัก (Default Option) รวมทั้งหากคนในสังคมเริ่มมีการสวมหมวกนิรภัยเพิ่มขึ้น จะช่วยส่งเสริมให้ปริมาณผู้สวมหมวกเพิ่มสูงขึ้น เช่นนั้นอิทธิพลของคนรอบข้างก็จะเริ่มทำงานมากขึ้น สำหรับข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Weangsamoot (2014, pp. 73-75) ที่พบว่า ถ้าสังคมบริจาคนให้สินค้าสาธารณะมาก บุคคลจะมีพฤติกรรมบริจาคนเงินให้สินค้าสาธารณะมากเพิ่มตามไปด้วย และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Thampanishvong (2015, pp. 8-21) ที่พบว่าถ้าเพื่อนบ้านประหยัดพลังงานไฟฟ้า บุคคลจะมีพฤติกรรมประหยัดไฟมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Siwareepan and Tangtammaruk (2017, pp. 11-12) ที่พบว่า หากคนในสังคมเห็นว่าการติดสินบนเป็นเรื่องทั่วไป ก็เป็นผลให้คนมีแนวโน้มติดสินบนตามเช่นกัน

นอกจากนี้ การใช้นโยบายเพิ่มเติมบางอย่างที่จะทำให้หมวกนิรภัยสะอาดถูกสุขอนามัย อาทิเช่น การบังคับให้ผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์รับจ้างมีหมวกนิรภัยสำรองและหมั่นรักษาทำความสะอาด หรือ การให้ภาครัฐเข้ามาแจกอะไรบางอย่าง เช่น หมวกเก็บฝุ่น แผ่นรองศีรษะ หรือ แอลกอฮอล์ทำความสะอาด จะเป็นปัจจัยหนุนเสริมให้กลุ่มผู้โดยสารมีความมั่นใจในการสวมหมวกนิรภัยเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งเรื่องของความสะอาดของหมวกนิรภัยนี้ยังสามารถนำไปสู่การสร้างและพัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ บางอย่างที่จะช่วยให้หมวกนิรภัยสะอาดได้ต่อไปในอนาคต

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยฉบับนี้มีข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

ประการแรก เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านเวลาและงบประมาณ จึงทำให้งานวิจัยชิ้นนี้มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมการทดลองเพื่อเก็บข้อมูลยังถือว่าน้อยเกินไป อีกทั้งการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการทำทดลองนี้จำเป็นต้องมีการควบคุมปัจจัยต่าง ๆ ทั้ง วัน เวลา สถานที่ และลักษณะของผู้ที่เข้าร่วมการทดลอง ซึ่งภายใต้ระยะเวลาและงบประมาณที่จำกัดนั้น งานวิจัยนี้ก็เลือกทำการทดลองในรูปแบบออนไลน์สำหรับการทดลองสะกิดแบบติดตาม (Cohort Nudge) ซึ่งอาจทำให้งานวิจัยนี้ยังกำหนดปัจจัยอื่น ๆ ที่ต้องควบคุมไม่ครอบคลุมมากนัก ดังนั้นแนวทางในการวิจัยครั้งต่อไป สำหรับผู้วิจัยมีแนวคิดว่าจะออกแบบการทดลองในสถานการณ์จริงที่ผู้วิจัยลงไปสำรวจและเก็บข้อมูลกับผู้โดยสารที่สัญจรด้วยการนั่งรถจักรยานยนต์สาธารณะ จากนั้นทำการเก็บข้อมูลและออกแบบแนวทางการสะกิดตามความเหมาะสมต่อไป

ประการที่สอง เนื่องจากแนวทางการสะกิดแบบ Peer Effect หรืออิทธิพลของคนรอบข้าง ที่วิจัยนี้นำมาใช้จะเป็นเพียงการทดสอบเฉพาะกับผู้โดยสารที่เป็นอุปสงค์ของตลาดการใช้หมวกนิรภัยเท่านั้น แต่ในงานวิจัยครั้งถัดไปควรจะมีการศึกษาทั้งทางด้านอุปสงค์และอุปทาน

ประการที่สาม คุณภาพในตลาดการใช้หมวกนิรภัยอาจศึกษาแนวโน้มความเป็นไปได้ของการยกระดับตลาด โดยอาจยกระดับแบบค่อยเป็นค่อยไปที่ละด้าน ก่อนที่จะไปถึงจุดที่ตลาดการใช้หมวกนิรภัยมีประสิทธิภาพสูงสุด นั่นก็คือ จุดที่ (HD,HS)



บรรณานุกรม

- Angrist, J. D. (2014). Labour Economics. *Science Direct*. Retrieved from <https://economics.mit.edu/files/9800>
- Arnold, E. D., & Lantz, K. E. (2007). Evaluation of Best Practices in Traffic Operations and Safety: Phase I: Flashing LED Stop Sign and Optical Speed Bars. Retrieved from http://www.virginiadot.org/vtrc/main/online_reports/pdf/07-r34.pdf
- Bachani, A. M. (2017). Helmet wearing in Kenya: prevalence, knowledge, attitude, practice and implications. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/314865920_Helmet_wearing_in_Kenya_prevalence_knowledge_attitude_practice_and_implications
- Chaiwat, T., Potipiti, T., Witvorapong, N., Sujarittanont, P., Sampattavanija, S., & Worathanarat, T. (2019). Default Option Bias in the Food Consumption of College Students in Bangkok. *Center for Behavioral and Experimental Economics (CBEE), Faculty of Economics, Chulalongkorn university, Thailand*. Retrieved from <https://www.tci-thaijo.org/index.php/TER/article/view/207779/144188>
- Chumpawadee, U., Homchampa, P., Thongkrajai, P., Suwanimitr, A., & Chadbunchachai, W. (2015). Factors related to Motorcycle accident risk behavior among university students in northeastern Thailand. Retrieved from <https://www.tm.mahidol.ac.th/seameo/2015-46-4/29-629626.pdf>
- Colin, C., & George, L. (2004). Behavioral Economics: Past, Present, Future, Princeton University Press, Princeton. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/228359684_Behavioral_Economics_Past_Present_Future
- Hung, D. V. (2006). Prevalence of helmet use Among Motorcycle riders in Vietnam. Retrieved from <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2704355/pdf/409.pdf>
- Johnson, E. J. (2004). Defaults and Donation Decisions Retrieved from

www.dangoldstein.com/papers/JohnsonGoldstein_Defaults

Kahneman, K., & Tversky, A. (1979). Prospect Theory: Analysis Decision under Risk

Econometrica. Retrieved from <https://www.uzh.ch/cmsssl/suz/dam/jcr:00000000-64a0-5b1c-0000-00003b7ec704/10.05-kahneman-tversky-79.pdf>

Khan, I. K. (2008). Factors Associated with Helmet Use among Motorcycle Users in

Karachi, Pakistan. *BRIEF REPORT*. Retrieved from

https://www.academia.edu/25579338/Factors_Associated_with_Helmet_Use_among_Motorcycle_Users_in_Karachi_Pakistan?auto=download

Li, P. L. (2008). Improper motorcycle helmet use in provincial areas of a developing

country? *Science Direct*. Retrieved from

file:///C:/Users/win7/Downloads/Improper_motorcycle_helmet_use_in_provincial_areas.pdf

Linkenbach, J. (2005). Montana's MOST of Us Don't Drink and Drive Campaign: A Social

Norms Strategy to Reduce Impaired Driving Among 21-34-Year-Olds. *U.S.*

Department of Transportation, National Highway Traffic Safety Administration.

Retrieved from

<http://www.socialnormsresources.org/casestudies/montanaseatbelt.php>

Organization, W. H. (2018). Global status report on road safety. Retrieved from

https://www.who.int/violence_injury_prevention/road_safety_status/2018/en/

Papadakaki, M. T. (2013). Barriers and facilitators of helmet use in a Greek sample of

motorcycle riders: Which evidence? *ScienceDirect*. Retrieved from

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1369847813000193>

Prelec, D., & Loewenstein, G. (1991). *Decision making over time and under uncertainty: A*

common approach(pp. 770–786).

Samuelson, W., & Zeckhauser, R. (1988). Status Quo Bias in Decision Making. *Kluwer*

Academic Publishers. Retrieved from

<https://sites.hks.harvard.edu/fs/rzeckhau/status%20quo%20bias.pdf>

Skalkidou, A. P. (2000). Factors affecting motorcycle helmet use in the population of

Greater Athens, Greece. Retrieved from

file:///C:/Users/win7/Downloads/v005p00264.pdf

Sreedharan, J. M. (2009). Determinants of safety helmet use among motorcyclists in in Kerala, India. Retrieved from

https://pdfs.semanticscholar.org/0588/b28e690c9ec3febe795d553d83c4287c7a9b.pdf?_ga=2.120796171.227544252.1568211818-100377890.1568211818.

Tangtamaruk, P. (2017). An assessment of smoking and non-smoking student preferences for the Thai smoking warning signs. *Academic Publishing Platforms*. Retrieved from

https://academicpublishingplatforms.com/article.php?journal=BEH&number=29&article=2459&fbclid=IwAR1J8i8gicPICSJ_AooP9sdRJK6cmdKdQHSBM3OiM7ZV117t8Za1il-m0

Thaler, R. (2001). Save More Tomorrow: Using Behavioral Economics to Increase Employee Saving. Retrieved from

http://independent401kadvors.com/library_articles/savemoretomorrow.pdf

Thaler, R. H. (2009). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. Penguin

Thaler, R. H. (2016). *Behavioral Economics: Past, Present, and Future*. Retrieved from

<https://faculty.chicagobooth.edu/Richard.Thaler/assets/files/Behavioral%20Economics%20Past,%20Present,%20and%20Future.pdf>

Thampanishvong, K. (2015). Changing Electricity Consumption Behavior: Is Electricity Conservation Nudge Enough? Thailand *Development Research Institute*. Retrieved from

https://editorialexpress.com/cgi-bin/conference/download.cgi?db_name=EAAERE2015&paper_id=176

World Health Organization. (2018). Global status report on road safety 2018. (Online). Retrieved September 10, 2019, from

https://www.who.int/violence_injury_prevention/road_safety_status/2018/en/

กาญจน์กรรณ สุอังคะ. (2559). การศึกษาพฤติกรรมการขับขี่ของวัยรุ่นที่มีต่อความเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุจากการใช้รถจักรยานยนต์. สำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

นารี. สืบค้นจาก

<http://sutir.sut.ac.th:8080/sutir/bitstream/123456789/5898/2/Fulltext.pdf>

จักรพันธ์ เพ็ชรภูมิ และ ชนาภัทร บุญประสม. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุจากการขับขี่รถจักรยานยนต์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-6 ในสถาบันกวดวิชาเขตปทุมทอง จังหวัดพิษณุโลก. สืบค้นจาก

[file:///C:/Users/win7/Downloads/344%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/win7/Downloads/344%20(1).pdf)

ณัฐบดี สีนวรณ์ และ สุรชาติ สีนวรณ์. (2555). พฤติกรรมการใช้หมวกนิรภัยในการป้องกันอุบัติเหตุของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. สืบค้นจาก

<http://www.thaiscience.info/Journals/Article/SDUJ/10894020.pdf>

ณัฐพล สีวลีพันธ์ และ พีระ ตั้งธรรมรักษ์. (2560). การศึกษาพฤติกรรมการให้สินบนของนิสิตนักศึกษาด้วยวิธีการทางเศรษฐศาสตร์เชิงทดลอง. สืบค้นจาก

<https://so01.tcithaijo.org/index.php/buacademicreview/article/view/178383/156637>

ธิดา เวียงสมุทร. (2559). อิทธิพลของคนรอบข้างต่อความร่วมมือในสินค้าสาธารณะ. คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. สืบค้นจาก

<http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/58179>

พนิดา เทพชาติ และ คณะ. (2562). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยของนักศึกษา ภาคการศึกษาเพื่อปวงชน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา. สืบค้นจาก

http://journal.nmc.ac.th/th/admin/Journal/2562Vol9No1_97.pdf?fbclid=IwAR3qLeFWTW4ojcK-6IP_tCWoyYwZCdtcjGN9aYefYwcoOM69kpxSxtvYSxs

พีระ ตั้งธรรมรักษ์. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพ:กรณีศึกษานักเรียนนิสิต นักศึกษา และกลุ่มคนวัยทำงาน มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา. สืบค้นจาก

<http://ejournals.swu.ac.th/index.php/swurd/article/view/9582>

มูลนิธิไทยโรดส์และสถาบันการศึกษาทั่วประเทศของเครือข่ายเฝ้าระวังสถานการณ์ความปลอดภัยทางถนน. (2561). อัตราการสวมหมวกนิรภัยของผู้ใช้รถจักรยานยนต์ในประเทศไทย. (อัตราการสวมหมวกนิรภัยของผู้ใช้รถจักรยานยนต์ในประเทศไทย). สืบค้นจาก

<http://trso.thairoads.org/statistic/helmet/overview/294>

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2562). หมวกนิรภัยคู่มือความปลอดภัยบนท้อง

ถนนสำหรับผู้กำหนดนโยบายและผู้ปฏิบัติ. ศูนย์วิชาการเพื่อความปลอดภัยทางถนนและมูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ. สืบค้นจาก

file:///C:/Users/win7/Downloads/hmwknirphay_khuumuuekhwaampldphaybnthngthnn_samhrabphuukamhndnoybaayaelaphuuptibati%20(7).pdf

สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจรกระทรวงคมนาคม. (2561). รายงานการวิเคราะห์สถานการณ์อุบัติเหตุทางถนนของกระทรวงคมนาคม พ.ศ. 2561. สืบค้นจาก

http://www.otp.go.th/uploads/tiny_uploads/PDF/2562-09/25620916Accident%20report2561%20_OTP.pdf

สำนักโรคไม่ติดต่อกรมควบคุมโรคกระทรวงสาธารณสุข. (2562). สถานการณ์ความปลอดภัยทางถนน. สืบค้นจาก

<http://www.thaincd.com/document/file/info/injured/%E0%B8%AA%E0%B8%96%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%93%E0%B9%8C%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%9B%E0%B8%A5%E0%B8%AD%E0%B8%94%E0%B8%A0%E0%B8%B1%E0%B8%A2%E0%B8%97%E0%B8%B2%E0%B8%>

สินาด ตวีวรรณไชย. (2559). เศรษฐศาสตร์พฤติกรรมกับนโยบายของเมือง. สืบค้นจาก

<http://www.furd.in.th/myfurd/Knowledge/research/behaveconandurbanpolicy-170315061154.p>

อังสนาภรณ์ ชัตรจินดา และ นรลักษณ์ เอื้อกิจ. (2552). ปัจจัยคัดสรรที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยขณะขี่รถจักรยานยนต์. วารสารพยาบาลศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สืบค้นจาก <http://trsl.thairoads.org/FileUpload/925/131206000925.pdf>



ภาคผนวก



Certificate of Completion

National Research Council of Thailand (NRCT) and Forum for Ethical Review Committee in Thailand (FERCIT)

Certify that

Panthip Suaysom

Has completed the ON-LINE RESEARCH ETHICS TRAINING

Course หลักสูตรหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ สำหรับนักศึกษา/นักวิจัย

Date approved
(13/08/2563)

S. Songsivilai

(Professor Dr. Sirirung Songsivilai)
Secretary-General
National Research Council of Thailand

Date expired
(13/08/2566)

แบบสอบถาม

เรื่อง พฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยของผู้โดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้าง (รอบก่อนเข้าร่วมการทดลอง)

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นโดยนิตินิติปริญญาโท คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร โดยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลผลวิจัยและนำไปใช้ประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น การให้ข้อมูลนี้ถือว่าเป็นความลับ ไม่มีผลกระทบต่อผู้ตอบแบบสอบถามแต่ประการใด ทั้งนี้ แบบสอบถามรอบก่อนเข้าร่วมการทดลองประกอบไปด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลและกลุ่มป้ายสวมหมวกนิรภัย

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลทัศนคติต่อการสวมหมวกนิรภัยของผู้โดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้าง

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลสนับสนุนทางสังคมต่อการสวมหมวกนิรภัยของผู้โดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้าง

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยของผู้โดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้าง

ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงและตรงกับความคิดเห็นของท่านให้มากที่สุด การศึกษาวิจัยครั้งนี้จะสำเร็จลงได้ด้วยความร่วมมือจากท่าน จึงขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับท่านมากที่สุด หรือเติมข้อความในช่องว่างที่เว้นไว้

1. ท่านอยู่กลุ่มใด () กลุ่ม 1 () กลุ่ม 2 () กลุ่ม 3
2. เพศ () ชาย
 () หญิง
3. อายุ ปี (โปรดระบุเฉพาะปีเต็ม ไม่คิดเป็นเศษ)
4. ระดับการศึกษา
 () ประถมศึกษา () มัธยมศึกษาตอนต้น () มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.
 () อนุปริญญา/ ปวส. ()ปริญญาตรี () ปริญญาโทขึ้นไป
 () ไม่ได้ศึกษา () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5. สถานภาพสมรส () แต่งงานแล้ว () โสด () หย่าร้าง / แยกกันอยู่
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน บาท (โปรดระบุเฉพาะตัวเลขเต็ม ไม่คิดเป็นเศษหรือประมาณตัวเลข)
7. อาชีพ
 () นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา () ข้าราชการ () พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 () พนักงานบริษัทเอกชน () ธุรกิจส่วนตัว () คำขาย
 () รับจ้าง/ ลูกจ้าง () ไม่ทำงาน/ว่างงาน () อื่น ๆ โปรดระบุ.....
8. ความบ่อยครั้งในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนโดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้าง
 () ไม่ดื่มแอลกอฮอล์เลย
 () ดื่ม 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์
 () ดื่ม 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์
 () ดื่มมากกว่า 4 ครั้งต่อสัปดาห์
9. การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนโดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้าง
 () ไม่ดื่มแอลกอฮอล์เลย
 () ส่วนใหญ่จะดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์น้อย เช่น ไวน์ เบียร์ ฯลฯ
 () ส่วนใหญ่จะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูง เช่น เหล้าวิสกี้ ฯลฯ
10. ท่านเคยมีประสบการณ์การได้รับอุบัติเหตุจากการโดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้างหรือไม่
 () ไม่เคย () เคย 1 ครั้ง () เคย 2 ครั้ง () เคย 3 ครั้ง
 () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทัศนคติต่อการสวมหมวกนิรภัยของผู้โดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้าง

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับท่านมากที่สุด

รายละเอียดระดับความคิดเห็น ดังนี้

5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

4 หมายถึง เห็นด้วยมาก

3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ลำดับ ที่	ประเด็น	ระดับความคิดเห็น				
		น้อย ที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มาก ที่สุด (5)
1	การสวมหมวกนิรภัยช่วยป้องกันการเกิดอุบัติเหตุจากการโดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้าง					
2	การสวมหมวกนิรภัยอย่างถูกต้องทุกครั้งโดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้าง จะช่วยลดความรุนแรงที่จะเกิดกับศีรษะและสมองเมื่อเกิดอุบัติเหตุได้จริง					
3	การสวมหมวกนิรภัยการสวมหมวกนิรภัยช่วยกันแดด/ลม/ฝุ่นละออง					
4	กฎหมายหมวกนิรภัยมีประโยชน์อย่างยิ่งต่อ ผู้โดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้าง					
5	ขณะที่โดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้าง ควรสวมหมวกนิรภัยทุกครั้ง					
6	การสวมหมวกนิรภัยเป็นสิทธิส่วนบุคคลไม่ควรมีการออกกฎหมายมาบังคับ					
7	การสวมหมวกนิรภัยเป็นอุปสรรคในการโดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้าง เพราะทำให้ศีรษะต้องแบกรับน้ำหนักเพิ่ม					
8	การสวมหมวกนิรภัยทำให้การมองการจราจรด้านข้างไม่ชัดเจนและไม่ได้ยินเสียงภายนอก					
9	การได้รับบาดเจ็บที่ศีรษะจากการโดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้าง เป็นเรื่องของโชคชะตามีโอกาสเกิดได้กับคนที่สวมหมวกนิรภัยและไม่สวมหมวกนิรภัย					
10	ควรใช้หมวกนิรภัยเมื่อผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์รับจ้างขับด้วยเร็วสูงเท่านั้น					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลสนับสนุนทางสังคมต่อการสวมหมวกนิรภัยของผู้โดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้าง

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับท่านมากที่สุด

1. ท่านโดยสารด้วยรถจักรยานยนต์รับจ้างมานานมากแค่ไหน (ไม่นับความถี่ในการโดยสาร)
 - () ไม่เคยนั่งรถจักรยานยนต์รับจ้างมาก่อนเลย
 - () เคยนั่งรถจักรยานยนต์รับจ้างมาได้น้อยกว่า 1 ปี โดยประมาณ
 - () เคยนั่งรถจักรยานยนต์รับจ้างมาได้ 1 ปี โดยประมาณ
 - () เคยนั่งรถจักรยานยนต์รับจ้างมาได้ 2 ปี โดยประมาณ
 - () เคยนั่งรถจักรยานยนต์รับจ้างมาได้มากกว่า 3 ปี โดยประมาณ
2. ปัจจุบันท่านมักจะมีอาการโดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้างที่มีระยะทางแบบใดมากที่สุด
 - () ส่วนใหญ่โดยสารระยะทางใกล้ และไม่ออกนอกถนนใหญ่
 - () ส่วนใหญ่โดยสารระยะทางใกล้ และออกนอกถนนใหญ่
 - () ส่วนใหญ่โดยสารระยะทางไกล และไม่ออกนอกถนนใหญ่
 - () ส่วนใหญ่โดยสารระยะทางไกล และออกนอกถนนใหญ่
3. ปัจจุบันท่านมักจะโดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้างในช่วงเวลาใดมากที่สุด
 - () ช่วงเช้า () ช่วงกลางวัน/บ่าย () ช่วงเย็น () ช่วงกลางคืน
4. ปัจจุบันท่านมักจะโดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้างในสภาพการจราจรแบบใดมากที่สุด
 - () ส่วนใหญ่เดินทางในพื้นที่จราจรหนาแน่นมาก (รถติดมาก)
 - () ส่วนใหญ่เดินทางในพื้นที่จราจรหนาแน่นปานกลาง (รถติดบ้าง และยังพอสัญจรได้)
 - () ส่วนใหญ่เดินทางในพื้นที่จราจรหนาแน่นน้อย (รถไม่ติด และสัญจรได้อย่างสะดวก)
5. ปัจจุบันท่านมักจะโดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้างในสภาพอากาศใดมากที่สุด
 - () ส่วนใหญ่เดินทางช่วงอากาศแฉะ (แดดออกจัด/ ฟ้าครึ้ม/ ฝนตกหนัก)
 - () ส่วนใหญ่เดินทางอากาศดี (อากาศแจ่มใส/ เย็นสบาย)
6. ปัจจุบันท่านมักจะโดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้างในสภาพถนนลักษณะใดมากที่สุด
 - () ส่วนใหญ่เดินทางถนนสภาพแฉะ (ขรุขระ/ ซ้ำรูด/ ซ่อมถนน)
 - () ส่วนใหญ่เดินทางถนนสภาพดี

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยของผู้โดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้าง

คำชี้แจง โปรดตอบคำถามเป็น “จำนวนครั้ง” หรือ “เปอร์เซ็นต์”

1. โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ คุณโดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้างบ่อยแค่ไหน (ประมาณกี่ครั้งต่อสัปดาห์)

2. จากข้อ 1 ที่ผ่านมา เมื่อคุณโดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้าง คุณสวมหมวกนิรภัยกี่ครั้ง

ขอขอบคุณที่ท่านได้สละเวลา来做แบบสอบถามในครั้งนี้ ขอขอบคุณค่ะ



แบบสอบถาม

เรื่อง พฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยของผู้โดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้าง
(รอบหลังเข้าร่วมการทดลอง)

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นโดยนิตินธิปริญญาโท คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร โดยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลผลวิจัยและนำไปใช้ประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น การให้ข้อมูลนี้ถือว่าเป็นความลับ ไม่มีผลกระทบต่อผู้ตอบแบบสอบถามแต่ประการใด ทั้งนี้แบบสอบถามรอบหลังเข้าร่วมการทดลองประกอบไปด้วย 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับกลุ่มป้ายสวมหมวกนิรภัย

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยของผู้โดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้าง

ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงและตรงกับความคิดเห็นของท่านให้มากที่สุด การศึกษาวิจัยครั้งนี้จะสำเร็จลงได้ด้วยความร่วมมือจากท่าน จึงขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลกลุ่มป้ายสวมหมวกนิรภัย

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างที่เว้นไว้

ท่านอยู่กลุ่มใด () กลุ่ม 1 () กลุ่ม 2 () กลุ่ม 3

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยของผู้โดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้าง

คำชี้แจง โปรดตอบคำถามเป็น “จำนวนครั้ง” หรือ “เปอร์เซ็นต์”

1. โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ คุณโดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้างบ่อยแค่ไหน (ประมาณกี่ครั้งต่อสัปดาห์)

2. จากข้อ 1 ที่ผ่านมา เมื่อคุณโดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้าง คุณสวมหมวกนิรภัยกี่ครั้ง

ขอขอบคุณที่ท่านได้สละเวลา来做แบบสอบถามในครั้งนี้ ขอขอบคุณ

แบบสอบถาม

เรื่อง พฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยของผู้โดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้าง (รอบติดตามผลการทดลอง)

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นโดยนิตินิติปริญญาโท คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร โดยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลผลวิจัยและนำไปใช้ประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น การให้ข้อมูลนี้ถือว่าเป็นความลับ ไม่มีผลกระทบต่อผู้ตอบแบบสอบถามแต่ประการใด ทั้งนี้

แบบสอบถามรอบติดตามผลการทดลองประกอบไปด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับกลุ่มป้ายสวมหมวกนิรภัย

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยของผู้โดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้าง

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความพึงพอใจต่อแนวทางที่ช่วยแก้ไขปัญหาการสวมหมวกนิรภัย

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการสวมหมวกนิรภัย

ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงและตรงกับความ
คิดเห็นของท่านให้มากที่สุด การศึกษาวิจัยครั้งนี้จะสำเร็จลงได้ด้วยความร่วมมือจากท่าน จึงขอขอบคุณมา ณ
โอกาสนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลกลุ่มป้ายสวมหมวกนิรภัย

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างที่เว้นไว้

ท่านอยู่กลุ่มใด () กลุ่ม 1 () กลุ่ม 2 () กลุ่ม 3

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยของผู้โดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้าง

คำชี้แจง โปรดตอบคำถามเป็น “จำนวนครั้ง” หรือ “เปอร์เซ็นต์”

1. โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ คุณโดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้างบ่อยแค่ไหน (ประมาณกี่ครั้งต่อสัปดาห์)

2. จากข้อ 1 ที่ผ่านมา เมื่อคุณโดยสารถจักรยานยนต์รับจ้าง คุณสวมหมวกนิรภัยกี่ครั้ง

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความพึงพอใจต่อแนวทางที่ช่วยแก้ไขปัญหาการสวมหมวกนิรภัย

คำชี้แจง โปรดเลือกเพียงคำตอบเดียว

วิธีการใดที่จะสามารถช่วยให้คุณสวมหมวกนิรภัยมากขึ้น

() แอลกอฮอล์ทำความสะอาด

() หมวกเก็บ

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการสวมหมวกนิรภัย

คำชี้แจง โปรดระบุ (ถ้ามี)

เหตุผลที่ทำให้ท่านเลือกสวมหมวกนิรภัย หรือไม่เลือกสวมหมวกนิรภัย

ขอขอบคุณที่ท่านได้สละเวลา来做แบบสอบถามในครั้งนี้ ขอขอบคุณค่ะ

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ปานทิพย์ สวยสม
วัน เดือน ปี เกิด	13 กรกฎาคม 2540
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2561 รัฐศาสตรบัณฑิต สาขาการปกครอง จาก มหาวิทยาลัยรามคำแหง พ.ศ. 2563 เศรษฐศาสตรบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ที่อยู่ปัจจุบัน	445 ม.3 ต.บางปูใหม่ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10280
ผลงานตีพิมพ์	-
รางวัลที่ได้รับ	-

