

บทที่ 4

ผลการวิจัย

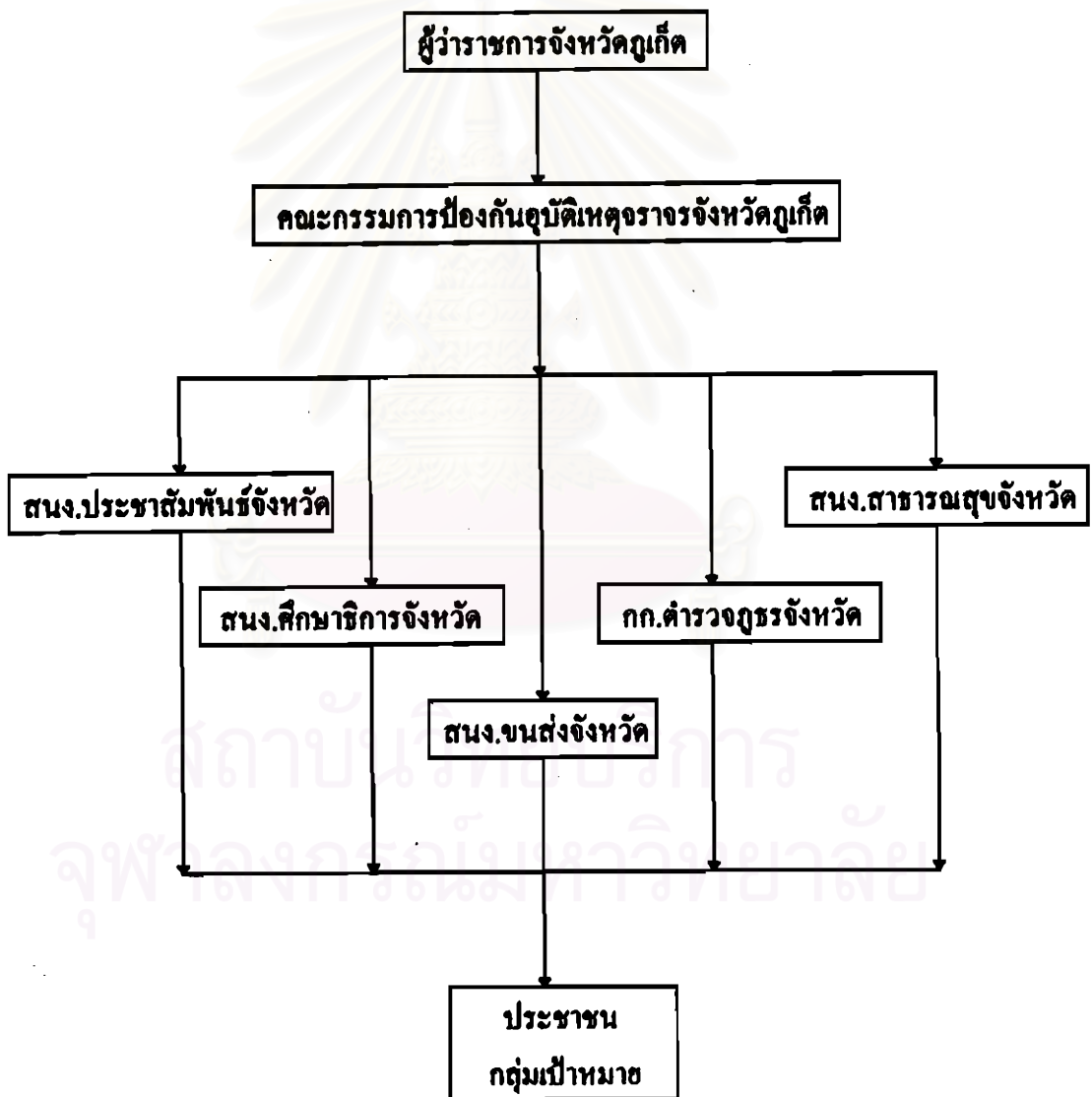
การศึกษา เรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมความปลอดภัยทางการจราจร ในจังหวัดภูเก็ต มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการวางแผนและกลยุทธ์การสื่อสารโครงการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจราจรในจังหวัดภูเก็ต และศึกษานวัตกรรมการตลาดเพื่อสังคมในกระบวนการวางแผนและกลยุทธ์การสื่อสารโครงการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจราจร รวมทั้งแนวทางการตลาดเพื่อสังคมที่ทำให้กลยุทธ์การสื่อสารโครงการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจราจรสามารถเข้าถึงและได้รับการยอมรับจากกลุ่มเป้าหมายและปัจจัยที่ส่งเสริมให้การดำเนินงานสามารถเข้าถึงและได้รับการยอมรับจากกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนแสวงหาแนวทางการนำนวัตกรรมการตลาดเพื่อสังคมมาพัฒนากระบวนการวางแผนและกลยุทธ์การดำเนินงานรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจราจรในจังหวัดภูเก็ตให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งการศึกษานี้ใช้หลักการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indepth Interview) ผู้บริหารโครงการ จำนวน 10 คน จาก 5 หน่วยงาน วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group) กลุ่มเป้าหมาย จำนวน 6 กลุ่ม และศึกษาเอกสารโครงการ จำนวน 8 โครงการ โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 6 ประเด็น ดังนี้

1. กระบวนการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารโครงการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจราจรในจังหวัดภูเก็ต
2. กลยุทธ์การสื่อสารที่ใช้ดำเนินงานโครงการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจราจรในจังหวัดภูเก็ต
3. แนวทางการตลาดเพื่อสังคมในกลยุทธ์การสื่อสารโครงการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจราจรในจังหวัดภูเก็ต
4. แนวทางการตลาดเพื่อสังคมที่ส่งเสริมให้กลยุทธ์การสื่อสารโครงการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจราจรสามารถเข้าถึงและได้รับการยอมรับจากกลุ่มเป้าหมาย
5. ปัจจัยที่ส่งเสริมให้กลยุทธ์การสื่อสารที่ดำเนินงานตามแนวทางการตลาดเพื่อสังคมสามารถเข้าถึงและได้รับการยอมรับจากกลุ่มเป้าหมาย
6. การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของการนำนวัตกรรมการตลาดเพื่อสังคมไปพัฒนากระบวนการวางแผนและกลยุทธ์การดำเนินงานป้องกันอุบัติเหตุจราจรในจังหวัดภูเก็ตให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ผลการวิจัย

1. กระบวนการวางแผนและกลยุทธ์การสื่อสารโครงการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจราจร ในจังหวัดภูเก็ต

แผนภูมิ : กระบวนการวางแผนโครงการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจราจร

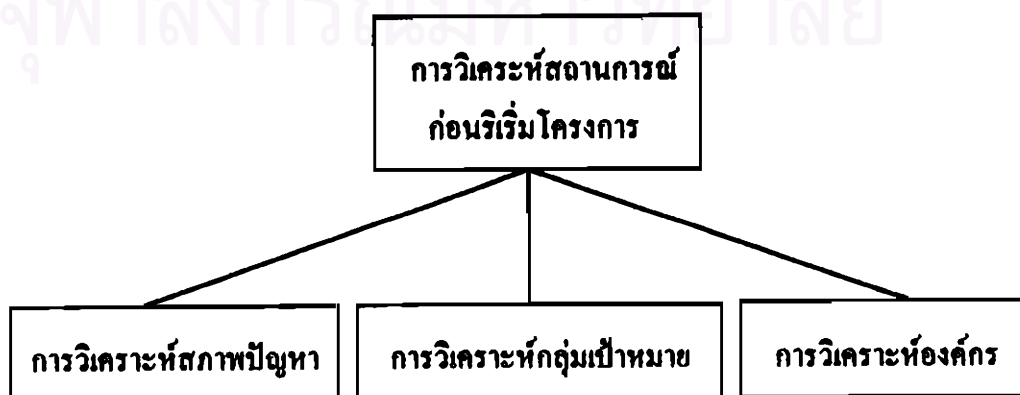


จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารโครงการและศึกษาเอกสารการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจราจรในจังหวัดภูเก็ต ภายใต้โครงการนำร่องการจัดทำแผนแม่บทด้านความปลอดภัยและการจัดทำระบบสารสนเทศด้านอุบัติเหตุจราจรบนถนน พบว่า มีกระบวนการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจราจรในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน คือ จะเป็นการวางแผนจากบนสู่ล่าง (Top Down) เป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้เนื่องจากหน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการจะได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัญหาอุบัติเหตุจราจรจากการดำเนินงานอยู่แล้ว รวมทั้งมีระบบการจับเก็บข้อมูลอุบัติเหตุจราจรของจังหวัด และส่วนใหญ่เป็นหน่วยงานที่ได้ดำเนินงานทางด้านการรณรงค์ป้องกันและแก้ไขปัญหาอุบัติเหตุจราจรมาตลอด ได้แก่ สำนักงานขนส่งจังหวัด สำนักงานศึกษาธิการจังหวัด สำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัด สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด และกองกำกับการตำรวจภูธรจังหวัด นอกจากนี้หน่วยงานต่างๆ ยังได้ประสานงานแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารด้านอุบัติเหตุจราจรระหว่างหน่วยงานอยู่เป็นประจำ หลายหน่วยงานจึงไม่ได้ทำการศึกษาหรือวางแผนการดำเนินงานในลักษณะจากล่างสู่บน (Bottom up) ซึ่งจากการศึกษาสามารถจำแนกกระบวนการวางแผนและกลยุทธ์การสื่อสารโครงการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจราจรได้ตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

การวิเคราะห์สถานการณ์ก่อนเริ่มโครงการ

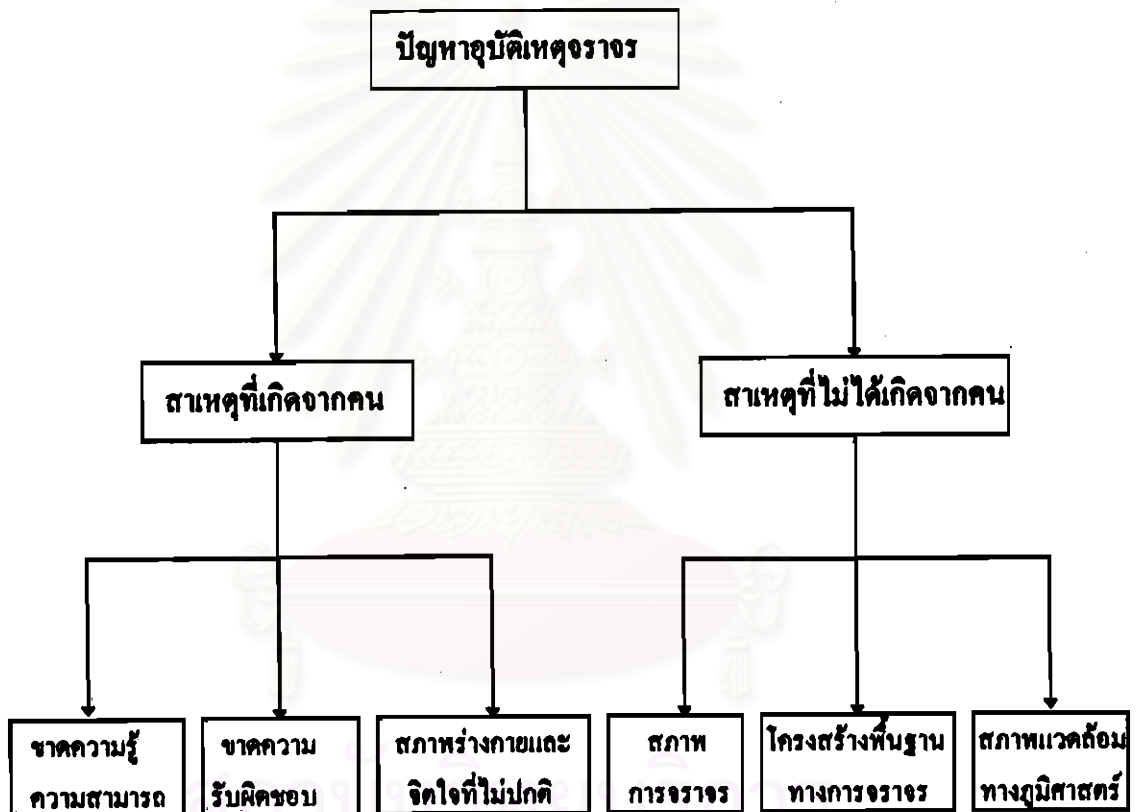
การวิเคราะห์สถานการณ์และสภาพปัญหาก่อนเริ่มโครงการ จากการศึกษาการดำเนินงานโครงการรณรงค์ป้องกันและแก้ไขปัญหาอุบัติเหตุจราจรในจังหวัดภูเก็ต สามารถแบ่งขั้นตอนการวิเคราะห์สถานการณ์ก่อนการดำเนินงานได้ 3 ประเภท คือ การวิเคราะห์สภาพปัญหา การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย และการวิเคราะห์องค์กร

แผนภูมิ : การวิเคราะห์สถานการณ์ก่อนเริ่มโครงการ



1. การวิเคราะห์สภาพปัญหา ผู้บริหารโครงการส่วนใหญ่จะมองปัญหาอุบัติเหตุจราจรในทิศทางเดียวกัน โดยมองว่า ปัญหาการเกิดอุบัติเหตุจราจรในจังหวัดภูเก็ตมีสาเหตุมาจากคน ซึ่งเป็นผู้ใช้รถใช้ถนนเป็นสาเหตุหลัก ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ซึ่งได้แก่ ปัญหาสภาพการจราจร ปัญหาโครงสร้างพื้นฐานทางการจราจร และปัญหาสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ เป็นสาเหตุรองลงมา ดังรายละเอียดดังนี้

แผนภูมิ : การวิเคราะห์สภาพปัญหาอุบัติเหตุจราจร



ปัญหาอุบัติเหตุจราจรที่เกิดจากคน

ปัญหาอุบัติเหตุจราจรที่เกิดจากคน ซึ่งหมายถึงผู้ใช้รถใช้ถนน ผู้บริหารโครงการมองว่า ปัญหาส่วนใหญ่เกิดจากความประมาทของผู้ขับขี่ รวมทั้งการขาดความรับผิดชอบต่อส่วนรวม ไม่มีมารยาทและขาดน้ำใจในการขับขี่ และบางส่วนขาดความรู้เรื่องกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับทางการจราจร รวมทั้งสภาพร่างกายและจิตใจของผู้ใช้รถใช้ถนนที่ไม่ปกติ จึงเป็นสาเหตุทำให้เกิดอุบัติเหตุทางการจราจรขึ้นได้

1. ขาดความรู้ความสามารถในการใช้รถใช้ถนน การที่ผู้ใช้รถใช้ถนนในจังหวัดภูเก็ตขาดความรู้ในเรื่องกฎหมายและระเบียบข้อบังคับทางการจราจร รวมถึงความรู้ความสามารถในการขับขี่ยานพาหนะและการเดินเท้าที่ปลอดภัย มีสาเหตุเนื่องจากจังหวัดภูเก็ตไม่มีโรงเรียนสอนขับรถที่สามารถให้ความรู้ความสามารถในการขับขี่ได้อย่างแท้จริง ขาดการจัดอบรมให้ความรู้แก่ประชาชน ประกอบกับแหล่งเผยแพร่ความรู้ข้อมูลข่าวสารมีไม่เพียงพอ ประชาชนจึงขาดความระมัดระวังในการค้นหา จึงทำให้ประชาชนขาดความรู้ความเข้าใจในด้านการจราจรและเพิกเฉยต่อการแสวงหาความรู้ นอกจากนี้ ผู้บริหารโครงการบางคนยังมองว่า ระบบการทดสอบความรู้ความสามารถในการขับขี่ยานพาหนะเพื่อขอรับใบอนุญาตขับขี่ยังมีข้อบกพร่องทำให้ผู้ขับขี่ที่ได้รับใบอนุญาตขับขี่ไม่มีความสามารถเท่าที่ควร และที่สำคัญ คือการขาดการติดตามพฤติกรรมกรรมการขับขี่ของผู้ที่ได้รับใบอนุญาตขับขี่ไปแล้ว ไม่มีระบบการติดตามประเมินผล จึงไม่สามารถนำกลับมาเข้ารับการอบรมทบทวนความรู้หรือเพิ่มเติมประสิทธิภาพความสามารถในการขับขี่ได้ รวมทั้งไม่มีมาตรการทางกฎหมายที่จะเรียกคืนใบอนุญาตการขับขี่จากผู้ขับขี่ที่ขาดประสิทธิภาพได้ ดังที่ พ.ศ.ท. ชีระพล ทิพย์เนตร กล่าวไว้ว่า “คุณลองคิดดูก็แล้วกัน คนขับรถที่พิการแขนขาด ขาขาด หากเขามีใบขับขี่มาก่อนเราก็ไม่สามารถที่จะห้ามไม่ให้เขาขับรถได้ เพราะเขามีสิทธิตามกฎหมาย”

2. ความประมาทและขาดความรับผิดชอบในการใช้รถใช้ถนน สาเหตุการเกิดอุบัติเหตุจากรถจากผู้ใช้รถใช้ถนนที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การขาดความรับผิดชอบในการใช้รถใช้ถนน ประชาชนบางส่วนเป็นผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายระเบียบข้อบังคับทางการจราจรแต่ขาดความรับผิดชอบ มักจะกระทำการฝ่าฝืนกฎจราจรอยู่เป็นประจำ โดย พ.ศ.ท. ชีระพล ทิพย์เนตร ระบุว่า “สถิติการจับกุมผู้ขับขี่ที่ฝ่าฝืนกฎจราจรในจังหวัดภูเก็ตมีอัตราเพิ่มขึ้นทุกปี” นอกจากนี้ยังขาดความรับผิดชอบต่อการใช้รถใช้ถนนแล้วยังขาดมารยาทและไม่มีความสนใจในการขับขี่ การเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่หรือเคารพในสิทธิซึ่งกันและกันมีน้อย การขับขี่ยานพาหนะในจังหวัดภูเก็ตมักอยู่ในลักษณะชิงทาง เอารัดเอาเปรียบ เห็นแก่ตัว ขาดความรับผิดชอบต่อสังคม การขับขี่จึงไม่มีระเบียบวินัย ทำให้เสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุได้ง่ายดังที่ คุณบุญมา หาญวานิช กล่าวไว้ว่า “หากคุณสามารถขับขี่รถในจังหวัดภูเก็ตได้อย่างปลอดภัย คุณสามารถที่จะขับรถได้ทั่วโลก” แสดงให้เห็นถึงการขาดระเบียบวินัยของการขับขี่และอัตราเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุจากรถในจังหวัดภูเก็ตมีสูง นอกจากความประมาท การขาดความรับผิดชอบ ขาดมารยาทและไม่มีความสนใจในการขับขี่แล้ว ผู้ขับขี่ที่กระทำความผิดและถูกจับกุมก็ยังพยายามหลีกเลี่ยงและใช้ระบบอภิสิทธิ์ต่าง ๆ เพื่อให้ตนเองพ้นจากการลงโทษอีกด้วย แสดงให้เห็นถึงการขาดความรับผิดชอบต่อการกระทำของตัวเองของผู้ขับขี่ซึ่งพบเห็นเป็นประจำ

3. สภาพร่างกายและจิตใจของผู้ขับขี่ที่ไม่ปกติ ผู้บริหารโครงการยังได้ให้ความสำคัญต่อสภาพร่างกายและจิตใจของผู้ขับขี่ที่มีผลต่อการเกิดอุบัติเหตุจราจร ทั้งนี้เนื่องจากจังหวัดภูเก็ตเป็นสังคมเมือง มีพื้นที่เป็นเกาะเล็ก ๆ แต่มีจำนวนประชากรหนาแน่นมาก ประกอบกับเป็นเมืองท่องเที่ยวจึงทำให้สภาพการจราจรค่อนข้างจะติดขัดโดยเฉพาะเวลาเร่งด่วน และเผชิญกับการขับขี่ในลักษณะที่ไร้ระเบียบ ไร้มารยาท ไร้น้ำใจ ทำให้ผู้ขับขี่หงุดหงิด อารมณ์เสียได้ง่าย และผู้ขับขี่บางรายยังใช้สารเสพติดในการขับขี่อีกด้วยโดยเฉพาะยาบ้า ซึ่งทางสำนักงานสาธารณสุขและกองกำกับการตรวจรื้อว่าจากการสุ่มตรวจปัสสาวะพนักงานขับรถ พบว่าอัตราการใช้อาบน้ำในพนักงานขับรถมีสูงพอสมควร จึงเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุจราจรได้ง่าย ตลอดจนถึงการเสพยาหรือของมึนเมาขณะขับขี่ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดอุบัติเหตุจราจร โดยเฉพาะเวลากลางคืน จากข้อมูลของคุณอำเภอไพทรรณ ภวพัฒนานุสรณ์ พบว่า “สถิติการเกิดอุบัติเหตุจราจรในจังหวัดภูเก็ตในช่วงเวลากลางคืนจะสูงกว่ากลางวัน และในจำนวนผู้ที่ประสบอุบัติเหตุเวลากลางคืน ร้อยละ 20 มักเป็นผู้ดื่มสุรา”

ปัญหาอุบัติเหตุที่ไม่ได้เกิดจากคน

อุบัติเหตุจราจรในจังหวัดภูเก็ตนอกจากมีสาเหตุมาจากคนซึ่งเป็นผู้ใช้รถใช้ถนนแล้ว ผู้บริหารโครงการยังได้ระบุปัจจัยทางด้านสภาพการจราจรที่หนาแน่น โครงสร้างพื้นฐานการจราจรที่ไม่เพียงพอและไม่ได้มาตรฐาน สภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ที่เป็นพื้นที่ราบสลับภูเขา และฤดูฝนที่ยาวนานก็เป็นสาเหตุหนึ่งของการเกิดอุบัติเหตุจราจรในจังหวัดภูเก็ต โดยระบุว่าเป็นสาเหตุรองจากปัจจัยที่เกิดจากคน

1. สภาพการจราจรที่หนาแน่น จังหวัดภูเก็ต เป็นจังหวัดท่องเที่ยวทำให้ความหนาแน่นของประชากรมีสูง ประกอบกับจังหวัดภูเก็ตมีระบบขนส่งมวลชนไม่เพียงพอ ประชาชนจำเป็นต้องแสวงหารถส่วนตัวไว้ใช้สำหรับการสัญจรไปมา รวมทั้งรถเช่าสำหรับบริการแก่นักท่องเที่ยว ทำให้จำนวนรถเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะรถจักรยานยนต์ซึ่งมีราคาถูกและใช้งานได้คล่องตัว ในปัจจุบันสำนักงานขนส่งจังหวัดคาดคะว่า “ประชาชนชาวจังหวัดภูเก็ตจะมีรถจักรยานยนต์เฉลี่ย 2-3 คันต่อหัวคนเรือน” ยานพาหนะส่วนตัวจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการเดินทางในจังหวัดภูเก็ต ดังที่ คุณนิพนธ์ ชนิดกุล กล่าวไว้ว่า “อยู่ในภูเก็ตถ้าไม่มีรถเหมือนไม่มีเท้า” เพราะการเดินทางภายในจังหวัดภูเก็ตจำเป็นต้องใช้ยานพาหนะส่วนตัว เนื่องจากการขาดระบบขนส่งมวลชนนั่นเองโดยเฉพาะในเขตเมืองแทบจะไม่มีระบบขนส่งมวลชนเลย ด้วยเหตุนี้จึงทำให้จำนวนรถเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว สภาพการจราจรจึงหนาแน่น โอกาสเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุจราจรจึงมีสูง รวมทั้งการบริการรถเช่าแก่นักท่องเที่ยวก็เป็นส่วนหนึ่งของการเกิดอุบัติเหตุจราจร

เพราะผู้เช่าไม่มีความชำนาญเส้นทาง หรือบางครั้งสับสนกับเส้นทางและเครื่องหมายการจราจร โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติ และนักท่องเที่ยวบางคนก็ไม่มี ความชำนาญในการขับขี ต่อที่ควรแต่ก็สามารถเช่ารถมาขับขีได้ โดยเฉพาะเด็ก ๆ โดยผู้บริหารโครงการแนะนำให้ไปสังเกต ความบริเวณถนนเลียบชายหาดจะพบเห็นนักท่องเที่ยวที่เป็นเด็กเช่ารถมาขับขีท่องเที่ยวกัน

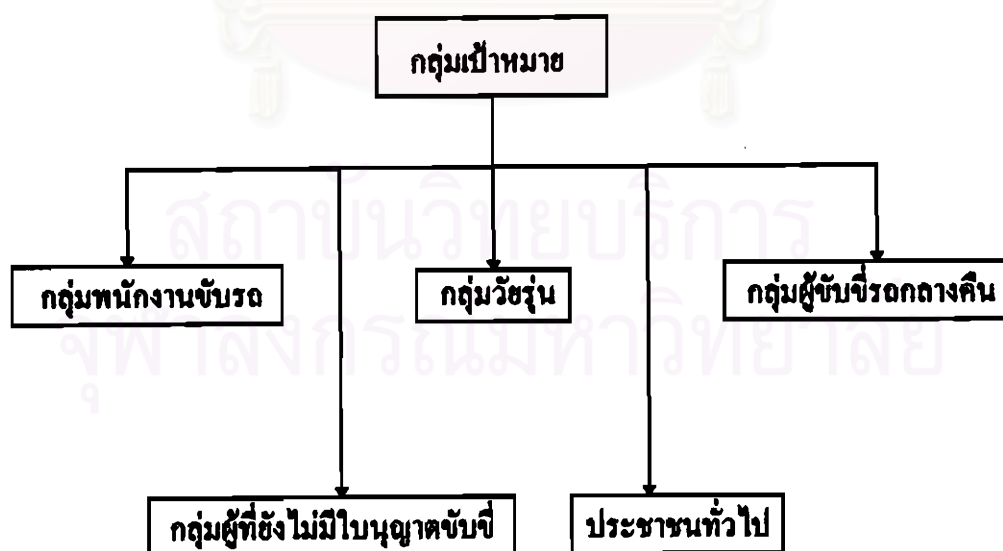
2. โครงสร้างพื้นฐานการจราจร จากการศึกษาผู้บริหารโครงการยังพบอีกว่า จากการศึกษาที่จังหวัดภูเก็ตได้รับการพัฒนาเจริญก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว ทำให้โครงสร้างพื้นฐาน การจราจรมีไม่เพียงพอและบางจุดไม่ได้มาตรฐาน ด้วยพื้นที่ของเกาะภูเก็ตที่มีอยู่อย่างจำกัด จึงไม่สามารถขยายเส้นทางเพื่อรองรับการจราจรที่หนาแน่นได้ ประกอบกับขาดการวางผังเมือง ที่ดี การก่อสร้างหรือซ่อมแซมถึงสาธารณูปโภคต่างๆ ทั้งไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ ถนนดินต้อง รื้อถอนเส้นทางจราจรบ่อยครั้ง ทำให้พื้นผิวการจราจรลดลง รวมทั้งมีสิ่งกีดขวางทาง การจราจรเกิดขึ้น จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดอุบัติเหตุจราจรขึ้นได้ โดยมีคำกล่าวเกี่ยวกับการ รื้อถอนพื้นผิวการจราจรเพื่อซ่อมแซมและปรับปรุงถึงสาธารณูปโภคในจังหวัดภูเก็ตว่า “เดือนนี้โยธาดม เดือนหน้าประปาขุด เดือนต่อไปโทรศัพท์รื้อ เป็นอย่างนี้ทั้งปีทั้งชาติ” แสดงถึง ความถี่ของการรื้อถอนและมีสิ่งกีดขวางการจราจรที่สร้างปัญหาและความเบื่อหน่ายให้กับ ประชาชนในจังหวัดภูเก็ตเป็นอย่างยิ่ง

3. สภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ สาเหตุอีกประการหนึ่งของการเกิดอุบัติเหตุ จราจร คือ ลักษณะทั่วไปของพื้นที่ของจังหวัดภูเก็ตเป็นภูเขาตลิ่งพื้นที่ราบ ซึ่งพื้นที่ส่วนใหญ่ ของจังหวัดภูเก็ตร้อยละ 70 เป็นภูเขา ทำให้เส้นทางจราจรส่วนที่ตัดผ่านพื้นที่ที่เป็นภูเขาจึงมี ความลาดชัน ทำให้เกิดอุบัติเหตุจราจรได้ง่ายโดยเฉพาะเวลาฝนตกถนนจะลื่น ซึ่งสภาพอากาศ และฤดูกาลของจังหวัดภูเก็ตส่วนใหญ่จะเป็นฤดูฝน คือในรอบหนึ่งปีจะมีฝนตกยาวนานถึง 8 เดือน ทำให้ความถี่ของการเกิดอุบัติเหตุจราจรมีระยะเวลาอันมากขึ้นด้วย ผู้บริหารมักกล่าวกับผู้วิจัย ว่า “หากคุณมาศึกษาปัญหาอุบัติเหตุจราจรในช่วงหน้าฝน รับรองได้ว่าคุณจะได้เห็นอุบัติเหตุทาง การจราจรแน่นอน ในจังหวัดภูเก็ตถนนแทบทุกสายจะมีความลาดเอียงไม่มากนักน้อยเพราะมี ลักษณะเป็นเกาะ โดยเฉพาะถนนสายหลักที่เดินทางไปหาดป่าตองจะมีความลาดชันและคดเคี้ยว มาก” แต่ผู้บริหารโครงการบางส่วนก็ยอมรับว่าทางจังหวัดภูเก็ตได้พยายามปรับปรุงเส้นทาง การจราจรให้ดีขึ้นกว่าแต่ก่อนมากและในแผนงานของโครงการนำร่อง ๑ การปรับปรุงถนนหนทาง ก็เป็นส่วนหนึ่งของแผนงานหลัก แต่ผู้บริหารโครงการยังให้ความสำคัญในตัวคนมากกว่าที่เป็น สาเหตุของการเกิดอุบัติเหตุ โดยให้ความเห็นว่า “หากนิสัยการขับขีของผู้ใช้รถใช้ถนนยังเป็น ลักษณะอย่างนี้ ต่อให้มีถนนที่ดีกว่านี้ตีบเท่าโอกาสของการเกิดอุบัติเหตุก็ยังมีสูง”

การวิเคราะห์สภาพปัญหาการเกิดอุบัติเหตุจากรางในจังหวัดภูเก็ตของผู้บริหารโครงการการรณรงค์ป้องกันและแก้ไขอุบัติเหตุจากรางต่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับสาเหตุที่เกิดจากคนซึ่งเป็นผู้ใช้รถใช้ถนนเป็นสาเหตุหลัก ทั้งในประเด็นการขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับทางการจราจร ความประมาท การขาดความรับผิดชอบต่องังคม การขาดมารยาทและไม่มีน้ำใจในการขับขี่ รวมทั้งสภาพร่างกายและจิตใจของผู้ขับขี่ที่ไม่ปกติ มีการใช้สารเสพติดและดื่มสุรา ส่วนปัจจัยทางด้านความหนาแน่นของการจราจร ความไม่พอเพียงและขาดมาตรฐานของโครงสร้างพื้นฐานการจราจรและสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ที่เป็นภูเขา สลับที่ราบทำให้อันตรายและคดเคี้ยว รวมทั้งสภาพฤดูกาลที่มีฝนตกยาวนานของจังหวัดภูเก็ต เป็นสาเหตุรองของการเกิดอุบัติเหตุจากราง

2. การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมายที่ทางผู้บริหารโครงการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจากรางในจังหวัดภูเก็ตมองว่าเป็นกลุ่มเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุจากราง ได้แก่ กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มพนักงานขับรถ กลุ่มผู้ที่ยังไม่มีใบอนุญาตขับขี่ กลุ่มผู้ขับขี่รถกลางคืน และกลุ่มประชาชนทั่วไป โดยทุกคนให้ความเห็นว่า กลุ่มวัยรุ่นเป็นกลุ่มที่เสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุจากรางมากที่สุด โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 15 - 24 ปี

แผนภูมิ : การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายโครงการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจากราง



1. กลุ่มวัยรุ่นซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา กลุ่มนี้มีมักจะชอบเสี่ยง ทำท้าย และส่วนใหญ่มักใช้รถจักรยานยนต์เป็นพาหนะในการเดินทางไปโรงเรียน จึงมีพฤติกรรมการขับขี่

ที่ประมาณ ขอบขับรถซึ่งแข่งขันกันในที่สาธารณะและฝ่าฝืนกฎจราจร รวมทั้งไม่นิยมนั่งที่จะสวมใส่หมวกนิรภัยเวลาขับขี่รถจักรยานยนต์ นอกจากนี้วัยรุ่นบางส่วนยังไม่มีใบอนุญาตขับขี่รถจึงไม่ผ่านการทดสอบความรู้ความสามารถในการขับขี่ ดังนั้นคุณบุญมา หาญวานิช ให้ความเห็นว่า “กลุ่มที่เสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุจราจรสูงสุดในจังหวัดภูเก็ต คือ กลุ่มวัยรุ่น เพราะเป็นกลุ่มที่ใช้รถจักรยานยนต์มากที่สุด และขับขี่ประมาทมากที่สุด ที่สำคัญเป็นกลุ่มที่ไม่นิยมนั่งหมวกกันน็อคมากที่สุดด้วย” ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ตที่ระบุเกี่ยวกับกลุ่มอายุที่ประสบอุบัติเหตุจราจรมากที่สุด คือ อายุระหว่าง 14-25 ปี

2. กลุ่มพนักงานขับรถ เป็นกลุ่มที่มีใบอนุญาตขับขี่แล้วเป็นส่วนใหญ่จึงผ่านการทดสอบความรู้ความสามารถในการขับขี่ แต่เป็นกลุ่มที่เสี่ยงต่อการใช้สารเสพติด โดยเฉพาะชาบ้า ทั้งนี้เนื่องจากสภาพความจำเป็นและมีค่านิยมในการใช้สารเสพติดช่วยเพิ่มความสามารถในการขับรถ และเป็นกลุ่มที่ก่อให้เกิดความสูญเสียชีวิตสูงหากเกิดอุบัติเหตุจราจรขึ้น เพราะมักจะขับขี่รถที่มีขนาดใหญ่ เช่น รถบรรทุก รถโดยสารประจำทาง รถท่องเที่ยว สานเหตุที่กลุ่มพนักงานขับรถเป็นกลุ่มมาของการรณรงค์อีกประการหนึ่งคือ เป็นนโยบายของจังหวัดภูเก็ตที่ต้องการดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว จึงให้ความสำคัญกับพนักงานขับรถเพราะส่วนหนึ่งเป็นพนักงานขับรถทัวร์บริการนักท่องเที่ยว

3. กลุ่มผู้ขับรถเวลากลางคืน เนื่องจากอุบัติเหตุจราจรในเวลากลางคืนเกิดขึ้นมากกว่าเวลากลางวัน ซึ่งนอกจากจะมีสาเหตุทางด้านระดับการมองเห็นของผู้ขับขี้น้อยกว่ากลางวันแล้ว สาเหตุสำคัญอีกประการหนึ่งคือผู้ขับขี้นักมีพฤติกรรมการดื่มสุราแล้วขับขี่ยานพาหนะ ทั้งนี้จังหวัดภูเก็ตมีแหล่งท่องเที่ยวยามราตรีเป็นจำนวนมาก ดังสมญานามว่าเป็นเกาะสวรรค์ อัตราการขับขี่ขณะมีเมมาสุราจึงมีสูง จึงทำให้ผู้ขับขี้นักมีโอกาสดูประมาทอุบัติเหตุจราจรมีสูง กลุ่มผู้ขับขี้นเวลากลางคืนจึงถือเป็นกลุ่มเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุจราจรที่จะต้องหามาตรการแก้ไขให้ถึงเห็นถึงความระมัดระวังในการใช้รถใช้ถนนในเวลากลางคืน

4. กลุ่มผู้ที่ยังไม่มีใบอนุญาตขับขี่ ถือได้ว่าเป็นกลุ่มที่กำลังเริ่มขับรถ หรือบางคนขับมานานแล้วแต่ยังไม่มีใบอนุญาตขับขี่ จึงไม่ได้ผ่านการทดสอบความรู้ความสามารถในการใช้รถใช้ถนนอย่างถูกต้องและปลอดภัย จึงเป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่ผู้บริหารโครงการให้ความสำคัญ เพราะสามารถที่ปลูกฝังทัศนคติและค่านิยมการขับขี่ที่ถูกต้องได้ โดยการให้ความรู้ สร้างความเข้าใจในกฎระเบียบข้อบังคับทางการจราจรและเพิ่มทักษะในการใช้รถใช้ถนนได้อย่างปลอดภัย รวมทั้งปลูกฝังค่านิยมการขับขี่อย่างมีมารยาท มีน้ำใจและเคารพสิทธิต่อเพื่อนร่วมทาง

5. กลุ่มประชาชนทั่วไป ทั้งผู้ใช้รถใช้ถนน เนื่องจากการเกิดอุบัติเหตุมีไข่มายถึง การขับขี่โดยประมาทเท่านั้น บางครั้งก็ได้รับผลกระทบจากคนอื่นซึ่งไม่ได้ก่อขึ้นเอง ประชาชน ทุกคนควรระมัดระวังการใช้รถใช้ถนนโดยเฉพาะคนเดินเท้า จากการรวบรวมข้อมูลสถิติการเกิด อุบัติเหตุจากรายของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ตพบว่าจำนวนผู้ที่เดินเท้าถูกรถเฉี่ยวชน มีมากขึ้น โดยเจ้าหน้าที่กล่าวว่า “ปัญหาอุบัติเหตุจากรถซึ่งแต่ก่อนอุบัติเหตุมักเกิดกับคนที่ขับขี่ ยานพาหนะเท่านั้น แต่ปัจจุบันผู้เดินเท้ากลับมีโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุสูงขึ้น แทนทุกวันจะ มีรายงานการเฉี่ยวชนผู้เดินเท้าอย่างน้อยหนึ่งราย หากไม่มีความระมัดระวังโอกาสถูกรถชนก็จะมี สูง จะเดินบนถนนเหมือนแต่ก่อนไม่ได้แล้ว ถ้าพึ่งเฉพาะรถก็ไม่มีที่จะให้วิ่งอยู่แล้ว ประชาชนทุก คนควรมีความตระหนักและระมัดระวังในปัญหาอุบัติเหตุจากรถ นอกจากนี้ประชาชนทุกคนควรมี ส่วนร่วมในการป้องกันและแก้ไขปัญหาอุบัติเหตุจากรถ เนื่องจากส่งผลกระทบต่อทุกคนทั้งทาง ร่างกาย จิตใจ เศรษฐกิจและสังคม เพราะเมื่อเกิดอุบัติเหตุนอกจากจะเกิดการบาดเจ็บ ซึ่งจะห้อง เกิดการสูญเสียทางร่างกายและจิตใจแล้ว ยังจะต้องเสียทรัพย์สินเงินทองในการรักษาพยาบาล ที่สำคัญจะต้องเสียเวลาจากสภาพการจราจรที่ติดขัด ทำให้เสียอารมณ์อีกด้วย”

3. การวิเคราะห์องค์กร จากการศึกษาหน่วยงานที่รับผิดชอบการดำเนินงาน โครงการพรรคป้องกันอุบัติเหตุจากรถ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 5 หน่วยงาน คือ สำนักงานขนส่งจังหวัด สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด สำนักงานศึกษาธิการจังหวัด สำนักงาน ประชาสัมพันธ์จังหวัดและกองกำกับการตำรวจจราจรจังหวัด พอจะสรุปประเด็นเกี่ยวกับการ วิเคราะห์องค์กรทั้งทางด้านจุดเด่น (Strengths) จุดด้อย (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และ ปัญหาอุปสรรค (Threats)ของการดำเนินงานได้ ดังนี้

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตาราง : การวิเคราะห์เปรียบเทียบจุดเด่นจุดด้อยขององค์กรที่ดำเนินงานโครงการรณรงค์ป้องกัน
อุบัติเหตุจากรถ

จุดเด่น (Strengths)	จุดด้อย (Weaknesses)
1. บุคลากรมีความพร้อมในการดำเนินงานและมีความคุ้นเคยกับปัญหาอุบัติเหตุจากรถ เพราะมีประสบการณ์การทำงานด้านการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจากรถ	1. การวางแผนขาดข้อมูลเชิงลึกในด้านพฤติกรรมเสี่ยงของกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากขาดการศึกษาวิจัยก่อนดำเนินงาน
2. มีการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่ดี ทำให้การดำเนินงานไม่ขัดแย้งและซ้ำซ้อน และสามารถดำเนินงานร่วมกันได้ดี	2. ขาดบุคลากรที่ชำนาญการออกแบบสารและขาดการประเมินสื่อก่อนนำไปใช้จริง ทำให้คุณภาพของสื่อลดลง
3. มีระบบการรวบรวมข้อมูลที่รวดเร็ว ข้อมูลมีความเป็นปัจจุบัน ชนิดวันต่อวัน สามารถนำไปใช้ในการวางแผนและประเมินผลการดำเนินงานได้ทันที	3. บางหน่วยงานขาดบุคลากรที่จะปฏิบัติงานในชุมชน โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ตำรวจจราจร และขาดบุคลากรปฏิบัติงานในช่วงเทศกาล

จุดเด่น (Strengths)

1. ความพร้อมของหน่วยงานในการดำเนินงาน หลายหน่วยงานบอกว่ามีความพร้อมทางด้านบุคลากรที่จะทำการรณรงค์รวมทั้งงบประมาณก็อยู่ในขั้นที่น่าพอใจ โดยให้ความเห็นว่าเมื่อเปรียบเทียบกับงานประเภทอื่นแล้วงานรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจากรถค่อนข้างได้รับการสนับสนุนมากกว่า จึงสามารถที่จะดำเนินการด้านการเตรียมความพร้อมของทีมงานได้ ประกอบกับทีมงานส่วนใหญ่มีประสบการณ์และความคุ้นเคยกับการดำเนินงานรณรงค์แก้ไขปัญหาอุบัติเหตุจากรถ ทำให้มีความพร้อมในการดำเนินงานพอสมควร

2. ความร่วมมือในการดำเนินงาน การประสานงานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ดี โครงการหลายโครงการมักจะดำเนินร่วมกันทั้งหน่วยงานจากกระทรวงคมนาคม กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงศึกษาธิการและกระทรวงมหาดไทย ตลอดจนมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารด้านอุบัติเหตุจากระหว่างหน่วยงานอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง ทำให้สามารถกำหนดทิศทางการดำเนินงานที่สอดคล้องประสานและผสมกลมกลืนกันได้เป็นอย่างดี การดำเนินงานไม่เกิดความซ้ำซ้อนหรือขัดแย้งกัน ซึ่งจากการสอบถามของผู้วิจัยพบว่า บุคลากรที่ทำงานการรณรงค์อุบัติเหตุจากระของแต่ละหน่วยงานจะมีความคุ้นเคยกันมากบางครั้งทำให้ดูเหมือนว่าเป็นเจ้าหน้าที่หน่วยงานเดียวกัน

3. ระบบการเก็บรวบรวมข้อมูล ความพร้อมอีกประการหนึ่งขององค์กร คือ มีระบบการจัดเก็บข้อมูลการเกิดอุบัติเหตุจากรที่รวดเร็วทำให้ทราบสถานการณ์ที่เป็นปัจจุบันชนิดวันต่อวัน โดยสำนักงานสาธารณสุขจะเป็นศูนย์ข้อมูลทางด้านอุบัติเหตุจากร และจะกระจายข้อมูลให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการวางแผนและดำเนินงาน ซึ่งมีระบบการรวบรวมข้อมูลจะจัดเก็บจากสถานพยาบาลทั้งภาครัฐและเอกชนทุกวันราชการ โดยจะรายงานเข้าสู่สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเพื่อรวบรวมและวิเคราะห์สำหรับเผยแพร่ต่อไป ทำให้ทราบสถานการณ์ความรุนแรงของอุบัติเหตุจากรและสามารถประเมินผลการดำเนินงานในแต่ละช่วงได้

จุดด้อย (Weaknesses)

1. ขาดการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก ส่วนใหญ่จะมองว่าการดำเนินงานการรณรงค์ของหน่วยงานที่ผ่านมาขาดข้อมูลที่เจาะลึกในประเด็นข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ทำให้ขาดข้อมูลหรือข้อเท็จจริงสำหรับการวางแผนที่ถูกต้องและทันสถานการณ์ ทำให้แผนงานหรือกลยุทธ์การดำเนินงานไม่ตรงตามสภาพของปัญหาที่แท้จริง

2. ขาดบุคลากรที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน คือ ทางด้านการออกแบบสารในการรณรงค์ให้น่าดึงดูดใจให้ประชาชนเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม รวมทั้งการผลิตสื่อรณรงค์ก็ไม่ได้ทำการทดสอบก่อนการนำไปใช้ รวมทั้งการนำสื่อจากส่วนกลางมาใช้ก็ไม่ได้ทำการทดสอบสื่อก่อนเช่นกัน

3. ขาดบุคลากรในการปฏิบัติงาน บางหน่วยงานขาดบุคลากรที่จะปฏิบัติงานในชุมชน โดยเฉพาะบุคลากรทางด้านเจ้าหน้าที่ตำรวจจราจรสำหรับอำนวยความสะดวกและดูแลการจราจรให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย โดยเฉพาะเวลาเร่งด่วนความต้องการของตำรวจจราจรใน

การอำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนมีสูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับอัตราค่าจ้างหน้าที่ที่มีอยู่ขาดแคลนมาก ซึ่ง พ.ต.ท. วีระพล ทิพย์เนตร กล่าวว่า “ตำรวจจราจรมีความพร้อมมากในเรื่องอัตราค่าแรง แต่ค่าจ้างตลาดขาดแคลนมากเช่นกัน เพราะมีเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานอยู่จริงไม่ถึงครึ่งหนึ่งของกรอบอัตราค่าแรง” นอกจากนี้บางหน่วยงานไม่สามารถจัดเจ้าหน้าที่ออกปฏิบัติงานในช่วงวันหยุดเทศกาลต่างๆ ทำให้ประสบปัญหาในการดำเนินงานได้

ตาราง : การวิเคราะห์เปรียบเทียบโอกาสและปัญหาอุปสรรคขององค์กรที่ดำเนินงานโครงการ
 อนุรักษ์ป้องกันอุบัติเหตุจราจร

โอกาส (Opportunities)	ปัญหาอุปสรรค (Threats)
1. ได้รับการสนับสนุนทางด้านนโยบายทั้งส่วนกลางและภายในจังหวัด	1. ประชาชนไม่มีทางเลือกในด้านการคมนาคมเนื่องจากระบบขนส่งมวลชนไม่เพียงพอ
2. ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน	2. การจัดสรรงบประมาณส่วนกลางทำให้การเบิกจ่ายล่าช้าและเกิดการหดหายของงบประมาณ
3. ประชาชนให้การสนับสนุนการดำเนินงานในระดับที่ดี	3. การดำเนินงานขัดแย้งกับกลุ่มผลประโยชน์บางกลุ่มในจังหวัด
4. มี สื่อและช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารที่สะดวกและทอเทือง โดยเฉพาะสื่อมวลชนทำให้สามารถเผยแพร่ข่าวสารไปสู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว	4. จำนวนยานพาหนะหนาแน่นมากเกินไป ทำให้ยากต่อการแก้ไขปัญหา
5. พื้นที่แคบสามารถควบคุมทิศทางการจราจรให้เป็นไปในทางเดียวกันได้	

โอกาส (Opportunities)

1. การสนับสนุนทางนโยบาย จังหวัดภูเก็ตได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานระดับสูงในด้านนโยบายทั้งจากส่วนกลางและภายในจังหวัด ในเรื่องนี้ นายแพทย์สาธารณสุขจังหวัดภูเก็ตได้กล่าวไว้ว่า “ปัญหาอุบัติเหตุจากรถทางผู้บริหารโดยเฉพาผู้ว่าราชการคนปัจจุบันได้กำหนดให้เป็นปัญหาเร่งด่วนของจังหวัดภูเก็ตและจะต้องหามาตรการแก้ไขอย่างจริงจัง ซึ่งในขณะนี้หน่วยงานต่างๆได้ร่วมมือร่วมแรงร่วมใจกันอย่างเต็มที่ในการที่จะแก้ไขปัญหาให้มีจำนวนและความรุนแรงของปัญหาลดลง”

2. การสนับสนุนการปฏิบัติงานจากหน่วยงานต่างๆ ภายในจังหวัด จากนโยบายในการแก้ไขปัญหาอุบัติเหตุจากรถของจังหวัดที่ชัดเจน ทำให้การดำเนินงานได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนพอสมควร แต่ผลการดำเนินงานยังไม่สามารถปรากฏเป็นรูปธรรมเท่าที่ควร ผู้บริหารโครงการท่านหนึ่งกล่าวว่า “การดำเนินงานด้านอุบัติเหตุต้องใช้เวลาพอสมควร คงจะเป็นลักษณะค่อยเป็นค่อยไปเพราะเป็นปัญหาเกี่ยวกับพฤติกรรมและจิตสำนึกของคนทำให้ยากต่อการแก้ไข แต่ก็คาดหวังว่าความร่วมมือที่ได้รับจะมีแนวโน้มมากขึ้น ปัญหาอุบัติเหตุก็จะลดลง”

3. ความร่วมมือจากสมาชิกในสังคม ในเรื่องนี้ทางประชาสัมพันธ์จังหวัดได้อ้างว่า “ความร่วมมือของประชาชนในจังหวัดภูเก็ตค่อยข้างดี เมื่อมีการประท้วงจากกลุ่มผลประโยชน์ที่ไม่เห็นด้วยกับมาตรการของทางการในการแก้ไขปัญหาอุบัติเหตุจากรถ ประชาชนก็จะโทรศัพท์เข้ามาให้กำลังใจและให้เงินหน้าแก้ไขปัญหาคือไป อย่างเช่นคอนวรงค์ให้คนซ้อนท้ายรถจักรยานยนต์สวมใส่หมวกกันน็อคก่อนที่จะออกมามาตรการบังคับทางกฎหมาย ก็เกิดการประท้วงจากกลุ่มมอเตอร์ไซด์รับจ้างถึงกับปิดทางและบุ๋บเสาอากาศกลางจังหวัด ตอนนั้นทางจังหวัดต้องขอมล่อนผันให้ พอประชาชนทราบข่าวต่างก็โทรเข้ามาให้กำลังใจเป็นจำนวนมากและบอกว่าเห็นด้วยกับแนวทางของจังหวัด โทรเข้ามาทั้งที่สำนักงานและรายการวิทยุของสำนักงานที่มีอยู่” ในเรื่องดังกล่าวทางผู้บริหารโครงการจากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดก็กล่าวในทำนองเช่นเดียวกัน “เวลาออกปฏิบัติงานในเวลากลางคืนโครงการเมาไม่ขับก็ได้รับความร่วมมือจากผู้ขับขี่ด้วยดีเป็นส่วนใหญ่ มีเหมือนกันที่แสดงความไม่พอใจอ้างว่าทำให้เขาเสียเวลาแต่ก็มีเป็นส่วนน้อย”

4. ความพร้อมของช่องทางการสื่อสาร จังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดเล็ก จึงสามารถเผยแพร่ข่าวสารทางรณรงค์สามารถทำได้หลายช่องทาง ทั้งสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

โดยเฉพาะสื่อมวลชนท้องถิ่นทั้งวิทยุ โทรทัศน์และหนังสือพิมพ์มีจำนวนค่อนข้างมาก และสื่อมวลชนก็ให้ความร่วมมือในระดับหนึ่ง แต่ก็ยังขาดการเผยแพร่ที่เจาะลึกถึงผลกระทบจากการเกิดอุบัติเหตุจากรถ รวมทั้งปัญหาต่างๆ ที่ตามมา

5. พื้นที่เล็กสามารถควบคุมทิศทางการรณรงค์ได้ การดำเนินงานสามารถควบคุมทิศทางการรณรงค์ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันได้เพราะเป็นจังหวัดเล็กๆ เป็นเกาะที่แยกออกจากผืนแผ่นดินใหญ่ ทำให้ง่ายต่อการดำเนินงาน ผู้บริหารโครงการท่านหนึ่งกล่าวให้เหตุผลในประเด็นนี้ว่า “การที่มีลักษณะเป็นเกาะเล็กๆของจังหวัดภูเก็ต จึงได้รับคัดเลือกจากส่วนกลางให้เป็นพื้นที่ดำเนินงานโครงการนำร่องๆ เพื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดที่ควบคุมยากอย่างจังหวัดนครปฐม”

ปัญหาและอุปสรรค (Threats)

1. ประชาชนไม่มีทางเลือกในการคมนาคม เพราะจังหวัดภูเก็ตไม่มีระบบขนส่งมวลชนที่เพียงพอต่อจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นทุกปี หลายคนบอกว่า “ถ้าจะแก้ไขปัญหาอุบัติเหตุจากรถในจังหวัดภูเก็ตให้ได้ผลจะต้องมีระบบขนส่งมวลชนมารองรับการคมนาคมโดยเร็ว” ทำให้การรณรงค์แก้ไขปัญหาอุบัติเหตุจากรถไม่สามารถเสนอทางเลือกที่ดี สะดวกสบายแก่ประชาชนได้ ทำให้การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเกิดขึ้นช้า

2. การจัดสรรงบประมาณตามระบบราชการทำให้เกิดความล่าช้าหรือการหดหายของงบประมาณอีกด้วย อีกทั้งไม่สามารถกำหนดแผนการดำเนินงานในระยะยาวได้ต้องรอกำหนดวงเงินงบประมาณจากส่วนกลาง โดยผู้บริหารโครงการกล่าวตัดพ้อว่า “ทราบว่างบประมาณที่จัดสรรให้กับจังหวัดภูเก็ตสำหรับการแก้ไขปัญหาอุบัติเหตุจากรถมีเงินจำนวนมากพอสมควร แต่ส่วนกลางเป็นผู้จัดสรรทำให้เราได้รับเพียงน้อยนิด และมีข้อกำหนดการใช้จ่ายไว้ด้วยทำให้ไม่สามารถใช้ในสิ่งที่ต้องการเพื่อให้สอดคล้องกับปัญหา”

3. การดำเนินงานขัดแย้งกลุ่มผลประโยชน์ การแก้ไขปัญหาอุบัติเหตุจากรถของจังหวัดภูเก็ตบางครั้งไปขัดแย้งกับผลประโยชน์ของคนบางกลุ่ม ทำให้ไม่สามารถดำเนินงานได้อย่างเต็มที่ เช่น การรณรงค์ให้ผู้ซ้อนท้ายรถรถจักรยานยนต์สวมใส่หมวกกันน็อกก็ไปขัดแย้งกับกลุ่มมอเตอร์ไซด์รับจ้าง หรือการจัดทำระบบขนส่งมวลชนก็ขัดแย้งกับผู้ประกอบการรถรับจ้างที่มีอยู่เดิม แม้กระทั่งการควบคุมอัตราค่าโดยสารของรถประเภทต่างๆ ทางกรมไม่สามารถกระทำได้

อย่างเต็มที่ โดยเจ้าหน้าที่ขนส่งจังหวัดยกตัวอย่างให้ฟัง “ตามประกาศของจังหวัดคำโดยสารรถตู้สี่ล้อ (ตุ๊กๆ) ที่วิ่งรับส่งผู้โดยสารภายในตัวเมืองเท่ากับลิบบาท แต่ความเป็นจริงผู้โดยสารต้องจ่ายถึงลิบบาทเลยทีเดียว ถ้าไม่เชื่อลองไปใช้บริการที่ท่ารถดู”

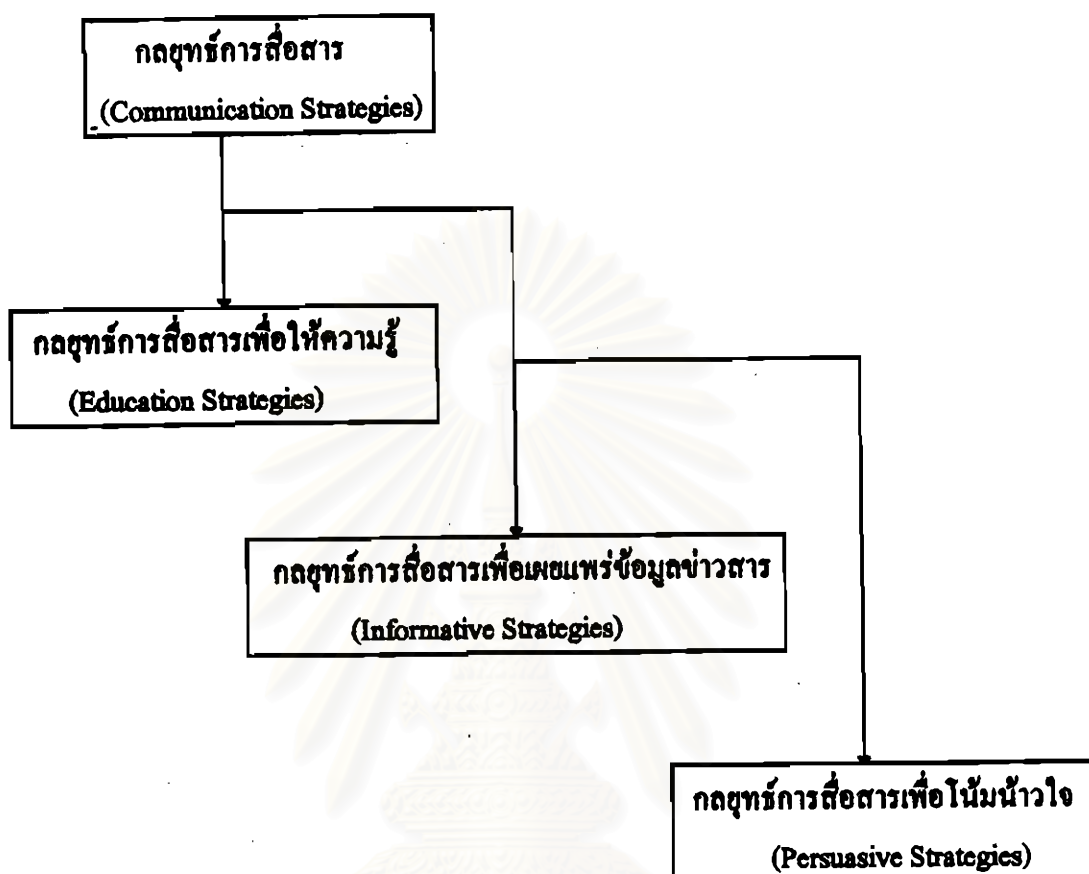
4. จำนวนรถมีมาก การที่จังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดเล็กแต่มีจำนวนรถมากเกิน ไปทำให้ยากต่อการแก้ไขปัญหา ในขณะที่ถนนมีอยู่อย่างจำกัด ไม่สามารถขยายเพิ่มได้แต่จำนวนรถเพิ่มขึ้นทุกวัน มีบางท่านเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาแบบหมดหนทางแล้วว่า “ถ้าจะแก้ไขปัญหาอุบัติเหตุจากรถของจังหวัดภูเก็ตให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด คือ จะต้องจำกัดจำนวนรถให้ลดลง”

2. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อรณรงค์ส่งเสริมความปลอดภัยทางการจราจรในจังหวัดภูเก็ต

จากการศึกษาเอกสารโครงการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจากรถ และสัมภาษณ์ผู้บริหารโครงการ พบว่า การรณรงค์ป้องกันและแก้ไขปัญหาอุบัติเหตุจากรถในจังหวัดภูเก็ต ภายใต้โครงการนำร่องการจัดทำแผนแม่บทด้านความปลอดภัยและการจัดทำระบบสารสนเทศด้านอุบัติเหตุจากรถบนถนน ได้มีการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารสำหรับดำเนินงานโครงการ ใน 3 ลักษณะ คือ กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อให้ความรู้ (Education Strategies) กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร (Informative Strategies) และกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ (Persuasive Strategies) ซึ่งสอดคล้องกับการวิเคราะห์ปัญหาที่ผู้บริหารโครงการต่างมองว่า คนเป็นสาเหตุหลักของการเกิดอุบัติเหตุจากรถ ทั้งในด้านการขาดความรู้ ความประมาทในการขับขี่ ขาดความรับผิดชอบต่อสังคม ขาดระเบียบวินัย ไม่มีมารยาทและไม่มีน้ำใจในการขับขี่และการมีสภาพร่างกายที่ไม่พร้อมจะขับขี่ยานพาหนะ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนภูมิ : กลยุทธ์การสื่อสารโครงการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจราจร



1. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อให้ความรู้(Education Strategies) เพื่อเสริมสร้างความรู้ในเรื่องกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับทางการจราจร และสามารถนำไปใช้ได้ถูกต้องและใช้รถใช้ถนนได้อย่างปลอดภัย ตลอดจนการนำเอาความรู้ไปเผยแพร่ต่อกลุ่มอื่น ๆ ต่อไป เพราะผู้บริหารโครงการมองว่า ความรู้ คือ พื้นฐานของการเปลี่ยนค่านิยมและทัศนคติต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการขับขี่

2. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร (Informative Strategies) เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจในสถานการณ์ความรุนแรงของการเกิดอุบัติเหตุจราจรและความสูญเสียที่เกิดขึ้น ทั้งผลกระทบต่อร่างกาย จิตใจ ทรัพย์สิน และทางสังคม เพื่อให้สมาชิกในสังคมเกิดความตระหนักในความสำคัญและให้ความร่วมมือต่อการแก้ไขปัญหาอุบัติเหตุจราจรอย่างจริงจัง ซึ่งผู้บริหารโครงการได้เน้นย้ำว่า “การแก้ไขปัญหาอุบัติเหตุจราจรขึ้นอยู่กับการสร้างจิตสำนึกของคน”

3. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ (Persuasive Strategies) เมื่อกลุ่มเป้าหมายมีความรู้ มีความสามารถในการใช้รถใช้ถนนได้อย่างถูกต้องแล้ว และมีความเข้าใจถึงสถานการณ์ ความรุนแรงของอุบัติเหตุจราจร การโน้มน้าวใจให้ปฏิบัติตามกฎข้อบังคับทางการจราจร จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องเกิดขึ้น เพื่อให้การรณรงค์ป้องกันและแก้ไขอุบัติเหตุจราจรในจังหวัดภูเก็ต ประสบผลสำเร็จ

สำหรับกลวิธีการดำเนินงานตามกลยุทธ์การสื่อสารของโครงการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจราจรในจังหวัดภูเก็ต ได้มีการดำเนินงานโครงการสื่อสารผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อบุคคล สื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจ เพื่อให้การรณรงค์สามารถเข้าถึงและได้รับการยอมรับจากกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด อันจะนำไปสู่การมีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง ตลอดจนการให้ความร่วมมือในการป้องกันและแก้ไขปัญหาอุบัติเหตุจราจรให้ลดลง ซึ่งจากการศึกษากลวิธีการดำเนินงานการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจราจร พบว่ามีรายละเอียดการดำเนินงานตามกลยุทธ์การสื่อสารเป็น 3 ประเด็นหลักดังที่กล่าวมาแล้ว ดังนี้

1. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อให้ความรู้ (Education Strategies)

เนื่องจากผู้บริหารโครงการมองว่าปัญหาอุบัติเหตุจราจรที่เกิดจากคน ซึ่งเป็นผู้ใช้รถใช้ถนน ขาดความรู้เรื่องกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับทางการจราจร จึงได้ดำเนินการเผยแพร่ความรู้ให้แก่ประชาชนแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ในรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

1. การให้ความรู้ในกลุ่มนักเรียน นักศึกษา โดยจัดทีมวิทยากรซึ่งผ่านการอบรมการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับทางการจราจรไปให้ความรู้แก่นักเรียน นักศึกษา ในสถานศึกษาดังๆ รวมทั้งการฝึกปฏิบัติในการใช้รถใช้ถนนที่ถูกต้องและปลอดภัย ตลอดจนจัดให้มีการทดสอบเพื่อขอรับใบอนุญาตการขับขี่ให้แก่ นักเรียน นักศึกษาที่มีคุณสมบัติตามกฎระเบียบการขอใบอนุญาตการขับขี่ นอกจากนี้ยังได้จัดอบรมอาสาสมัครจราจรในสถานศึกษาเพื่อออกเผยแพร่กิจกรรมการรณรงค์ในสถานศึกษาต่อไป

2. การให้ความรู้ในกลุ่มพนักงานขับรถโดยสาร พนักงานขับรถทัวร์ท่องเที่ยว หรือรถบรรทุกที่ประกอบการในจังหวัดภูเก็ต เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และความชำนาญในการขับขี่ รวมทั้งสร้าง ความตระหนัก ความรับผิดชอบต่อสังคมโดยการงดเว้นสุราและการใช้สิ่งเสพติดในการขับขี่ โดยการจัดทำโครงการเพิ่มประสิทธิภาพพนักงานขับรถและโครงการรณรงค์ป้องกันและลดอุบัติเหตุทางถนนขึ้น ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้แก่พนักงานขับรถ

ในเรื่องสาเหตุและวิธีการป้องกันการเกิดอุบัติเหตุจรวด และให้พนักงานขับรถมีความรู้และปฏิบัติตามกฎจราจรอย่างเคร่งครัด รวมทั้งให้ทราบถึงพิษภัยยาบ้าและโทษของสุราต่อร่างกายและผลกระทบต่อการใช้ชีวิตประจำวัน

3. กลุ่มผู้ที่มาขอรับใบอนุญาตขับขี่ สำนักงานขนส่งจังหวัดภูเก็ต เป็นผู้รับผิดชอบสำหรับการอบรมให้ความรู้ผู้ที่มาขอรับใบอนุญาตขับรถ โดยจัดอบรมทั้งในสถานที่และนอกสำนักงาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับทางด้านการจราจร เสริมสร้างวินัยและการมีน้ำใจในการขับขี่ การอบรมมีทั้งการให้ความรู้ การฝึกปฏิบัติ และการทดสอบเพื่อขอรับใบอนุญาตขับขี่

4. กลุ่มที่ขับรถกลางคืนหรือกลุ่มนักท่องเที่ยว ได้จัดกิจกรรมรณรงค์เมาไม่ขับ โดยตั้งจุดตรวจหาปริมาณแอลกอฮอล์ในลมหายใจ พร้อมทั้งแจกเอกสาร สถิติเกอร์เมาไม่ขับ และให้คำแนะนำการขับขี่ที่ปลอดภัยเพื่อรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจรวด

5. กลุ่มประชาชนทั่วไป การเผยแพร่ความรู้แก่ประชาชนทั่วไป ดำเนินการโดยการใช้สื่อมวลชน คือ วิทยุ โดยสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ตเป็นผู้ดำเนินงานเผยแพร่ความรู้ด้านอุบัติเหตุจรวดทางรายการวิทยุ และยังได้บริการเผยแพร่ความรู้ทางนิทรรศการในสัปดาห์แห่งความปลอดภัย นอกจากนี้แล้วสำนักงานขนส่งยังได้จัดเจ้าหน้าที่ออกให้ความรู้แก่ประชาชนในเทศบาลต่าง ๆ โดยจะจัดนิทรรศการตามสถานีขนส่งผู้โดยสารในช่วงเทศกาลปีใหม่ เทศกาลตรุษจีน และเทศกาลสงกรานต์ สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดได้ผลิตสโปดเผยแพร่ทางสถานีวิทยุ สถานีโทรทัศน์และในสถานศึกษา และจัดพิมพ์คำขวัญรณรงค์ทางหน้าหนังสือพิมพ์

2. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร (Informative Strategies)

จากการที่มองว่า ประชาชนในจังหวัดภูเก็ตขาดข้อมูลข่าวสารด้านสถานการณ์และความรุนแรงของการเกิดอุบัติเหตุจรวด ทางผู้บริหารโครงการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจรวด จึงได้ดำเนินงานเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้ประชาชนได้รับทราบถึงสถานการณ์การเกิดอุบัติเหตุจรวดและผลกระทบต่าง ๆ ที่จะตามมา เพื่อปลูกจิตสำนึกให้ตระหนักและให้ความสำคัญต่อปัญหาอุบัติเหตุจรวด โดยสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ตได้จัดทำโครงการรายงานข้อมูลอุบัติเหตุจรวดประจำวันทางสถานีวิทยุกระจายเสียง เป็นประจำทุกวัน โดยจะรวบรวมสถิติการเกิดอุบัติเหตุจรวดแต่ละวัน นำมาวิเคราะห์แล้วนำเสนอทางรายการวิทยุ เพื่อให้เห็นถึงลักษณะการเกิดอุบัติเหตุ สาเหตุหรือพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดอุบัติเหตุ รวมทั้งผลเสียที่ตามมา

ทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ เศรษฐกิจ และสังคม เช่น การจับขี้โดยความประมาท การไม่ปฏิบัติตามกฎจราจร การไม่สวมหมวกนิรภัย การไม่คาดเข็มขัดนิรภัย และการเมาสุรา เป็นต้น เพื่อให้ประชาชนทราบจุดเกิดเหตุและสาเหตุของอุบัติเหตุ จะได้มีตระหนักและความระมัดระวังในการขับขี่ ณ จุดนั้น ๆ นอกจากนี้ยังได้เผยแพร่ข้อมูลสถิติการเกิดอุบัติเหตุดังกล่าว เป็นรายสัปดาห์ รายเดือน ทั้งทางสื่อมวลชน คือ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และจัดทำเป็นป้ายแสดงสถิติการเกิดอุบัติเหตุจราจรประจำเดือนในสถานที่สาธารณะตามจุดต่าง ๆ

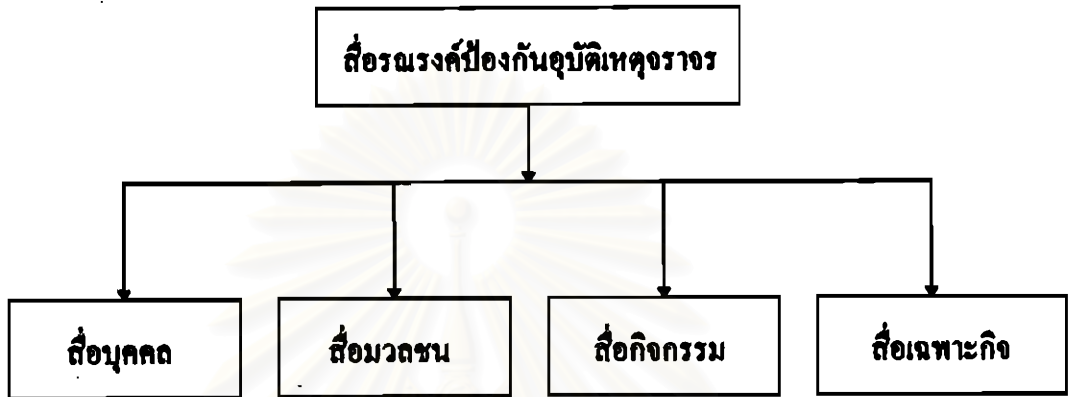
3. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ (Persuasive Strategies)

การรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจราจร นอกจากการให้ความรู้ การให้ข้อมูลข่าวสารแล้ว ทางจังหวัดก็ควรจะได้จัดการรณรงค์โน้มน้าวชักจูงให้ประชาชนหันมาช่วยกันป้องกันและแก้ไขปัญหาอุบัติเหตุจราจร เพื่อลดความสูญเสียทางด้านต่าง ๆ โดยให้หน่วยงานต่าง ๆ จัดทำโครงการรณรงค์ ได้แก่ โครงการประชาสัมพันธ์ลดอุบัติเหตุจราจรของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด โครงการสัปดาห์รณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจราจรและโครงการเมาไม่ขับของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด โครงการเสริมความรู้และสร้างวินัยจราจรแก่ประชาชนของสำนักงานขนส่งจังหวัด และโครงการเสริมสร้างวินัยจราจรในสถานศึกษาของสำนักงานศึกษาธิการจังหวัด เป็นต้น โดยจะจัดกิจกรรมในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการรณรงค์ผ่านสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ ซึ่งจะเน้นรณรงค์การขับขี่ไม่ประมาท การเคารพกฎจราจร การสวมหมวกนิรภัยในการขับขี่ การคาดเข็มขัดนิรภัยในการขับขี่ การงดเว้นสุราและสิ่งเสพติดขณะขับขี่ ตลอดจนให้ประชาชนเกิดจิตสำนึกที่ดี มีความรับผิดชอบต่อส่วนรวม ทั้งผู้ใช้รถและผู้เดินเท้าให้มีน้ำใจ มีมารยาท เคารพสิทธิซึ่งกันและกัน รวมทั้งการฝึกอบรมอาสาสมัครจราจรในสถานศึกษา อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านและผู้นำชุมชนในท้องถิ่นเพื่อเป็นแกนนำในการชักจูงใจให้บุคคลอื่นปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้รถใช้ถนนที่ถูกต้องและปลอดภัย

กลยุทธ์การโน้มน้าวใจเพื่อให้ประชาชนหันมาปฏิบัติตามกฎจราจรและมีความรับผิดชอบต่อการใช้รถใช้ถนนได้กระทำในหลากหลายรูปแบบ โดยพยายามสอดแทรกในกิจกรรมการโน้มน้าวชักจูงใจในกลยุทธ์การสื่อสารทุกด้าน ทั้งกลยุทธ์การสื่อสารด้านการให้ความรู้และการให้ข้อมูลข่าวสาร ทั้งนี้ ผู้บริหารโครงการมองว่า การกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมความปลอดภัยทางการจราจร นอกจากจะดำเนินงานทางด้านการให้ความรู้และสร้างความเข้าใจแล้ว จะต้องทำให้กลุ่มเป้าหมายปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้รถใช้ถนนที่ถูกต้องและปลอดภัย จึงได้ดำเนินกลยุทธ์การสื่อสารที่หลากหลายรูปแบบ ค่อยเนื่องและสม่ำเสมอ

การใช้สื่อรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจราจร

แผนภูมิ : การใช้สื่อรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจราจร



1. สื่อบุคคล สำหรับสื่อหรือช่องทางการเผยแพร่ข้อมูล ความรู้ ข่าวสาร การโน้มน้าวใจผ่านสื่อบุคคล ได้แก่ วิทยากรจากหน่วยงานต่างๆ ที่ดำเนินงานรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจราจรทั้งภาครัฐและหน่วยงานเอกชน อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน อาสาสมัครจราจรในสถานศึกษา ผู้นำชุมชน และเจ้าของประกอบการต่างๆ

2. สื่อมวลชน สำหรับการเผยแพร่ทางสื่อมวลชน ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ สถานีวิทยุ และหนังสือพิมพ์ ซึ่งเป็นสื่อมวลชนท้องถิ่น โดยความถี่จะเน้นหนักทางด้านสถานีวิทยุเนื่องจากกระทำได้ง่ายและรวดเร็วกว่า ส่วนใหญ่จะเป็นการรายงานข่าวจำนวนการเกิดอุบัติเหตุจราจรประจำวันและสปอตวิทยุรณรงค์ในช่วงต่างๆ รวมทั้งการเสนอบทความทางจราจร ส่วนโทรทัศน์จะเป็นลักษณะการรายงานกิจกรรมในช่วงรณรงค์ในช่วงข่าวท้องถิ่น สำหรับหนังสือพิมพ์นอกจากจะเป็นการรายงานข่าวการเกิดอุบัติเหตุแล้วยังมีข้อความรณรงค์ให้ระมัดระวังเกี่ยวกับอุบัติเหตุจราจร ยังได้มีการเผยแพร่เป็นบทความด้วย

3. สื่อเฉพาะกิจ ที่ใช้ในโครงการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจราจรมีทั้งที่ผลิตขึ้นเอง และรับมาจากส่วนกลางได้แก่ สติกเกอร์ แผ่นพับ ป้ายผ้า โปสเตอร์ หนังสือคู่มือ และสื่ออักษรเคลื่อนคอมพิวเตอร์ จากการศึกษาจะพบสื่อเฉพาะกิจเหล่านี้เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะสื่อของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดที่ได้รับจากกรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข

4. สื่อกิจกรรม การจัดกิจกรรมรณรงค์ในด้านต่างๆ เช่น การเดินรณรงค์ การจัดนิทรรศการในช่วงรณรงค์และสอดแทรกในกิจกรรมต่างๆ เช่น การแข่งกีฬาเยาวชน งานวันเด็กแห่งชาติ งานวันแรงงานแห่งชาติและสถาบันแห่งชาติแห่งความปลอตกข์ เป็นต้น

จากการศึกษากลยุทธ์และกลวิธีการสื่อสารเพื่อรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจากรางรถไฟในจังหวัดภูเก็ต ได้ค้นพบการตามบทบาทของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ในหน้าที่ของการสื่อสาร 3 อย่าง คือ การให้ความรู้เรื่องกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับทางการจราจร เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจ และสามารถปฏิบัติได้อย่างถูกต้องจนสามารถใช้รถใช้ถนนได้อย่างปลอดภัย ตลอดจนนำความรู้ความสามารถไปเผยแพร่ต่อไป สำหรับการให้ข้อมูลข่าวสารทางด้านการจราจรแก่ประชาชน โดยเน้นในด้านสถานการณ์และความรุนแรงของผลกระทบที่เกิดจากอุบัติเหตุจากรางรถไฟให้ประชาชนได้รับทราบ เพื่อให้เกิดความตื่นตัวต่อปัญหาอุบัติเหตุจากรางรถไฟ และให้ความสำคัญที่จะร่วมมือกันแก้ไขปัญหาคือต่อไป เมื่อประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาอุบัติเหตุจากรางรถไฟแล้ว ก็ทำการโน้มน้าวใจให้ประชาชนลงมือปฏิบัติ ลงมือแก้ไขปัญหา เข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผน ร่วมดำเนินการ ร่วมปฏิบัติ และร่วมประเมินผลต่อไป กระบวนการเหล่านี้ โครงการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจากรางรถไฟได้โครงการนำร่องการจัดทำแผนแม่บทด้านความปลอดภัยและการจัดทำระบบสารสนเทศด้านอุบัติเหตุจากรางรถไฟบนถนน ได้ใช้กลยุทธ์การสื่อสารเข้ามารณรงค์ ตามบทบาทหน้าที่ การสื่อสารเพื่อการพัฒนา ทั้งการให้ความรู้ การเผยแพร่ข่าวสารและการโน้มน้าวใจ ดังที่ความตั้งใจของผู้บริหารโครงการกล่าวถึงจุดมุ่งหมายของการรณรงค์ “เราต้องการให้เขาู้เข้าใจและลงมือทำ”

3. แนวคิดการตลาดเพื่อสังคมในกลยุทธ์การสื่อสารโครงการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจากรางรถไฟในจังหวัดภูเก็ต

จากการศึกษาเอกสารแผนงานโครงการและสัมภาษณ์ผู้บริหาร โครงการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจากรางรถไฟในจังหวัดภูเก็ต พบว่า มีการนำเอาแนวคิดการตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing) มาใช้ในกลยุทธ์การสื่อสารโครงการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจากรางรถไฟ เพื่อให้กลยุทธ์การดำเนินงานสามารถเข้าถึงและเกิดการยอมรับจากประชาชน ตลอดจนปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในด้านการใช้รถใช้ถนนเพื่อให้เกิดความปลอดภัยจากอุบัติเหตุจากรางรถไฟ ซึ่งแนวความคิดการตลาดเพื่อสังคมในกลยุทธ์การสื่อสารโครงการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจากรางรถไฟดังกล่าวมีด้วยกันหลายด้านทั้งแนวคิดการพัฒนาสินค้า แนวคิดการส่งเสริมสินค้า แนวคิดการวางสินค้าและจัด

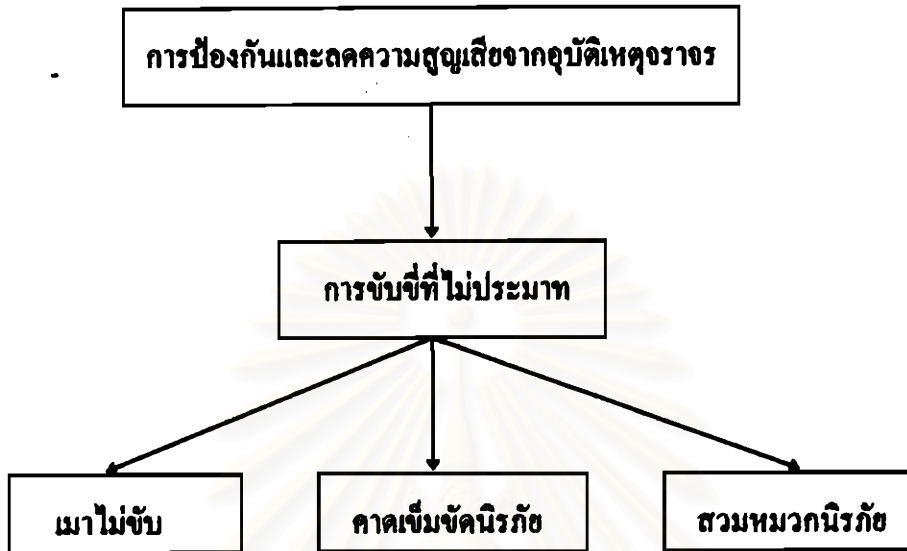
จำหน่าย แนวคิดการกำหนดราคา แนวคิดการนำเสนอสินค้า แนวคิดการใช้ผู้นำในการเผยแพร่สินค้า และแนวคิดการใช้กระบวนการเข้าถึงสินค้าที่สั้น สะดวก รวดเร็ว ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

ตาราง : การวิเคราะห์แนวคิดการตลาดเพื่อตั้งคมในกลยุทธ์การตลาด

Product	Price	Place	Promotion	Presentation	Personal	Process
หมวกนิรภัย	ลดราคา	บริการนอก สำนักงาน	สื่อบุคคล	นิทรรศการ	อาสาสมัคร สาธารณสุข	ง่าย
เข็มขัด นิรภัย	แจกแถม	มีจำหน่าย ทั่วถึง	สื่อมวลชน	เดินรณรงค์	อาสาสมัคร จราจร	สะดวก
เมาไม่ขับ		บริการ หลายระดับ	สื่อเฉพาะ กิจ	รูปจำลอง	ผู้นำชุมชน	รวดเร็ว

1. แนวคิดทางด้านการพัฒนาสินค้า (Product) คือการที่นักการตลาดเพื่อตั้งคมรู้ถึงปัญหาในสังคมว่าปัญหาอะไรที่ต้องการแก้ไข แล้วแสวงหรือกำหนดสินค้ามาเป็นตัวแทนแก้ปัญหานั้นๆ ซึ่งอาจจะเป็นสินค้าทางแนวความคิด (Concept) หรือความคิด (Idea) ในการแก้ไขปัญหาที่เราตระหนักแล้วพัฒนาเป็นสินค้าในเชิงปฏิบัติและสินค้าที่สามารถจับต้องหรือซื้อหาและรับบริการได้ กลยุทธ์การตลาดเพื่อรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจราจรในจังหวัดภูเก็ต ได้พัฒนาสินค้าจากสินค้าซึ่งเป็นแนวความคิดในเรื่องการป้องกันอุบัติเหตุและลดความสูญเสียจากอุบัติเหตุจราจร พัฒนาเป็นสินค้าในทางปฏิบัติ คือ การขับขี่ที่ไม่ประมาท การขับขี่ตามกฎหมายจราจรและการไม่ดื่มสุราหรือเสพสารติดขณะขับขี่ แล้วนำไปสู่การพัฒนาสินค้าที่สามารถจับต้องได้ คือ การคาดเข็มขัดนิรภัยขณะขับขี่รถยนต์และการสวมใส่หมวกนิรภัยขณะขับขี่รถจักรยานยนต์ ซึ่งพอจะสรุปเป็นรูปแบบของการพัฒนาสินค้าทางสังคมเพื่อรณรงค์ป้องกันและลดความสูญเสียจากอุบัติเหตุจราจรได้ดังแผนภูมิ

แผนภูมิ : การพัฒนาสินค้าเชิงสังคม (Social Product)



สินค้าของกลยุทธ์การรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจราจรในแง่ของการซื้อหาและลงมือปฏิบัติ จะเน้นในเรื่องของการสวมหมวกนิรภัยเป็นอันดับหนึ่ง ทั้งนี้เนื่องจากปัญหาอุบัติเหตุจราจรในจังหวัดภูเก็ตส่วนใหญ่เกิดจากการขับขี่รถจักรยานยนต์ และความสูญเสียก็เกิดจากการขับขี่รถจักรยานยนต์เช่นกัน อีกทั้งจำนวนผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ในจังหวัดภูเก็ตก็มีมากกว่ายานพาหนะอื่น ๆ การรณรงค์จึงเน้นในด้านการแก้ไขปัญหาอุบัติเหตุจากรถจักรยานยนต์ ส่วนเข็มขัดนิรภัยและเมาไม่ขับเป็นกลยุทธ์รองลงมา ตามที่คุณอำเภอพรหม กวพัฒนานุสรณ์ กล่าวไว้ว่า “การแก้ไขปัญหาอุบัติเหตุจราจรของจังหวัดภูเก็ตเราจะเน้นในเรื่องของการใส่หมวกกันน็อค เพราะกลุ่มพวกนี้จะมีอุบัติเหตุมาก ส่วนพวกรถใหญ่จะไม่ค่อยเกิดเท่าไร มีบ้างเหมือนกันแต่น้อยมากไม่เหมือนรถมอเตอร์ไซด์เกิดขึ้นทุกๆ ครั้งชั่วโมงกว่าได้ ส่วนเรื่องการรณรงค์เมาไม่ขับเป็นการดำเนินงานตามแนวทางของทางส่วนกลาง คือ กรมการแพทย์เขาให้งบมา”

2. แนวคิดการส่งเสริมสินค้า (Promotion) เป็นการกำหนดกลยุทธ์และกลวิธีในการสื่อสารเพื่อชักจูงให้ประชาชนคุ้นเคยกับสินค้า ชอบรับสินค้าและมีความต้องการสินค้า จากการพัฒนาสินค้าที่บูรณาการการสวมหมวกนิรภัยในการขับขี่รถจักรยานยนต์ ทางจังหวัดภูเก็ตได้จัดให้มีการรณรงค์เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนสวมหมวกนิรภัย โดยพยายามทำการสื่อสารกับประชาชนเพื่อให้เห็นถึงประโยชน์ของการสวมหมวกนิรภัย ถ้าหากเกิดอุบัติเหตุสามารถที่จะป้องกันการบาดเจ็บที่ศีรษะและความพิการทางสมองได้ ซึ่งเป็นสาเหตุของความพิการและการ

เสียชีวิต โดยการรณรงค์ส่งเสริมควบคู่ไปกับการจับขี้ที่ไม่ประมาทในด้านอื่นๆ ทั้งในเรื่องการคาดเข็มขัดนิรภัย เมาไม่ขับ การขับขี้อย่างมีมารยาท มีน้ำใจ แต่การรณรงค์จะเน้นการสวมหมวกนิรภัยขณะขับขี่และซ้อนท้ายรถจักรยานยนต์เป็นประเด็นหลักผ่านสื่อต่าง ๆ ดังนี้

2.1 การเผยแพร่ทางสื่อบุคคล โดยการจัดวิทยากรที่ผ่านการอบรม จากหน่วยงานต่าง ๆ ออกให้ความรู้แก่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ โดยเฉพาะในสถานศึกษา มีการแนะนำและสาธิตสวมหมวกนิรภัยที่ถูกต้อง การปลูกฝังค่านิยมในการใช้รถใช้ถนนที่ถูกต้องและปลอดภัย นอกจากนี้เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานแล้ว ยังมีอาสาสมัครทางด้านการจราจรในโรงเรียน อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ผู้นำชุมชนในท้องถิ่นสำหรับการออกไปให้ความรู้แก่ประชาชนกลุ่มต่างๆ เพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้รถใช้ถนนที่ถูกต้องและปลอดภัย

2.2 การเผยแพร่ทางสื่อมวลชน ได้ทำการเผยแพร่สินค้าทางสื่อมวลชนในท้องถิ่นในรูปแบบของข่าว บทความทางหนังสือพิมพ์ บทความและสโปดผ่านทางสถานีวิทยุ และการจัดทำสโปดเผยแพร่ทางโทรทัศน์ท้องถิ่นอีกด้วย ตลอดจนการตอบปัญหาชิงรางวัลทางรายการวิทยุ และสื่อมวลชนก็ให้ความร่วมมือในการรณรงค์และช่วยคัดเตือนประชาชนอยู่เป็นประจำ ซึ่งการดำเนินงานจะเป็นลักษณะการขอความอนุเคราะห์จากสื่อมวลชนหรือให้การสนับสนุนงบประมาณบ้างเป็นบางส่วน ไม่มีการทุ่มเทอย่างเต็มที่เนื่องจากการขาดงบประมาณ

2.3 การเผยแพร่ทางสื่อเฉพาะกิจ ได้มีการจัดทำสติ๊กเกอร์ เผยแพร่แก่ประชาชนรวมทั้งเอกสารแผ่นพับเกี่ยวกับการสวมใส่หมวกนิรภัย การคาดเข็มขัดนิรภัย การรณรงค์เมาไม่ขับ จัดทำป้ายผ้าประชาสัมพันธ์รณรงค์ให้ประชาชนสวมใส่หมวกนิรภัย และจัดทำหุ่นจำลองหมวกนิรภัยขนาดใหญ่ติดตั้งบนรถประชาสัมพันธ์แล้วแห่ไปรอบเมืองภูเก็ต ตลอดจนจัดนิทรรศการสอดแทรกในกิจกรรมของนักเรียน นักศึกษาและประชาชนตามเทศกาลต่าง ๆ นอกจากนี้แล้วทางส่วนกลางได้สนับสนุนสื่อต่างๆ ทั้งโปสเตอร์ แผ่นพับและเอกสารคู่มือการป้องกันอุบัติเหตุจราจร

2.4 การส่งเสริมสินค้าทางด้านราคา นอกจากการเผยแพร่โฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้า คือ หมวกนิรภัยและเข็มขัดนิรภัยผ่านสื่อต่าง ๆ แล้ว ยังได้ทำการส่งเสริมสินค้าโดยการจัดงานชิงฟ้าราคาถูก มีการนำหมวกนิรภัยมาจัดจำหน่ายแก่ประชาชนในราคาถูกในช่วงของการรณรงค์อีกด้วย โดยหน่วยงานภาครัฐเป็นผู้ดำเนินการเพื่อให้ประชาชนเกิดแรงจูงใจในการใช้สินค้าและ สามารถซื้อสินค้ามาใช้ได้

3. แนวคิดด้านราคา (Price) ราคาหมายถึงการลงทุนที่ผู้ซื้อจะต้องยอมรับเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าที่ต้องการ ราคาที่ต้องพิจารณาถึงคือ ราคาที่เป็นจำนวนเงิน (Money Cost) ราคาค่าเสียโอกาส (Opportunity Cost) ราคาที่ต้องสูญเสียพลังงาน (Energy Cost) ราคาที่ต้องเสียเวลา (Time Cost) และราคาทางด้านจิตใจ (Psychic Cost) กลยุทธ์การรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจากรถยนต์ไม่ได้คำนึงถึงแนวคิดด้านราคามากเท่าไร เพราะมองว่าเศรษฐกิจโดยรวมของจังหวัดภูเก็ตอยู่ในขั้นที่ดี รวมทั้งราคาในด้านอื่นๆ ทั้งเรื่องสถานะด้านจิตใจ ทำให้กลุ่มเป้าหมายบางคนรู้สึกอึดอัดกับการปฏิบัติตามแนวทางการรณรงค์ เช่น ความไม่สะดวกในการสวมใส่หมวกนิรภัย การตั้งราคาสินค้าเชิงตั้งคมนั้นต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานที่ว่าสมาชิกในกลุ่มเป้าหมายของเราจะมีการวิเคราะห์ถึงการลงทุน-ผลประโยชน์ที่จะได้รับ (Cost-Benefit Analysis) จากการศึกษาพบว่ามีการใช้กลยุทธ์ทางด้านราคา คือ ในเรื่องของรถราคาหมวกนิรภัยในช่วงการรณรงค์และจากการแถมหมวกนิรภัยให้กับผู้ที่ซื้อรถจักรยานยนต์ของหน่วยงานภาคเอกชน ส่วนราคาทางด้านเวลานั้นถือว่าการใส่หมวกนิรภัยไม่ใช่เรื่องยุ่งยาก ไม่สิ้นเปลืองเวลา

4. แนวคิดด้านสถานที่ (Place) เป็นการกำหนดช่องทาง วิธีการจำหน่ายหรือจัดส่งสินค้าไปยังกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนแรงจูงใจในตัวสมาชิกของสังคมไปสู่การกระทำ (Action) การดำเนินงานการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจากรถยนต์ กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้ค่อนข้างสะดวก เนื่องจากมีสถานที่จัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการอย่างพอเพียงทั้งหมวกนิรภัยและเข็มขัดนิรภัย และร้านค้าที่จำหน่ายรถจักรยานยนต์ก็จะแถมหมวกนิรภัยให้ด้วย ประชาชนสามารถซื้อหาสินค้าได้อย่างสะดวก แต่สินค้าที่นำมาจัดจำหน่ายในราคาถูกในช่วงของการรณรงค์ส่งเสริมสินค้ามีค่อนข้างจำกัด ไม่ครอบคลุม จากการศึกษาพบว่ามีเพียงครั้งเดียวและจำกัดสถานที่จำหน่ายเพียงแห่งเดียวเท่านั้น

5. แนวคิดด้านการนำเสนอ (Presentation) หมายถึงการหาลักษณะประกอบต่างๆ ที่จะนำมาเสนอให้กลุ่มเป้าหมายได้เห็นสินค้าหรือบริการทางสังคมอย่างชัดเจน หรือสามารถสัมผัสได้เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจและการยอมรับยิ่งขึ้น การนำเสนอสินค้าในการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจากรถยนต์ คือจะจัดทำสารคดีและเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับหมวกนิรภัย ทั้งด้านความรู้เกี่ยวกับลักษณะ รูปแบบของหมวกนิรภัยที่ได้มาตรฐาน การสวมใส่ที่ถูกต้อง โดยจะจัดวิทยากรออกให้ความรู้และสาธิตการใช้หมวกนิรภัยในเหตุการณ์พิเศษต่าง ๆ เช่น สัปดาห์รณรงค์ความปลอดภัยเทศกาลสำคัญต่าง ๆ ตลอดจนสอดแทรกในกิจกรรมของนักเรียน นักศึกษา และเผยแพร่ทางสื่อมวลชน รวมทั้งการนำรูปจำลองหมวกนิรภัยขนาดใหญ่ติดตั้งให้ประชาชนได้ดู เหตุที่จัดให้มีการสาธิตการใช้หมวกนิรภัยซึ่งไม่ใช่เรื่องยากนั้นผู้ดำเนินงานบอกว่า “การใช้หมวกนิรภัยให้ได้ผลต่อการป้องกันการบาดเจ็บที่ศีรษะเวลาเกิดอุบัติเหตุขึ้นจะต้องขึ้นอยู่กับการปฏิบัติที่ถูกต้องตั้งแต่การ

เลือกหมวกนิรภัยที่ได้มาตรฐาน ขนาดเหมาะกับศีรษะของผู้ใช้ และจะต้องสวมใส่อย่างถูกวิธี
คือ จะต้องมีการรัดคางทุกครั้ง”

6. แนวคิดด้านตัวบุคคล (Personel) คือการหาตัวบุคคลเพื่อเป็นตัวแทนองค์กร
ในการทำหน้าที่ขายความคิดและสินค้าทางสังคมที่ไม่ใช่พนักงานขายตรง(Personal Selling)
แต่เป็นลักษณะผู้นำทางความคิด (Opinion Leader) การรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจากรางได้มีการจัด
อบรมอาสาสมัครจากรางในสถานศึกษา รวมทั้งผู้นำชุมชน ผู้นำศาสนาและอาสาสมัครสาธารณสุข
ประจำหมู่บ้านเพื่อเป็นผู้นำในการเผยแพร่กิจกรรมการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจากราง การสวม
หมวกนิรภัย การคาดเข็มขัดนิรภัย มาไม่ขับและการขับขี่ตามกฎหมายแก่ประชาชน เพื่อที่จะได้
สร้างความเข้าใจและโน้มน้าวใจให้ทุกคนหันมาช่วยกันแก้ไขปัญหาอุบัติเหตุจากรางหลังจากที่รับ
ทราบข้อมูลข่าวสารการรณรงค์ทางสื่อมวลชนไปแล้ว เป็นการเสริมกันระหว่างสื่อบุคคลกับสื่อ
มวลชน

7. แนวคิดด้านกระบวนการ (Process) คือขั้นตอนที่กลุ่มเป้าหมายจะต้องกระทำ
เพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าทางสังคมจะต้องก่อให้เกิดขั้นตอนที่สั้นและง่ายที่สุดเพื่อชักจูงใจให้เกิดความ
พยายามในการให้ ได้มาซึ่งสินค้านั้น การเข้าถึงสินค้าและบริการทางด้านกรรณรงค์ป้องกัน
อุบัติเหตุจากรางของจังหวัดภูเก็ต เป็นขั้นตอนที่ง่ายและสะดวกรวดเร็ว ไม่มีขั้นตอนยุ่งยาก ผู้บริโภค
สามารถปฏิบัติได้เอง ดังที่กลุ่มเป้าหมายกล่าวว่า “การสวมหมวกกันน็อกไม่ใช่วิธียุ่งยาก จะใช้หรือไม่
ใช้มันอยู่ที่ใจ บางรายไม่ต้องซื้อหาเนื่องจากได้มาจากการซื้อรถ” การรณรงค์เปลี่ยนแปลงสังคม
ตามแนวคิดการตลาดเพื่อสังคมที่ประสบความสำเร็จจะต้องอำนวยความสะดวก (Facilitation)
แก่สมาชิกของสังคมอย่างเต็มที่ในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ซึ่งกลยุทธ์การรณรงค์ป้องกัน
อุบัติเหตุจากรางได้นำแนวคิดด้านกระบวนการที่ง่าย สะดวกต่อการเข้าถึงสินค้าและบริการ
ทางสังคมมาใช้ในการดำเนินงาน

กลยุทธ์การสื่อสารโครงการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจากรางในจังหวัดภูเก็ต ได้นำ
เอาแนวคิดการตลาดเพื่อสังคมมาใช้ในการรณรงค์ให้ประชาชนหันมาแก้ไขปัญหาอุบัติเหตุจากราง
โดยการพัฒนาสินค้าด้านความปลอดภัยในการขับขี่ มาสู่สินค้าที่สามารถจับต้องได้คือหมวกนิรภัย
แล้วทำการส่งเสริมสินค้าทางสื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ และทำการ
ส่งเสริมการขายโดยลดราคาหมวกนิรภัยในช่วงการรณรงค์ นอกจากนี้ยังได้ใช้แนวคิดด้านการ
นำเสนอสินค้าตามสถานที่ต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจและสามารถปฏิบัติได้
อย่างถูกต้อง ตลอดจนใช้ตัวบุคคล ซึ่งเป็นผู้นำในการเผยแพร่แนะนำสินค้าให้ได้รับการยอมรับมาก
ยิ่งขึ้น รวมทั้งการคำนึงถึงกระบวนการที่ง่ายและสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการที่สะดวก รวดเร็ว
ตามแนวคิดการตลาดเพื่อสังคม

4. แนวคิดการตลาดเพื่อสังคมที่ส่งเสริมให้กลยุทธ์การตลาดสามารถเข้าถึงและได้รับการยอมรับจากกลุ่มเป้าหมาย

ความตระหนักในปัญหาอุบัติเหตุจากรถของประชาชน

จากการศึกษากลุ่มเป้าหมายของโครงการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจากรถในจังหวัดภูเก็ต โดยการสนทนากลุ่มพบว่า กลุ่มเป้าหมายให้ความตระหนักในปัญหาอุบัติเหตุจากรถว่าเป็นปัญหาสำคัญของจังหวัดภูเก็ตและควรมาตรการเร่งด่วนในการแก้ไข เพราะเชื่อว่าปัญหาอุบัติเหตุจากรถส่งผลกระทบต่อทุกคนทั้งผู้ขับขี่และผู้เดินเท้า ตลอดจนญาติของผู้ป่วยก็ได้รับผลกระทบไปด้วย ซึ่งอุบัติเหตุจากรถของจังหวัดภูเก็ตมักจะพบเห็นอยู่เป็นประจำ กลุ่มเป้าหมายจำนวนหนึ่งเป็นผู้ที่เคยประสบอุบัติเหตุจากรถมาแล้ว และบางคนกำลังอยู่ระหว่างการรักษาพยาบาลและปรากฏร่องรอยของการบาดเจ็บให้เห็น พวกเขากล่าวว่า “อุบัติเหตุจากรถเป็นเสมือนเหตุการณ์ปกติประจำวันของจังหวัดภูเก็ต” โดยส่วนใหญ่ระบุว่า “รถจักรยานยนต์เป็นยานพาหนะที่เกิดอุบัติเหตุบ่อยมากที่สุดและส่วนใหญ่เกิดขึ้นกับผู้ขับขี่ที่เป็นวัยรุ่น” ส่วนกลุ่มวัยรุ่นพวกเขาบอกว่าที่เสี่ยงและทำหายน่าไม่ใช่ไม่กลัวแค่เป็นคำนิยามของกลุ่ม “เรื่องกลัวนะกลัว แต่ความกลัวมีมากกว่ารับ เห็นพรรคพวกทำผมเลยเอามั่ง เพื่อนๆส่วนใหญ่ก็ชอบความห่าหายนะไปกันใหญ่”

นอกจากนี้ กลุ่มเป้าหมายยังได้ระบุอีกว่า ความสูญเสียจากอุบัติเหตุจากรถมีมูลค่าที่สูงมาก โดยเฉพาะผู้ปกครองที่บุตรหลานเคยประสบอุบัติเหตุจากรถเล่าว่า ค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลสูงมาก รวมทั้งยังต้องนอนอยู่ในโรงพยาบาลจำนวนหลายวันอีกด้วย มีผู้รายหนึ่งระบุว่า “เคยไปเข้าซื้อรถจักรยานยนต์มาให้ลูกชายใช้เป็นยานพาหนะไปโรงเรียนแต่แล้วโชคร้ายเกิดอุบัติเหตุถึงกับนอนในโรงพยาบาลเกือบเดือน ต้องเสียค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมาก เลยตัดสินใจให้เขาซื้อรถคัน” มีบางรายก็ทำใจยอมรับสถานการณ์โดยคิดว่าเป็นเรื่องของโชคกลาง “หากโชคก็ไม่เกิดอุบัติเหตุ แต่ถ้าเคราะห์ร้ายก็หลีกเลี่ยงไม่ได้” จะเห็นได้ว่าการเกิดอุบัติเหตุจากรถคนภูเก็ตจำนวนหนึ่งยังถือเป็นเรื่องของโชคกลาง เวลาซื้อรถก็จะนำไปให้พระสงฆ์เจิมและผูกผ้าเพื่อความเป็สิริมงคลและตลาดแคล้วจากอุบัติเหตุจากรถ แต่ทางด้านการศึกษากลุ่มเป้าหมาย ระเบียบข้อบังคับทางการจราจรเท่าที่ศึกษาไม่พบใครมีพฤติกรรมดังกล่าวเลย ซึ่งสอดคล้องกับการวิเคราะห์ปัญหาของ พ.ศ.ท.ธีระพล ทิพย์เนตร ที่มองปัญหาอุบัติเหตุจากรถว่า “ปัญหาอุบัติเหตุที่เกิดจากคนถึงหนึ่งที่สำคัญคือ ความเชื่อของไทยที่มักยึดติดกับเรื่องโชคกลาง เคราะห์ดีเคราะห์ร้าย การเกิดอุบัติเหตุ

ก็คือเป็นเรื่องของเคราะห์ร้าย ไม่ได้มองเลยว่าเกิดจากปัจจัยอื่น ในด้านความประมาท การฝ่าฝืน กฎจราจร เมื่อเชื่อนั้นการแก้ไขปัญหาก็คือ เวลาซื้อรถใหม่ก็จะนำไปเจิมเท่านั้น ไม่ได้คิดที่จะสนใจศึกษาด้านกฎระเบียบการจราจร การขับขี่ที่ปลอดภัย การแก้ไขปัญหาคือต้องแก้ที่ความเชื่อเหล่านี้ โดยจะต้องปลูกฝังตั้งแต่เด็ก”

แนวคิดการตลาดเพื่อสังคมที่ส่งเสริมให้กลยุทธ์การสื่อสารสามารถเข้าถึงและได้รับการยอมรับ

สำหรับแนวคิดการตลาดเพื่อสังคมที่ส่งเสริมให้กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อรณรงค์ ป้องกันอุบัติเหตุจราจรในจังหวัดภูเก็ต สามารถเข้าถึงและได้รับการยอมรับจากกลุ่มเป้าหมายนั้น จากการสนทนากลุ่มเป้าหมายพบว่า การรณรงค์ให้สวมใส่หมวกนิรภัยขณะขับขี่และซ้อนท้ายรถจักรยานยนต์ในรูปแบบต่างๆ จะสามารถเข้าถึงประชาชนมากกว่า ทั้งนี้พวกเขาบอกว่าจะได้ยินได้ฟังอยู่เป็นประจำสำหรับเรื่องการรณรงค์ให้สวมใส่หมวกนิรภัย บางคนบ่นว่า “รู้จนเมื่อไม่รู้จะพูดไปถึงไหนน่าจะปล่อยให้เป็นเรื่องของความรับผิดชอบต่อตัวเองได้แล้ว” และบางกลุ่มเมื่อถามถึงแนวทางการรณรงค์ด้านไหนเกี่ยวกับการป้องกันอุบัติเหตุจราจรที่ได้รับทราบหรือพบเห็นมากที่สุด คำก็ตอบพร้อมกันว่า “หมวกกันน็อก” ซึ่งหมายถึงการรณรงค์ให้สวมใส่หมวกนิรภัยขณะขับขี่รถจักรยานยนต์ ซึ่งกลยุทธ์ดังกล่าวถือได้ว่าเป็นกลยุทธ์หลักของการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจราจร เนื่องจากทางจังหวัดภูเก็ตเห็นว่ากลุ่มเป้าหมายหลักของการเกิดอุบัติเหตุ และเกิดความสูญเสียจากอุบัติเหตุจราจรมากที่สุด จึงมีการพัฒนาแนวคิดด้านความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน พัฒนามาสู่การปฏิบัติในด้านความไม่ประมาท โดยการเสนอสินค้าที่สามารถจับต้องและสัมผัสได้จริงในเรื่องของหมวกนิรภัย ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นกระบวนการพัฒนาสินค้า (Production) ตามแนวคิดการตลาดเพื่อสังคม

สำหรับการใช้สื่อบุคคล (Personel) เช่น อาสาสมัคร ผู้นำชุมชน ผู้นำศาสนาและกลุ่มต่างๆ นั้น กลุ่มเป้าหมายที่เป็นประชาชนทั่วไปบอกว่า “เคยเจออยู่บ้างเหมือนกันแต่ไม่บ่อยมากนัก” แต่ในกลุ่มนักเรียน นักศึกษาจะบอกว่า “พบบ่อยโดยเฉพาะอาสาสมัครหรือกลุ่มกิจกรรมต่างๆ ในสถานศึกษา” ส่วนการสาธิต (Presentation) จะพบบ้างในการออกร้านหรือจัดนิทรรศการ ในกิจกรรมตามโอกาสต่างๆ ในช่วงของการรณรงค์ โดยสรุปกลุ่มเป้าหมายจะบอกว่า ถ้าต้องการให้การรณรงค์สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ทำให้ประชาชนรับทราบหรือไม่ขึ้นอยู่กับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานที่รับผิดชอบ ซึ่งส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญของการเผยแพร่ทางสื่อมวลชน ตัวอย่างเหตุผลที่ว่า “การบอกกล่าวข่าวสารผ่านทางวิทยุหรือโทรทัศน์มันน่าตื่นเต้นและน่าสนใจมากกว่าการขึ้นป้ายผ้าหรือป้ายบอร์ดตามข้างถนน” โดยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องนี้ว่า

“ตามข้างถนนหนทางในจังหวัดภูเก็ตจะเต็มไปด้วยป้ายโฆษณาสินค้า สถานบริการ หรือห้างร้านต่างๆ มากมายจนเกือบลบตา หากป้ายรณรงค์ไม่ติดตั้งในสถานที่ที่โดดเด่นหรือออกแบบให้มีสีสันสะดุดตาและน่าสนใจแล้วโอกาสที่จะทำให้ผู้ที่สัญจรผ่านไปมาให้ความสนใจนั้นมีน้อย” พวกเขาบอกว่าถนนในจังหวัดภูเก็ตมีป้ายมากมายจนตา บางคนบอกว่า “น่าจะเป็นฉากของโรงหนังตะลุงได้เลย” บางคนก็บอกว่าน่าสงสารนักท่องเที่ยวที่จะได้ดูวิวทิวทัศน์ต้องมาดูป้ายโฆษณาจนตาตา

อีกกลยุทธ์หนึ่งที่พบว่ากลุ่มเป้าหมายให้ความสำคัญ คือ การเข้าหากลุ่มเป้าหมายโดยตรง จะทำให้พวกเขาได้รับข้อมูลมากกว่า โดยให้ข้อมูลว่าบางครั้งเคยเจอคนไปพูดที่ทำงาน เรื่องการให้สวมใส่หมวกกันน็อกและการคาดเข็มขัดนิรภัย แจกเอกสารเกี่ยวกับการป้องกันอุบัติเหตุทางการจราจร นอกจากนี้ยังพบว่ามีทีมงานออกไปตั้งคานตรวจเวลากลางคืนเพื่อตรวจหาปริมาณแอลกอฮอล์ในลมหายใจและพูดคุยแนะนำพร้อมทั้งแจกเอกสาร รวมทั้งติดสติ๊กเกอร์ที่รถ ซึ่งจากการสังเกตเห็นรถของกลุ่มเป้าหมายคันหนึ่งมีสติ๊กเกอร์ข้อความว่า “ศพแล้วศพเผ่าเพราะเมาแล้วขับรถ” ดิคออยู่ที่ทำรถด้วยหนึ่งคัน พวกเขาบอกว่าข้อความบนสติ๊กเกอร์คำนี้สะใจจริงๆ

ส่วนเรื่องของการส่งเสริมสินค้า (Promotion) ในด้านราคานั้น จากการศึกษากลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่บอกว่าไม่ค่อยทราบเท่าไร มีน้อยมากที่บอกว่า “รู้ว่ามีการขายหมวกกันน็อกราคาถูก แต่จำสถานที่และช่วงเวลาการจำหน่ายไม่ได้” ซึ่งในประเด็นนี้มีบางคนเสริมว่า “น่าจะเป็นการแจกฟรีมากกว่าเพราะเคยได้สินค้าทางสถานีวิทยุประกาศให้คนไปรับรางวัลเป็นหมวกกันน็อก” แต่ส่วนใหญ่ก็ยอมรับว่า ข่าวสารด้านการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจราจรมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง รวมทั้งมีความต่อเนื่องสม่ำเสมอ โดยเฉพาะทางวิทยุแต่เป็นลักษณะผู้ดำเนินรายการพูดเตือนผู้ฟังให้ระมัดระวังเวลาขับขีรถ ส่วนสปอควิตจะได้อินบ้างแต่น้อยกว่า ส่วนข่าวสารทางด้านหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์ท้องถิ่นนั้น กลุ่มเป้าหมายแทบจะไม่ได้รับเลย เพราะส่วนใหญ่จะไม่ค่อยได้ติดตามข่าวสารทางด้านหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์ท้องถิ่น กลุ่มวัยรุ่นจะแจ้งว่าพวกเขาได้รับข่าวสารจากเพื่อนมากที่สุด

ต่อคำถามที่ว่า กลยุทธ์การรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจราจรในจังหวัดภูเก็ตเป็นการแนะนำให้กระทำการในสิ่งที่ผู้ชกและขับซ้อนหรือไม่ ส่วนใหญ่บอกว่า “ไม่ใช่เรื่องใหญ่อยู่ที่ใจต่างหากว่าจะทำหรือไม่” พร้อมกันนี้หลายคนยังบอกว่า การไม่ปฏิบัติตามมากกว่าเป็นสิ่งที่ยุ่ชก โดยชกตัวอย่างให้ฟังเกี่ยวกับการขับขีรถที่ไม่ถูกกฎจราจร “จะต้องพยายามขับชอกแซกเข้ามุมโน้นออกมุมนี้ เบียดซ้ายเบียดขวา กลัวจะแซงเขาไม่ทันบ้าง จะต้องใช้ความพยายามพอสมควร ซึ่ง

ผิดกับการจับขี้ตามตบยาแต่อยู่ในระเบียบกฎจรรยา” แต่ก็ยังมีเสียงคำหยาบว่าน่าจะทำให้คนที่ไม่เคารพกฎจรรยาได้รับความดั่งชอกมากกว่านี้ อาทิเช่น เวลาจับได้ให้อึดใบนุญาตการจับขึ้นนอกจากจะทำการเปรียบเทียบปรับตามกฎหมายแล้ว ควรเพิ่มการอบรมอีกด้วยเพื่อให้พวกเขาได้รับการลงโทษที่เพิ่มขึ้นและได้รับความรู้ไปในตัวด้วย

ซึ่งกลยุทธ์การสื่อสารที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่จะอาศัยการนำแนวคิดการตลาดเพื่อสังคมมาใช้ โดยเฉพาะแนวคิดด้านการพัฒนาสินค้า คือเรื่องของการรณรงค์ให้สวมใส่หมวกนิรภัยขณะขับขี่และซ้อนท้ายรถจักรยานยนต์ การคาดเข็มขัดนิรภัยขณะขับขี่รถยนต์ การงดเว้นการขับขี่ขณะมึนเมาและการใช้แนวคิดการส่งเสริมสินค้าโดยการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการสวมใส่หมวกนิรภัย การคาดเข็มขัดนิรภัยและการเมาไม่ขับ รวมทั้งการใช้สื่อบุคคลในการแนะนำสินค้า การสาธิตการใช้สินค้า ตลอดจนการลดราคาสินค้าและการใช้กระบวนการที่ง่ายสามารถปฏิบัติได้อย่างไม่ยุ่งยาก แนวคิดเหล่านี้ทำให้กลุ่มเป้าหมายสามารถได้รับทราบข้อมูลข่าวสารและทราบถึงกิจกรรมต่างๆ ในการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจรรยาในจังหวัดภูเก็ต

ในประเด็นของการยอมรับแนวทางการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจรรยา โดยส่วนใหญ่จะให้การยอมรับเพราะการสวมหมวกนิรภัยและการคาดเข็มขัดนิรภัย การเมาไม่ขับสามารถที่จะช่วยลดความสูญเสียและการบาดเจ็บจากอุบัติเหตุได้จริง แต่พวกเขาก็ไม่สามารถที่จะการันตีได้ว่าจะปลอดภัยร้อยเปอร์เซ็นต์ ซึ่งจากการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายที่ให้การยอมรับส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผู้ใหญ่ ซึ่งบางคนนอกจากจะปฏิบัติเองแล้วยังคอยแนะนำบุตรหลานให้ปฏิบัติตามอีกด้วย บางรายที่บังคับเลข ส่วนกลุ่มวัยรุ่นก็จะบอกว่าพ่อแม่ที่บ้านบังคับหรือแนะนำให้ใช้เป็นประจำเวลาขับรถ แต่ในความคิดของพวกเขาแล้วจะไม่ยอมรับเท่าไร โดยบอกว่าไม่สะดวกที่จะใช้ในเรื่องการสวมใส่หมวกนิรภัยเพราะกลัวทรงผมจะเสีย เดี่ยวไม่หล่อ ไม่สวย บางคนก็บอกว่าใส่แล้วอึดอัด นอกจากนี้ยังอ้างว่าเป็นภาระต้องกังวลกลัวจะหายจะพกพาติดตัวก็ลำบาก แต่ถ้าถามว่ามีหมวกนิรภัยกันไหม ไม่มีใครที่ตอบว่าไม่มี ทุกคนยอมรับว่ามีแต่จะสวมใส่เฉพาะเมื่อมีเจ้าหน้าที่ตำรวจคอยคักจับเท่านั้น จนหมวกนิรภัยได้ฉายาว่า “หมวกกันน็อกคือหมวกกันนาย” ซึ่งหมายถึงหมวกนิรภัยจะมีและสวมใส่เฉพาะเวลาตำรวจจะจับกุมเท่านั้น

จากตัวอย่างดังกล่าวจะเห็นได้ว่า กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่จะให้การยอมรับแนวทางการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจรรยาแต่ยังขาดจิตสำนึกที่จะนำไปปฏิบัติอย่างจริงจัง ถึงแม้จะมีมาตรการทางกฎหมายมาบังคับใช้ร่วมด้วย จากการศึกษายังพบอีกว่า ผลของการขาดความตระหนักในความสำคัญของการร่วมมือการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุอย่างจริงจัง ทำให้เกิดการเบี่ยง

เบนในด้านการปฏิบัติ อาทิเช่น การสวมใส่หมวกนิรภัยเพื่อหลบหลีกการจับกุม มิใช่ใส่เพื่อความปลอดภัย หรือเพื่อลดอันตรายจากการบาดเจ็บเวลาเกิดอุบัติเหตุ บางส่วนจึงใส่หมวกนิรภัยที่ไม่ได้มาตรฐาน หรือใส่แบบไม่ถูกวิธี เป็นต้น แต่กลุ่มเป้าหมายจำนวนหนึ่งโดยเฉพาะผู้ใหญ่ก็ให้การยอมรับแนวทางการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจากรถ โดยจะให้ความสำคัญถึงเรื่องความปลอดภัยมากกว่าความถูกต้องทางกฎหมาย

กลุ่มเป้าหมายที่ให้การยอมรับแนวทางการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจากรถที่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับความปลอดภัยทางชีวิตและทรัพย์สิน จะให้เหตุผลที่ให้การยอมรับเพราะเห็นว่าอันตรายต่อการเกิดอุบัติเหตุจากรถในจังหวัดภูเก็ตมีสูง จึงควรมาตรการป้องกันตนเอง นอกจากการขับขี่ที่ไม่ประมาท จากการรับทราบข่าวสารที่ได้ดูเป็นประจำเกี่ยวกับจำนวนและความสูญเสียจากอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นทำให้เขามีความรู้ความเข้าใจมากยิ่งขึ้นเกี่ยวกับการป้องกันและการหลีกเลี่ยงจากปัจจัยเสี่ยงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น โดยเฉพาะข่าวสารที่เผยแพร่ทางสื่อมวลชน ซึ่งมีมาอย่างต่อเนื่องและค่อนข้างจะมีความถี่สูงมีส่วนกระตุ้นให้เกิดความกลัว ความตระหนักรวมถึงเพิ่มขึ้น นอกจากนั้นข่าวสารที่เผยแพร่ออกมายังทำให้เกิดความรู้ในการที่จะป้องกันตนเอง ตลอดจนครอบครัวและคนที่ใกล้ชิด แต่ก็ดำเนินว่า “ข่าวสารการรณรงค์ยังไม่ครอบคลุมเท่าที่ควร บางคนยังไม่สามารถที่จะนำไปปฏิบัติได้อย่างครบถ้วน และมักจะถูกแต่เรื่องเก่า ซ้ำซาก น่าจะมีการนำเสนอที่น่าสนใจและเร้าใจมากยิ่งขึ้น”

5. ปัจจัยที่ส่งเสริมให้กลยุทธ์การสื่อสารที่ดำเนินงานตามแนวคิดการตลาดเพื่อสังคมสามารถเข้าถึงและได้รับการยอมรับจากกลุ่มเป้าหมาย

จากการศึกษาแผนงานโครงการและการสัมภาษณ์ผู้บริหารโครงการ รวมทั้งการสนทนากลุ่ม พบว่า การดำเนินงานที่สามารถเข้าถึงและได้รับการยอมรับจากประชาชนกลุ่มเป้าหมายในด้านการรณรงค์ป้องกันและแก้ไขปัญหายุบัติเหตุจากรถในจังหวัดภูเก็ต ส่วนหนึ่งเกิดจากการใช้แนวคิดการตลาดเพื่อสังคมในการกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงาน ซึ่งจากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ส่งเสริมให้การดำเนินงานดังกล่าวประสบความสำเร็จในแง่ของการเข้าถึงและให้การยอมรับจากกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

1. การผูกขาด (Monopolization) การรณรงค์ถ้าต้องการความสำเร็จจะต้องมีการผูกขาดสื่อ โดยการออกข่าวสารให้มากที่สุดเพื่อให้ได้รับความสนใจจนสามารถกระตุ้นให้เกิดการกระทำได้และทำให้ไม่มีข่าวสารอื่นที่อาจมาขัดแย้งกับแผนการรณรงค์ได้ การรณรงค์ป้องกัน

และแก้ไขปัญหาคู่บริวารในจังหวัดภูเก็ตถึงแม้จะไม่สามารถผูกขาดสื่อได้ แต่มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารไปสู่ประชาชนในแต่ละกลุ่มค่อนข้างจะมีความถี่สูงและต่อเนื่องในระยะเวลาอันพอสมควร ในช่องทางที่หลากหลายทั้งสื่อบุคคล สื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจ ดังที่ คุณนิพนธ์ ธรรม์ราช กล่าวไว้ว่า “เราพยายามที่จะออกข่าวสารทางสื่อมวลชนที่หลากหลายและต่อเนื่อง โดยกำหนดเผยแพร่สัปดาห์ละทุกวัน ทุกสถานี เดือนละ 1 เรื่อง” และนายแพทย์เจษฎา ฉายคุณรัฐ เน้นย้ำว่า “การรณรงค์คู่มือคู่มือจะต้องทำอย่างต่อเนื่องแบบยกไม่ปล่อย” ด้วยเหตุนี้ทำให้ประชาชนได้รับข่าวสารอย่างต่อเนื่องและครอบคลุม จนบางคนบ่นว่า “ได้ฟังได้เห็นจนเบื่อ”

2. การเจาะลึก (Canalization) แผนการรณรงค์จะต้องสร้างทัศนคติหรือค่านิยมหรือพฤติกรรมใหม่ๆ ที่สมาชิกในสังคมไม่คุ้นเคย ไม่เคยกระทำมาก่อน จำเป็นต้องมีกลยุทธ์ที่ลึกซึ้งเพื่อเจาะลึกถึงการที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือพฤติกรรมมนุษย์ การรณรงค์เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การขับขี่ยานพาหนะในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งจะเริ่มต้นจากการให้ความรู้ ข้อมูลข่าวสารและเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ค่านิยมเสียก่อน จึงจะสามารถเปลี่ยนพฤติกรรมได้ แต่การดำเนินงานที่ผ่านมาไม่ได้ศึกษาทัศนคติหรือพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง ขาดการวางแผนจากล่างสู่บน (Bottom Up) ทำให้ขาดข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมาย การวางแผนและกลยุทธ์การดำเนินงานจึงไม่เป็นแบบเจาะลึก การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจึงไม่เป็นไปตามทิศทางและระดับที่ต้องการ เช่น การสวมหมวกนิรภัยเพื่อที่จะหลีกเลี่ยงการจับกุมเท่านั้น แต่ไม่ได้คำนึงถึงความปลอดภัยเมื่อเกิดอุบัติเหตุ จึงมีการใช้หมวกนิรภัยแบบผิดวิธีหรือไม่ได้มาตรฐาน

3. การเสริม (Supplementation) แผนการรณรงค์การตลาดเพื่อสังคมจะทำงานได้ดีที่สุดเมื่อมีการวางแผนให้มีการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face-To-Face Communication) มาช่วยเสริมแผนการสื่อสารทางสื่อมวลชนเพื่อช่วยให้เกิดการติดต่อ พูดคุยปรึกษาและสร้างความเข้าใจต่อสมาชิกในสังคมให้ดีขึ้น ซึ่งจะก่อให้เกิดการยอมรับการเปลี่ยนแปลงได้ง่ายขึ้น การรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจราจรที่สามารถเข้าถึงและได้รับการยอมรับจากกลุ่มเป้าหมายส่วนหนึ่งมีการใช้สื่อบุคคลในการเผยแพร่ความรู้ ข้อมูลข่าวสารและโน้มน้าวชักจูงใจให้ประชาชนเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ดังที่ คุณอำไพพรรณ ภวพัฒนานุสรณ์ กล่าวไว้ว่า “การรณรงค์ที่ผ่านมานอกจากจะเน้นการเผยแพร่ทางสื่อมวลชนแล้วยังได้จัดฝึกอบรมอาสาสมัครจราจรในสถานศึกษาและอาสาสมัครสาธารณสุขในชุมชนขึ้นด้วย เพื่อเป็นผู้สานต่อการดำเนินงานในพื้นที่ต่อไป” ซึ่งกลุ่มเป้าหมายบางส่วนก็ยอมรับว่าทราบข้อมูลข่าวสารการรณรงค์จากบุคคลเหล่านี้

4. พลัง (The Force) ของแรงจูงใจกลุ่มเป้าหมาย คือ ความรุนแรงของแรงจูงใจในตัวบุคคลที่มีต่อเป้าหมาย ถ้ามีพลังรุนแรงมากคือสมาชิกมีความสนใจในเรื่องนั้นอยู่แล้วประกอ กับข่าวสารที่ออกแบบมาน่าสนใจ โอกาสในการเปลี่ยนแปลงก็มีมากขึ้น จากการศึกษา กลุ่มเป้าหมายให้การยอมรับว่าการจับข้ออย่างระมัดระวังและปฏิบัติตามกฎจราจรอย่างเคร่งครัด เป็นความต้องการที่จะปกป้องตนเองให้ปลอดภัยจากอุบัติเหตุจราจรอยู่แล้ว การที่เขาสวมหมวกนิรภัยทุกครั้งที่ขับขี่รถจักรยานยนต์ก็เพราะเพื่อต้องการความปลอดภัย ไม่ใช่เกิดจากการกลัวถูกจับ แต่สาเหตุที่อุบัติเหตุจราจรของจังหวัดภูเก็ตไม่ลดจำนวนลงเนื่องมาจากแรงจูงใจในความปลอดภัยของคนบางกลุ่มยังมีไม่มากพอและบางครั้งก็เกิดจากความประมาทของผู้อื่น

5. ทิศทาง (The Direction) คือ ความรู้ของบุคคลเกี่ยวกับการที่จะทำให้ตัวเองไปถึงแรงจูงใจนั้นได้อย่างไรและที่ไหน ทุกคนทราบว่าจะป้องกันการเกิดอุบัติเหตุได้อย่างไรและรู้ว่า จะหาซื้อหมวกนิรภัยได้ที่ไหน จึงทำให้กลุ่มเป้าหมายที่มีแรงจูงใจอยู่แล้วเมื่อได้รับการกระตุ้น จากข่าวสารด้านต่างๆ จึงได้ลงมือปฏิบัติได้ ในส่วนของผู้ที่ไม่ปฏิบัตินั้นไม่ใช่สาเหตุที่เกิดจากความไม่รู้ที่จะเข้าถึงสินค้าหรือบริการที่ใด แต่เกิดจากแรงจูงใจไม่มีหรือมีไม่มากพอที่จะปรับเปลี่ยนพฤติกรรม

6. กลไก (The Mechanism) คือ การที่สังคมมีตัวแทน (Agency) ที่สามารถทำให้บุคคลเปลี่ยนแรงจูงใจมาสู่การกระทำ ส่วนหนึ่งของความสำเร็จของกลยุทธ์การดำเนินงาน ที่สามารถเข้าถึงและได้รับการยอมรับจากประชาชน เกิดจากการมีทีมงานที่ประสานงานกัน อย่างใกล้ชิดระหว่างหน่วยงานต่างๆ ในจังหวัดภูเก็ต รวมทั้งมีการสนับสนุนจากหน่วยงานอื่น ทั้งภาครัฐและเอกชน ดังที่ร้านค้าจะแถมหมวกนิรภัยให้ทุกครั้งเมื่อซื้อรถจักรยานยนต์ รวมทั้งต่อมวชนบางแขนงก็จะทำการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรโดยการผลิตสโปดเผยแพร์เกี่ยวกับการใช้หมวกนิรภัย ดังเช่น สโปดสถานีวิทยุแห่งหนึ่ง มีข้อความว่า “จับจักรยานยนต์ได้กั้นน้อทุกครั้งเพื่อความปลอดภัย ด้วยความห่วงใยจาก Sun Shine Radio สถานีวิทยุเพื่อการท่องเที่ยวตลอด 24 ชั่วโมง” นอกจากนี้ในกิจกรรมของหน่วยงานต่างๆ มักจะสอดแทรก การรณรงค์เรื่องการป้องกันอุบัติเหตุจราจรในกิจกรรมเสมอ เช่น งานวันเด็กแห่งชาติ การแข่งขันกีฬา หรือวันแรงงานแห่งชาติ เป็นต้น

7. ความพอเพียงและความสอดคล้อง (Adquacy And Compatability) คือ ความสามารถและประสิทธิภาพของตัวแทนในการกระทำหน้าที่ของตนเอง จะต้องเลือกตัวแทนที่ดีและเหมาะสมกับการดำเนินงาน การเลือกตัวแทนในการเผยแพร์ข้อมูลข่าวสารและรณรงค์เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในด้านการป้องกันอุบัติเหตุจราจรของจังหวัดภูเก็ตยังมีประสิทธิภาพไม่เพียงพอ เนื่อง

จากกลุ่มเป้าหมายบอกว่า “ขาดความน่าเชื่อถือและการยอมรับ” จากบางกลุ่มโดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น พวกเขาบอกว่า “ผู้ที่มานะนำไม่น่าสนใจ ไม่มีแรงจูงใจที่อยากปฏิบัติตาม” โดยได้เสนอให้นำศิลปินวัยรุ่นมาเป็นพรีเซนเตอร์ ถึงจะปฏิบัติตาม แต่ได้เน้นว่า “ถ้าเขาจะปฏิบัติตามก็ต่อเมื่อเพื่อนๆ ได้ปฏิบัติเหมือนกันด้วย” ดังนั้นการเลือกตัวแทนในการรณรงค์ในกลุ่มวัยรุ่นควรให้โอกาสแก่กลุ่มเป้าหมายในการคัดเลือกตัวแทนด้วย

8. ระยะทาง (The Distance) คือ การประเมินของสมาชิกในสังคมในเรื่องของ ทักษะและการลงทุนที่ตนเองจะต้องใช้ในการตอบสนองแรงจูงใจที่จะเกิดขึ้น การปฏิบัติตามกฎจราจรหรือการขับขี้อย่างมีระเบียบวินัยเพื่อเพื่อป้องกันอุบัติเหตุจราจร การสวมใส่หมวกนิรภัยเพื่อลดการบาดเจ็บที่ศีรษะ ประชาชนบางส่วนบอกว่ามันเป็นเรื่องโง่เขลาที่สามารถที่จะปฏิบัติได้ ไม่มีความยุ่งยาก และมีความจำเป็นเพราะมักจะพบเห็นอยู่เป็นประจำไม่คุ้มค่ากับการเสี่ยง แต่บางคนก็ไม่ให้ความสำคัญถึงแม้ว่าจะมีโอกาสเกิดขึ้นบ่อยแต่จะถือเป็นเรื่องของโชคกลางมากกว่า กลุ่มผู้ใหญ่จะให้ความสำคัญทางด้านการระมัดระวังไว้ก่อนดีกว่า ส่วนกลุ่มวัยรุ่นจะให้ความสำคัญด้านโชคกลางมากกว่าความประมาท ดังคำพูดที่ว่า “ดวงดีก็รอด ดวงร้ายไม่ตายกับบาดเจ็บ”

6. วิเคราะห์การนำแนวคิดการตลาดเพื่อสังคมมาพัฒนากระบวนการวางแผน และกลยุทธ์การดำเนินป้องกันอุบัติเหตุจราจรในจังหวัดภูเก็ต

จากการศึกษากระบวนการวางแผนและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อรณรงค์ป้องกันและแก้ไขปัญหาอุบัติเหตุจราจรของจังหวัดภูเก็ต และการใช้แนวคิดการตลาดเพื่อสังคมในการดำเนินงาน รวมทั้งความสำเร็จของการดำเนินงานในแง่ของการเข้าถึงและการยอมรับจากกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนปัจจัยที่ส่งเสริมให้กลยุทธ์การดำเนินงานประสบความสำเร็จแล้ว สามารถที่จะวิเคราะห์ประเมินความเป็นไปได้ของการนำแนวคิดและกระบวนการวางแผนการตลาดเพื่อสังคมมาพัฒนากระบวนการวางแผนและกลยุทธ์การรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจราจรในจังหวัดภูเก็ตให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยการทำการวิเคราะห์องค์กรแบบ S-W-O-T Analysis ได้ดังนี้

ตาราง : การวิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อยการนำแนวคิดการตลาดเพื่อสังคมมาพัฒนากระบวนการวางแผนและกลยุทธ์การดำเนินรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจราจรในจังหวัดภูเก็ต

จุดเด่น (Strengths)	จุดด้อย (Weaknesses)
1. หน่วยงานที่รับผิดชอบมีประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับอุบัติเหตุจราจรสูง	1. ขาดข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมเสี่ยงของกลุ่มเป้าหมาย สำหรับการวางแผนที่ถูกต้อง ตรงกับปัญหาที่แท้จริง
2. มีการประสานความร่วมมือในการดำเนินงานที่ดี มีการสนับสนุนการดำเนินงานซึ่งกันและกันของหน่วยงานที่รับผิดชอบ	2. ขาดงบประมาณสำหรับการทุ่มเทการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อผูกขาดสื่อในด้านความถี่และความครอบคลุมของข่าวสาร
3. มีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่ดี รวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ ชนิดวันต่อวัน	3. ขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการออกแบบสารและวางแผนการใช้สื่อ
4. หน่วยงานมีมาตรการดำเนินงานที่หลากหลาย ทำให้โอกาสในการเข้าถึงและได้รับการยอมรับจากประชาชนมากยิ่งขึ้น	4. ผู้บริหารให้ความสำคัญกับมาตรการบังคับทางกฎหมายสูงกว่าการรณรงค์ทางการสื่อสาร ทำให้ขาดการทุ่มเทอย่างจริงจัง
5. มีตัวแทนในการรณรงค์ให้เกิดการเปลี่ยนในสังคมที่พอเพียง	

จุดเด่น (Strengths)

1. หน่วยงานที่รับผิดชอบการรณรงค์ในจังหวัดภูเก็ตมีหลายหน่วยงานและมีประสบการณ์และคุ้นเคยกับปัญหาอุบัติเหตุจราจรเป็นอย่างดี การดำเนินงานทางการตลาดเพื่อ

สังคมจะต้องอาศัยความรู้ปัญหา เข้าใจปัญหาอย่างแท้จริง และรู้ถึงความต้องการของสมาชิกในสังคมด้วย เพื่อที่จะหาแนวทางการรณรงค์ที่สามารถเจาะลึกและตอบสนองต่อความต้องการของสังคมได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางสังคมก็จะเกิดขึ้นได้ง่าย

2. มีการประสานงานระหว่างหน่วยงานที่ดี ทำให้สามารถที่จะสนับสนุนการดำเนินงานซึ่งกันและกันได้ การรณรงค์ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ ในสังคมอย่างเพียงพอ และสามารถที่จะดำเนินงานในทิศทางเดียวกันได้ ลดความซ้ำซ้อนและความขัดแย้งในการดำเนินงาน ทั้งนี้เนื่องจากการดำเนินงานจะต้องมีหลายวิธีแบบผสมผสานกันไป การเผยแพร่ข่าวสารก็จะต้องผ่านหลายช่องทางเพื่อเกื้อกูลสนับสนุนซึ่งกันและกัน คือการมีกลไก (The Mechanism) ในการดำเนินงานที่ดี

3. มีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่ดี การตลาดเพื่อสังคมจะต้องมีกลไกการดำเนินงานที่สอดคล้องกับความต้องการของสังคมอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นแผนงานหรือกลยุทธ์การดำเนินงานจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการของสังคมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การมีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่ดี รวดเร็วทำให้สามารถประเมินผลการดำเนินงานได้และสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การดำเนินงานได้ทันต่อที่ตามสถานการณ์ที่เป็นอยู่จริง

4. หน่วยงานมีกลยุทธ์การดำเนินงานที่หลากหลาย ทำให้โอกาสการเข้าถึงและเกิดการยอมรับจากประชาชนหลายกลุ่ม การตลาดเพื่อสังคมควรจะเป็นลักษณะที่ผสมผสานกันหลายๆ แบบ เพราะสมาชิกในสังคมมีความต้องการในระดับและทิศทางที่แตกต่างกัน

5. หน่วยงานมีตัวแทนในการเผยแพร่แนะนำการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่พอเพียง อย่างเช่น อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ซึ่งมีอยู่ทุกพื้นที่และเป็นตัวแทนของการนำนวัตกรรมทางสุขภาพอนามัยไปสู่สังคมอยู่แล้ว นับว่ามีความเหมาะสมเพราะอุบัติเหตุจากราก็เป็นปัญหาสาธารณสุข

จุดด้อย (Weaknesses)

1. ขาดการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย หน่วยงานที่รับผิดชอบการรณรงค์ไม่ได้ทำการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายที่จริงจัง ทำให้ขาดข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการและความจำเป็นที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมาย กลยุทธ์การรณรงค์จึงไม่ได้ตอบสนองความต้องการของประชาชน เนื่องจากการตลาดเพื่อสังคมจะยึดหลักการอิงผู้บริโภคเป็นหลัก (Consumer Orientation) การพัฒนาสินค้า

หรือบริการจะต้องเป็นไปในทิศทางและระดับที่สังคมต้องการ มิฉะนั้นจะ ไม่ได้รับการตอบสนอง จากประชาชน การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางสังคมก็ไม่เกิดขึ้น จึงจำเป็นต้องทำการศึกษาวิจัย ทางการตลาด (Marketing Research) เพื่อค้นหาความต้องการของสังคม (Social need) เพื่อนำมาพัฒนาสินค้าหรือบริการที่ตรงตามความต้องการของสังคม

2. ขาดงบประมาณที่จะทุ่มเทโฆษณาทางสื่อ เนื่องจากการรณรงค์เปลี่ยนแปลง สังคมจำเป็นต้องมีการผูกขาดสื่อ (Monopolization) เพื่อทำการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข่าวสาร เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการให้มีจำนวนและความถี่มากที่สุด ทั้งนี้เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุดและป้องกันการเผยแพร่ข่าวสารของสินค้าที่เป็นคู่แข่ง อาทิเช่น การโฆษณาหลังบันทึง สุราหรือเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์ต่างๆ การผูกขาดสื่อถึงแม้จะทำไม่ได้ในความเป็นจริงแต่จะต้องทำให้ข่าวสารที่เผยแพร่ออกไปได้รับความสนใจจากสมาชิกในสังคมมากที่สุด โดยการออกแบบสาร ที่น่าสนใจ เลือกสื่อหรือช่องทางการถ่ายทอดที่ดี มีเวลาการถ่ายทอดที่เหมาะสม

3. การเผยแพร่ข่าวสารขาดการเจาะลึกกินใจ (Canalization) เพราะข้อมูลข่าวสาร หรือสื่อประเภทต่างๆ ของการรณรงค์ป้องกันและแก้ไขปัญหามลพิษหรือเหตุร้ายในจังหวัดภูเก็ต ส่วนใหญ่ไม่มีการทดสอบสื่อกับกลุ่มเป้าหมายก่อนการนำไปใช้จริง และสื่อบางชนิดรับมาจาก ส่วนกลาง ซึ่งไม่สอดคล้องกับสภาพปัญหาและกลุ่มเป้าหมายในจังหวัดภูเก็ต รวมทั้งขาดบุคลากร ที่มีความชำนาญทางด้านการออกแบบสารและการเลือกช่องทางในการเผยแพร่ การดำเนินงาน ส่วนใหญ่ยังเป็นการวางแผนจากข้างบน (Top Down) ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากขาดการวิเคราะห์กลุ่ม เป้าหมายอย่างแท้จริง การรณรงค์เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางด้านการจราจร โดยเฉพาะในกลุ่ม วัยรุ่นจะต้องมีการออกแบบสารที่เจาะลึกกินใจกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด ตั้งแต่การเปลี่ยนทัศนคติ ความเชื่อ และค่านิยมที่เสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุให้ได้เสียก่อน แล้วจึงกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจ ในการปฏิบัติในสิ่งที่ถูกต้องถึงจะสามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้

4. ผู้บริหารหน่วยงานมีความคิดที่สนับสนุนและให้ความสำคัญการแก้ไขปัญหามลพิษหรือเหตุร้ายในด้านการบังคับใช้มาตรการทางกฎหมายมากกว่าการรณรงค์ทางการสื่อสาร การรณรงค์เปลี่ยนแปลงทางสังคมจะต้องอยู่บนพื้นฐานในทิศทางและระดับที่สังคมต้องการ เป็นการเปลี่ยนแปลงโดยความสมัครใจมิใช่การบังคับ ซึ่งจะต้องใช้เวลา หากหน่วยงานไม่มีความเข้าใจ ก็อาจทำให้การดำเนินงานขาดการทุ่มเทอย่างเต็มที่

ตาราง : การวิเคราะห์โอกาสและปัญหาอุปสรรคการนำแนวคิดการตลาดเพื่อสังคมไปพัฒนากระบวนการวางแผนและกลยุทธ์การดำเนินงานรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจากรถในจังหวัดภูเก็ต

โอกาส (Opportunities)	ปัญหาอุปสรรค (Threats)
1. ได้รับการสนับสนุนทางนโยบายทั้งส่วนกลางและภายในจังหวัด	1. จำนวนต้องใช้เวลาาน ทำให้สิ้นเปลืองงบประมาณ
2. ได้รับการสนับสนุนการดำเนินงานจากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐ เอกชนและชุมชน	2. ต้องอาศัยความอดทนของผู้ปฏิบัติงานสูง เพราะการเปลี่ยนแปลงทางสังคมจะต้องเป็นไปในทิศทางและระดับที่สังคมต้องการ
3. พื้นที่เล็ก สามารถควบคุมทิศทางการรณรงค์ได้ง่าย	3. ต้องเผชิญกับคู่แข่งทางการตลาดจำนวนมาก
4. สื่อและช่องทางการสื่อสารมีจำนวนเพียงพอ	4. การแบ่งส่วนการตลาดต้องทำหลายกลุ่ม เนื่องจากสังคมในจังหวัดภูเก็ตประกอบด้วยบุคคลหลายชนชั้นเพราะเป็นเมืองท่องเที่ยว
5. ปัญหาอุบัติเหตุจากรถสามารถพัฒนาสินค้าได้หลากหลาย	
6. มีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าทางสังคมที่ทั่วถึง สะดวกต่อการเข้าถึงของสมาชิกกลุ่มเป้าหมาย	
7. ค่าใช้จ่ายในการใช้สินค้าหรือบริการทางด้านการป้องกันอุบัติเหตุจากรถไม่สูงมากนัก	

โอกาส (Opportunity)

1. การดำเนินงานด้านอุบัติเหตุจากรางรถได้รับการสนับสนุนทางด้านนโยบายทั้งจากส่วนกลางและในท้องถิ่นรวมทั้งหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ซึ่งจังหวัดภูเก็ตอยู่ระหว่างการดำเนินงานโครงการนำร่อง การจัดทำแผนแม่บทด้านความปลอดภัยและการจัดทำระบบสารสนเทศด้านอุบัติเหตุจากรางรถของกระทรวงคมนาคม โอกาสการได้รับการสนับสนุนงบประมาณจึงมีสูง
2. หน่วยงานในจังหวัดให้การสนับสนุนและความต้องการของสังคมส่วนใหญ่ก็ให้การสนับสนุนและมีแรงจูงใจที่จะป้องกันอุบัติเหตุไม่ให้เกิดขึ้นกับตนเองและครอบครัวอยู่บ้างแล้ว ซึ่งการรณรงค์เปลี่ยนแปลงสังคมตามแนวคิดการลดอุบัติเหตุสังคม จำเป็นต้องมีทีมงานหรือหน่วยงานให้การสนับสนุน (Supplement) อย่างเพียงพอ และมีแรงจูงใจของคนในสังคม (The Force) ที่สูง รวมทั้งประชาชนในจังหวัดภูเก็ตส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารการรณรงค์อุบัติเหตุจากรางรถ ซึ่งทุกคนให้การตระหนักว่าอุบัติเหตุจากรางรถเป็นปัญหาสำคัญที่สร้างความสูญเสียทั้งทางร่างกาย จิตใจและทางเศรษฐกิจ จำเป็นต้องแก้ไขอย่างเร่งด่วน
3. ลักษณะพื้นที่ของจังหวัดภูเก็ตที่เป็นลักษณะเกาะเล็กๆ ทำให้สามารถควบคุมการรณรงค์ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันได้ง่าย การสื่อสารกับประชาชนก็สามารถทำได้ง่าย รวมถึงสามารถควบคุมข่าวสารที่เผยแพร่ถึงประชาชนถ้าหากสามารถผูกขาดสื่อได้โอกาสที่จะประสบความสำเร็จได้ง่ายขึ้น เพราะการที่เป็นสังคมเล็กทำให้สามารถเข้าถึงและสามารถประเมินความต้องการของสังคมได้มากและทำให้ง่ายต่อการตอบสนองด้วย
4. จำนวนสื่อหรือช่องทางการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายมีเพียงพอ โดยเฉพาะสื่อมวลชนทั้งสถานีวิทยุ โทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ จังหวัดภูเก็ตมีสถานีวิทยุจำนวน 7 สถานี สถานีโทรทัศน์ 1 สถานีและมีหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไม่ต่ำกว่า 7 ฉบับ หากสามารถทำการผูกขาดสื่อได้มากก็จะสามารถรณรงค์เปลี่ยนสังคมได้รวดเร็วขึ้น รวมทั้งสามารถใช้กลยุทธ์การตลาดแบบผสมผสาน (Marketing Mix Strategies) ผ่านช่องทางสื่อต่างๆ ได้ การรณรงค์เปลี่ยนแปลงทางสังคมจะต้องมีกลยุทธ์ที่หลากหลาย จำเป็นต้องมีช่องทางการสื่อสารที่เพียงพอทั้งทางปริมาณและคุณภาพ
5. การรณรงค์เพื่อเปลี่ยนแปลงสังคมจำเป็นต้องมีการพัฒนาสินค้าและบริการที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของคนในสังคมแต่ละกลุ่มซึ่งมีความต้องการที่แตกต่างกัน

การพัฒนาสินค้าในเรื่องการป้องกันอุบัติเหตุจากรถสามารถกำหนดได้ในหลายลักษณะ ทั้งสินค้าทางความคิด ความเชื่อ ค่านิยม สินค้าในทางปฏิบัติ และสินค้าที่สามารถซื้อหาและจับต้องได้ เช่น การขับขี่แบบไม่ประมาท การขับขี่ตามกฎหมาย การมีมารยาทหรือน้ำใจในการขับขี่ การใช้หมวกนิรภัยสำหรับผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ เข็มขัดนิรภัยสำหรับผู้ขับขี่รถยนต์ การงดดื่มสุรา และสารเสพติดสำหรับพนักงานขับรถ หรือสวมจากรถสำหรับเด็กและเยาวชน เป็นต้น เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความจำเป็นของคนในสังคมแต่ละกลุ่ม

6. มีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าทางสังคมที่ทั่วถึง ปัจจัยอย่างหนึ่งที่นำไปสู่ความสำเร็จของแผนการรณรงค์ทางสังคม คือ การมีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการทางสังคมที่เพียงพอและสอดคล้องกับความต้องการของสังคม จังหวัดภูเก็ตสามารถที่จะจัดช่องทางการจำหน่ายสินค้าทางด้านการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุได้เป็นอย่างดี เพราะเป็นจังหวัดเล็ก ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการได้อย่างทั่วถึง

7. ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายสำหรับการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการสำหรับการป้องกันและแก้ไขปัญหาอุบัติเหตุจากรถไม่สูงมากนัก ทำให้สมาชิกในสังคมสามารถเข้าถึงและรับบริการได้ เพราะแนวคิดการตลาดเพื่อสังคมได้ยึดหลักการตลาดเชิงธุรกิจทั่วไปที่ใช้กลไกการตลาดเปลี่ยนเป็นหลักสำคัญ การแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการจะขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของผู้บริโภค การเปลี่ยนพฤติกรรมทางด้านการจราจรก็ขึ้นอยู่กับการวิเคราะห์ผลประโยชน์ที่จะได้รับกับการลงทุนที่เสียไป (Cost - Benefit Analysis) ของกลุ่มเป้าหมาย ถ้าสามารถรณรงค์ให้ประชาชนเข้าถึงอันตรายที่จะเกิดขึ้นหากเขาไม่ปฏิบัติตามแนวทางการรณรงค์ หรือสามารถชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับหากปฏิบัติตาม การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้รถใช้ถนนที่ถูกต้องก็จะเกิดขึ้น ปัญหาอุบัติเหตุจากรถก็จะลดลง

ปัญหาอุปสรรค (Threats)

1. การรณรงค์เปลี่ยนแปลงทางสังคมจำเป็นต้องใช้เวลานาน การรณรงค์พฤติกรรมทางด้านการจราจรก็เช่นเดียวกัน การเปลี่ยนแปลงก็จะค่อยเป็นค่อยไป เนื่องจากพฤติกรรมการขับขี่ของคนในภูเก็ตค่อนข้างจะยึดถือความสะดวกสบายซึ่งเกิดจากความเคยชินที่มีมาตั้งแต่ในอดีตที่จำนวนรถมีไม่มากเหมือนปัจจุบัน การเปลี่ยนพฤติกรรมการขับขี่อาจจะต้องใช้เวลา เนื่องจากในปัจจุบันจังหวัดภูเก็ตเจริญก้าวหน้าไปมาก กลายเป็นสังคมเมืองที่มีลักษณะวิถีชีวิตที่ต้องแข่งขันกัน เกิดการเออาร์คเอาเปรียบ ประกอบกับการมีประชากรที่หลากหลาย ขับขี่

เพราะเป็นเมืองท่องเที่ยว ทำให้การรณรงค์เปลี่ยนแปลงอาจช้ากว่าการใช้มาตรการทางกฎหมาย แต่การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจะเป็นพฤติกรรมที่ถาวร

2. ต้องอาศัยความอดทนของผู้ปฏิบัติงานสูง เนื่องจากการรณรงค์เปลี่ยนทางสังคม จะเป็นไปในทิศทางและระดับของสังคมต้องการ นักการตลาดเพื่อสังคมจะต้องมีความอดทนและมีความพยายามสูงที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่สมาชิกในสังคมไม่คุ้นเคยหรือไม่มีประสบการณ์มาก่อน การเปลี่ยนแปลงจึงเป็นลักษณะค่อยเป็นค่อยไป

3. การรณรงค์ป้องกันและแก้ไขปัญหาราจรจะต้องประสบกับสินค้าคู่แข่งมากมาย ทั้งสินค้าทางความคิดและสินค้าทางการปฏิบัติ เช่น ค่านิยมในการขับขี่ที่โหดโผน อารมณ์ การขับขี่ที่ศึกษาระนองของกลุ่มวัยรุ่น การโฆษณาความเร็วแรงของรถรุ่นใหม่ที่น่าสนใจรวมทั้ง การขายสินค้าประเภทสุราหรือเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ตลอดจนค่านิยมและความจำเป็นในการใช้สารเสพติดของพนักงานขับรถ เป็นต้น การรณรงค์หากไม่สามารถผูกขาดสื่อหรือออกแบบสารที่น่าสนใจแล้วโอกาสที่จะได้รับความสนใจจากประชาชนก็นี้อ่อน ทำให้การเปลี่ยนแปลงในด้านพฤติกรรมการใช้รถใช้ถนนในจังหวัดภูเก็ตเกิดขึ้นได้น้อยเช่นกัน

4. ผู้ขับขี่ยานพาหนะในจังหวัดภูเก็ต ประกอบด้วยบุคคลหลายประเภท และหลากหลายชนชั้น ซึ่งแต่ละกลุ่มก็มีส่วนทำให้เกิดปัญหาที่แตกต่างกัน ทำให้ยากต่อการพัฒนาสินค้าและบริการ ตลอดจนการกำหนดช่องทางติดต่อสื่อสารที่สอดคล้องเหมาะสมกับความต้องการของแต่ละกลุ่ม การแบ่งส่วนตลาด (Marketing Segment) และการเสนอข้อได้เปรียบแก่ส่วนตลาด (Differential Advantages) จะต้องมีความละเอียดแยกย่อยและครอบคลุมทุกกลุ่มจึงจะสามารถเข้าถึงและเกิดการยอมรับในระดับและทิศทางที่สังคมต้องการ แต่การรณรงค์สามารถที่จะคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายในการปฏิบัติงานได้ เพราะการดำเนินงานรณรงค์เปลี่ยนแปลงสังคมในแต่ละประเด็นปัญหาสามารถที่จะเลือกดำเนินงานหรือเปลี่ยนแปลงเฉพาะกลุ่มได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับงบประมาณและกำลังคน และปัจจัยอื่นๆ ในสังคม การรณรงค์เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทางด้านการจราจรก็สามารถคัดเลือกเฉพาะกลุ่มได้ เช่น กลุ่มผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ ผู้ขับขี่รถยนต์ส่วนบุคคล ผู้ขับขี่รถโดยสารประจำทาง เป็นต้น