

## 6 sources of influence กับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้ใช้ถนน

สมบูรณ์ บุญกิตติชัยพันธ์\*

การบาดเจ็บจากการจราจร (Traffic Injury) เป็นสาเหตุการเสียชีวิตเป็นอันดับต้น ๆ ของการเสียชีวิตของคนไทย โดยในปี พ.ศ. 2559 มีอัตราการเสียชีวิตที่ 32.7 ต่อแสนประชากร มีผู้บาดเจ็บเข้ารับการรักษากว่า 8 แสนรายต่อปี และผู้พิการกว่า 4 หมื่นรายต่อปี สูญเสียค่าใช้จ่ายกว่า 5 แสนล้านบาท ผู้บาดเจ็บส่วนใหญ่อยู่ในวัย 10 - 29 ปี ซึ่งเป็นวัยเด็กและวัยทำงาน อุบัติการณ์เกิดกับผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์มากที่สุด

ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการบาดเจ็บบนท้องถนน ได้แก่ คน รถ ถนน และสิ่งแวดล้อม โดยปัจจัยด้านคนมีส่วนสูงที่สุดราว 70% ซึ่งมักเกิดจากพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม เช่น เมาสุรา ไม่สวมหมวกกันน็อก ไม่คาดเข็มขัดนิรภัย ขับรถเกินความเร็วที่กำหนด ใช้โทรศัพท์ขณะขับขี่ ความง่วงและอ่อนล้า เป็นต้น มาตรการในการป้องกันแก้ไขปัญหาคควรครอบคลุมทั้ง 3 ด้าน คือ มาตรการความปลอดภัยด้านคน รถ และถนน ซึ่งประเทศไทยยึดหลักตามแนวทางสากลประกอบด้วย 5 เสาหลักคือ

1. การบริหารจัดการความปลอดภัยบนท้องถนน (Road safety management)
2. ถนนและการสัญจรปลอดภัย (Safer road and mobility)
3. ยานพาหนะ (Safer vehicle)
4. ผู้ใช้ถนนปลอดภัย (Safer road user)
5. การตอบสนองหลังเกิดเหตุ (Post crash response)

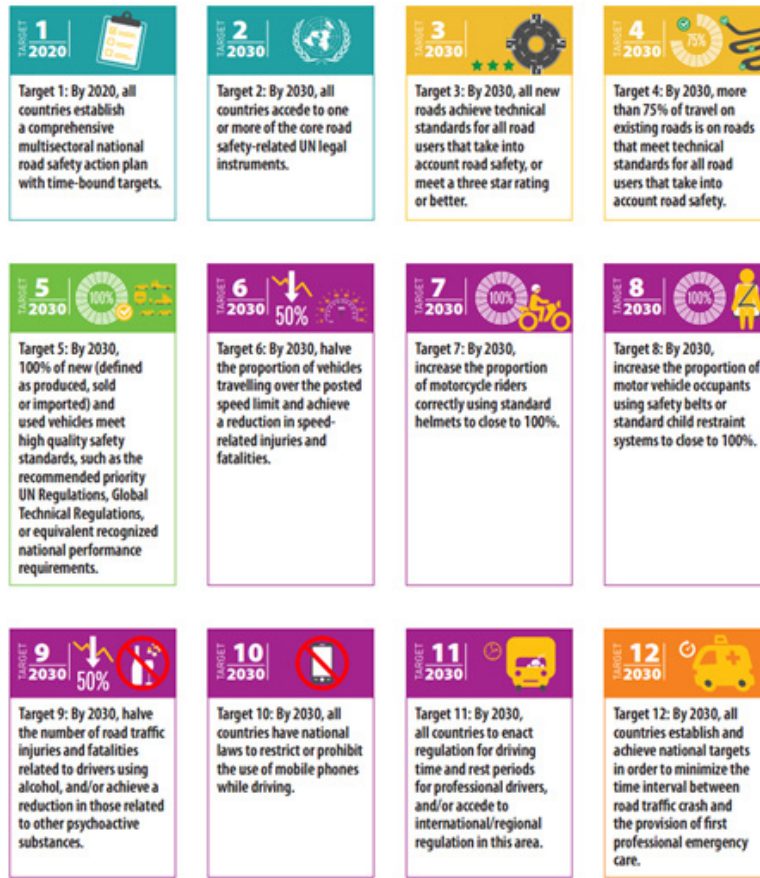
นอกจากนี้ ประเทศไทยได้ร่วมทำข้อตกลงการกำหนดเป้าหมายการดำเนินงานด้านความปลอดภัยทางถนน (12 global road safety performance targets) ในการประชุมสหประชาชาติ เมื่อวันที่ 22 พฤศจิกายน

พ.ศ. 2560 มีรายละเอียดดังภาพที่ 1 โดยเป้าหมายในข้อที่ 6 - 11 นั้นเป็นเป้าหมายด้านความปลอดภัยของผู้ใช้ถนน คือ การขับขี่ด้วยความเร็วที่กำหนด การสวมหมวกกันน็อก การคาดเข็มขัดนิรภัยทั้งในผู้ใหญ่และเด็ก การไม่เมาสุราและสารเสพติดขณะขับขี่ การไม่ใช้โทรศัพท์ขณะขับขี่ ไม่ขับขี่เกินชั่วโมงที่กำหนด ซึ่งจำเป็นต้องกำหนดยุทธศาสตร์และมาตรการในการขับเคลื่อนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายนี้

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้ใช้ถนนจึงมีความสำคัญมากในการสร้างความปลอดภัยทางถนน สามารถช่วยป้องกันความเสี่ยงต่อการเกิดการบาดเจ็บทางถนนได้ แต่ปัจจัยกำหนดพฤติกรรม (Determinants) นั้น มีความซับซ้อนฝังลึกอยู่ในระดับ วิถีชีวิต ความคิด ความเชื่อ ความคุ้นชิน การเปลี่ยนแปลงจึงใช้กฎหมายอย่างเดียวไม่ได้ผล ต้องใช้กลไกทางสังคม และทางกายภาพมาเป็นตัวผลักดันให้เกิดผลการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในระดับบุคคล ทั้งนี้ต้องอาศัยความร่วมมือในระดับต่าง ๆ โดยเฉพาะพื้นที่ ชุมชน และต้องมุ่งเน้นความต่อเนื่องเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยและสร้างมาตรการในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมีหลากหลาย หนึ่งในเครื่องมือที่ใช้นั้นคือ การประยุกต์ใช้ 6 Sources of influence ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของคนในองค์กร เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่องค์กรต้องการ พบว่าสามารถนำมาใช้กับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ใช้ถนนได้ด้วย

Kerry Patterson นักจิตวิทยาได้แนะนำว่า การที่บุคคลหนึ่งจะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมได้นั้น จะต้องมียุทธศาสตร์หรือสิ่งบันดาลใจที่มาจาก 6 แหล่งด้วยกัน หรือที่เรียกว่า "6 sources of influence" หากค้นหาหรือสร้างสิ่งกระตุ้นเหล่านี้ได้ การเปลี่ยนแปลงที่มาจากข้างในตัวบุคคลก็จะเกิดขึ้นได้



ภาพที่ 1 : 12 global road safety performance targets

6 sources of influence ได้ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหาองค์กร โดยใช้การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของคนในองค์กรเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ต้องการ โดยใช้ความสามารถ และแรงจูงใจ ของ คน สังคม และโครงสร้าง ในการวิเคราะห์ หามาตรการที่จะนำมาใช้ในการ

ปรับเปลี่ยนพฤติกรรม

แรงจูงใจและความสามารถ (Motivation and ability) เป็นพื้นฐานของ 6 sources of influence สามารถแบ่งออกเป็นสามส่วนหลักคือ ส่วนบุคคล, สังคม, และโครงสร้าง ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 : 6 sources of influence

	แรงจูงใจ	ความสามารถ
บุคคล	คุณต้องการเปลี่ยนแปลงหรือไม่? : เปลี่ยนสิ่งที่ไม่พึงปรารถนาให้เป็นสิ่งที่เราต้องการ	คุณรู้วิธีที่จะเปลี่ยนแปลงหรือไม่? : สร้างการเรียนรู้เพื่อเพิ่มทักษะ
สังคม	ใครที่จะช่วยส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงนี้? : ใช้พลังของผู้ส่งเสริม	ใครที่จะช่วยให้การเปลี่ยนแปลงสำเร็จ? : เพิ่มจำนวนผู้ส่งเสริมที่เข้มแข็ง
โครงสร้าง	โครงสร้าง/สิ่งแวดล้อมใดที่กระตุ้นการเปลี่ยนแปลง? : สร้างการให้รางวัล และความรับผิดชอบ แรงจูงใจ	โครงสร้าง/สิ่งแวดล้อมช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือไม่? : เปลี่ยนแปลงโครงสร้าง/สิ่งแวดล้อม

ส่วนแรก แรงจูงใจและความสามารถระดับบุคคล (Personal motivation and ability) เป็นการคิดวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยที่กำหนดทางเลือกพฤติกรรมของบุคคลในสังคมหรือองค์กรนั้น ๆ ค้นหาพฤติกรรมที่สำคัญและมีคุณค่าให้ได้ ลัก 1 - 2 อย่าง ศึกษาหาความรู้เพื่อไปให้ถึงการเปลี่ยนแปลงสู่พฤติกรรมใหม่ที่อยากให้เกิดขึ้น

ส่วนที่สอง แรงจูงใจและความสามารถทางสังคม

(Social motivation and ability) เกี่ยวข้องกับผลกระทบของบุคคลอื่นที่มีผลต่อทางเลือกพฤติกรรมของบุคคลในสังคมหรือองค์กรนั้น ๆ เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญและส่งผลกระทบต่อความสำเร็จมากที่สุด เราจำเป็นต้องค้นหาบุคคลหรือสิ่งที่มีผลกระทบในการส่งเสริม สนับสนุน และกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และใช้บุคคลหรือสิ่งที่มีผลกระทบนั้นช่วยให้การเปลี่ยนแปลงสู่พฤติกรรมใหม่นั้นสำเร็จ

ตารางที่ 2 : 6 sources of influence

	แรงจูงใจ	ความสามารถ
บุคคล	จิตสำนึก ทักษะ การให้คุณค่า แรงจูงใจ	อบรม ความรู้ ฝึกทักษะ ประเมินผล
สังคม	บรรทัดฐาน Norm ค่านิยม กระแสสังคม	เฟียร์ระวัง social media CCTV มาตรการองค์กร
โครงสร้าง	สิ่งแวดล้อมใดที่เอื้อ ความสะดวก รวดเร็ว ระบบ จูงใจ ชื่อเสียง	กฎหมายบังคับใช้โครงสร้าง - กายภาพ

ส่วนสุดท้าย แรงจูงใจและความสามารถเชิงโครงสร้าง (Structural motivation and ability) ค้นหาบทบาทของปัจจัยอื่นที่มีใช้ปัจจัยด้านมนุษย์ เช่น ระบบชดเชยรายได้ รางวัล พื้นที่ และเทคโนโลยี เป็นต้น มาช่วยกระตุ้นและส่งเสริมให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปสู่พฤติกรรมใหม่

การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมักเป็นเรื่องยากเพราะคนมักคุ้นชินกับพฤติกรรมเก่า การใช้ 6 sources of influence จะช่วยทำให้การวิเคราะห์และหามาตรการ ทำได้อย่างครอบคลุมและประสบผลสำเร็จได้อย่างรวดเร็ว ควรทำการวิเคราะห์ ค้นหา และนำมาใช้ให้ได้อย่างน้อย 4 ใน 6 ด้าน

ตารางที่ 3 : การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ไม่สวมหมวกกันน็อค

	แรงจูงใจ	ความสามารถ
บุคคล	- รมรณรงค์การสวมหมวกกันน็อคในสถานศึกษา/หน่วยงานราชการอย่างสม่ำเสมอ - ให้ข้อมูลการบาดเจ็บทางถนนแก่สถานศึกษาเพื่อเผยแพร่แก่นักเรียนนักศึกษา	- อบรมการใช้หมวกกันน็อคที่ถูกต้อง - แนะนำสถานที่จำหน่ายหมวกกันน็อคที่ได้มาตรฐาน และตรงใจผู้ใช้
สังคม	- กำหนด Helmet day ทุกวันเสาร์ - สร้างวัฒนธรรมการสวมหมวกกันน็อคในสื่อต่าง ๆ ทั้งโฆษณา ละคร รายการต่าง ๆ โดยใช้ผู้ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นพรีเซนเตอร์	- จับปรับ ถ้าขับมาสวมหมวกกันน็อค - มีเลนจักรยานยนต์เฉพาะ - ครูช่วยได้ สวมหมวกกันน็อคก่อนเข้าและออกจากสถานศึกษา
โครงสร้าง	- ซื้อรถจักรยานยนต์แถมหมวกกันน็อค - ผู้สวมหมวกกันน็อค เติมน้ำมันลด 5% - เว้นภาษีให้ผู้ผลิต ผู้ขายหมวกกันน็อค - ประกวดการออกแบบหมวกกันน็อค	- รถจักรยานยนต์มีที่เก็บหมวกกันน็อคใต้เบาะทุกคัน - ผลิตหมวกกันน็อคชนิดเบา เช่น สบาย ราคาถูก มีหลากหลายแบบ - มีป้ายเตือนเรื่องการสวมหมวกกันน็อคเป็นระยะ ๆ

จึงจะเห็นผลของการใช้เครื่องมือนี้

มีการนำเครื่องมือ 6 sources of influence มาใช้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ซบซี้และผู้ใช้ถนน เพื่อลดความเสี่ยงในการเกิดการบาดเจ็บบนท้องถนน ดังตารางที่ 2

ในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้ใช้ถนนนั้น จำเป็นต้องใช้การสร้างโครงสร้างสิ่งแวดล้อมใหม่ ร่วมกับการสร้างแรงจูงใจและการเฝ้าระวังทางสังคมขึ้นมากำกับผู้ใช้ถนนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เหมาะสม ตัวอย่างเช่น การจอดรถในสำหรับคนพิการ มีตัวอย่างการใช้กลไกทางสังคม เช่น ใช้สื่อออนไลน์ในการประณามผู้ที่จอดรถในที่ผู้พิการ

ทำให้คนกลัวไม่กล้าจอด จนเกิดเป็นบรรทัดฐานทางสังคม เป็นต้น ตัวอย่างการใช้ 6 sources of influence มาปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการไม่สวมหมวกกันน็อค แสดงดังตารางที่ 3

ขอเน้นย้ำว่าการเลือกเพียงด้านใดด้านหนึ่งของ 6 sources of influence มาใช้มักทำให้การเปลี่ยนแปลงไม่เกิดผล การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ซบซี้หรือผู้ใช้ถนนนั้นจะสำเร็จได้ ควรเลือกมาตรการอย่างน้อย 4 ใน 6 ด้านมาใช้อย่างต่อเนื่องทุกวัน สร้างความมีส่วนร่วมของคน สังคม จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืน