

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “การเปิดรับ การจดจำ และความคิดเห็น ของผู้มาใช้บริการ ที่มีต่อสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ภายในสถานีนางสาวผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต)”

1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ของผู้ที่มาใช้บริการภายในสถานีนางสาวผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต)

2) เพื่อศึกษาการจดจำสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ของผู้ที่มาใช้บริการภายในสถานีนางสาวผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต)

3) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ที่มาใช้บริการต่อสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ภายในสถานีนางสาวผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต)

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลทั้งหมดจากผู้ที่มาใช้บริการภายในสถานีนางสาวผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) 384 คน

สำหรับผลการศึกษาผู้วิจัยได้นำเสนอตามขั้นตอนดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ผลวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์

จากการศึกษา พบว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เพศชาย อายุระหว่าง 18-30 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และ มัธยมศึกษา หรือ เทียบเท่า (ปวช.) ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน

5.1.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับของผู้มาใช้บริการที่มีต่อสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ภายในสถานีนางสาวผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต)

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับของผู้ที่มาใช้บริการที่มีต่อสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ภายในสถานีนางสาวผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) เปิดรับประเภทป้ายสัญลักษณ์ในการห้ามสูบบุหรี่มากที่สุด ($\bar{X} = 3.87$) บริเวณพื้นที่ที่ผู้โดยสารพบเห็นบ่อยที่สุดคือ เสาของอาคารภายในสถานีนางสาวผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) ($\bar{X} = 3.89$) รองลงมาคือ ภายในห้องอาหารของสถานีนางสาวภายในสถานีนางสาวผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) ($\bar{X} = 3.72$) สื่อบุคคลมีการเปิดรับใน

ระดับนานาชาติ ($\bar{X} = 2.54$) และพบเห็นการดักเตือนจากเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยภายในอาคาร มากกว่า ภายนอกอาคาร

5.1.3 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการจดจำสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ภายในสถานีนขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต)

จากการศึกษาพบว่าผู้โดยสารที่มาใช้บริการภายในสถานีนขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) ส่วนใหญ่จดจำเนื้อหาในป้ายประกาศไม่ได้ และร้อยละ 13.30 ไม่เคยเห็นป้ายประกาศ ในส่วนของผู้ที่จดจำเนื้อหาได้นั้นให้เหตุผลว่า ประกาศไว้อย่างชัดเจนมากที่สุด ร้อยละ 34.92 รองลงมาคือ เป็นตำแหน่งที่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน ร้อยละ 26.63

ในด้านของป้ายสัญลักษณ์ในการห้ามสูบบุหรี่นั้นผู้โดยสารส่วนใหญ่สามารถจดจำได้ ร้อยละ 84.90 และให้เหตุผลพบเห็นบ่อยครั้งมากที่สุด ร้อยละ 37 รองลงมาคือ ติดตั้งอยู่ในตำแหน่งที่เห็นได้ง่าย ร้อยละ 32

และในด้านของสื่อบุคคลผู้โดยสารส่วนใหญ่จดจำไม่ได้ว่ามีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเตือนผู้ที่สูบบุหรี่ภายในสถานีนขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) ร้อยละ 69.30 ในส่วนของผู้ที่จดจำได้ว่ามีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเตือนผู้ที่สูบบุหรี่ได้นั้นให้เหตุผลว่า เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเดินตรวจตราและห้ามผู้ที่สูบบุหรี่เป็นระยะ ร้อยละ 52.30

5.1.4 วิเคราะห์เกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ภายในสถานีนขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต)

จากการศึกษาพบว่า ในด้านความคิดเห็นที่มีต่อสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่นั้น เห็นด้วยในด้านความเหมาะสมมากที่สุด ($\bar{X} = 3.93$) รองลงมาคือ ด้านกระตุ้นให้เกิดการรับรู้และปฏิบัติตาม ($\bar{X} = 3.60$) และด้านความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.58$) ตามลำดับ

ในส่วนข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ภายในสถานีนขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) นั้นแนะนำให้มีการตั้งโต๊ะ จับ ปรับจริง เมื่อมีผู้สูบบุหรี่มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 16.20 รองลงมาคือทำป้ายเครื่องหมายห้ามสูบบุหรี่ให้ชัดเจนและเพียงพอมากยิ่งขึ้น ร้อยละ 15.90 และให้มีการประกาศเตือนเสียงตามสายจากเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบในการห้ามสูบบุหรี่เป็นระยะๆ ร้อยละ 15.60

5.2 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการภายในสถานี่ขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

การศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการภายในสถานี่ขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันนั้นมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่แตกต่างกันในภาพรวม

สมมติฐานที่ 2 ผู้ใช้บริการภายในสถานี่ขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีการจดจำสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

ผู้ใช้บริการภายในสถานี่ขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีการจดจำสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ แตกต่างกัน ในภาพรวม

สมมติฐานที่ 3 ผู้ใช้บริการภายในสถานี่ขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีความคิดเห็นที่มีต่อสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

ผู้ใช้บริการภายในสถานี่ขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) ที่มีเพศและอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกันต่อสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ทั้งในภาพรวมและรายด้าน อย่างไรก็ตาม ระดับการศึกษาและอาชีพของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันกลับส่งผลต่อความคิดเห็นที่มีต่อสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ที่แตกต่างกันทั้งในภาพรวมและรายด้าน

สมมติฐานที่ 4 ผู้ที่มาใช้บริการภายในสถานี่ขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) ที่มีความถี่ในการใช้บริการที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

ผู้ใช้บริการภายในสถานี่ขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) ที่มีความถี่ในการใช้บริการแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ที่แตกต่างกันทั้งในภาพรวมและรายด้าน

สมมติฐานที่ 5 ผู้ที่มาใช้บริการภายในสถานี่ขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) ที่มีความถี่ในการใช้บริการที่แตกต่างกันมีการจดจำสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

สมมติฐานที่ 7 ผู้ที่มาใช้บริการภายในสถานขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) ที่มี
การสูบบุหรี่ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

ผู้ให้บริการภายในสถานียนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) ที่มีพฤติกรรมในการสับ
 บัหรีที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อรณรงค์เพื่อการ ไม่สับบัหรีที่แตกต่างกันในภาพรวม

สมมติฐานที่ 8 ผู้ที่มาใช้บริการภายในสถานีนขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) ที่มีพฤติกรรมการสูบบุหรี่ที่แตกต่างกันมีการจดจำสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

ผู้ให้บริการภายในสถานี่ขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) ที่มีพฤติกรรมในการสูบบุหรี่ที่แตกต่างกันมีการจดจำสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ที่แตกต่างกันทั้งในภาพรวม

สมมติฐานที่ 9 ผู้ที่มาใช้บริการภายในสถานขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) ที่มีพฤติกรรมสูบบุหรี่ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นที่มีต่อสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

ผู้ที่มาใช้บริการภายในสถานี่ขนส่งฯ (หมอชิต) ที่มีพฤติกรรมabusivethatแตกต่างกัน มีความคิดเห็นที่มีต่อสื่อรณรงค์เพื่อการไม่abusivethat ที่แตกต่างกัน ในภาพรวมและในรายด้าน

5.3 อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “การเปิดรับ การจดจำ และความคิดเห็น ของผู้มาใช้บริการ ที่มีต่อสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ภายใน สถานิชนสงฆ์โดยสภารุงเทพฯ (หมอชิต)” สามารถอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

1) ในด้านของพฤติกรรม的开รับสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ จากการวิจัยพบว่า อายุ เพศ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการเปิดรับสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ที่แตกต่างกัน จากผลของงานวิจัยและวรรณกรรมที่ได้ศึกษาจะเห็นว่ามีความแตกต่างในแง่ของลักษณะทางประชากรศาสตร์นั้นมีผลต่อการรับสารที่แตกต่างกัน ซึ่งในปัจจุบัน หน่วยงานภาครัฐ ได้ใช้รูปแบบการรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ผ่านสื่อประเภทต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เช่น โทรทัศน์ วิทยุ แผ่นพับ และสื่อโปสเตอร์ตามสถานที่ต่างๆ ที่รณรงค์ไม่ให้สูบบุหรี่ เช่น โรงพยาบาล โรงเรียนและมหาวิทยาลัย สถานที่ทำงาน สถานที่จำหน่ายเชื้อเพลิง และร้านอาหาร เป็นต้น ทำให้ผู้รับสารแต่ละกลุ่มนั้นมีความคุ้นเคยกับสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ ในสถานที่ต่างๆ และจากการศึกษาวิจัยพบว่า บริเวณพื้นที่ติดตั้งสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ในพื้นที่ตามที่ได้วิจัยได้ทำการสำรวจนั้น มีการติดตั้งสื่อรณรงค์ทั้งป้ายประกาศเตือน และสัญลักษณ์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ตามเสาของอาคารเป็นจำนวนมาก โดยพื้นที่ติดตั้งนั้นมุ่งเน้นต้องการให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่กระจายอยู่ในทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับการศึกษาอาชีพของผู้ที่เข้ามาใช้บริการ

ซึ่งสอดคล้องกับ (ธาดา เศรษฐบุตร, 2551) ที่พบว่า “หน่วยงานภาครัฐ ได้ใช้รูปแบบในการรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ผ่านสื่อประเภทต่างๆ ทั้งสื่อโปสเตอร์ แผ่นพับ การโฆษณาทางโทรทัศน์ และวิทยุ โดยมุ่งเน้นต้องการให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีกระจายอยู่ในทุกเพศ ทุกวัย โดยไม่ได้ระบุกลุ่มเป้าหมายชัดเจน แต่เป็นการรณรงค์เพื่อให้กระจายครอบคลุมไปในทุกกลุ่ม”

ในขณะที่ Paisley อธิบายว่า การวิเคราะห์ความสำเร็จของกระบวนการสื่อสารรณรงค์ จำเป็นต้องพิจารณาเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ สาร บริบท และกลุ่มเป้าหมาย โดยที่พยายามทำให้ชัดเจนว่ากลุ่มบุคคลที่มีส่วนได้ส่วนเสีย กับการรณรงค์มีบทบาทอะไร พวกเขามีวัตถุประสงค์อะไรบ้าง พวกเขาเลือกแนวทางใดในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันไป เป็นต้น

ดังนั้นหากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการออกแบบการสื่อสาร และสื่อรณรงค์ที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายและเจาะจงเฉพาะกลุ่มที่ชัดเจน น่าจะเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้การสื่อสารและการรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ส่วนด้านสื่อบุคคลนั้นพบว่าผู้ที่มาใช้บริการส่วนใหญ่นั้นมีการเปิดรับค่อนข้างน้อย ทั้งนี้จะเกิดจากเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยนั้นไม่ได้ทำหน้าที่เป็นสื่อในการรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่

2) ในด้านของการจดจำสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ ผลการวิจัยพบว่าผู้ให้บริการภายในสถานีส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) ไม่สามารถจดจำเนื้อหาในป้ายรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ที่เขียนว่า “สถานีส่งผู้โดยสารเป็นเขตปลอดบุหรี่ตามกฎหมาย ฝ่าฝืนมีโทษปรับ 2000 บาท” ได้ แต่สามารถจดจำป้ายสัญลักษณ์ห้ามสูบบุหรี่ได้ โดยที่พื้นที่ตำแหน่งในติดตั้งป้ายที่เห็นได้ชัดเจนนั้นมีเหตุอันดับแรกที่ผู้โดยสารจดจำได้

จากการสอบถามจากผู้ที่มาใช้บริการภายในสถานีส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) นั้นได้รับคำตอบว่า “พวกเขานั้นรับรู้เรื่องการห้ามสูบบุหรี่ ไม่ว่าจะเป็นการปรับ 2,000 บาท และสัญลักษณ์ในการห้ามสูบบุหรี่ จากแหล่งอื่นๆ เช่น โทรทัศน์ โรงพยาบาล โรงเรียน/มหาวิทยาลัย และแผ่นป้ายโฆษณาตามสถานที่ต่างๆ ทำให้ทราบว่าสถานีส่งผู้โดยสารนั้นห้ามสูบบุหรี่ในพื้นที่ห้ามสูบบุหรี่ เช่น ตัวอาคารที่ติดแอร์” เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม สาเหตุที่ผู้ให้บริการส่วนใหญ่กลับไม่สามารถจดจำเนื้อหาในป้ายประกาศได้อาจเป็นเพราะข้อความในป้ายประกาศนั้นมีความยาวจึงไม่สามารถจดจำข้อความได้ในสภาพแวดล้อมที่เร่งรีบ ประกอบกับการที่ผู้ให้บริการทราบว่าอยู่แล้วว่ป้ายประกาศนั้นเป็นป้ายประกาศห้ามการสูบบุหรี่ จึงไม่มีความจำเป็นต้องจดจำข้อความในป้ายประกาศดังกล่าว

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่าผู้ให้บริการภายในสถานีส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีการจดจำสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ แตกต่างกันในภาพรวม ซึ่งสามารถอธิบายได้โดยอาศัยผลงานวิจัยของ พิระ จิรโสภณ (2539) (อ้างถึงใน นัสดา เนตรรัตนะ, 2539) ที่ได้อธิบายถึงการเปิดรับและจดจำข่าวสารต่างๆ ว่า ผู้รับสารมีกระบวนการเลือกสรร ซึ่งแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทักษะ ความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกันของแต่ละคน และเลือกจดจำเฉพาะที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ และทัศนคติของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วย เช่นเดียวกับการศึกษาเรื่องการถ่ายทอดข่าวลือจากคนหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่ง จะพบว่า ผู้รับสารมักถ่ายทอดเรื่องราวต่อไปยังคนอื่นๆ ไม่ครบเหมือนกับที่ได้รับมา ทั้งนี้เพราะแต่ละคนจะจดจำเฉพาะส่วนที่ตนเองสนใจเท่านั้น ส่วนที่เหลือมักถูกลืมเลือนไม่นำไปถ่ายทอด

3) ในด้านของความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ การวิจัยพบว่า ผู้ที่มาใช้บริการส่วนใหญ่เห็นด้วยกับตำแหน่งการติดตั้งป้ายห้ามสูบบุหรี่ที่ติดตั้งได้เหมาะสม มองเห็นได้ง่ายและชัดเจน ทั้งภายนอกและภายในอาคารผู้โดยสาร ผู้ที่มาใช้บริการนั้นเชื่อว่าสถานีส่งผู้โดยสารฯ และผู้ที่มาใช้บริการส่วนใหญ่จะปฏิบัติตามหากพบเห็นป้ายเครื่องหมายห้ามสูบบุหรี่ และจะไม่กล้าสูบบุหรี่ในบริเวณที่มีป้ายระบุโทษปรับหากมีการฝ่าฝืนหรือพร้อมที่ปฏิบัติตามทันทีหากมีเจ้าหน้าที่มาตักเตือน อย่างไรก็ตาม จากการสังเกตพบว่ายังมีผู้

สูบบุหรี่ในบริเวณที่ไม่มีป้ายห้ามสูบบุหรี่ หรือบริเวณที่ไม่มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยขึ้นประจำการอยู่

4) ในด้านของความถี่ในการใช้บริการภายในสถานี่ขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) จากการศึกษาวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านความถี่ในการใช้บริการภายในสถานี่ขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) นั้นมีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับ การจดจำ และความคิดเห็นของผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ที่มาใช้บริการเมื่อมาใช้บริการบ่อยครั้งทำให้เปิดรับ จดจำ และความคิดเห็นที่มีต่อสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่มากขึ้น และย่อมมีผลต่อการรับรู้ ความคิด และพฤติกรรมที่มากขึ้นด้วย จะเห็นว่า หากกลุ่มเป้าหมายยังได้รับข่าวสารมากขึ้น ย่อมส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในด้านของความคิด พฤติกรรม และความรู้สึกมากขึ้นด้วย และในปัจจุบันนั้นได้มีการให้ความสำคัญต่อการเผยแพร่กฎหมายเกี่ยวกับการสูบบุหรี่ออกสู่สาธารณะชนค่อนข้างมากและต่อเนื่อง ประกอบกับในปัจจุบันการสื่อสารมีความเจริญก้าวหน้าเป็นอย่างมากทำให้ผู้ที่มาใช้บริการนั้นรับรู้ข่าวสารมากขึ้น ส่งผลให้ผู้ที่มาใช้บริการภายในสถานี่ขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) นั้นรับรู้ในเรื่องดังกล่าวค่อนข้างดี

5) ในด้านของพฤติกรรมการสูบบุหรี่ จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านพฤติกรรมการสูบบุหรี่แบ่งออกเป็น ผู้ที่มีพฤติกรรมการสูบบุหรี่ และ ผู้ที่ไม่มีพฤติกรรมการสูบบุหรี่นั้น เกือบจะทั้งหมดนั้นส่งผลต่อการเปิดรับ การจดจำและความคิดเห็นของผู้โดยสารสถานี่ขนส่งฯ (หมอชิต) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการจดจำข้อมูลข่าวสารจากสื่อที่อธิบายถึงการเปิดรับและจดจำข่าวสารต่างๆ ผู้รับสารย่อมต้องมีกระบวนการเลือกสรร ซึ่งแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ของแต่ละคน ซึ่งในการเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจนั้น ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่เดิม และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับทัศนคติเดิมของตนเพราะเมื่อได้รับข่าวสารที่ขัดแย้งกับทัศนคติเดิมของตนเองแล้ว อาจก่อให้เกิดความความไม่สบายใจ (Cognitive Dissonance)

นอกจากนั้นบุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า ดังนั้นการเลือกการเปิดรับและจดจำ ของสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่นั้นจึงเป็นเหมือนเครื่องกรองชั้นสุดท้าย ซึ่งในบางครั้งผู้รับสารอาจจะรับหรือปฏิเสธสื่อตั้งแต่ขั้นแรก โดยเป็นไปได้ว่าผู้ที่มีพฤติกรรมในการสูบบุหรี่อาจจะเลือกที่อ่านป้ายประกาศเตือนรณรงค์ในการห้ามสูบบุหรี่ หรือ ดูป้ายสัญลักษณ์ในการห้ามสูบบุหรี่ เพื่อจะมองหาสถานที่ที่ตนเองสามารถจะสูบบุหรี่ได้ ในทางกลับกันผู้ที่มีพฤติกรรมไม่สูบบุหรี่นั้นอาจจะเลือกที่จะไม่อ่าน ฟังหรือรับรู้สื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ เนื่องจากตนเองไม่ได้มีพฤติกรรมการสูบบุหรี่อยู่แล้วจึงไม่จำเป็นที่จะต้องรับรู้ในเรื่องของการรณรงค์เพื่อการสูบบุหรี่ เป็นต้น

5.4 ข้อจำกัดในการทำวิจัย

1. สิ่งที่เป็นข้อจำกัดสำคัญในการทำงานวิจัยครั้งนี้คือ กลุ่มเป้าหมายและระยะเวลาในการตอบแบบสอบถาม ทั้งนี้ในการเก็บข้อมูลเพื่อทำงานวิจัยนั้นมีคำถามที่ครอบคลุมแนวคิดหลายประเด็น ซึ่งจะต้องทำการเก็บจากกลุ่มเป้าหมายซึ่งได้แก่ผู้ที่เข้ามาใช้บริการในสถานียขนส่งผู้โดยสารฯ และจากที่ได้เข้าไปเก็บรวบรวมข้อมูลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในสถานะที่เร่งรีบ ประกอบกับสัปดาห์ที่ติดตัวมานั้นมีมาก จึงเป็นอุปสรรคแก่การให้ข้อมูล ผู้วิจัยจึงต้องทำการเก็บข้อมูลในช่วงเวลาที่จำกัด หากกลุ่มเป้าหมายที่เร่งรีบเนื่องจากเกรงว่าจะโดยสารรถไม่ทัน ผู้วิจัยต้องใช้วิธีการอ่านคำถามให้กลุ่มเป้าหมายฟังและกรอกข้อมูลเพื่อลดระยะเวลาในการตอบคำถาม

2. สถานที่ เพราะสถานียขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) นั้นไม่อนุญาตในการบันทึกภาพในบริเวณพื้นที่ภายในอาคารผู้โดยสาร เนื่องจากประเด็นด้านความปลอดภัย ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำได้เพียงบันทึกภาพจากด้านนอกตัวอาคารเท่านั้น ซึ่งอาจจะทำให้งานวิจัยชิ้นนี้อาจจะไม่เห็นภาพที่ชัดเจนในเรื่องของการติดตั้งสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่

3. สถานียขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) ไม่อนุญาตให้มีการเผยแพร่แผนที่ภายในสถานียขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) สืบเนื่องในเรื่องของความปลอดภัย จึงไม่สามารถแสดงแผนที่ได้อย่างชัดเจนว่าสถานที่ติดตั้งสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่นั้นติดตั้งในสถานที่ใดภายในสถานียขนส่งผู้โดยสารฯ บ้าง

4. เนื่องจากเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยที่ทำหน้าที่ภายในสถานียขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) มีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับจำนวนผู้ที่มาใช้บริการในแต่ละวัน อีกทั้ง เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยนั้นอาจจะไม่แสดงบทบาทเป็นสื่อบุคคลที่ทำหน้าที่รณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ที่ชัดเจน ทำให้มีการเปิดรับสื่อบุคคลเป็นจำนวนน้อยมากเมื่อเทียบกับสื่ออื่นๆ

5.5 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากการวิจัยพบว่า ผู้ที่มาใช้บริการภายในสถานียขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) มีพฤติกรรมในการเปิดรับ และจดจำ สื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ประเภทป้ายสัญลักษณ์มากที่สุด ดังนั้นควรเพิ่มจำนวนป้ายสัญลักษณ์ ให้ครอบคลุมทุกจุดภายในและภายนอกอาคารผู้โดยสาร

2. จากการวิจัยพบว่า ผู้ที่มาใช้บริการภายในสถานียขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) นั้นเสนอแนวทางในการดำเนินงานเรื่องมีการตั้งโต๊ะ ปรับ จัป จริงเมื่อมีผู้ละเมิดสูบบุหรี่ในพื้นที่ห้ามสูบ โดยในประเด็นนี้อาจมีการเพิ่มเจ้าหน้าที่เพื่อรับผิดชอบด้านนี้โดยตรงเพื่อจะดำเนินในเรื่องการ

เก็บค่าปรับ และควรเพิ่มเสียงประกาศเตือนตามสายจากเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบในการห้ามสูบบุหรี่เป็นระยะๆ

3. จากการวิจัยพบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ รูปแบบการมาใช้บริการ และพฤติกรรม การสูบบุหรี่นั้นล้วนมีผลต่อพฤติกรรม的开รับ และการจดจำสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ ภายในสถานชนสงฆ์โดยสาร์กรุงเทพฯ (หมอชิต) ดังนั้นควรออกแบบสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและตรงกับกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้นเพราะในปัจจุบันสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ที่ปรากฏอยู่ภายในสถานชนสงฆ์โดยสาร์ฯ นั้นไม่ได้มุ่งเน้นต้องการให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน

4. ในด้านของเชิงนโยบายในเรื่องการรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ภายในสถานชนสงฆ์โดยสาร์ กรุงเทพฯ (หมอชิต) ควรดำเนินการในกรอบของ กระบวนการสื่อสารรณรงค์ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยอิงสภาพความเป็นจริงและสภาพแวดล้อมภายในสถานชนสงฆ์โดยสาร์ กรุงเทพฯ (หมอชิต) ที่ปรากฏอยู่ โดยตั้งเป้าหมายโดยทั้งทางตรงและทางอ้อมให้เหมาะสม โดยที่ระบุกลุ่มเสี่ยงที่จะละเลยการดูแลสุขภาพตัวเอง และให้มีดำเนินการเพื่อสอบถามความคิดเห็น ควบคุม กับการรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ และเมื่อได้ข้อคิดเห็นแล้วก็นำมาทบทวนคัดกรองให้เหมาะสมกับ กลุ่มเป้าหมาย และนำข้อบกพร่องต่างๆมาพัฒนาเพื่อให้ประสิทธิภาพสูงสุดในการรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ อีกทั้งต้องมีการดำเนินงานในด้านการประเมินผลงานเพื่อตรวจสอบความสำเร็จ และความล้มเหลวเพื่อนำมาปรับปรุงอีกครั้ง

5.6 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. พิจารณาการทำงานวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้เกิดข้อมูลที่ลึกซึ้งมากขึ้น
2. พิจารณาขยายกลุ่มเป้าหมายไปยังสถานชนสงฆ์อื่นๆ เช่น สถานชนสงฆ์สายใต้ใหม่ สถานีรถไฟหัวลำโพง เป็นต้น
3. พิจารณาศึกษาให้ถึงปัจจัยอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์ต่อการละเมิดข้อปฏิบัติในการห้ามสูบบุหรี่ในพื้นที่สาธารณะ