

การเปิดรับ การจดจำ และความคิดเห็น ของผู้มาใช้บริการที่มีต่อสื่อรณรงค์เพื่อ
การไม่สูบบุหรี่ภายในสถานี่ขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต)

นลินทิพย์ เดลันเทียะ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2556

**Media Exposure, Retention and Opinions about a Non-Smoking
Campaign of Commuter at Bangkok Bus Terminal (Mo Chit)**

Nalinthip Desontia

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree Master of Communication Arts
Department of Communication Arts
Faculty of Communication, Dhurakij Pundit University**

2013

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การเปิดรับ การจดจำ และความคิดเห็นของผู้มาใช้บริการที่มีต่อสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ภายในสถานีนขนส่งผู้โดยสาร กรุงเทพฯ (หมอชิต)
ชื่อผู้เขียน	นลินทิพย์ เด่นเทียนะ
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.อุษา บิ๊กกินส์
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จริญญา ปานเจริญ
สาขาวิชา	สื่อสารการตลาด
ปีการศึกษา	2555

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับ การจดจำ และความคิดเห็นต่อสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ของผู้ที่มาใช้บริการภายในสถานีนขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) โดยข้อมูลที่ได้จะสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง แก้ไขและพัฒนาสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ได้อย่างเหมาะสม

การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยตัวอย่างคือผู้ที่มาใช้บริการภายในสถานีนขนส่งผู้โดยสารฯ จำนวน 384 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยพบว่าผู้ที่มาใช้บริการมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ภายในสถานีนขนส่งผู้โดยสารฯ ประเภทต่างๆ แตกต่างกัน โดยมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทป้ายสัญลักษณ์ห้ามการสูบบุหรี่มากที่สุด รองลงมาได้แก่สื่อประเภทป้ายประกาศ “สถานีนขนส่งผู้โดยสาร เป็นเขตปลอดบุหรี่ตามกฎหมาย ฝ่าฝืนมีโทษปรับ 2,000 บาท” ในขณะที่มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทบุคคลในระดับน้อยที่สุด

จากการศึกษายังพบว่าผู้โดยสารที่มาใช้บริการภายในสถานีนขนส่งฯ (หมอชิต) แม้จะสามารถจดจำป้ายสัญลักษณ์ห้ามสูบบุหรี่ได้ แต่ส่วนใหญ่กลับจดจำเนื้อหาในป้ายประกาศไม่ได้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะข้อความในป้ายประกาศนั้นมีความยาวจึงไม่สามารถจดจำข้อความได้ในสภาวะเร่งรีบ ประกอบกับการที่ผู้ใช้บริการทราบอยู่แล้วว่าป้ายประกาศนั้นเป็นป้ายประกาศห้ามการสูบบุหรี่ จึงไม่มีความจำเป็นต้องจดจำข้อความในป้ายประกาศดังกล่าวในส่วนข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ภายในสถานีนขนส่งฯ (หมอชิต) นั้นแนะนำให้มีการตั้งโต๊ะจับ ปรับจริง เมื่อมีผู้สูบบุหรี่มากที่สุด รองลงมาคือทำป้ายเครื่องหมายห้ามสูบบุหรี่ให้ชัดเจนและ

เพียงพอมากยิ่งขึ้น และให้มีการประกาศเตือนเสียงตามสายจากเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบในการห้าม
สูบบุหรี่เป็นระยะๆ

Thesis Title	Media Exposure, Retention and Opinions about a Non-Smoking Campaign of Commuter at Bangkok Bus Terminal (Mo Chit)
Author	Nalinthip Desontia
Thesis Advisor	Associate Professor Dr. Ousa Biggins
Co-Thesis Advisor	Assistant Professor Dr. Charunya Parancharoen
Department	Communication Arts (Marketing Communication)
Academic Year	2012

ABSTRACT

This research aims to study media exposure, media recognition and opinions of consumers towards a non-smoking campaign at Bangkok Bus Terminal (Mo Chit) in order to be the guidelines for improving and developing appropriate non-smoking campaigns in the future. In this quantitative research, 384 consumers of Bangkok Bus Terminal (Mo Chit) are the unit of analysis. The questionnaire was developed for data collection.

The research found that media exposure behaviors of the consumers towards different types of non-smoking campaign at Bangkok Bus Terminal (Mo Chit) are dissimilar. The consumers are most exposed to non-smoking signs followed by non-smoking sign boards which state that “Bus Terminal is a legislative non-smoking area. The offenders are subject to a penalty of 2,000 Baht”. On the contrary, the consumers are least exposed to personal media, such as security guards. This is because a number of security guards are not comparable with the number of consumers at the bus terminal.

The research also found that the consumers at Bangkok Bus Terminal (Mo Chit) cannot recognize the statement in the non-smoking sign board although they can well recognize the non-smoking sign. The explanation is that the statement in the sign board is long and most consumers at the bus terminal are in hastiness. Moreover, most consumers already know that the sign board is a non-smoking warning and it is not necessary to remember the statement in the sign board. For the consumers' opinions, police checkpoints are highly recommended followed by a

sufficient number of clear non-smoking signs and regular warning announcement from responsible staff members.

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต โดยที่หยิบยกหัวข้อในงานวิจัย “การเปิดรับ การจดจำ และความคิดเห็น ของผู้มาใช้บริการ ที่มีต่อสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ภายในสถานขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต)” เพื่อให้เกิดการปรับปรุงรูปแบบในการรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม และมีความคาดหวังว่าจะมีประโยชน์ไม่มากนัก้อยทั้งในทางวิชาการ และในทางปฏิบัติ

วิทยานิพนธ์นี้กว่าจะสำเร็จได้นั้นผู้วิจัยได้เรียนรู้ในหลายๆ ด้าน อาทิ การจัดระเบียบความคิด การคิดอย่างมีเหตุและมีผล และการค้นหาคำตอบอย่างมีหลักเกณฑ์ อีกทั้งในแง่ของการแก้ปัญหา เพราะในแต่ละขั้นตอนของงานวิจัยล้วนมีความยากและต้องทำความเข้าใจอย่างมาก ผู้วิจัยยังได้นำองค์ความรู้ได้ร่ำเรียนมาตลอด 2 ปี มาประยุกต์ใช้เพื่อหาคำตอบให้กับงานวิจัย แม้บางครั้งจะท้อและเหน็ดเหนื่อย แต่ผู้วิจัยก็จะได้กำลังใจและแง่คิดดีๆ จากสามิผู้เป็นที่รักยิ่ง ซึ่งเป็นผู้ชี้แนะแนะแนวทางและให้กำลังใจอยู่เสมอ แม้บางครั้งผู้วิจัยอาจจะต้องไปบ้างก็ตาม แต่สามิก็ใช้ความอดทนในการชี้แนะอยู่เสมอ

นอกจากนั้น งานวิจัยนี้จะสำเร็จไม่ได้หากไม่มีอาจารย์ทุกท่านที่สั่งสอนวิชาการต่างๆ ตลอดการเรียนที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตแห่งนี้ และผู้ซึ่งมีเมตตาช่วยเหลือผู้วิจัยเสมอ ได้แก่ อาจารย์ รศ.ดร.อุษา บิ๊กกินส์ ผู้ซึ่งเป็นกำลังใจ และช่วยในการวางกรอบแนวคิดในการทำงานวิจัย ด้วยวิชาที่ท่านอาจารย์ได้สอนในห้องเรียนนั้นผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้งานวิจัยได้เป็นอย่างดี และผู้ที่มีส่วนสำคัญยิ่งขาด คือ อาจารย์ ผศ.ดร.จริญญา ปานเจริญ ผู้คอยชี้แนะในเรื่องสถิติที่ผู้วิจัยยังขาดความเข้าใจในหลายๆ ด้าน หากไม่มีอาจารย์แล้วนั้นผู้วิจัยคงจะทำงานด้วยความยากลำบาก

และอาจารย์อีกท่านผู้ที่มีเมตตากับผู้วิจัยคือ อาจารย์ ดร.นพพร ศรีวรวิไล ผู้ที่คอยแนะนำในเรื่องต่างๆ ให้ผู้วิจัย โดยเฉพาะเรื่องเกี่ยวกับการวิจัยเชิงปริมาณ รวมทั้งยังสละเวลามาสอนผู้วิจัยในบางส่วนของงานอีกด้วย

สุดท้ายขอขอบคุณแม่ผู้ออกทุนทรัพย์ในการเรียนให้กับผู้วิจัย และมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตที่สนับสนุนทุนการศึกษาบางส่วนให้กับผู้วิจัย

นลินทิพย์ เด่นเทียะ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ฅ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	๗
สารบัญ	๗
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 ปัญหานำวิจัย.....	6
1.3 วัตถุประสงค์.....	7
1.4 สมมติฐานการวิจัย.....	7
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
1.6 ขอบเขตของการวิจัย.....	8
1.7 นิยามศัพท์.....	9
2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์.....	11
2.2 แนวคิดการสื่อสารรณรงค์.....	14
2.3 ทฤษฎีการเลือกเปิดรับข่าวสาร.....	17
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับจดจำข้อมูลข่าวสารจากสื่อ.....	22
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น.....	23
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	25
3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	30
3.1 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา.....	30
3.2 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	31
3.3 การกำหนดขนาดตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง.....	31

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	35
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	36
3.6 การนำเสนอข้อมูล.....	36
4 ผลการวิจัย.....	37
4.1 ข้อมูลคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ความถี่ในการใช้บริการ และพฤติกรรม การสูบบุหรี่.....	37
4.2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ภายในสถานียขนส่งผู้โดยสาร กรุงเทพฯ (หมอชิต).....	40
4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับการจดจำสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ภายในสถานียขนส่ง ผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต).....	42
4.4 เกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ภายใน สถานียขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต).....	46
4.5 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	47
5 สรุปผลการศึกษา.....	68
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	68
5.2 การทดสอบสมมติฐาน.....	70
5.3 อภิปรายผลการศึกษา.....	72
5.4 ข้อจำกัดในการทำวิจัย.....	75
5.5 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย.....	75
5.6 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	76
บรรณานุกรม.....	77
ภาคผนวก	80
ประวัติผู้เขียน.....	95

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม.....	33
4.1 จำนวน ร้อยละ จำแนกตามอายุ.....	38
4.2 จำนวน ร้อยละ จำแนกตามเพศ.....	38
4.3 จำนวน ร้อยละ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	38
4.4 จำนวน ร้อยละ จำแนกตามอาชีพ.....	39
4.5 จำนวน ร้อยละ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการภายในสถานีนขนส่งผู้โดยสาร กรุงเทพฯ (หมอชิต).....	39
4.6 จำนวน ร้อยละ จำแนกตามพฤติกรรมการสูบบุหรี่.....	40
4.7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการเปิดรับของผู้มาใช้บริการ ที่มีต่อสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ภายในสถานีนขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต): ประเภทสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่.....	40
4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อรณรงค์เพื่อการ ไม่สูบบุหรี่ภายในสถานีนขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต): พื้นที่ติดตั้งสื่อ รณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่.....	41
4.9 จำนวน ร้อยละของการจดจำสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ภายในสถานีนขนส่ง ผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต): ประเภทป้ายรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่.....	42
4.10 จำนวน ร้อยละของการจดจำสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ภายในสถานีนขนส่ง ผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต): เหตุผลในการจดจำป้ายรณรงค์เพื่อการไม่สูบ บุหรืได้.....	43
4.11 จำนวน ร้อยละจากการจดจำสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ภายในสถานีนขนส่ง ผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต): สัญลักษณ์ห้ามในการสูบบุหรี่.....	44
4.12 จำนวน ร้อยละจากการจดจำสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ภายในสถานีนขนส่ง ผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต): เหตุผลในการจดจำสัญลักษณ์ห้ามในการสูบ บุหรืได้.....	44
4.13 จำนวน ร้อยละจากการจดจำสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ภายในสถานีนขนส่ง ผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต): สื่อบุคคล.....	45

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.14 จำนวน ร้อยละและจำแนกการจดจำสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ภายในสถาน ขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ(หมอชิต): เหตุผลที่จดจำระบบเตือนจากเจ้าหน้าที่ได้	45
4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีสื่อรณรงค์เพื่อ การไม่สูบบุหรี่ภายในสถานขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต).....	46
4.16 จำนวน ร้อยละและจำแนกเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพื่อให้เกิดการปรับปรุงสื่อ รณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ภายในสถานขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต)...	46
4.17 ผู้ใช้บริการภายในสถานขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) ที่มีอายุแตกต่าง กันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ที่ต่างกัน.....	48
4.18 ผู้ใช้บริการภายในสถานขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) ที่มีเพศแตกต่าง กันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ที่ต่างกัน.....	49
4.19 ผู้ใช้บริการภายในสถานขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ(หมอชิต) ที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ที่ต่างกัน..	49
4.20 ผู้ใช้บริการภายในสถานขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) ที่มีอาชีพแตกต่าง กันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ที่ต่างกัน.....	51
4.21 ผู้ใช้บริการภายในสถานขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) ที่มีลักษณะทาง ประชากรศาสตร์แตกต่างมีการจดจำสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ที่ต่างกัน จำแนกตามการจดจำป้ายรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่.....	52
4.22 ผู้ใช้บริการภายในสถานขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) ที่มีลักษณะทาง ประชากรศาสตร์แตกต่างมีการจดจำสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ที่ต่างกัน จำแนกตามการจดจำป้ายเครื่องหมายในการห้ามสูบบุหรี่.....	54
4.23 ผู้ใช้บริการภายในสถานขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) ที่มีลักษณะทาง ประชากรศาสตร์แตกต่างมีการจดจำสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ที่ต่างกัน จำแนกตามการจดจำสื่อบุคคล.....	55
4.24 ผู้ใช้บริการภายในสถานขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) ที่มีอายุแตกต่าง กันมีความคิดเห็นที่มีต่อสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ที่ต่างกัน.....	57

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.25 ผู้ใช้บริการภายในสถานีนขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) ที่มีเพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นที่มีต่อสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ที่แตกต่างกัน.....	58
4.26 ผู้ใช้บริการภายในสถานีนขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นที่มีต่อสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ที่แตกต่างกัน.....	58
4.27 ผู้ใช้บริการภายในสถานีนขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) ที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นที่มีต่อสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ที่แตกต่างกัน.....	60
4.28 ผู้ที่มาใช้บริการภายในสถานีนขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) ที่มีความถี่ในการใช้บริการที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ที่แตกต่างกัน.....	61
4.29 ผู้ที่มาใช้บริการภายในสถานีนขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) ที่มีความถี่ในการใช้บริการที่แตกต่างกันมีการจดจำสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ที่แตกต่างกัน.....	63
4.30 ผู้ที่มาใช้บริการภายในสถานีนขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) ที่มีความถี่ในการใช้บริการที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นที่มีต่อสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ที่แตกต่างกัน.....	64
4.31 ผู้ที่มาใช้บริการภายในสถานีนขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) ที่มีพฤติกรรมการสูบบุหรี่ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ที่แตกต่างกัน.....	65
4.32 ผู้ที่มาใช้บริการภายในสถานีนขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) ที่มีพฤติกรรมการสูบบุหรี่ที่แตกต่างกันมีการจดจำสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ที่แตกต่างกัน.....	66
4.33 ผู้ที่มาใช้บริการภายในสถานีนขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต) ที่มีพฤติกรรมการสูบบุหรี่ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นที่มีต่อสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ที่แตกต่างกัน.....	66

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 กระบวนการการเลือกสรร 3 ขั้น.....	18
2.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	29