



การเปิดรับและทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อประเด็นทางการสื่อสารในป้ายรณรงค์เพื่อการ
ประชาสัมพันธ์ โครงการมหาวิทยาลัยรังสิตปลอดบุหรี่

**Exposure and Attitude of Students toward Communication Issues for Public Relations
Campaign of Rangsit University Smoke-Free Project Billboards**

สรพงษ์ วงศ์ธีระธรณ์* และ ยูวดี จวงทอง

Sorapong Wongtheerathorn* and Yuvadee Jaungthong

วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

Communication Arts, Rangsit University, Patumtani, Thailand

*Corresponding author, E-mail: sorapong.w@rsu.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับและทัศนคติที่มีต่อประเด็นทางการสื่อสารในป้ายประชาสัมพันธ์โครงการมหาวิทยาลัยรังสิตปลอดบุหรี่ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 394 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 3 และเป็นนักศึกษานิเทศศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่สูบบุหรี่ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยเห็นป้ายประชาสัมพันธ์โครงการฯ โดยเห็นป้ายประชาสัมพันธ์เรื่อง “บุหรี่ทำร้ายเพื่อน” มากที่สุด โดยส่วนใหญ่โดยเฉพาะรูปภาพ เมื่ออ่านแล้วมีความเข้าใจว่า มหาวิทยาลัยรังสิตเป็นมหาวิทยาลัยสร้างเสริมสุขภาพและเป็นเขตปลอดบุหรี่ กลุ่มตัวอย่างมีความกลัวต่อปัญหาสุขภาพ โดยภายหลังการรับข้อมูล คือ แนะนำเพื่อนให้ลด ละ เลิกบุหรี่ กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่มีต่อป้ายประชาสัมพันธ์โครงการฯ โดยรวมเห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณาพบว่า

ด้านเนื้อหาเห็นด้วยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการออกแบบ และด้านการเผยแพร่ ตามลำดับ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้ ด้านเนื้อหา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในเนื้อหาที่ว่า “ไฟที่จุดจะดับตนเอง” สะท้อนถึงโทษของบุหรี่ทางด้านสุขภาพได้ตรงความเป็นจริงมากที่สุด รองลงมาคือเนื้อหาในป้ายประชาสัมพันธ์ มีแนวคิดที่ชัดเจนในการนำเสนอ และเนื้อหาที่ได้นำเสนอได้ใจความ กระชับ อ่านแล้วเข้าใจได้ง่าย ตามลำดับ

ด้านการออกแบบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อป้ายประชาสัมพันธ์โครงการมหาวิทยาลัยปลอดบุหรี่มีขนาดใหญ่เพียงพอต่อการดึงดูดความสนใจได้ดี มากที่สุด รองลงมาคือ การใช้ภาพบรรยากาศของผู้สูบบุหรี่ที่เพื่อนรังเกียจทำให้เข้าใจการไม่ยอมรับจากสังคมได้ชัดเจน และป้ายประชาสัมพันธ์มีความคมชัด และมีสีสันสวยงามในการอ่าน ตามลำดับ



ด้านการเผยแพร่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อป้ายประชาสัมพันธ์เรื่องจุดติดตั้งป้ายประชาสัมพันธ์ บริเวณอาคาร 4 มีความเหมาะสมต่อการมองเห็นมากที่สุด รองลงมาคือ ป้ายประชาสัมพันธ์บริเวณอาคาร 10 มีความเหมาะสมต่อการมองเห็น และป้ายประชาสัมพันธ์บริเวณจุดจอดรถระหว่างอาคาร 12 และอาคาร 15 มีความเหมาะสมต่อการมองเห็น ตามลำดับ

คำสำคัญ: การเปิดรับ ทัศนคติ ป้ายประชาสัมพันธ์ โครงการมหาวิทยาลัยรังสิตปลอดบุหรี่

Abstract

The purpose of this study was to investigate the exposure and attitude of students towards public relation billboards of a non-smoking project of Rangsit University. The quantitative research used a questionnaire as an instrument. The samples used in the study were 394 students of Rangsit University. The data were analysed using the computer to find out the number of percentage and standard deviation. The results showed that

The majority of the samplings was male. They were third year communication arts students who did not smoke. Most of the samplings used to notice the public relation billboards of a non-smoking project “Smoking damages Friends”. As the students read the information, they understood the project’s messages that Rangsit University was a health promotion university as well as had a smoke - free campus. The students were afraid of health problems caused by smoking and then suggested their friends to reduce and quit smoking respectively.

The samplings had a highly positive attitude towards the public relation boards of a non-smoking project. They mainly agreed with the content, followed by the design and the means of publication respectively. The details were as follows:

Content aspect: It was found that the samplings’ attitude towards the content “one lights, one damaged” could directly reflect the smoking’s damage on health. As for the content in the public relations board, it had a precise concept of presentation. Moreover, the content was concise as well as easy to understand and to read.

Designing aspect: The samplings had a positive attitude towards the public relations board of the non - smoking project of Rangsit University in terms of the appropriate size of the board that could greatly draw attention. The picture showing about the smoker who was being disgusted by his friends, could clearly convey the unacceptable person from the society. In addition, the board was clear and colourful to read.

Publication aspect: The samplings had a positive attitude towards the location of the public relations board. The area of the building 4 was the most suitable for noticing. The area of the building 10 was secondly suitable for noticing and followed by the areas of the building 12 and 15 respectively.

Keywords: Exposure, Attitude, Billboards, Rangsit University smoke-free project



1. บทนำ

มหาวิทยาลัยรังสิตเป็นมหาวิทยาลัยเอกชนในประเทศไทย ก่อตั้งขึ้นเมื่อ ปี พ.ศ. 2528 เปิดสอนหลากหลายหลักสูตร ทั้งในระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก ในปี พ.ศ. 2553 มหาวิทยาลัยรังสิตได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) ในการดำเนิน โครงการพัฒนามหาวิทยาลัยรังสิตสู่การเป็นมหาวิทยาลัยสร้างเสริมสุขภาพ (RSU HEALTHY CAMPUS) ซึ่งนับเป็นมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งแรกที่จัดทำโครงการดังกล่าว เพื่อส่งเสริมในด้านสุขภาพรวม ทั้งการส่งเสริมความรู้ ของชุมชน ทั้งในและโดยรอบมหาวิทยาลัยรังสิต เน้นปรับปรุงมหาวิทยาลัยรังสิตให้เอื้อต่อสุขภาพที่ดี โดยปรับวิถีชีวิตของนักศึกษาและอาจารย์ พัฒนาองค์ความรู้ด้านสุขภาพให้มีหลักสูตรการเรียนการสอนและกิจกรรมที่จะเป็นที่พึงของสังคม ปรับปรุงบริการสุขภาพ โดยนักศึกษา อาจารย์ และบุคลากรทุกคน จะต้องได้รับบริการสุขภาพที่มีคุณภาพและเป็นแบบอย่างที่ดีแก่สังคม มหาวิทยาลัยรังสิตมีนโยบายสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ 7 ด้าน ได้แก่ 1) การลด ละ เลิก บุหรี่ สุรา และสิ่งเสพติด 2) อาหารและโภชนาการปลอดภัย 3) การป้องกันอุบัติเหตุจากจราจร 4) การออกกำลังกายและการเล่นกีฬาเพื่อสร้างเสริมสุขภาพ 5) ความรักเพศสัมพันธ์ที่ปลอดภัย 6) การพัฒนาจิต การแก้ไขปัญหาทางจิตใจ 7) การปรับตัวทางสังคม และการพัฒนาสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างเสริมสุขภาพ (ราชพร ขาวไผ่, 2559)

ในการดำเนินงานเกี่ยวกับการเป็นมหาวิทยาลัยสร้างเสริมสุขภาพและการดำเนินงาน โดยการผ่านกระบวนการพัฒนาหลักสูตร การทำกิจกรรมการเรียนการสอน การศึกษาวิจัยและการพัฒนานวัตกรรม ซึ่งกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ อาจารย์ นักศึกษา และบุคลากรของมหาวิทยาลัย เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมีสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดีรวมทั้งมหาวิทยาลัยมีสิ่งแวดล้อมที่ดีตามนโยบายมหาวิทยาลัยรังสิต สู่การเป็นมหาวิทยาลัยสร้างเสริมสุขภาพต่อไป ซึ่งตามนโยบายของทางมหาวิทยาลัยที่มีการให้ความสำคัญในเรื่องของสุขภาพของนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ ณ ปัจจุบันจึงได้มีการคิดริเริ่มที่จะจัดตั้งเป็นมหาวิทยาลัยสร้างเสริมสุขภาพขึ้นเนื่องจากมีนักศึกษบางส่วนที่มีการพักอาศัยอยู่ในมหาวิทยาลัยเป็นจำนวนมาก และการปรับตัวให้อยู่ในสภาพสังคมปัจจุบันนั้นจำนวนผู้สูบบุหรี่มีมากกว่าจำนวนผู้ที่ไม่สูบบุหรี่ ทำให้การอยู่ร่วมกันนั้นเป็นไปได้อย่างลำบากและอีกปัจจัยหนึ่ง คือ จำนวนผู้เสียชีวิตจากโรคมะเร็งนั้นมีมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเพราะจากการสูบบุหรี่ โดยตรงและการรับควันจากบุหรี่มือสอง ทำให้มหาวิทยาลัยได้เห็นความสำคัญในจุดนี้จึงได้มีการจัดตั้งเป็นมหาวิทยาลัยสร้างเสริมสุขภาพนี้ขึ้น (โครงการพัฒนามหาวิทยาลัยรังสิตสู่การเป็นมหาวิทยาลัยสร้างเสริมสุขภาพ, 2553)

ดังนั้น มหาวิทยาลัยรังสิตได้มีนโยบายสนับสนุนการรณรงค์เลิกบุหรี่เพื่อเข้าสู่การเป็นมหาวิทยาลัยสร้างเสริมสุขภาพ (Healthy Campus) หรือ มหาวิทยาลัยปลอดบุหรี่ โดยจัดตั้งคลินิกฟ้าใส มีหน้าที่ในการให้คำปรึกษาในการเลิกบุหรี่และดูแลสำหรับผู้ที่ต้องการที่จะเลิกบุหรี่ในระยะยาว เพื่อเป็นให้เกิดความตระหนักในโทษ และพิษภัยของบุหรี่ที่มีผลต่อสุขภาพในระยะยาว เพื่อเป็นการลดปริมาณจำนวนผู้สูบบุหรี่ โดยจะมีการกำหนดเชิงนโยบายให้มหาวิทยาลัยรังสิตเป็นมหาวิทยาลัยปลอดบุหรี่ ซึ่งมหาวิทยาลัยรังสิตเป็นมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งแรกที่ได้มีการเข้าร่วมโครงการมหาวิทยาลัยสร้างเสริมสุขภาพ

จากการศึกษางานวิจัยของประภัสสรา สุวรรณทัศน์ (2555) ซึ่งได้วิจัย “เรื่องการเปิดรับและความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อป้ายประชาสัมพันธ์โครงการมหาวิทยาลัยรังสิตปลอดบุหรี่” ทำให้เข้าใจในเบื้องต้นว่า สื่อป้ายประชาสัมพันธ์กลางแจ้งนั้นสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยได้ และเกิดความเข้าใจต่อการที่



มหาวิทยาลัยมีแนวทางในการเป็นมหาวิทยาลัยรังสิตปลอดบุหรี่ โดยที่ที่สื่อดังกล่าวนี้สามารถโน้มน้าวใจต่อผู้รับสาร ในการนำเสนอข้อมูลไปแนะนำให้เพื่อนเลิกสูบบุหรี่ได้ นอกจากนี้ งานวิจัยของสรรพชัย วงศ์ธีระธรรม (2561) เรื่อง ประเด็นทางการสื่อสารในการออกแบบสื่อรณรงค์เพื่อการประสัมพันธ์โครงการมหาวิทยาลัยรังสิต ซึ่งผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยของการเริ่มต้นสูบบุหรี่ จะเริ่มในช่วงวัยรุ่น ซึ่งเป็นช่วงอายุที่ต้องการการยอมรับจากสังคมเพื่อน และต้องการแสดงความเป็นผู้ใหญ่ มีความอยากรู้อยากลอง สร้างความท้าทาย ความเท่ ต้องการความมั่นใจ การมีพฤติกรรมในการสูบบุหรี่จึงทำให้เป็นผู้ใหญ่ขึ้น 2) ปัจจัย ของการเลิกบุหรี่ของผู้สูบบุหรี่ ได้แก่ 2.1) ปัจจัยในด้านของสุขภาพ การสูบบุหรี่ที่ติดต่อกันมา เป็นเวลานาน ทำให้ผู้สูบบุหรี่มีปัญหาในด้านของสุขภาพ 2.2) ปัจจัยในด้านของสภาพแวดล้อม การทำงาน ในสังคมของการทำงานที่มหาวิทยาลัยรังสิต มีการรณรงค์เกี่ยวกับบุหรี่ และจำกัดพื้นที่ของการสูบบุหรี่ในสังคมของการทำงานสูบบุหรี่ได้ยากขึ้น 2.3) ปัจจัยในด้านสังคมการทำงานและครอบครัว ไม่อยากเป็นตัวอย่างที่ไม่ดี และไม่อยากจะรังเกียจของสังคม 2.4) ปัจจัยในด้านของเศรษฐกิจ ด้วยเหตุที่ราคานูหรี่แพงขึ้น จากข้อมูลวิจัยข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาสู่การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์โครงการมหาวิทยาลัยปลอดบุหรี่เพื่อใช้ในการศึกษา 2561 ขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อเป็นการรณรงค์ให้บุคลากร และนักศึกษาได้เกิดความเข้าใจว่าสถาบันอุดมศึกษาเป็นสถานที่ปลอดบุหรี่ 2) เพื่อให้เกิดความรู้ และความตระหนักในพิษภัยบุหรี่ 3) เพื่อให้เกิดความร่วมมือ ในการทำให้มหาวิทยาลัยรังสิตเป็นมหาวิทยาลัยปลอดบุหรี่ โดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือ 1) อาจารย์และเจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัยรังสิต 2) นักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต โดยได้จัดทำจำนวน 3 ป้าย ซึ่งมีการดำเนินการเผยแพร่ตั้งแต่วันที่ 20 สิงหาคม พ.ศ.2561 โดยมีรายละเอียด ดังนี้



รูปที่ 1 ภาพแนวคิดโทษของบุหรี่ด้านสุขภาพ

แนวคิดของป้าย แสดงถึงผลกระทบที่เกิดจากการสูบบุหรี่ บ่งบอกถึงลักษณะของปอดของผู้ที่สูบบุหรี่ป้ายประชาสัมพันธ์มีลักษณะสีดำ มีตัวอักษรสีขาวและแดง โดยมีข้อความว่า “ไฟที่ จุด จะดับคุณเอง” ขนาด 5 x 2.5 เมตร จุดติดตั้ง คือ ระหว่างบริเวณอาคารรังสิตประยูรศักดิ์และอาคารดิจิทัลมีเดียคอมเพล็กซ์



รูปที่ 2 ภาพแนวคิดโทษของบู่รีต่อค่าใช้จ่าย

แนวคิดของป้าย แสดงถึงผลกระทบเศรษฐกิจทางการเงินของผู้ที่สูบบู่รี ป้ายประชาสัมพันธ์มีลักษณะสี่เหลี่ยม มีตัวอักษรสีดำและแดง โดยมีข้อความว่า “ข้าตัวเอง ด้วยลำบู่รี” ขนาด 4.8 x 2.4 เมตร จุดติดตั้งคือ บริเวณข้างอาคารคณะรังสีเทคนิคและอาคารจอตรรถ



รูปที่ 3 ภาพแนวคิดโทษของบู่รีต่อสังคม

แนวคิดของป้าย แสดงถึงการอยู่ร่วมกันในสังคมของวัยรุ่นที่สูบบู่รีในปัจจุบันป้ายประชาสัมพันธ์มีลักษณะสี่เหลี่ยม มีตัวอักษรสีขาวและแดง โดยมีข้อความว่า “บู่รีทำร้ายเพื่อน” ขนาด 4.8 x 2.4 เมตร จุดติดตั้งคือ บริเวณหน้าอาคารวิทยาศาสตร์การแพทย์ประสิทธิ์ อุไรรัตน์โดยป้ายประชาสัมพันธ์โครงการฯ ทั้ง 3 ป้ายนั้น มีการกำหนดตัวอักษรในรูปแบบฟอนท์ RSU และใช้สีขาว สีดำ และสีแดง เพื่อง่ายต่อการอ่านข้อความ

จากการที่สื่อดังกล่าวนี้ได้ดำเนินการเผยแพร่ตามแนวนโยบายของการเป็นมหาวิทยาลัยปลอดบู่รี การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัย ได้สังเกตเห็นปัญหาของการสูบบู่รีจึงเป็นประเด็นสำคัญในการดำเนินโครงการของการเป็นมหาวิทยาลัยสร้างเสริมสุขภาพ ด้วยเหตุผลนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาในเรื่องการเปิดรับและทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อป้ายประชาสัมพันธ์โครงการมหาวิทยาลัยรังสิตปลอดบู่รี ประจำปีการศึกษา 2561 ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้จะทำให้ได้ทราบถึงการเปิดรับและทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์โครงการมหาวิทยาลัยปลอดบู่รีได้เป็นอย่างดี เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ไปเป็นฐานข้อมูลในการสนับสนุนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการให้เกิดประสิทธิภาพในการเผยแพร่ และนำผลของการดำเนินงานครั้งนี้ไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาและปรับปรุงการทำงานในครั้งต่อไป



2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อศึกษาการเปิดรับของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิตที่มีต่อป้ายประชาสัมพันธ์โครงการมหาวิทยาลัยรังสิตปลอดภัย

2.2 เพื่อศึกษาทัศนคติของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิตที่มีต่อป้ายประชาสัมพันธ์โครงการมหาวิทยาลัยรังสิตปลอดภัย

3. อุปกรณ์และวิธีการ / วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรในการศึกษาการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษา ได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิตระดับปริญญาตรี ทุกคณะ ซึ่งกำลังศึกษาในภาคเรียนที่ 1/2561 มีจำนวน 25,603 คน (สำนักงานทะเบียน, 2561)

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร ของ Taro Yamane (1973) (อ้างถึงในประกอบกรรมสูตร, 2528) โดยมีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความผิดพลาดจากการสุ่มตัวอย่างไม่เกินร้อยละ 5 ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 394 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง แบบสอบถามปลายปิด (Close - ended Questionnaire) โดยจัดลำดับเนื้อหาแบบสอบถามให้ครอบคลุมข้อมูลที่ต้องการ โดยแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต

ตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิตที่มีต่อป้ายประชาสัมพันธ์โครงการมหาวิทยาลัยรังสิตปลอดภัย 2561

ตอนที่ 3 ทัศนคติของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิตที่มีต่อป้ายประชาสัมพันธ์ โครงการมหาวิทยาลัยรังสิตปลอดภัย 2561

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามและผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมด้วยตนเอง แบบสอบถามไปเก็บที่บริเวณภายในของมหาวิทยาลัยรังสิต และรอรับแบบสอบถามกลับคืน โดยทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามกับกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิตที่ลงทะเบียนในปีการศึกษา 1/2561 โดยมีผู้ช่วยวิจัยในครั้งนี้ จำนวน 2 คน คือ นางสาวสรวรรณ อุตสาหการ และนางสาวศิริพร ยอดศิริ ซึ่งการเก็บข้อมูลครั้งนี้ผู้วิจัยใช้เวลาในการเก็บข้อมูลประมาณ 2 สัปดาห์ ตั้งแต่ วันที่ 21 ตุลาคม ถึง 2 พฤศจิกายน พ.ศ. 2561 รวมเป็นระยะเวลา 2 สัปดาห์



4. ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ สามารถสรุปผลการวิจัย แบ่งเป็น 4 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง กำลังศึกษาชั้นปีที่ 3 มากที่สุด รองลงมา คือ ชั้นปีที่ 4 และชั้นปีที่ 2 กลุ่มตัวอย่างกำลังศึกษาอยู่วิทยาลัยนเทศศาสตร์ มากที่สุด รองลงมา คือ คณะบริหารธุรกิจ และคณะวิทยาศาสตร์ กลุ่มตัวอย่าง มีพฤติกรรมไม่สูบบุหรี่มากกว่าสูบบุหรี่ ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิตที่มีต่อป้ายประชาสัมพันธ์โครงการมหาวิทยาลัยรังสิตปลอดบุหรี่

จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างเคยพบเห็นป้ายประชาสัมพันธ์โครงการมหาวิทยาลัยรังสิตปลอดบุหรี่ 2561 ป้ายที่ 3 “บุหรี่ทำร้าย เพื่อน” มากที่สุด ร้อยละ 64.12 รองลงมา คือ ป้ายที่ 1 “ไฟที่จุดจูด จะดับคุณเอง” ร้อยละ 19.28 และป้ายที่ 2 “ฆ่าตัวเอง ด้วยคำบุหรี่” ร้อยละ 16.60 กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะการอ่านโดยดูเฉพาะรูปมากที่สุด ร้อยละ 38.83 รองลงมา คือ อ่านผ่าน ๆ ร้อยละ 36.80 และอ่านเนื้อหา และดูรูปภาพทั้งหมด ร้อยละ 24.37 กลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจข่าวสารของโครงการที่แสดงเนื้อหาเกี่ยวกับการแจ้งให้ทราบว่ามหาวิทยาลัยรังสิตเป็นมหาวิทยาลัยสร้างเสริมสุขภาพ และเป็นเขตปลอดบุหรี่ มากที่สุด ร้อยละ 30.93 รองลงมา คือ การสูบบุหรี่สามารถทำร้ายและเป็นที่ยังเกียจของเพื่อน ได้ ร้อยละ 27.26 และบุหรี่มีผลร้ายต่อสุขภาพ และมีอันตรายต่อชีวิต ร้อยละ 18.22 กลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลจากป้ายประชาสัมพันธ์โครงการแล้ว เกิดความกลัวต่อปัญหาสุขภาพที่มาจากการสูบบุหรี่มากที่สุด ร้อยละ 45.43 รองลงมา คือ การสูบบุหรี่ไม่เป็นที่ยอมรับจากสังคมในมหาวิทยาลัยรังสิต ร้อยละ 41.37 และทำให้ได้ทราบว่า การสูบบุหรี่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน ร้อยละ 12.44 และเมื่อรับรู้ข้อมูลจากป้ายประชาสัมพันธ์โครงการแล้ว แนะนำเพื่อนให้ลด ละ เลิก บุหรี่ มากที่สุด ร้อยละ 56.85 รองลงมา คือ ไม่คิดจะสูบบุหรี่ ร้อยละ 31.47 และเลิกสูบบุหรี่ ร้อยละ 7.36 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ทักษะคตินักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิตที่มีต่อป้ายประชาสัมพันธ์โครงการมหาวิทยาลัยรังสิตปลอดบุหรี่

จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่มีต่อป้ายประชาสัมพันธ์โครงการมหาวิทยาลัยรังสิตปลอดบุหรี่ โดยรวมเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.21 ซึ่งสามารถนำเสนอแต่ละด้านได้ดังนี้

ด้านเนื้อหา พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.24 เมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากที่สุด ในเรื่อง เนื้อหาที่ว่า “ไฟที่จุดจูดจะดับคุณเอง” สะท้อนถึงโทษของบุหรี่ทางด้านสุขภาพได้ตรงกับความเป็นจริง อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.27 รองลงมา คือ เนื้อหาในป้ายประชาสัมพันธ์มีแนวคิดที่ชัดเจนในการนำเสนอ และเนื้อหาที่ได้นำเสนอได้ใจ ความกระชับ อ่านแล้วเข้าใจได้ง่าย อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 4.26 และเนื้อหาในป้ายประชาสัมพันธ์มีความครอบคลุมในด้านต่าง ๆ ของการเป็นมหาวิทยาลัยปลอดบุหรี่ อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.25 ตามลำดับ

ด้านการออกแบบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.23 เมื่อพิจารณาโดยละเอียด พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากที่สุด ในเรื่อง ป้ายประชาสัมพันธ์โครงการฯ มีขนาดที่ใหญ่เพียงพอต่อการดึงดูดความสนใจได้ดี อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.43 รองลงมา คือ การใช้ภาพบรรยากาศของผู้สูบบุหรี่ที่เพื่อน



รังเกียจทำให้เห็นถึงการ ไม่ยอมรับทางสังคมได้ชัดเจน อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.24 และป้ายประชาสัมพันธ์โครงการฯ มีความคมชัดและมีสีสันสวยงามในการอ่าน อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.22 ตามลำดับ

ด้านการเผยแพร่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยโดยรวม อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.16 เมื่อพิจารณาโดยละเอียด พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากที่สุด ในเรื่อง จุดติดตั้งป้ายประชาสัมพันธ์บริเวณ อาคาร 4 มีความเหมาะสมต่อการมองเห็นมากที่สุด อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.39 รองลงมา คือ จุดติดตั้งป้ายประชาสัมพันธ์บริเวณ อาคาร 10 อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.05 และป้ายประชาสัมพันธ์บริเวณ จุดจอดรถระหว่างอาคาร 12 และอาคาร 15 อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.04 ตามลำดับ

5. การอภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับป้ายประชาสัมพันธ์โครงการมหาวิทยาลัยรังสิตปลอดภัยหรือผู้วิจัยมีความคิดเห็น ว่า ป้ายประชาสัมพันธ์ที่มีการออกแบบที่มีความโดดเด่น และเป็นการออกแบบที่เปรียบเสมือนจริงได้นั้น สามารถดึงดูดความสนใจแก่ผู้ที่พบเห็นและผ่านไปมาและเป็นภาวะจำยอมที่จะต้องมองสิ่งเหล่านั้น ซึ่งมาจากปัจจัยในการเปิดรับ ได้แก่ ความโดดเด่นของป้ายที่อยู่ในจุดที่พบเห็นได้ง่าย ทำให้ผู้รับสารเกิดการสังเกตได้ง่ายขึ้น จุดติดตั้งป้ายเป็นจุดที่มีนักศึกษาพบเห็น ได้อย่างชัดเจน สอดคล้องแนวความคิดของนัคดาเนตรรัตนะ (2539) กล่าวว่า สิ่งที่สำคัญที่สุดในการออกแบบสารประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายประชาสัมพันธ์กลางแจ้งคือการมองเห็นได้ชัดเจนซึ่งในที่นี้ หมายถึงการ โฆษณาจะเป็นเป้าสายตาที่ปรากฏออกมาจากสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ที่ประกอบอยู่บริเวณนั้นขนาดจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะเป็นเป้าสายตาแก่ผู้ที่ผ่านไปผ่านมาได้ขนาดจึงเป็นคุณลักษณะที่สำคัญในการสร้างสรรค์ออกแบบประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายประชาสัมพันธ์กลางแจ้งเพราะขนาดที่ใหญ่จะเป็นสิ่งเร้าที่ดีดึงดูดความสนใจช่วยให้จดจำได้ง่ายทนทานยิ่งกว่าสิ่งเร้าขนาดเล็กอีกทั้งสามารถมองเห็นได้ในระยะไกล นอกจากขนาดของป้ายแล้ว ตัวอักษรที่ใช้ประกอบในชิ้นงานควรมีขนาดใหญ่พอที่จะมองเห็นและอ่านได้ชัดเจนด้วย และสอดคล้องกับแนวคิดของ ยูพา สุภากุล (2540) ที่กล่าวว่า ผู้ที่รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อตามคุณลักษณะเฉพาะของสื่อซึ่งมีผลต่อการเลือกสื่อของผู้รับสาร โดยสามารถเลือกสื่อที่ตนสะดวก

กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเห็นด้วยมากที่สุดในประเด็นของเนื้อหา พบว่า มีแนวคิดที่ชัดเจนในการนำเสนอ และเนื้อหาที่ได้นำเสนอได้ใจความ กระชับ อ่านแล้วเข้าใจง่าย และในเนื้อหาที่มีความครอบคลุมในด้านต่าง ๆ ของการเป็นมหาวิทยาลัยปลอดภัย เพราะป้ายประชาสัมพันธ์โครงการมหาวิทยาลัยรังสิตปลอดภัย เน้นประเด็นที่ต้องการนำเสนอเท่านั้นจึงมีเนื้อหาการนำเสนอจึงมีเนื้อหาในการนำเสนอไม่มากและต้องการให้กลุ่มตัวอย่างเกิดความเข้าใจทันทีที่พบเห็น ดังนั้น การนำเสนอจึงเป็นเพียงข้อความสั้น ๆ เพื่อเกิดการจดจำซึ่งสอดคล้องแนวความคิดของนัคดาเนตรรัตนะ (2539) กล่าวว่า ข้อความโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อกลางแจ้งจะเป็นส่วนที่น้อยที่สุดลักษณะที่สำคัญของข้อความคือต้องสั้นรวบรัดคำและวลีต้องสั้นและไม่ใช้คำฟุ่มเฟือยซึ่งเป็นจำนวนคำที่ผู้ผ่าน ไปผ่านมาสามารถอ่านได้ในระยะอันสั้นใช้คำง่าย ๆ กระชับได้ใจความไม่ใช้คำเทคนิคที่ยากแก่การเข้าใจ และสอดคล้องกับแนวคิดของ Mcguire (1975) (อ้างถึงในคารณี มากฤทธิ์, 2553) ที่อธิบายว่า การสื่อสารเพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ประกอบไปด้วยขั้นตอนของกระบวนการให้ข้อมูลที่กลุ่มเป้าหมายจะได้รับและมีผลกระทบต่อกลุ่มเป้าหมาย เป็นส่วนประกอบที่ใช้ในการสร้าง



แบบการสื่อสาร ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบทางด้านทัศนคติและการกระทำ คือ ปัจจัยทางด้านสาร ประกอบไปด้วย ลักษณะการเร้าอารมณ์ของสาร รูปแบบ ปริมาณของสาร

กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเห็นด้วยมากที่สุดด้านรูปแบบ พบว่า ภาพที่ใช้สามารถสื่อความหมายของโครงการ มหาวิทยาลัยรังสิตปลอดบุหรี่และโทษที่เกิดจากบุหรี่ได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะป้ายบริเวณอาคาร 4 ที่มีการใช้ภาพบรรยากาศของผู้สูบบุหรี่ที่เพื่อนรังเกียจทำให้เห็นถึงการไม่ยอมรับทางสังคมได้ชัดเจน และในส่วนของกรอบแบบ ขนาดป้ายประชาสัมพันธ์โครงการมหาวิทยาลัยรังสิตปลอดบุหรี่ มีขนาดใหญ่เพียงพอต่อการดึงดูดความสนใจได้ดี โดยกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยมากที่สุด กับป้ายประชาสัมพันธ์ที่มีขนาดใหญ่ นอกจากจะดึงดูดความสนใจแล้วนั้น ป้ายประชาสัมพันธ์ยังสามารถสอดแทรกการรณรงค์ได้อย่างลงตัวแสดงให้เห็นถึงความเข้าใจที่มีต่อโครงการ มหาวิทยาลัยรังสิตปลอดบุหรี่ นักศึกษาสามารถเข้าใจความหมายของภาพที่เกี่ยวกับผลกระทบของการสูบบุหรี่ซึ่ง สอดคล้องกับแนวคิดของสคิธร เจริญเสาวภาคย์ (2541) ที่ว่าการสร้างสรรค์ผ่านการออกแบบป้ายประชาสัมพันธ์ ให้ได้ผลดีต้องมีความชัดเจนไม่ว่าด้วยภาพหรือคำพูดสาร โฆษณาที่มีรายละเอียดมากไม่เหมาะสมกับสื่อป้ายประชาสัมพันธ์ และต้องให้กลุ่มเป้าหมายสะดุดตามากยิ่งขึ้น โดยการมีขนาดป้ายที่ใหญ่เหมาะสมกับสถานที่ หรืออาจจะใช้เทคนิค พิเศษช่วยสร้างสีสันให้กับบิลบอร์ดหรือถ้าต้องการใช้ป้ายโฆษณาเป็นป้ายบอกทางไปสถานที่ก็ทำได้เช่นกัน

กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติความเห็นด้วยมากที่สุดในเรื่องเกี่ยวกับจุดติดตั้งป้ายประชาสัมพันธ์โครงการ มหาวิทยาลัยรังสิตปลอดบุหรี่จุดติดตั้งป้ายอาคารวิทยาศาสตร์การแพทย์ประสิทธิ์อุไรรัตน์ (อาคาร 4) และจุดติดตั้งป้าย ประชาสัมพันธ์บริเวณอาคารคณะรังสิตเทคนิคและอาคารจอดรถ (อาคาร 10) และจุดติดตั้งป้ายประชาสัมพันธ์ระหว่าง อาคารรังสิตประยูรศักดิ์และอาคารดิจิตอลมัลติมีเดียคอมเพล็กซ์ (ระหว่างอาคาร 12 และ 15) เนื่องจากเลือกใช้สื่อและ ใช้สถานที่เผยแพร่ได้อย่างเหมาะสม เพราะป้ายติดตั้งบริเวณจุดที่สามารถพบเห็นได้ชัดเจนของมหาวิทยาลัยและเป็น บริเวณที่มีรถผ่านและง่ายต่อการพบเห็นรวมถึงการอ่านข้อมูลที่อยู่ในป้ายประชาสัมพันธ์ เป็นทำเลที่เหมาะสมที่จะ ติดป้ายประชาสัมพันธ์สอดคล้องกับแนวคิดของ อรชา สือสุวรรณ (2543) กล่าวว่า คือ ป้ายประชาสัมพันธ์มีขนาดใหญ่ กว่าสื่ออื่น ๆ อีกทั้งทำเลที่ผู้คนมีโอกาสเห็นได้เยอะและถูกบังคับให้เห็นด้วยสายตา ด้วยภาพที่ปรากฏ

6. บทสรุป

การศึกษาวิจัยเรื่อง การเปิดรับและทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อป้ายประชาสัมพันธ์โครงการมหาวิทยาลัย รังสิตปลอดบุหรี่โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิตที่มีต่อป้ายประชาสัมพันธ์ โครงการมหาวิทยาลัยรังสิตปลอดบุหรี่และเพื่อศึกษาทัศนคติของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิตที่มีต่อ ป้ายประชาสัมพันธ์โครงการมหาวิทยาลัยรังสิตปลอดบุหรี่ ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบ และ ด้านเผยแพร่ ของโครงการซึ่งสามารถสรุปข้อเสนอแนะทั่วไป และข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคตได้ ดังนี้

6.1 ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. จากผลการวิจัย ในด้านเนื้อหา พบว่า ป้ายประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอเนื้อหาที่ว่า “ฆ่าตัวเองด้วยคำบุหรี่” เป็น เนื้อหากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยน้อยที่สุด อาจจะมีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องเศรษฐกิจของผู้ที่สูบบุหรี่ในประเด็น คำใช้จ่ายในการซื้อบุหรี่ ซึ่งอาจจะต้องนำเสนอเนื้อหาเพิ่มเติมให้ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น ราคานูหรีที่มีราคาสูง คำใช้จ่ายนุหรีเมื่อ เปรียบเทียบกับสิ่งของที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน คำใช้จ่ายในการซื้อนุหรีกับค่ารักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรคนุหรี เป็นต้น



7. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรพงษ์ วงศ์ธีระธรณ์ อาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาานิพนธ์ ดร.พงศ์ภัทร อนุมัตริราชกิจ ประธานกรรมการประเมินผลปริญญาานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธีราภรณ์ กลิ่นสุคนธ์ กรรมการประเมินผลปริญญาานิพนธ์ สำหรับคำชี้แนะที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยครั้งนี้

8. เอกสารอ้างอิง

- โครงการมหาวิทยาลัยรังสิตปลอดบุหรี่. (2553). เอกสารการประชุมคณะกรรมการ โครงการพัฒนามหาวิทยาลัยสู่การเป็นมหาวิทยาลัยสร้างเสริมสุขภาพ. ครั้งที่ 1/2553 (21 กันยายน 2553).
- ดารณี มากฤทธิ์. (2553). ทศนคติของนักศึกษาที่มีต่อป้ายประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนามหาวิทยาลัยรังสิตสู่การเป็นมหาวิทยาลัยสร้างเสริมสุขภาพ (RSU Healthy Campus). ปริญญาานิพนธ์นิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
- นัคดา เนตรรัตน์. (2539). กลยุทธ์ในการสื่อสารงานโฆษณาผ่านสื่อบิลบอร์ดบนทางด่วน. ปริญญาานิพนธ์หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประคอง วรรณสุด. (2528). *สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์* (ฉบับปรับปรุงแก้ไข). กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือ ดร.ศรีสง่า.
- ประภัสสรฯ สุวรรณทัศน์. (2555). การเปิดรับและความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อป้ายประชาสัมพันธ์โครงการมหาวิทยาลัยรังสิตปลอดบุหรี่. ปริญญาานิพนธ์หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.
- รัชพร ขาวไชย. (2559). การศึกษาแนวคิดหลักการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์โครงการมหาวิทยาลัยปลอดบุหรี่คลินิกรังสิตฟ้าใส มหาวิทยาลัยรังสิต. ปริญญาานิพนธ์นิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ศศิธร เจริญเสาวภาคย์. (2541). ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของการจัดการความรู้. วิทยานิพนธ์ปริญญาานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สรพงษ์ วงศ์ธีระธรณ์. (2561). ประเด็นทางการสื่อสารในการออกแบบสื่อรณรงค์เพื่อการประชาสัมพันธ์โครงการมหาวิทยาลัยปลอดบุหรี่. *วารสารวิชาการนิเทศศาสตร์ปริทัศน์*, 21(2), 172 – 180.
- อรชฯ สื่อสุวรรณ. (2543). การเปิดรับการจดจำและทัศนคติของผู้โดยสารรถไฟฟ้าบีทีเอสที่มีต่อสื่อโฆษณาทางรถไฟฟ้่าบีทีเอส. วิทยานิพนธ์ปริญญาานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.