

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยทางการสื่อสารที่มีผลต่อการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจากประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมคำนวณสถิติทางสังคมศาสตร์สำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Science for Windows) สำหรับการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการหาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ การแจกแจงความถี่ จำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อพรรณนาถึง

1.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

1.2 ข้อมูลทัศนคติส่วนบุคคลในด้านการตัดสินใจบริจาคอวัยวะ

1.3 ข้อมูลความเชื่อส่วนบุคคลในด้านการตัดสินใจบริจาคอวัยวะ

1.4 ข้อมูลการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของศูนย์รับบริจาคอวัยวะสภากาชาดไทย

1.5 ข้อมูลการสื่อสารกับบุคลากรทางการแพทย์ในด้านการตัดสินใจบริจาคอวัยวะ

1.6 ข้อมูลพฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) ข้อ 1-5 โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทัศนคติส่วนบุคคลกับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะ ใช้สถิติการวิเคราะห์ Chi-Square

สมมติฐานที่ 2 การหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความเชื่อส่วนบุคคลกับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้สถิติการวิเคราะห์ Chi-Square

สมมติฐานที่ 3 การหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคุณลักษณะส่วนบุคคลกับความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้สถิติการวิเคราะห์ Chi-Square

สมมติฐานที่ 4 การหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของศูนย์รับบริจาคอวัยวะสภากาชาดไทยกับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้สถิติการวิเคราะห์ Chi-Square

สมมติฐานที่ 5 การหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการสื่อสารกับบุคลากรทางการแพทย์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครใช้สถิติการวิเคราะห์ Chi-Square

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา

1.1 ข้อมูลด้านประชากร

ตารางที่ 4.1

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะทางประชากร

ลักษณะทางประชากร		จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	141	35.3
	หญิง	259	64.7
	รวม	400	100.0
อายุ	18-25 ปี	71	17.8
	26-35 ปี	115	28.8
	36-45 ปี	85	21.3
	46-55 ปี	91	22.7
	มากกว่า 55 ปี	38	9.5
	รวม	400	100.0
ระดับการศึกษา	น้อยกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษา	115	28.8
	ปวช./ปวส./อนุปริญญา	109	27.3
	ปริญญาตรี	154	38.4
	สูงกว่าปริญญาตรี	22	5.5
	รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากร		จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	32	8.0
	รับราชการ	115	28.8
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	179	44.8
	พนักงานเอกชน	50	12.4
	ค้าขาย/ทำธุรกิจส่วนตัว	24	6.0
	รวม	400	100.0
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 5,000 บาท	25	6.2
	5,001-10,000 บาท	160	40.0
	10,001-15,000 บาท	53	13.3
	15,001-20,000 บาท	37	9.3
	20,001-25,000 บาท	42	10.5
	มากกว่า 25,000 บาท	83	20.7
	รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ด้านเพศ เพศหญิงมีสัดส่วนร้อยละมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 64.7 และเพศชาย ร้อยละ 35.3

ด้านอายุ ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 26-35 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.8 รองลงมา คือ 46-55 ปี และ 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.7 และ 21.3 ตามลำดับ

ด้านระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 38.5 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาน้อยกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษา และกลุ่มที่มีการศึกษาระดับ ปวช./ปวส./อนุปริญญา ในสัดส่วนร้อยละที่ใกล้เคียงกัน โดยคิดเป็นร้อยละ 28.8 และ 27.3 ตามลำดับ

ด้านอาชีพ ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.8 รองลงมาคือ รับราชการ และพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 28.8 และ 12.4 ตามลำดับ

ด้านรายได้ต่อเดือน ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท และรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.7 และ 13.3 ตามลำดับ

1.2 ทักษะทัศนคติส่วนบุคคลในด้านการตัดสินใจบริจาคอวัยวะ

ตารางที่ 4.2

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามทัศนคติส่วนบุคคลในด้านการตัดสินใจบริจาคอวัยวะ

ทัศนคติส่วนบุคคลที่มีต่อการบริจาคอวัยวะ	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. การบริจาคอวัยวะเป็นแบบอย่างที่ดีในการเสียสละเพื่อช่วยเหลือผู้อื่น	208 (52.0)	191 (47.8)	-	1 (0.3)	-	4.51	.52	บวก
2. การบริจาคอวัยวะเป็นการสร้างคุณค่าให้กับชีวิต	141 (35.3)	254 (63.5)	-	5 (1.3)	-	4.53	.54	บวก
*3. ผู้ที่ได้รับอวัยวะควรจ่ายเงินเป็นค่าตอบแทนแก่ทายาทของผู้บริจาค	8 (2.0)	96 (24.0)	-	236 (59.0)	60 (15.0)	3.61	1.07	กลาง
4. การบริจาคอวัยวะเป็นสิ่งที่ดีสมควรให้การยอมรับและเป็นประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม	132 (33.0)	266 (66.5)	-	2 (0.5)	-	4.32	.50	บวก

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ทัศนคติส่วนบุคคลที่มีต่อการบริจาคอวัยวะ	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	\bar{X}	S.D.	ระดับ
*5. ควรให้มีการจัดตั้งศูนย์ซื้อขายอวัยวะอย่างถูกต้องตามกฎหมาย เพื่อแก้ไขปัญหาการขาดแคลนอวัยวะ	58 (14.5)	172 (43.0)	-	144 (36.0)	26 (6.5)	2.77	1.25	กลาง
6. คนในครอบครัวของท่านมีผลทำให้ตัดสินใจบริจาคอวัยวะ	46 (11.5)	346 (86.5)	-	8 (2.0)	-	4.08	.44	บวก
ค่าเฉลี่ยในภาพรวม						3.97	-	บวก

*การคำนวณค่าเฉลี่ยในภาพรวมมีการกลับค่าคะแนนจากข้อความเชิงลบเป็นคะแนนเชิงบวกแล้ว

ผลจากตารางที่ 4.2 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติในด้าน “การบริจาคอวัยวะเป็นการสร้างคุณค่าให้กับชีวิต” มากที่สุด ($\bar{X} = 4.53$) ซึ่งจัดอยู่ในระดับบวก ลำดับต่อมา เป็นทัศนคติในด้าน “การบริจาคอวัยวะเป็นแบบอย่างที่ดีในการเสียสละเพื่อช่วยเหลือชีวิตผู้อื่น” ($\bar{X} = 4.51$) ซึ่งจัดอยู่ในระดับ บวก และเป็นทัศนคติในด้าน “การบริจาคอวัยวะเป็นสิ่งที่ดีสมควรให้การยอมรับและเป็นประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม” ($\bar{X} = 4.32$) ซึ่งจัดอยู่ในระดับ “บวก” ตามลำดับ เป็นที่น่าสังเกตว่า สำหรับทัศนคติในด้าน “ควรให้มีการจัดตั้งศูนย์ซื้อขายอวัยวะอย่างถูกต้องตามกฎหมาย เพื่อแก้ไขปัญหาการขาดแคลนอวัยวะ” อยู่ในเกณฑ์ “กลาง” ($\bar{X} = 2.77$) ซึ่งหมายถึง ทัศนคติในด้านมีการซื้อขายอวัยวะอย่างถูกต้องตามกฎหมายมีน้ำหนักอยู่ในช่วงกึ่งกลางระหว่างการยอมรับและการไม่ยอมรับ อย่างไรก็ตาม ทัศนคติที่มีต่อการบริจาคอวัยวะในภาพรวมจัดอยู่ในระดับ “บวก” ($\bar{X} = 3.97$)

1.3 ความเชื่อส่วนบุคคลในด้านการตัดสินใจบริจาคอวัยวะ

ตารางที่ 4.3

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามความเชื่อส่วนบุคคลในด้านการตัดสินใจบริจาคอวัยวะ

(n=400)

ความเชื่อส่วนบุคคลที่มีต่อการบริจาคอวัยวะ	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. การบริจาคอวัยวะเป็นเรื่องผิดพลาดหลักศาสนาที่ท่านนับถือ*	2 (0.5)	22 (5.5)	-	297 (74.3)	79 (19.8)	4.07	.68	น้อย
2. การแสดงความจำนงบริจาคอวัยวะเหมือนเป็นการแข่งตัวเองให้อายุสั้น*	4 (1.0)	14 (3.5)	-	274 (68.5)	108 (27.0)	4.17	.69	น้อย
3. การผ่าตัดเอาอวัยวะออกเพื่อบริจาคจะทำให้สภาพศพไม่สวยเหมือนเดิม*	-	18 (4.5)	2 (0.5)	291 (72.8)	89 (22.3)	4.13	.63	น้อย
4. ถ้าบริจาคอวัยวะไปแล้ว เกิดใหม่ชาติหน้า อาจจะมีอวัยวะไม่ครบถ้วนเหมือนเดิม*	4 (1.0)	12 (3.0)	4 (1.0)	250 (62.5)	130 (32.5)	4.23	.70	น้อย

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

(n=400)

ความเชื่อส่วนบุคคลที่มีต่อการบริจาคอวัยวะ	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	\bar{X}	S.D.	ระดับ
5. การบริจาคอวัยวะช่วยชีวิตของผู้ป่วยได้บุญกุศลติดตามตนไปในโลกหน้า	108 (27.0)	254 (63.5)	4 (1.0)	20 (5.0)	14 (3.5)	4.06	.89	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						4.13	-	มาก

*การคำนวณค่าเฉลี่ยในภาพรวมมีการกลับค่าคะแนนจากข้อความเชิงลบเป็นคะแนนเชิงบวกแล้ว

จากการวิเคราะห์ในภาพรวมพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความเชื่อส่วนบุคคลระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเชื่อส่วนบุคคลในเชิงบวกต่อการบริจาคอวัยวะ กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ความเชื่อส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างไม่ขัดต่อการบริจาคอวัยวะ

1.4 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของศูนย์รับบริจาคอวัยวะะสภากาชาดไทย

ตารางที่ 4.4

แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับ
สื่อประชาสัมพันธ์ของศูนย์รับบริจาคอวัยวะะสภากาชาดไทย

ประเภทของสื่อ	เคย	ไม่เคย
1. พวงกุญแจ	57 (14.3)	343 (85.8)
2. www.redcross.or.th	68 (17.0)	332 (83.0)
3. www.organdonate.in.th	74 (18.5)	326 (81.5)
4. แสตมป์	83 (20.8)	317 (79.3)
5. บัตรโทรศัพท์ ทั้ง Phone Card, Pinphone	84 (21.0)	316 (79.0)
6. รายการวิทยุจุฬาฯ ขส.ทบ. คลื่น FM 102 MHz	102 (25.5)	298 (74.5)
7. รายการรู้รักสามัคคี เพื่อแผ่นดิน คลื่น FM 103 MHz	105 (26.3)	295 (73.8)
8. สกู๊ปพิเศษเรื่อง การบริจาคอวัยวะ (นิตยสารสุดสัปดาห์)	117 (29.3)	283 (70.8)
9. เสื้อยืด	121 (30.3)	279 (69.8)
10. โครงการ GREEN VOLUNTEER คลื่น 106.5 MHz	123 (30.8)	277 (69.3)
11. คอลัมน์ x-cite kids เรื่อง ขวนวัยใส อุทิศอวัยวะ (หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์)	108 (27.0)	254 (63.5)

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ประเภทของสื่อ	เคย	ไม่เคย
12. ภาพยนตร์โฆษณาณรงค์เกี่ยวกับการบริจาคอวัยวะ	247 (61.8)	153 (38.3)
13. แผ่นพับแสดงความจำนงบริจาคอวัยวะ	242 (60.5)	158 (39.5)
14. วารสารภาษาดัมพ์พันธ์	190 (47.5)	210 (52.5)

จากตารางที่ 4.4 แสดงข้อมูลการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของศูนย์รับบริจาคอวัยวะ สภากาชาดไทย พบว่า

ประการแรก สื่อที่มีกลุ่มผู้ที่ไม่เคยเปิดรับ มากกว่า กลุ่มผู้ที่เคยเปิดรับ ได้แก่ สื่อประชาสัมพันธ์ของศูนย์รับบริจาคอวัยวะ สภากาชาดไทย ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างไม่เคยเปิดรับ พวงกุญแจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.8 รองลงมาเป็น www.redcross.or.th คิดเป็นร้อยละ 83.0 www.organdonate.in.th คิดเป็นร้อยละ 81.5 แสตมป์ คิดเป็นร้อยละ 79.3 บัตรโทรศัพท์ ทั้ง Phone Card, Pinphone คิดเป็นร้อยละ 79.0 รายการวิทยุจุฬาฯ ขส.ทบ. คลื่น FM 102 MHz คิดเป็นร้อยละ 74.5 รายการรู้รักสามัคคี เพื่อแผ่นดิน คลื่น FM 103 MHz คิดเป็นร้อยละ 73.8 สกู๊ปพิเศษเรื่อง การบริจาคอวัยวะ (นิตยสารสุดสัปดาห์) คิดเป็นร้อยละ 70.8 เสื่อยืด คิดเป็นร้อยละ 69.8 โครงการ GREEN VOLUNTEER คลื่น 106.5 MHz คิดเป็นร้อยละ 69.3 และคอลัมน์ x-cite kids เรื่อง ขวนวัยใส อุทิศอวัยวะ (หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์) ร้อยละ 63.5 ตามลำดับ

ประการที่สอง สื่อที่มีกลุ่มผู้ที่เคยเปิดรับ มากกว่า กลุ่มผู้ที่ไม่เคยเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ของศูนย์รับบริจาคอวัยวะ สภากาชาดไทย ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างเคยเปิดรับภาพยนตร์ โฆษณาณรงค์เกี่ยวกับการบริจาคอวัยวะมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.8 รองลงมาเป็น การเปิดรับ แผ่นพับแสดงความจำนงบริจาคอวัยวะ คิดเป็นร้อยละ 60.5

ประการสุดท้ายคือ สื่อที่มีกลุ่มผู้ที่เคยและกลุ่มผู้ที่ไม่เคยเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ของศูนย์รับบริจาคอวัยวะ สภากาชาดไทย ใกล้เคียงกัน ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างเปิดรับวารสารภาษา ดัมพ์พันธ์ คิดเป็นร้อยละ 47.5 และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยเปิดรับ คิดเป็นร้อยละ 52.5

1.5 การสื่อสารกับบุคลากรทางการแพทย์ในด้านการตัดสินใจบริจาคอวัยวะ

ตารางที่ 4.5

แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการสื่อสารกับ
บุคลากรทางการแพทย์ในด้านการตัดสินใจบริจาคอวัยวะ

หัวข้อ	เคย	ไม่เคย
1. ท่านเคยพูดคุย ชักถามหรือได้รับข้อมูลจาก เจ้าหน้าที่ศูนย์รับบริจาคอวัยวะฯ เรื่องการ บริจาคอวัยวะ	117 (29.3)	283 (70.8)
2. เจ้าหน้าที่ศูนย์รับบริจาคอวัยวะสภากาชาดไทย เคยชักชวนท่านให้บริจาคอวัยวะ	105 (26.3)	295 (73.8)
3. ท่านเคยซักถามแพทย์ถึงความปลอดภัย หรือ ผลกระทบในการบริจาคอวัยวะ	63 (15.8)	337 (84.3)
4. ท่านเคยได้รับการชักชวนจากแพทย์ให้บริจาค อวัยวะ	56 (14.0)	344 (86.0)

จากตารางที่ 4.5 แสดงข้อมูลการสื่อสารกับบุคลากรทางการแพทย์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยมีการสื่อสารกับบุคลากรทางการแพทย์ มีจำนวนมากกว่ากลุ่มที่เคยสื่อสารในทุกประเด็น ทั้งที่เป็นการสื่อสารกับแพทย์ และเจ้าหน้าที่ศูนย์รับบริจาคอวัยวะสภากาชาดไทย นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยมีการสื่อสารใด ๆ กับบุคลากรทางการแพทย์ ได้แก่ การได้รับการชักชวนจากแพทย์ให้บริจาคอวัยวะ คิดเป็นร้อยละ 86.0 ลำดับต่อมาคือ การซักถามแพทย์ถึงความปลอดภัย หรือผลกระทบในการบริจาคอวัยวะ คิดเป็นร้อยละ 84.3 และเจ้าหน้าที่ศูนย์รับบริจาคอวัยวะสภากาชาดไทยเคยชักชวนให้บริจาคอวัยวะ คิดเป็นร้อยละ 73.8

1.6 พฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะ

ตารางที่ 4.6

แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม
พฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะ

หัวข้อ	พฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะ			รวม
	บริจาค แน่นอน	ไม่บริจาค แน่นอน	อาจจะบริจาค ในอนาคต	
ความประสงค์ที่จะบริจาคอวัยวะของ ตนเอง	72 (18.0)	50 (12.5)	278 (69.5)	400 (100)
ความประสงค์ที่จะบริจาคอวัยวะของ ญาติ	125 (31.3)	53 (13.3)	222 (55.4)	400 (100)

จากตารางที่ 4.6 แสดงข้อมูลพฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ในกลุ่มผู้ที่มีความประสงค์ที่จะบริจาคอวัยวะของตนเอง มีพฤติกรรมการตัดสินใจแบบ “อาจจะบริจาคอวัยวะของตนเองในอนาคต” มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.5 รองลงมาเป็นกลุ่มผู้ที่มีพฤติกรรมการตัดสินใจแบบ “บริจาคแน่นอน” คิดเป็นร้อยละ 18.0

และในกลุ่มผู้ที่มีความประสงค์ที่จะบริจาคอวัยวะของญาติ มีพฤติกรรมการตัดสินใจแบบ “อาจจะบริจาคอวัยวะของญาติในอนาคต” มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.4 รองลงมาเป็นกลุ่มผู้ที่มีพฤติกรรมการตัดสินใจแบบ “บริจาคแน่นอน” คิดเป็นร้อยละ 31.3

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการสื่อสารที่มีผลต่อการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร มีสมมติฐาน (Hypothesis Testing) ที่กำหนดไว้จำนวน 5 ข้อ ในการทดสอบสมมติฐานได้กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 มีดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ทักษะคิดส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.7

แสดงจำนวน และร้อยละของทักษะคิดส่วนบุคคลกับพฤติกรรม
การตัดสินใจบริจาคอวัยวะของตนเอง

ทักษะคิด	พฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของตนเอง			รวม
	บริจาค แน่นอน	ไม่บริจาค แน่นอน	อาจจะบริจาค ในอนาคต	
เป็นกลาง	10 (15.4)	11 (16.9)	44 (67.7)	65 (100.0)
เชิงบวก	62 (18.5)	39 (11.6)	234 (69.9)	335 (100.0)

ไควสแควร์ = 1.546

Sig. = .462

จากการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig. >.05) พบว่า ทักษะคิดส่วนบุคคลที่มีต่อการบริจาคอวัยวะไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของตนเอง

ตารางที่ 4.8

แสดงจำนวน และร้อยละของทัศนคติส่วนบุคคลกับพฤติกรรม

การตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติ

ทัศนคติ	พฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติ			รวม
	บริจาค แน่นอน	ไม่บริจาค แน่นอน	อาจจะบริจาค ในอนาคต	
เป็นกลาง	16 (24.6)	6 (9.2)	43 (66.2)	65 (100.0)
เชิงบวก	109 (32.5)	47 (14.0)	179 (53.5)	335 (100.0)

ไควสแควร์ = 3.627

Sig. = .163

จากการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig. > .05) พบว่า ทัศนคติส่วนบุคคลที่มีต่อการบริจาคอวัยวะไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติ

**สมมติฐานที่ 2 ความเชื่อส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของ
ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร**

ตารางที่ 4.9

แสดงจำนวน และร้อยละของความเชื่อส่วนบุคคลกับพฤติกรรม
การตัดสินใจบริจาคอวัยวะของตนเอง

ความเชื่อส่วนบุคคล	พฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของตนเอง			รวม
	บริจาค แน่นอน	ไม่บริจาค แน่นอน	อาจจะบริจาค ในอนาคต	
น้อย	2 (32.3)	- (-)	4 (67.7)	6 (100.0)
ปานกลาง	10 (25.6)	6 (15.4)	23 (59.0)	39 (100.0)
มาก	60 (16.9)	44 (12.4)	251 (70.7)	355 (100.0)

ไควสแควร์ = 4.002

Sig. = .406

จากการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig. >.05) พบว่า ความเชื่อส่วนบุคคล
ในด้านการบริจาคอวัยวะไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของตนเอง

ตารางที่ 4.10
แสดงจำนวนและร้อยละของความเชื่อส่วนบุคคลกับพฤติกรรม
การตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติ

ความเชื่อส่วนบุคคล	พฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติ			รวม
	บริจาค แน่นอน	ไม่บริจาค แน่นอน	อาจจะบริจาค ในอนาคต	
น้อย	2 (33.3)	-	4 (66.7)	6 (100.0)
ปานกลาง	11 (28.2)	4 (10.3)	24 (61.5)	39 (100.0)
มาก	112 (31.5)	49 (13.8)	194 (54.7)	355 (100.0)

ไคสแควร์ = 1.712

Sig. = .788

จากการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig. >.05) พบว่า ความเชื่อส่วนบุคคล
ในด้านการบริจาคอวัยวะไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติ

สมมติฐานที่ 3 คุณลักษณะส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

3.1 เพศมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

3.2 อายุมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.11

แสดงจำนวนและร้อยละของเพศกับพฤติกรรมการตัดสินใจ
บริจาคอวัยวะของตนเอง

เพศ	พฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของตนเอง			รวม
	บริจาค แน่นอน	ไม่บริจาค แน่นอน	อาจจะบริจาค ในอนาคต	
ชาย	22 (15.6)	19 (13.5)	100 (70.9)	141 (100.0)
หญิง	50 (19.3)	31 (12.0)	178 (68.7)	259 (100.0)

ไควสแควร์ = .924

Sig. = .630

จากการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig.>.05) พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของตนเอง

ตารางที่ 4.12
แสดงจำนวนและร้อยละของเพศกับพฤติกรรมการตัดสินใจ
บริจาคอวัยวะของญาติ

เพศ	พฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติ			รวม
	บริจาค แน่นอน	ไม่บริจาค แน่นอน	อาจจะบริจาค ในอนาคต	
ชาย	52 (36.9)	23 (16.3)	66 (46.8)	141 (100.0)
หญิง	73 (28.2)	30 (11.6)	156 (60.2)	259 (100.0)

ไคสแควร์ = 6.713

Sig. = .035

จากการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig.<.05) พบว่า เพศมีความสัมพันธ์
กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติ

ตารางที่ 4.13

แสดงจำนวนและร้อยละของระดับอายุกับพฤติกรรมการตัดสินใจ

ปรึกษาอวัยวะของตนเอง

ระดับอายุ	พฤติกรรมการตัดสินใจปรึกษาอวัยวะของตนเอง			รวม
	ปรึกษ แน่นอน	ไม่ปรึกษ แน่นอน	อาจจะปรึกษ ในอนาคต	
18-25 ปี	9 (12.7)	5 (7.0)	57 (80.3)	71 (100.0)
26-35 ปี	20 (17.4)	15 (13.0)	80 (69.6)	115 (100.0)
36-45 ปี	12 (14.1)	12 (14.1)	61 (71.8)	85 (100.0)
46-55 ปี	23 (25.3)	18 (19.8)	50 (54.9)	91 (100.0)
มากกว่า 55 ปี	8 (21.1)	-	30 (78.9)	38 (100.0)

ไคสแควร์ = 19.743

Sig. = .011

จากการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig.<.05) พบว่า ระดับอายุ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจปรึกษาอวัยวะของตนเอง

ตารางที่ 4.14

แสดงจำนวนและร้อยละของระดับอายุกับพฤติกรรมการตัดสินใจ
บริจาคอวัยวะของญาติ

ระดับอายุ	พฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติ			รวม
	บริจาค แน่นอน	ไม่บริจาค แน่นอน	อาจจะบริจาค ในอนาคต	
18-25 ปี	23 (32.4)	4 (5.6)	44 (62.0)	71 (100.0)
26-35 ปี	29 (25.2)	17 (14.8)	69 (60.0)	115 (100.0)
36-45 ปี	29 (34.1)	11 (12.9)	45 (53.0)	85 (100.0)
46-55 ปี	28 (30.8)	19 (20.9)	44 (48.3)	91 (100.0)
มากกว่า 55 ปี	16 (42.1)	2 (5.3)	20 (52.6)	38 (100.0)

ไคสแควร์ = 14.127

Sig. = .079

จากการทดสอบสมมติฐานระดับนัยสำคัญ .05 (Sig.>.05) พบว่า ระดับอายุไม่มี
ความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติ

สมมติฐานที่ 4 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของศูนย์รับบริจาคอวัยวะสภากาชาดไทยมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.15

แสดงจำนวน และร้อยละของการเปิดรับสื่อภาพยนตร์โฆษณาณรงค์เกี่ยวกับการบริจาคอวัยวะกับพฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของตนเอง

การเปิดรับสื่อภาพยนตร์โฆษณา ณรงค์เกี่ยวกับการบริจาค อวัยวะ	พฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของตนเอง			รวม
	บริจาค แน่นอน	ไม่บริจาค แน่นอน	อาจจะบริจาค ในอนาคต	
เคย	35 (14.2)	30 (12.1)	182 (73.7)	247 (100.0)
ไม่เคย	37 (24.2)	20 (13.1)	96 (62.7)	153 (100.0)

ไคสแควร์ = 6.954

Sig. = .031

จากการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig.<.05) พบว่า การเปิดรับภาพยนตร์โฆษณาณรงค์เกี่ยวกับการบริจาคอวัยวะ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของตนเอง

ตารางที่ 4.16
แสดงจำนวนและร้อยละของการเปิดรับสื่อรายการวิทยุกับ
พฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของตนเอง

การเปิดรับสื่อรายการวิทยุ	พฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของตนเอง			รวม
	บริจาค แน่นอน	ไม่บริจาค แน่นอน	อาจจะบริจาค ในอนาคต	
เคย	40 (21.2)	22 (11.6)	127 (67.2)	189 (100.0)
ไม่เคย	32 (15.2)	28 (13.3)	151 (71.5)	211 (100.0)

ไคสแควร์ = 2.478

Sig. = .290

จากการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig. >.05) พบว่า การเปิดรับ รายการวิทยุ ได้แก่ รายการวิทยุจุฬาฯ ขส.ทบ. คลื่น FM 102MHz รายการรู้รักสามัคคี คลื่น FM 103 MHz และโครงการ GREEN VOLUNTEER คลื่น FM 106.5 MHz ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของตนเอง

ตารางที่ 4.17
แสดงจำนวน และร้อยละของการเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์กับ
พฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของตนเอง

การเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์	พฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของตนเอง			รวม
	บริจาค แน่นอน	ไม่บริจาค แน่นอน	อาจจะบริจาค ในอนาคต	
เคย	47 (20.3)	23 (10.0)	161 (69.7)	231 (100.0)
ไม่เคย	25 (14.8)	27 (16.0)	117 (69.2)	169 (100.0)

ไคสแควร์ = 4.504

Sig. = .105

จากการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig.<.05) พบว่า การเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ คอลัมน์ X-cite kids เรื่อง ชวนวัยใส อุทิศอวัยวะ สกู๊ปพิเศษเรื่อง การบริจาคอวัยวะ (นิตยสาร สุดสัปดาห์) และวารสารกาชาดสัมพันธ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของตนเอง

ตารางที่ 4.18
แสดงจำนวน และร้อยละของการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตกับ
พฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของตนเอง

การเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต	พฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของตนเอง			รวม
	บริจาค แน่นอน	ไม่บริจาค แน่นอน	อาจจะบริจาค ในอนาคต	
เคย	15 (19.5)	3 (3.9)	59 (76.6)	77 (100.0)
ไม่เคย	57 (17.6)	47 (14.6)	219 (67.8)	323 (100.0)

ไคสแควร์ = 6.459

Sig. = .040

จากการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig.<.05) พบว่า การเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต ได้แก่ www.organdonate.in.th และ www.redcross.or.th มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของตนเอง

ตารางที่ 4.19
แสดงจำนวน และร้อยละของการเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์องค์กร (แผ่นพับ
แสดงความจำนงบริจาคอวัยวะ) กับพฤติกรรม
การตัดสินใจบริจาคอวัยวะของตนเอง

การเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์องค์กร	พฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของตนเอง			รวม
	บริจาค แน่นอน	ไม่บริจาค แน่นอน	อาจจะบริจาค ในอนาคต	
เคย	50 (20.7)	16 (6.6)	176 (72.7)	242 (100.0)
ไม่เคย	22 (13.9)	34 (21.5)	102 (64.6)	158 (100.0)

ไคสแควร์ = 20.323

Sig. = .000

จากการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig.<.05) พบว่า การเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์องค์กร (แผ่นพับแสดงความจำนงบริจาคอวัยวะ) มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของตนเอง

ตารางที่ 4.20
แสดงจำนวน และร้อยละของการเปิดรับสื่อพิเศษ กับพฤติกรรม
การตัดสินใจบริจาคอวัยวะของตนเอง

การเปิดรับสื่อพิเศษ	พฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของตนเอง			รวม
	บริจาค แน่นอน	ไม่บริจาค แน่นอน	อาจจะบริจาค ในอนาคต	
เคย	43 (19.9)	19 (8.8)	154 (71.3)	216 (100.0)
ไม่เคย	29 (15.8)	31 (16.8)	124 (67.4)	184 (100.0)

ไคสแควร์ = 6.320

Sig. = .042

จากการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig.>.05) พบว่า การเปิดรับสื่อพิเศษ ได้แก่ สติกเกอร์ แสตมป์ บัตรโทรศัพท์ ทั้ง Phone Card, Pinphone พวงกุญแจ และเสื้อยืด มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของตนเอง

ตารางที่ 4.21
แสดงจำนวน และร้อยละของการเปิดรับสื่อภาพยนตร์โฆษณา
เกี่ยวกับการบริจาคอวัยวะกับพฤติกรรมการตัดสินใจ
บริจาคอวัยวะของญาติ

การเปิดรับสื่อภาพยนตร์โฆษณา รณรงค์เกี่ยวกับการบริจาคอวัยวะ	พฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติ			รวม
	บริจาค แน่นอน	ไม่บริจาค แน่นอน	อาจจะบริจาค ในอนาคต	
เคย	79 (32.0)	31 (12.6)	137 (55.4)	247 (100.0)
ไม่เคย	46 (30.1)	22 (14.4)	85 (55.5)	153 (100.0)

ไคสแควร์ = .350

Sig. = .840

จากการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig.>.05) พบว่า การเปิดรับ
ภาพยนตร์โฆษณา รณรงค์เกี่ยวกับการบริจาคอวัยวะไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาค
อวัยวะของญาติ

ตารางที่ 4.22
แสดงจำนวน และร้อยละของการเปิดรับสื่อรายการวิทยุกับ
พฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติ

การเปิดรับสื่อรายการวิทยุ	พฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติ			รวม
	บริจาค แน่นอน	ไม่บริจาค แน่นอน	อาจจะบริจาค ในอนาคต	
เคย	82 (43.4)	28 (14.8)	79 (41.8)	189 (100.0)
ไม่เคย	43 (20.4)	25 (11.8)	143 (67.8)	211 (100.0)

ไคสแควร์ = 29.668

Sig. = .000

จากการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig. >.05) พบว่า การเปิดรับรายการวิทยุ ได้แก่ รายการวิทยุจุฬาฯ ขส.ทบ. คลื่น FM 102MHz รายการรู้รักสามัคคี คลื่น FM 103 MHz และโครงการ GREEN VOLUNTEER คลื่น FM 106.5 MHz มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติ

ตารางที่ 4.23
แสดงจำนวน และร้อยละของการเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์กับ
พฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติ

การเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์	พฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติ			รวม
	บริจาค แน่นอน	ไม่บริจาค แน่นอน	อาจจะบริจาค ในอนาคต	
เคย	87 (37.7)	26 (11.3)	118 (51.1)	231 (100.0)
ไม่เคย	38 (22.5)	27 (16.0)	104 (61.5)	169 (100.0)

ไคสแควร์ = 10.758

Sig. = .005

จากการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig.<.05) พบว่า การเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ คอลัมน์ X-cite kids เรื่อง ขวนวัยใส อุทิศอวัยวะ สกู๊ปพิเศษเรื่อง การบริจาคอวัยวะ (นิตยสารสุดสัปดาห์) และวารสารกาชาดสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติ

ตารางที่ 4.24
แสดงจำนวน และร้อยละของการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตกับ
พฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติ

การเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต	พฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติ			รวม
	บริจาค แน่นอน	ไม่บริจาค แน่นอน	อาจจะบริจาค ในอนาคต	
เคย	34 (44.2)	12 (15.6)	31 (40.2)	77 (100.0)
ไม่เคย	91 (28.2)	41 (12.7)	191 (59.1)	323 (100.0)

ไคสแควร์ = 9.465

Sig. = .009

จากการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig.<.05) พบว่า การเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต ได้แก่ www.organdonate.in.th และ www.redcross.or.th มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติ

ตารางที่ 4.25
แสดงจำนวน และร้อยละของการเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์องค์กร (แผ่นพับ
แสดงความจำนงบริจาคอวัยวะ) กับพฤติกรรม
การตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติ

การเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์องค์กร	พฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติ			รวม
	บริจาค แน่นอน	ไม่บริจาค แน่นอน	อาจจะบริจาค ในอนาคต	
เคย	97 (40.1)	21 (8.7)	124 (51.2)	242 (100.0)
ไม่เคย	28 (17.7)	32 (20.3)	98 (62.0)	158 (100.0)

ไคสแควร์ = 26.965

Sig. = .000

จากการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig.<.05) พบว่า การเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์องค์กร (แผ่นพับแสดงความจำนงบริจาคอวัยวะ) มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติ

ตารางที่ 4.26
แสดงจำนวน และร้อยละของการเปิดรับสื่อพิเศษกับ
พฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติ

การเปิดรับสื่อพิเศษ	พฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติ			รวม
	บริจาค แน่นอน	ไม่บริจาค แน่นอน	อาจจะบริจาค ในอนาคต	
เคย	86 (39.8)	24 (11.1)	106 (49.1)	216 (100.0)
ไม่เคย	39 (21.2)	29 (15.8)	116 (63.0)	184 (100.0)

ไคสแควร์ = 16.137

Sig. = .000

จากการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig.>.05) พบว่า การเปิดรับสื่อพิเศษ ได้แก่ สติกเกอร์ แสตมป์ บัตรโทรศัพท์ ทั้ง Phone Card, Pinphone พวงกุญแจ และเสื้อยืด มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติ

**สมมติฐานที่ 5 การสื่อสารกับบุคลากรทางการแพทย์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจ
 ปรึกษาอวัยวะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร**

ตารางที่ 4.27

แสดงจำนวน และร้อยละของการสื่อสารกับบุคลากรทางการแพทย์
 กับพฤติกรรมการตัดสินใจปรึกษาอวัยวะของตนเอง

การสื่อสารกับบุคลากร ทางการแพทย์	พฤติกรรมการตัดสินใจปรึกษาอวัยวะของตนเอง			รวม
	ปรึกษ แน่นอน	ไม่ปรึกษ แน่นอน	อาจจะปรึกษ ในอนาคต	
เคย	54 (30.9)	13 (7.4)	108 (61.7)	175 (100.0)
ไม่เคย	18 (8.0)	37 (16.4)	170 (75.6)	225 (100.0)

ไคสแควร์ = 37.686

Sig. = .000

จากการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig.<.05) พบว่า การสื่อสารกับบุคลากรทางการแพทย์ ได้แก่ การเคยพูดคุย ชักถามหรือได้รับข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ศูนย์รับปรึกษาอวัยวะ สภากาชาดไทย เรื่อง การปรึกษาอวัยวะ การพบปะเจ้าหน้าที่ศูนย์รับปรึกษาอวัยวะ สภากาชาดไทย ชักชวนให้ปรึกษาอวัยวะ การชักถามแพทย์ถึงความปลอดภัยหรือผลกระทบในการปรึกษาอวัยวะ และการได้รับการชักชวนจากแพทย์ให้ปรึกษาอวัยวะมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจปรึกษาอวัยวะของตนเอง

ตารางที่ 4.28

แสดงจำนวน และร้อยละของการสื่อสารกับบุคลากรทางการแพทย์
กับพฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติ

การสื่อสารกับบุคลากร ทางการแพทย์	พฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติ			รวม
	บริจาค แน่นอน	ไม่บริจาค แน่นอน	อาจจะบริจาค ในอนาคต	
เคย	87 (49.7)	12 (6.9)	76 (43.4)	175 (100.0)
ไม่เคย	38 (16.9)	41 (18.2)	146 (64.9)	225 (100.0)

ไคสแควร์ = 51.706

Sig. = .000

จากการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig.<.05) พบว่า การสื่อสารกับบุคลากรทางการแพทย์ ได้แก่ การเคยพูดคุย ชักถามหรือได้รับข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ศูนย์รับบริจาคอวัยวะ สภากาชาดไทย เรื่อง การบริจาคอวัยวะ การพบปะเจ้าหน้าที่ศูนย์รับบริจาคอวัยวะ สภากาชาดไทย ชักชวนให้บริจาคอวัยวะ การชักถามแพทย์ถึงความปลอดภัยหรือผลกระทบในการบริจาคอวัยวะ และการได้รับการชักชวนจากแพทย์ให้บริจาคอวัยวะมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติ