

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยทางการสื่อสารที่มีผลต่อการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” นี้ มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย 2 ประการ ได้แก่

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยทางการสื่อสารที่มีผลต่อการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ทั้งนี้ มีขอบเขตของการวิจัยที่เป็นการศึกษาปัจจัยทางการสื่อสารที่มีผลต่อการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในช่วงเดือน กุมภาพันธ์-มีนาคม พ.ศ. 2552 โดยการศึกษาวิจัยครั้งนี้เลือกศึกษาจากประชากรที่มีภูมิลำเนาอาศัยอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร และมีอายุระหว่าง 18-60 ปี ด้วยแบบสอบถามซึ่งประกอบด้วยข้อมูลทางประชากร ทัศนคติส่วนบุคคล ความเชื่อส่วนบุคคล การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของศูนย์รับบริจาคอวัยวะ สภากาชาดไทย การสื่อสารกับบุคลากรทางการแพทย์ และพฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ได้แก่ SPSS วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาด้วยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบความแตกต่างแบบ ไคสแควร์ ผลจากการศึกษาวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น เพศหญิงซึ่งมีจำนวน 259 คน โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท

ทัศนคติส่วนบุคคลที่มีต่อการบริจาคอวัยวะ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านทัศนคติส่วนบุคคล พบว่า มีทัศนคติในภาพรวม อยู่ในระดับบวก (ค่าเฉลี่ย 3.97) ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดและอยู่ในระดับบวกได้แก่ ประเด็นการบริจาคอวัยวะเป็นแบบอย่างที่ดีในการเสียสละเพื่อช่วยเหลือผู้อื่น (ค่าเฉลี่ย 4.51) รองลงมาคือ ประเด็นการบริจาคอวัยวะเป็นการสร้างคุณค่าให้กับชีวิต (ค่าเฉลี่ย 4.33) ประเด็นการบริจาคอวัยวะเป็นสิ่งที่สังคมควรให้การยอมรับและเป็นประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.32) และ ประเด็นคนในครอบครัวมีผลทำให้ตัดสินใจบริจาคอวัยวะ (ค่าเฉลี่ย 4.08) ในขณะที่ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ประเด็นที่ว่าผู้ที่ได้รับอวัยวะ ควรจ่ายเงินเป็นค่าตอบแทนแก่ทายาทของผู้บริจาค (ค่าเฉลี่ย 2.39) และ ประเด็นควรให้มีการจัดตั้งศูนย์ซื้อขายอวัยวะอย่างถูกต้องตามกฎหมาย เพื่อแก้ไขปัญหาการขาดแคลนอวัยวะคิดเป็น (ค่าเฉลี่ย 2.77)

ความเชื่อส่วนบุคคลที่มีต่อการบริจาคอวัยวะ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความเชื่อส่วนบุคคลพบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมของความเชื่อจัดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) โดยกลุ่มตัวอย่างมีความเชื่อส่วนบุคคลในเชิงบวกต่อการบริจาคอวัยวะ

การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของศูนย์รับบริจาคอวัยวะสภากาชาดไทยที่มีต่อการบริจาคอวัยวะ

การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของศูนย์รับบริจาคอวัยวะสภากาชาดไทยโดยสรุปภาพรวม พบว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ไม่เคยเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของศูนย์รับบริจาคอวัยวะสภากาชาดไทย ยกเว้นสื่อภาพยนตร์โฆษณาณรงค์เกี่ยวกับการบริจาคอวัยวะ สื่อแผ่นพับ และสื่อวารสารกาชาดสัมพันธ์ โดยจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อภาพยนตร์โฆษณารณรงค์บริจาคอวัยวะทางโทรทัศน์มีมากที่สุด รองลงมาคือจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อแผ่นพับ และสื่อวารสารกาชาดสัมพันธ์ตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม สื่อประชาสัมพันธ์อื่น ๆ ที่กลุ่มตัวอย่างไม่เคยเปิดรับนั้น ชี้ให้เห็นว่าสื่อที่มีจำนวนผู้ไม่เคยเปิดรับมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ สื่อพวงกุญแจ www.redcross.or.th และ www.organdonate.in.th

การสื่อสารกับบุคลากรทางการแพทย์เกี่ยวกับเรื่องการบริจาคอวัยวะ

ประชาชนในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ ไม่เคยมีการสื่อสารกับบุคลากรทางการแพทย์ ทั้งที่เป็นการสื่อสารกับแพทย์ หรือเจ้าหน้าที่ศูนย์รับบริจาคอวัยวะสภากาชาดไทย หากพิจารณาแยกเป็นประเด็น พบว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานคร ไม่เคยมีการสื่อสารกับบุคลากรทางการแพทย์ในเรื่องการได้รับการชักชวนจากแพทย์ให้บริจาคอวัยวะมากที่สุด รองลงมาคือการ

ซักถามแพทย์ถึงความปลอดภัย หรือผลกระทบในการบริจาคอวัยวะ และการเคยถูก เจ้าหน้าที่ศูนย์รับบริจาคอวัยวะสภากาชาดไทยชักชวนให้บริจาคอวัยวะ ตามลำดับ

หากเปรียบเทียบเฉพาะจำนวนผู้ที่เคยมีการสื่อสารกับบุคลากรทางการแพทย์ พบว่า ลักษณะการสื่อสารกับบุคลากรทางการแพทย์ที่มีจำนวนผู้เคยสื่อสารสูงสุด ได้แก่ การซักถามหรือได้รับข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ศูนย์รับบริจาคอวัยวะ สภากาชาดไทยเรื่อง การบริจาคอวัยวะ

พฤติกรรมการตัดสินใจเกี่ยวกับการบริจาคอวัยวะ

พฤติกรรมการตัดสินใจเกี่ยวกับการบริจาคอวัยวะ ในภาพรวมประชาชนในกรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะแบบ “อาจจะบริจาคในอนาคต” มากที่สุด ทั้งที่มีความประสงค์ที่จะบริจาคของตนเอง และของญาติ รองลงมาคือ มีพฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะแบบ “บริจาคแน่นอน”

ส่วนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน

ในการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยทางการสื่อสารที่มีผลต่อการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้ศึกษาได้ตั้งสมมติฐานของการวิจัยไว้ 5 ประการ จึงทำให้ผู้ศึกษาได้ข้อสรุปที่เป็นผลการวิจัยครั้งนี้ 5 ประเด็นหลัก เรียงตามลำดับสมมติฐานของการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ทศคนคิดส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ทศคนคิดส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของประชาชน ทั้งที่เป็นการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของตนเองและการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติ

สมมติฐานที่ 2 ความเชื่อส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ความเชื่อส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของประชาชน ทั้งที่เป็นการตัดสินใจของบริจาคอวัยวะของตนเอง และการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติ

สมมติฐานที่ 3 คุณลักษณะส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของประชาชนใน เขตกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า

3.1 เพศไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของตนเอง แต่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติ

3.2 อายุมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของตนเอง แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติ

สมมติฐานที่ 4 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของศูนย์รับบริจาคอวัยวะสภากาชาดไทยมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า

4.1 การเปิดรับสื่อภาพยนตร์โฆษณาณรงค์เกี่ยวกับการบริจาคอวัยวะมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของตนเอง แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติ

4.2 การเปิดรับสื่อรายการวิทยุ ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของตนเอง แต่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติ

4.3 การเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของตนเอง แต่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติ

4.4 การเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของตนเอง และญาติ

4.5 การเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์องค์กร (แผ่นพับ) มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของตนเอง และญาติ

4.6 การเปิดรับสื่อพิเศษ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของตนเอง และญาติ

สมมติฐานที่ 5 การสื่อสารกับบุคลากรทางการแพทย์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า

การสื่อสารกับบุคลากรทางการแพทย์ในทุกประเด็น มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของตนเอง และของญาติ

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการสื่อสารที่มีผลต่อการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 2 ประการคือ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาปัจจัยทางการสื่อสารที่มีผลต่อการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาขอเสนอการอภิปรายผลการศึกษาในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ ยังมีการตัดสินใจบริจาคอวัยวะแบบ “อาจจะบริจาคในอนาคต” มากกว่า “บริจาคแน่นอน” ทั้งที่เป็นการบริจาคอวัยวะของตนเอง และของญาติ แสดงให้เห็นว่า ณ ปัจจุบัน ประชาชนส่วนใหญ่ ยังไม่ได้ตัดสินใจแน่นอนที่จะบริจาค ซึ่งเป็นเหตุผลที่น่าจะใช้อธิบายสภาพการณ์ความขาดแคลนอวัยวะที่มีผู้บริจาคได้อย่างชัดเจน อย่างไรก็ตาม ข้อค้นพบที่น่าสนใจคือ แม้ว่าประชาชนจะยังไม่ได้ตัดสินใจบริจาคในขณะนี้ แต่ก็มีแนวโน้มที่อาจจะบริจาคในอนาคต

ส่วนในเรื่องผลของปัจจัยทางการสื่อสารต่อการตัดสินใจบริจาคอวัยวะนั้น การศึกษาได้แบ่งปัจจัยดังกล่าวออกเป็นปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก ซึ่งปัจจัยภายใน ได้แก่ ทักษะคิดส่วนบุคคล ความเชื่อส่วนบุคคล และคุณลักษณะส่วนบุคคล ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยภายในด้านทักษะคิดส่วนบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคอวัยวะ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุกัญญา อามีน (2539) เรื่อง การศึกษาความรู้ และทัศนคติที่มีต่อการปลูกถ่ายอวัยวะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า ทักษะคิดที่มีต่อการปลูกถ่ายอวัยวะมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการมีส่วนร่วมในโครงการเกี่ยวกับการปลูกถ่ายอวัยวะ แต่ทั้งนี้ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑามาส ปิ่นมงคล (2547) เรื่อง ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมต่อการบริจาคอวัยวะของผู้ที่บริจาคโลหิต ณ ศูนย์บริจาคโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย ที่พบว่า ความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในระดับน้อย ส่วนทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในระดับปานกลางถึงมาก แต่ความรู้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม จากที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่า ทัศนคตินั้นไม่จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเสมอไป เพราะแม้ว่าในบุคคลนั้นจะมีทัศนคติที่ดีต่อการบริจาคอวัยวะก็ไม่ได้หมายความว่าบุคคลนั้นจะต้องมีพฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะตามไปด้วย

ยิ่งไปกว่านั้น ปัจจัยภายในด้านความเชื่อส่วนบุคคล ก็ไม่มีผลต่อการตัดสินใจบริจาคอวัยวะทั้งของตนเองและญาติเช่นกัน ผลการศึกษาในประเด็นนี้ ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของพระมหาสมโชค คำแก้ว (2543) และ วรภัทร์ สังข์น้อย (2541) ที่พบว่า ความเชื่อทางศาสนา บุญกุศล และความเชื่อเรื่องชาติหน้า มีผลต่อการตัดสินใจบริจาคอวัยวะ ในลักษณะเดียวกัน

ผลการศึกษานี้ ไม่เป็นไปตามแนวคิดเกี่ยวกับความเชื่อที่ โรเกอช (Rokeach, อ้างถึงใน พัทธนี เชนจรรยา, 2538) เสนอไว้ว่า ความเชื่อทางศาสนา เป็นสิ่งที่ค่อนข้างมีผลต่อการตัดสินใจบริจาคอวัยวะอย่างมาก

สำหรับปัจจัยภายในด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ซึ่งในการศึกษารั้งนี้ มุ่งศึกษาเฉพาะปัจจัยด้านเพศและอายุนั้น ผลการศึกษาได้ชี้ให้เห็นว่า เพศเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติ แต่กลับไม่มีผลต่อการตัดสินใจการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของตนเอง โดยเพศชาย จะมีการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติ แบบ “บริจาคแน่นอน” มากกว่าเพศหญิง ในขณะที่เพศหญิงมีพฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติแบบ “อาจจะบริจาคในอนาคต” มากกว่าเพศชาย ส่วนปัจจัยด้านอายุ เป็นอีกปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาค แต่เป็นการบริจาคอวัยวะของตนเอง ไม่ใช่บริจาคอวัยวะของญาติ โดยการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ที่มีอายุ 46-55 ปี มีการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของตนเองแบบ “บริจาคแน่นอน” มากที่สุด รองลงมาคือกลุ่มอายุมากกว่า 55 ปี ส่วนกลุ่มผู้ที่มีอายุ 18-25 ปี มีการตัดสินใจบริจาคอวัยวะแบบ “อาจจะบริจาคในอนาคต” มากที่สุด

ข้อค้นพบทั้งในเรื่องปัจจัยด้านเพศและอายุข้างต้น อาจอธิบายได้ด้วยแนวคิดเรื่องการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจที่ (อรวรรณ ปีลันธนโอบาท, 2549) เสนอว่า ผู้ส่งสารแต่ละคนมีลักษณะที่แตกต่างกัน จึงทำให้มีความน่าโน้มน้าวใจไม่เหมือนกัน เช่น ความน่าเชื่อถือ อำนาจทางสังคม บทบาทในสังคม สัมพันธภาพกับผู้รับสาร และลักษณะทางประชากร เช่น อายุ เพศ อาชีพ

ในด้านผลการศึกษาปัจจัยภายนอก คือ ปัจจัยด้านการสื่อสาร ซึ่งแบ่งเป็น การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของศูนย์รับบริจาคอวัยวะ สภากาชาดไทย และการสื่อสารกับบุคลากรทางการแพทย์ นั้น พบว่า ในภาพรวม ประชาชนส่วนใหญ่ไม่เคยมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของศูนย์รับบริจาคอวัยวะสภากาชาดไทยเกือบทุกสื่อ ยกเว้นเพียงสื่อภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ สื่อแผ่นพับ และสื่อวารสารกาชาดสัมพันธ์ อย่างไรก็ตาม สิ่งที่น่าสนใจคือ ผลการศึกษาพบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของตนเองและการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติ โดยสื่อที่มีผลกับพฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของตนเอง ได้แก่ สื่อภาพยนตร์โฆษณารณรงค์เกี่ยวกับการบริจาคอวัยวะ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อแผ่นพับ และสื่อพิเศษ ส่วนสื่อที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติได้แก่ สื่อรายการวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อแผ่นพับ และสื่อพิเศษ นอกจากนี้สื่อที่มีผลกับพฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะทั้งของตนเองและญาติ ได้แก่ สื่อแผ่นพับ และสื่อพิเศษ ซึ่งทั้งสองสื่อถือว่าเป็นสื่อที่ประชาชนมีการเปิดรับมากกว่าสื่ออื่น ๆ เพราะสื่อแผ่นพับเป็นสื่อที่สามารถหาข้อมูลได้ง่าย และให้ข้อมูลรายละเอียดขององค์กรได้มาก รวมทั้งสามารถสร้างความน่าเชื่อถือได้ง่าย ซึ่งสื่อ

แผ่นพับที่ทางศูนย์รับบริจาคอวัยวะสภากาชาดไทย จัดทำขึ้นจะมีรายละเอียดเกี่ยวกับการบริจาคอวัยวะ พร้อมกับมีหน้าให้กรอกรายละเอียดแสดงความจำนงบริจาคอวัยวะที่อยู่ในแผ่นเดียวกัน ทำให้ผู้อ่านเกิดความสะดวกในการรับข้อมูลมากขึ้น นอกจากนี้การที่สื่อแผ่นพับมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคอวัยวะนั้น เนื่องมาจาก ผู้ที่เปิดรับสื่อแผ่นพับนั้น มีความประสงค์ที่จะมาบริจาคอวัยวะอยู่แล้ว หรือเป็นผู้ที่สนใจต้องการหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการบริจาคอวัยวะ ซึ่งสื่อแผ่นพับนี้จะมีไว้ให้ผู้สนใจได้อ่าน โดยตั้งไว้ที่ศูนย์รับบริจาคอวัยวะสภากาชาดไทย ส่วนสื่อพิเศษ เป็นสื่อที่ช่วยสร้างความสนใจ และระลึกถึงได้เป็นอย่างดี ซึ่งสื่อพิเศษที่ทางศูนย์รับบริจาคอวัยวะ สภากาชาดไทย จัดทำขึ้นนั้นมีรูปลักษณะที่จดจำได้ง่าย ไม่ว่าจะเป็น แสตมป์ สติกเกอร์ บัตรโทรศัพท์ เสื้อยืด และพวงกุญแจ เพราะเป็นสื่อที่ประชาชนเคยพบเห็นทั่วไป และในสื่อเหล่านี้ยังมีสิ่งที่บ่งบอกเกี่ยวกับ การบริจาคอวัยวะอยู่ด้วย ซึ่งผลการศึกษาค้นคว้า ได้ชี้ให้เห็นว่าการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของศูนย์รับบริจาคอวัยวะสภากาชาดไทยมีความสำคัญต่อการตัดสินใจบริจาคอวัยวะอย่างมาก

การที่การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าวข้างต้น มีผลต่อการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของตนเองและญาตินั้น น่าจะอธิบายได้ด้วยแนวความคิดเรื่องการโน้มน้าวใจของ Hovland, Janis, and Kelly (1953) ที่ว่า “การโน้มน้าวใจมีผลทำให้เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและความเชื่อ ซึ่งนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงรับรู้เชิงแนวคิด การเปลี่ยนแปลงอารมณ์ความรู้สึก และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม” แต่อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาค้นคว้า กลับไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของสัทัญญา อามีน (2539) ที่พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการปลูกถ่ายอวัยวะไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในโครงการเกี่ยวกับการปลูกถ่ายอวัยวะ

แม้ผลการศึกษาปัจจัยภายนอกด้านการสื่อสารกับบุคลากรทางการแพทย์ จะพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ไม่เคยมีการสื่อสารกับบุคลากรทางการแพทย์ แต่การทดสอบสมมติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์กลับชี้ให้เห็นอย่างชัดเจนว่า การสื่อสารกับบุคลากรทางการแพทย์มีผลต่อการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของประชาชนในทุก ๆ ด้าน แสดงให้เห็นว่าการสื่อสารผ่านสื่อบุคคลมีความสำคัญยิ่ง ในการโน้มน้าวให้ประชาชนเกิดการตัดสินใจบริจาคอวัยวะ สอดคล้องกับ แนวคิดของ อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท (2549) ที่กล่าวไว้ว่า “การสื่อสารระหว่างบุคคลมีประสิทธิในการโน้มน้าวใจสูงกว่าสื่ออื่น ๆ” นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับข้อค้นพบของ วรภัทร์ สังข์น้อย (2541) ที่ว่า ปัจจัยภายนอกคือบุคลากรทางการแพทย์ มีผลต่อการตัดสินใจบริจาคอวัยวะ ผลการศึกษาค้นคว้า ชี้ให้เห็นว่า การสื่อสารกับบุคลากรทางการแพทย์นั้นมีความสำคัญต่อการตัดสินใจบริจาคอวัยวะอย่างมาก

หากอภิปรายผลการศึกษาคั้งนี้ในกรอบของทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action) ของ Fishbein and Ajzen (1975) ที่เสนอว่าเจตนาของบุคคลในการกระทำพฤติกรรมเป็นผลมาจากองค์ประกอบหลัก 2 ประการคือ ทศนคติ (Attitude) และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) จะเห็นได้ว่า ปัจจัยภายในคือทศนคติส่วนบุคคลที่มีต่อการบริจาคอวัยวะ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจบริจาคอวัยวะแต่อย่างใด หมายความว่า ผลการศึกษาคั้งนี้ไม่สอดคล้องกับทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล แต่ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริจาคอวัยวะ คือ ปัจจัยด้านการสื่อสารโดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารระหว่างบุคคลมากกว่า

ข้อสรุปในภาพรวมของการศึกษาคั้งนี้ ก็คือ ปัจจัยทางการสื่อสารซึ่งเป็นปัจจัยภายนอก มีผลต่อการตัดสินใจบริจาคอวัยวะ ทั้งที่เป็นการสื่อสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบต่าง ๆ และการสื่อสารระหว่างบุคคล ในขณะที่ปัจจัยภายในบุคคลคือทศนคติส่วนบุคคล และความเชื่อส่วนบุคคล กลับไม่มีผลต่อพฤติกรรมดังกล่าวแต่อย่างใด

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ในการรณรงค์ให้ประชาชนเกิดพฤติกรรมการบริจาคอวัยวะนั้น ศูนย์รับบริจาคอวัยวะ สภากาชาดไทย ควรพิจารณาเพิ่มการสื่อสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ให้มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางสื่อวิทยุ และสื่อที่ศูนย์ฯผลิตเอง คือ แผ่นพับ และสื่อพิเศษต่าง ๆ โดยในการจัดทำสื่อแต่ละประเภท ควรทำให้ตรงกลุ่มเป้าหมายของสื่อ นั้น ๆ ด้วย รวมทั้งเพิ่มความถี่และขยายขอบเขตในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้น โดยอาจเลือกออกแบบสื่อและเนื้อหาสาระให้เหมาะกับการโน้มน้าวใจทั้งในกรณีการบริจาคอวัยวะของตนเอง และของญาติ

2. ควรให้ความสำคัญกับสื่อบุคคลมากขึ้น โดยพิจารณาวางแผนให้มีการประสานงานกับบุคลากรทางการแพทย์ในสถานพยาบาลต่าง ๆ ในกรุงเทพมหานคร ให้ข้อมูลข่าวสารและโน้มน้าวใจให้ประชาชนมีความเข้าใจและเห็นประโยชน์ของการบริจาคอวัยวะ

3. จากผลการศึกษาที่พบว่า ปัจจัยทางการสื่อสารด้านการสื่อสารกับบุคลากรทางการแพทย์นั้นมีผลต่อการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของประชาชนอย่างมากนั้น ทางศูนย์รับบริจาคอวัยวะสภากาชาดไทย จึงควรมีการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ศูนย์รับบริจาคอวัยวะสภากาชาดไทย เกี่ยวกับการให้ความสำคัญในการให้ข้อมูลรายละเอียด ความรู้ และ ขั้นตอนเกี่ยวกับการบริจาคอวัยวะ หรือการตอบข้อซักถามต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการบริจาคอวัยวะเพราะเป็นผู้ที่จะสามารถโน้มน้าวใจประชาชนให้มีความสนใจบริจาคอวัยวะได้มาก

4. จากผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ นิสิต นักศึกษา และผู้สนใจทั่วไป สามารถนำ ข้อมูลที่ได้ไปทำการค้นหาปัจจัยทางการสื่อสารตัวอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของ ประชาชน

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยทางการสื่อสารที่มีผลต่อการตัดสินใจบริจาคอวัยวะเฉพาะประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้น ในอนาคต ควรมีการวิจัยเพื่อศึกษากลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ภูมิภาคอื่น ๆ ด้วย เพราะเนื่องจากประชาชนกลุ่มเป้าหมายของการบริจาคอวัยวะ เป็นประชาชนทั่วไปที่กระจายอยู่ทั่วประเทศ

2. เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาในเชิงปริมาณ ดังนั้น การวิจัยครั้งต่อไป ควรเป็นการศึกษาในเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการบริจาคอวัยวะในเชิงลึกและละเอียดมากขึ้น

3. ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริจาคอวัยวะและอาจเป็นผู้ที่สนับสนุนการบริจาคอวัยวะได้ เช่น นักศึกษาแพทย์และนักศึกษาพยาบาล รวมทั้งบุคลากรทางการแพทย์ และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับศาสนาต่าง ๆ โดยอาจจะทำเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ หรือคุณภาพ เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายมากขึ้น