

การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิดและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข



นางสาว อุทุมพร นำเจริญวุฒิ

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนการ ภาควิชาประชาสัมพันธ์

คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

MEDIA EXPOSURE, KNOWLEDGE, ATTITUDE AND PARTICIPATION IN DOG BLOOD  
DONATION ACTIVITIES.

Miss Utumporn Namcharoenvudhi



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts Program in Development Communication

Department of Public Relation

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2010

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิดและการมีส่วนร่วมใน  
กิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข

โดย

นางสาวอุทุมพร นำเจริญวุฒิ


สาขาวิชา

นิเทศศาสตร์พัฒนาการ


อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก


รองศาสตราจารย์ พัทธนี เขยจรรยา


คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัย  
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต

.....  ..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....  ..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ อวยพร พานิช)

.....  ..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก  
(รองศาสตราจารย์ พัทธนี เขยจรรยา)

.....  ..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย  
(ดร.ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว)

อุทุมพร นำเจริญวุฒิ : การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะทัศนคติและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข. (MEDIA EXPOSURE, KNOWLEDGE, ATTITUDE AND PARTICIPATION IN DOG BLOOD DONATION ACTIVITIES) อ. ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: รศ.พัชนี เชนจรรยา, 129 หน้า.

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะทัศนคติและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัขของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณโดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ส่วนระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) ในการวิจัยครั้งนี้ ผลการวิจัยพบว่า

ปัญหาการขาดแคลนเลือดสุนัขยังคงเป็นปัญหาใหญ่ที่กำลังรอการแก้ไข ซึ่งการขาดความรู้เกี่ยวกับการบริจาคเลือดสุนัขเป็นปัจจัยที่ทำให้ประชาชนไม่นำสุนัขมาบริจาคเลือดมากที่สุด สืบเนื่องมาจากการขาดแคลนบุคลากร การประชาสัมพันธ์ ขาดงบประมาณที่จะนำมาสนับสนุนโครงการ และระบบราชการที่ไม่เอื้อต่อการทำงานในสภาวะที่เร่งด่วนในปัจจุบัน นอกจากนี้ยังพบว่า

1. การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความรู้ในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
2. การเปิดรับข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด
3. การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการนำสุนัขไปบริจาคเลือดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
4. ความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการนำสุนัขไปบริจาคเลือดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
5. ความรู้ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด
6. ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการนำสุนัขไปบริจาคเลือดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ภาควิชา..... ประชาสัมพันธ์..... ลายมือชื่อ..... อุทุมพร นำเจริญวุฒิ  
สาขาวิชา..... นิเทศศาสตร์พัฒนาการ..... ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....  
ปีการศึกษา..... 2553.....

# #5284901928 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEYWORDS : KNOWLEDGE/ ATTITUDE/ PARTICIPATION/ DOG BLOOD

UTUMPORN NAMCHAROENVUDHI : MEDIA EXPOSURE, KNOWLEDGE,  
ATTITUDE AND PARTICIPATION IN DOG BLOOD ACTIVITIES. THESIS  
ADVISOR : ASSOC. PROF.PATCHANEE CHEYJUNYA, 129 pp.

This thesis aims to study any useful information, knowledge, attitude, and participation in the dog's blood donation activities made by dog's owners in Bangkok and focus on learning the relationship amongst any relevant environmental factors. This thesis is conducted through the quantitative research by asking 400 persons the specific questionnaires to collect information from them. Then, this is reviewed by frequency, percentage, average, and Pearson's Product Moment Correlation Coefficient in a row. However, the in-dept review made by the qualitative research is shown that as following:

The lack of dog blood is still prevailing, imposing significant impact on the society and awaiting solutions. The lack of knowledge or awareness on dog blood donation is the main factor which makes people not bringing the dog to donate the blood. In addition, the problems might stem from lack of personnel, publication, and budget to support the project as well as bureaucratic systems which does not allow the process to work effectively. Besides, it is found that;

1. The publication on dog blood donation is important ranking at 0.5 level.
2. Any information obtained does not have any correlation to the attitude of people in deciding whether to take dogs to donate blood.
3. The open up to receive any information has correlation to the participation in taking dogs to donate blood, and is important statistically ranking at 0.01
4. The knowledge on dog blood donation has an impact on the attitude of dogs owner to take dogs to donate blood, and is important statistically ranking at 0.01
5. The knowledge on dog blood donation has no correlation to the participation on dog blood donation
6. The attitude has no correlation to the participation to dog blood donation, and is important statistically ranking at 0.01

Department : Public Relations

Student's Signature Utumporn m

Field of Study: Development Communication

Advisor's Signature Patchanee

Academic Year : 2010



## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดี ด้วยความอนุเคราะห์และสนับสนุนอย่างดียิ่ง จาก รองศาสตราจารย์ พัทธนี เที่ยจรรยา อาจารย์ที่ปรึกษา ที่กรุณาให้คำปรึกษา ความรู้ คำแนะนำ ตลอดจนการทำวิจัยเรื่องนี้ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ อวยพร พานิช ที่กรุณาสละเวลารับเป็นประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และ ดร. ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว ที่กรุณาสละเวลารับเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ พร้อมทั้งให้คำแนะนำต่างๆ และขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านของคณะนิเทศศาสตร์ที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้มาให้ อันเป็นผลให้ผู้วิจัยสามารถเติมเต็มวิทยานิพนธ์นี้ได้อย่างสมบูรณ์

และที่ขาดเสียไม่ได้คือ นายสัตวแพทย์ เสลภูมิ ไพเราะ หัวหน้าหน่วยธนาคารเลือด โรงพยาบาลสัตว์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน และสัตวแพทย์หญิง วรวิดี มูลศาสตรสาทร สัตวแพทย์ประจำหน่วยฉุกเฉิน โรงพยาบาลสัตว์เล็ก คณะสัตวแพทย์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่กรุณาสละเวลาให้ผู้วิจัยเข้าสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลอันเป็นประโยชน์ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณมา ณ ที่นี้

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่งาน Pet Expo 2010 ทุกท่านที่อำนวยความสะดวกและช่วยเหลือระหว่างการเก็บข้อมูลภายในงานระหว่างวันที่ 24-25 กรกฎาคม 2553 ที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

ขอขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ และน้องๆ ทุกท่าน (ที่ไม่สามารถเอ่ยนามได้ทั้งหมด) สำหรับความช่วยเหลือในด้านต่างๆ รวมถึงกำลังใจที่มีให้ตลอดระยะเวลา 6 เดือน สำหรับการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ ขอขอบคุณสำหรับกำลังใจและความช่วยเหลือจากเพื่อนๆ Dev Comm รุ่น 32 ทุกคนเช่นกัน

สุดท้ายแต่ไม่ท้ายสุด ขอขอบคุณหมาทุกตัวสำหรับแรงบันดาลใจ โดยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ประโยชน์ที่ได้จากการทำวิจัยเรื่องนี้ สามารถเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยเหลือชีวิตของเพื่อนผู้สี่ขาสัตย์ และแสนดีนี้ได้ไม่มากก็น้อย

ท้ายที่สุดนี้ ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อและคุณแม่ และครอบครัว ที่เป็นกำลังใจและให้ความช่วยเหลืออย่างดีตลอดมา

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฌ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	12
ปัญหาคำถามการวิจัย.....	12
สมมติฐานการวิจัย.....	12
ขอบเขตการวิจัย.....	12
กรอบแนวคิด.....	13
นิยามศัพท์.....	13
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	14
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	15
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร.....	15
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วม.....	24
ความรู้เกี่ยวกับเลือดและขั้นตอนการบริจาคเลือดสุนัข.....	38
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	45
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	52
ประชากร.....	52
ขนาดกลุ่มตัวอย่าง.....	52
การสุ่มตัวอย่าง.....	53
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	54
การวัดตัวแปร.....	54

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ตัวแปรในการวิจัย.....	58
การตรวจสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ.....	59
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	61
สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	61
การประมวลผลข้อมูล.....	61
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	62
ส่วนที่ 1 วิธีวิจัยเชิงปริมาณ.....	63
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น.....	63
ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	77
ส่วนที่ 2 วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ.....	80
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	92
สรุปผลการวิจัย.....	93
การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา.....	93
การทดสอบสมมติฐาน.....	94
วิธีการสื่อสารของโรงพยาบาลสัตว์.....	95
การอภิปรายผลการวิจัย.....	99
ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	110
ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับงานวิจัย.....	112
รายการอ้างอิง.....	113
ภาคผนวก.....	118
ภาคผนวก ก.....	124
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	129



## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลทั่วไป	64
2	ตารางแสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือด	66
3	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและลำดับความสำคัญของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจนำสุนัขไปบริจาคเลือด	67
4	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติที่มีต่อการนำสุนัขไปบริจาคเลือด	69
5	แสดงจำนวนและร้อยละของคะแนนความรู้เกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือด จำแนกตามระดับความรู้	71
6	แสดงจำนวนและร้อยละของความรู้เกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือด จำแนกตามข้อคำถามความรู้เกี่ยวกับเกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือด	72
7	แสดงจำนวนและร้อยละของคะแนนการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข จำแนกตามระดับการมีส่วนร่วม	73
8	แสดงจำนวนและร้อยละของการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข จำแนกตามข้อ	74
9	แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด	75
10	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับความรู้ในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด	76
11	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับทัศนคติในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด	76
12	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข	77
13	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้กับทัศนคติในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด	77
14	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมบริจาคเลือดสุนัข	78
15	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมบริจาคเลือดสุนัข	78

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

นับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน “สุนัข” ถือว่าเป็นสัตว์เลี้ยงที่มนุษย์นิยมนำมาเลี้ยงเพื่อใช้งานในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเลี้ยงไว้เพื่อใช้เฝ้ายาม ลากสัมภาระ ต้อนฝูงสัตว์ ล่าสัตว์ ช่วยเหลือผู้ประสบภัย เป็นผู้ช่วยทหารและตำรวจสำหรับการค้นหายาเสพติด วัตถุระเบิด หรือแม้แต่ค้นหาคนร้าย

ซึ่งสุนัขแต่ละสายพันธุ์มีความสามารถเฉพาะตัวที่แตกต่างกันไป มนุษย์จึงเลือกใช้งานสุนัขตามวัตถุประสงค์และความสามารถของแต่ละสายพันธุ์ โดยสุนัขบางพันธุ์ถูกฝึกเพื่อทำงานเฉพาะด้าน เช่น สุนัขพันธุ์เซนต์ เบอร์นาร์ด (St. Bernard) ถูกฝึกให้ค้นหาและช่วยเหลือผู้หลงทางในหิมะ สุนัขพันธุ์คอลลี (Collie), โอลด์ อิงลิช ชิพด็อก (Old English Sheep dog), เซ็ทแลนด์ ชิพด็อก (Shetland Sheepdog) และ คอร์กี้ (Corgi) สุนัขกลุ่มนี้จะถูกฝึกเพื่อใช้งานในการเฝ้าและดูแลฝูงปศุสัตว์ ส่วนสายพันธุ์สุนัขตำรวจ ได้แก่ บ็อกเซอร์ (Boxer), พินช์เชอร์ (Pinscher), โดเบอร์แมน (Doberman), รอทไวเลอร์ (Rottweiler) เยอรมันเชพเพิร์ด (German Shepherd), เกรตเดน (Great Dane) หรือแม้แต่ใช้เพื่อเป็นพาหนะเดินทางในที่เขตอากาศหนาวจัด เช่น อลาสกัน มาลามูท (Alaskan Malamute), ไซบีเรียน ฮัสกี้ (Siberian Husky) และซามอยด์ (Samoyed)

ปัจจุบันในทางการแพทย์ยังใช้สุนัขสำหรับบำบัด (Dog Therapy) อาการของผู้ป่วย และช่วยเหลือผู้พิการ (Service Animal) ด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการมองเห็นหรือการได้ยิน โดยสมาคม Delta Society ของประเทศสหรัฐอเมริกา จัดตั้งขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 1990 ที่รัฐโอเรกอน เป็นองค์กรที่ไม่หวังผลกำไร โดยทำหน้าที่เป็นผู้ดูแลและรักษาโดยการนำสุนัขบำบัด (Animal Therapy) สำหรับบำบัดผู้ป่วยและผู้พิการในโรงพยาบาล สถานเอนามัย ศูนย์ฟื้นฟูสมรรถภาพ โรงเรียน และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งในปัจจุบันมีเครือข่ายที่เชื่อมโยงกับสมาคมมากกว่า 10,000 แห่งใน 50 รัฐ ทั่วประเทศสหรัฐอเมริกา รวมทั้งประเทศอื่น ๆ อีก 14 ประเทศ โดยสามารถนำสุนัขบำบัด ผู้ป่วยและผู้พิการได้มากกว่า 1,000,000 คนในแต่ละปี ทั้งนี้เนื่องจากศาสตร์ทางการแพทย์ทางเลือกด้านนี้กำลังมีบทบาทต่อคุณภาพของชีวิตคนทั้งทางด้านการบำบัดรักษาและการเพิ่มคุณภาพชีวิต

นอกจากนี้ ทางสมาคม Delta Society ได้จัดทำเว็บไซต์ (<http://www.deltasociety.org>) สำหรับให้ผู้ป่วยและสมาชิกได้แบ่งปันประสบการณ์ของตนเองจากการเข้ารับการบำบัดจากสัตว์เลี้ยง ตลอดจนข้อมูล รายงานผลการวิจัย และวารสารทางการแพทย์ต่างๆ ซึ่งหนึ่งในนั้นได้นำเสนอผลการวิจัยเกี่ยวกับการรักษาด้วยวิธีสุนัขบำบัด (Dog Therapy) ภายใต้หัวข้อเรื่อง Ten ways that pets can improve human health (Pete Wedderburn, 2009) ดังนี้

1. สัตว์เลี้ยงชักจูงให้คนออกกำลังกาย หากคุณมีสุนัขคุณจำเป็นต้องพาสุนัขไปออกกำลังกายเป็นประจำ สุนัขโดยเฉลี่ยทั่วไปควรถูกพาไปออกกำลังกายทุกวันๆ ละ 25 นาที จึงถือว่าเป็นการออกกำลังกายทางอ้อมโดยปริยาย
2. สัตว์เลี้ยงมักเป็นตัวกระตุ้นทางสังคมโดยช่วยให้มีปฏิสัมพันธ์ติดต่อกับบุคคลอื่นมากขึ้น โดยริเริ่มการสนทนาด้วยการพูดวิจารณ์ถึงสัตว์เลี้ยงของคุณ
3. งานวิจัยพบว่าเด็กๆ ที่เติบโตมาพร้อมกับการมีสัตว์เลี้ยง จะมีความเชื่อมั่นและปรับตัวทางสังคมได้ดีกว่าเด็กที่เติบโตมาโดยปราศจากการมีสัตว์เลี้ยงเป็นเพื่อน
4. สำหรับเด็กที่มีปัญหาทางจิตใจ การมีสัตว์เลี้ยงเป็นเพื่อนช่วยแก้ปัญหาดังกล่าวได้ การบำบัดโดยใช้สัตว์เลี้ยงซึ่งเริ่มใช้กันในช่วงทศวรรษของปี 1960 เมื่อจิตแพทย์สังเกตเห็นพัฒนาการอย่างรวดเร็วในเด็กซึ่งมีปัญหาด้านจิตใจชนิดรุนแรงไม่ชอบพบปะผู้คน โดยให้มีสัตว์เลี้ยงเป็นเพื่อนเป็นระยะๆ พบว่าสุนัขจะเป็นตัวริเริ่มช่วยแก้ปัญหาดังกล่าว โดยช่วยบรรเทานิสัยต่อต้านของเด็กให้ลดลงๆ และช่วยจุดประกายให้มีเกิดการสื่อสารกับผู้อื่น
5. สำหรับนักโทษในเรือนจำที่ได้รับอนุญาตเข้าไปเลี้ยงดูนกและสัตว์เลี้ยงจะลดพฤติกรรม การแยกตัวอยู่คนเดียว ลดนิสัยก้าวร้าวลงและมีความรับผิดชอบมากขึ้น
6. การเป็นเจ้าของสุนัขช่วยลดความเสี่ยงต่อการเป็นโรคหัวใจ การได้ลูบได้สุนัขหรือแมวหรือแม่เพียงแค่อายุอยู่ในห้องเดียวกับสัตว์สามารถทำให้จิตของคนสงบลงได้ ลดความดันโลหิตและอัตราการเต้นของหัวใจลงได้
7. สัตว์เลี้ยงช่วยเพิ่มอัตราการฟื้นไข้จากการได้รับการผ่าตัดบางอย่าง โดยเฉพาะมีงานวิจัยศึกษาติดตามความก้าวหน้าของกลุ่มคนป่วยที่ได้รับการผ่าตัดใหญ่หัวใจ พบว่ากลุ่มคนป่วยที่ใช้ชีวิตโดยมีสัตว์เลี้ยงอยู่เป็นเพื่อนมีอายุยืนยาวกว่ากลุ่มคนป่วยที่ไม่มีสัตว์เลี้ยงอยู่เป็นเพื่อนอย่างมีนัยสำคัญ
8. สัตว์เลี้ยงมีส่วนช่วยในการบำบัดรักษาผู้ป่วยทางจิต รวมทั้งลดความซึมเศร้า โดยทำให้ผู้ป่วยเห็นความสำคัญของตนเอง เพิ่มความกระฉับกระเฉงทางจิตใจ และยังช่วยปรับภาวะจิตใจของผู้ป่วยอัลไซเมอร์ให้สูงขึ้นได้

9. สัตว์เลี้ยงช่วยทำให้ผู้สูงอายุพึ่งพาตัวเองได้ งานศึกษาชิ้นหนึ่งได้ตรวจวัดหาจำนวนชั่วโมงของพนักงานรับจ้างดูแลผู้สูงอายุว่าจำเป็นต้องใช้เวลากี่ชั่วโมงต่ออาทิตย์ในกลุ่มที่อยู่ตามลำพัง ในช่วงเริ่มต้น พบว่าจำเป็นต้องให้มีพนักงานรับจ้างอยู่ดูแลผู้สูงอายุโดยเฉลี่ย 40 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ต่อคนไข้ 1 คน หกเดือนภายหลังจากให้คนไข้แต่ละคนมีสัตว์เลี้ยงอยู่ ด้วยพบว่าจำนวนชั่วโมงที่ต้องใช้สำหรับพนักงานรับจ้างลดลงเหลือประมาณ 10 ชั่วโมงต่อสัปดาห์
10. เมื่อให้มีการพาสัตว์เลี้ยงไปเยี่ยมเยียนบ้านคนชราพบว่ามีผลทางบวกอย่างมาก กล่าวคือช่วยทำให้คนชรายิ้มแย้มแจ่มใสและพูดคุยมากขึ้นและพบว่ามีอาการของความเป็นอยู่ที่ดีเกิดขึ้น

ในประเทศไอร์แลนด์เองได้มีองค์กรชื่อ PEATA ที่เสนอตัวให้บริการด้านสัตว์เลี้ยงบำบัด (Animal Therapy) เพื่อให้บริการแก่ประชาชนในการบำบัดรักษาอาการเจ็บป่วยทางจิตใจเช่นกัน (สมาคม PEATA, 22 กุมภาพันธ์ 2553, แหล่งที่มา [www.peata.org](http://www.peata.org))

ข้อดีและประโยชน์ของการเลี้ยงสุนัขที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้น เป็นผลของการเยียวยาทางจิตใจ หากกล่าวถึงประโยชน์ด้านการการผ่าตัดหรือปลูกถ่ายอวัยวะนั้น สุนัขได้ถูกนำมาใช้เป็นสัตว์ทดลองโดย Vladimir Demikhov ศัลยแพทย์นักต่อหัว ผู้บุกเบิกศาสตร์ด้านการผ่าตัดถ่ายอวัยวะ ได้นำสุนัขมาทำการตัดต่อหัวเป็นสุนัขสองหัว เพื่อศึกษาถึงผลที่จะเกิดขึ้นหากนำอวัยวะของสุนัขตัวอื่นมาให้สุนัขอีกตัว ซึ่งผลที่ได้ทำให้รู้ว่าร่างกายสุนัขมีการต่อต้านอวัยวะใหม่อันเป็นผลมาจากการเข้ากันไม่ได้ของเซลล์เนื้อเยื่อ ตลอดจนเม็ดเลือด

ส่วน Sergei S. Bryukhonenko บิดาของการผ่าตัดหัวใจแบบ Open Heart Surgery ทดลองตัดหัวสุนัขมาเชื่อมกับปอดและหัวใจเทียมเพื่อดูว่าสุนัขจะสามารถมีชีวิตอยู่ได้หรือไม่ ผลการทดลองทำให้รู้ว่าปอดเทียมหัวใจเทียมก็สามารถยื้อชีวิตสุนัขได้ (พงศาวดารมีมส์, 24 พฤษภาคม 2553, แหล่งที่มา <http://repentant.exteen.com>) การทดลองนี้ทำให่วงการแพทย์ค้นพบวิธีการชีวิตผู้ป่วยระหว่างที่แพทย์กำลังผ่าตัดรักษากับอวัยวะจริงอยู่

ทางด้านวิทยาศาสตร์ ไลก้า (Laika) เป็นสุนัขตัวแรกของโลกที่ขึ้นไปในอวกาศกับยานอวกาศสปุตนิก 2 ของโซเวียต เมื่อวันที่ 3 พฤศจิกายน พ.ศ. 2500 และเสียชีวิตภายหลังจากถูกส่งขึ้นไปในอวกาศไม่นาน โดยสาเหตุการตายของไลก้า (Laika) นี้ นำมาซึ่งประโยชน์ในการพัฒนา

วงการสำรวจอวกาศ (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 22 พฤษภาคม 2553 แหล่งที่มา [www.th.wikipedia.org](http://www.th.wikipedia.org))

จะเห็นได้ว่า “สุนัข” ไม่ว่าจะยุคสมัยใด ถือเป็นสัตว์ที่เลี้ยงที่อยู่เคียงคู่กับมนุษย์เสมอมา โดยเริ่มจากการเป็นสัตว์เลี้ยง สัตว์ทดลองและค่อยๆ พัฒนามาเป็นเพื่อนที่รู้ใจ จนปัจจุบันได้กลายมาเป็นเสมือนลูกของตัวเอง โดยจะเห็นได้จากสภาพสังคมของคนในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไปจากสภาพสังคมเดิมอย่างสิ้นเชิง

โดยข้อเท็จจริงนี้ได้เกิดขึ้นในสังคมญี่ปุ่น ในขณะที่อัตราการเกิดของประชากรกำลังลดลง แต่อัตราการเพิ่มของประชากรสัตว์เลี้ยงในเชิง Companion Animal กลับสูงขึ้น ซึ่งหนังสือพิมพ์ New York Times ประจำวันที่ 28 ธันวาคม 2006 ได้แสดงตัวเลขการเพิ่มขึ้นของประชากรสุนัขเปรียบเทียบกับอัตราประชากรเด็กในปี 2006 พบว่า มีจำนวนประชากรสุนัขทั้งสิ้น 13 ล้านตัวในประเทศญี่ปุ่น ทั้งนี้ได้ขึ้นทะเบียนแล้วจำนวนทั้งสิ้น 6.63 ล้านตัว เพิ่มขึ้นจาก 3.72 ล้านตัวในปี 1989 เฉพาะในเมืองโตเกียวมีสุนัขที่ถูกขึ้นทะเบียนแล้วทั้งสิ้น 410,000 ตัว ในปี 2005 ในขณะที่ประชากรเด็กนั้นมีจำนวนต่ำกว่า 12 ล้านคน (Martin Fackler, 2006) ทั้งนี้แม้จะยังไม่มีรายงานการศึกษาติดตามความสัมพันธ์ระหว่างปรากฏการณ์สองอย่างนี้ แต่เป็นที่น่าสังเกตว่า ปัจจุบันคนญี่ปุ่นจำนวนมากดำเนินชีวิตโดยมีสัตว์เลี้ยงพ่วงเข้ามาเป็น Generation พิเศษของครอบครัว (ชุมพล ธีรดานนท์, 2551)

สำหรับประเทศไทยนั้น การเปลี่ยนแปลงของสังคมไม่ได้มีความแตกต่าง โดยมีตัวเลขระบุว่า ในปี 2550 ประเทศไทยมีประชากรสุนัขเลี้ยงประมาณ 7.6 ล้านตัว ในจำนวนนี้เป็นสุนัขที่ได้รับการเลี้ยงดูอย่างดีถึง 2.6 ล้านตัว (สุภัทธา สุขชู, 2551) จากข้อมูลดังกล่าวยังทำให้พบว่า เจ้าของสุนัขกลุ่มหลังยินดีที่จะเสียเงินในการปรนเปรอสัตว์เลี้ยงของตัวเอง ซึ่งทำให้อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงต่างผุดขึ้นราวกับดอกเห็ดและยังมีอัตราการเจริญเติบโตมากขึ้นอย่างรวดเร็ว หนึ่งในธุรกิจดังกล่าวนี้ คือธุรกิจการประกันชีวิตสุนัข โดยมีอัตราการเจริญเติบโตถึง 200% นับตั้งแต่ปี 2550 ถึงกลางปี 2551 นอกจากนี้ยังมีธุรกิจเกี่ยวกับการฃาปนกิจศพสุนัขอีกด้วย (สุภัทธา สุขชู, 2551)

ตัวเลขของสมาคมอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สัตว์เลี้ยง ในปี 2550 พบว่า ตลาดผลิตภัณฑ์เพื่อสัตว์เลี้ยงมีมูลค่ารวมเกือบ 6,000 ล้านบาท จำนวนนี้เป็นของอุตสาหกรรมอาหารสัตว์กว่า 60% ตามมาด้วย ยา เวชภัณฑ์ และอาหารเสริมราวอีก 20% โดยมีการคาดเอาไว้ว่าไม่ต่ำกว่า



90% เป็นสินค้าเพื่อสุนัขและแมว โดยสัดส่วนของแมวยังน้อยกว่าสุนัขหลายเท่า (สุภัทธา สุขชู, 2551)

อัตราการเจริญเติบโตดังกล่าวข้างต้น ยังไม่ได้รวมถึงการเจริญเติบโตของธุรกิจ โรงเรียนการตัดแต่งขนสุนัขที่ควบรวมธุรกิจสปาที่ต้องผสมผสานการนวดรูปแบบต่าง ๆ สำหรับสุนัข โดยให้ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านเป็นผู้ให้บริการจนเป็นที่โด่งดังไปทั่วโลก ตลอดจนศูนย์ฝึกสุนัข โรงแรมฝากสุนัขที่ควบรวมธุรกิจ Shopping Mall สำหรับสุนัขโดยเฉพาะ โดยผู้จะเข้ามาใช้บริการได้ต้องเป็นสมาชิกเท่านั้น ซึ่งระดับของสมาชิกที่แตกต่างกันการบริการหรือสิทธิประโยชน์ที่ได้รับก็จะแตกต่างกันไป (ธนศ กิตติกนกกุล, 2551) และสุดท้ายทัวร์พาสุนัขเที่ยว ที่ก่อตั้งขึ้นครั้งแรกเมื่อปี 2549 (การุณ ชัยวงศ์โรจน์, 2551) ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีตลอดมา ซึ่งทำให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีการวางแผนที่จะขยายกลุ่มลูกค้าไปยังกลุ่มของ Cat Lover เพราะทัวร์ดังกล่าวจะจัดขึ้นในช่วง Low Season จึงทำให้กลุ่มธุรกิจเจ้าของโรงแรมต้องมีการปรับแผนการตลาดเพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเช่นกัน

นอกจากนี้ บริษัท เบอริงเกอร์ อินเกลไฮม์ คอร์ปอเรท จำกัด ซึ่งมีสำนักงานใหญ่อยู่ในประเทศเยอรมนี ได้จัดทำการศึกษาความคิดเห็นของเจ้าของสัตว์เลี้ยงโดยรวม 1,531 คน เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ของสัตว์เลี้ยงที่ตนเลี้ยง ในประเทศออสเตรเลีย แคนาดา ฝรั่งเศส เยอรมนี สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา ในเดือนพฤษภาคม พ.ศ.2551 ที่ผ่านมา พบสถิติที่น่าสนใจคือ

1. 80% ของผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าสุนัขเป็น “ส่วนหนึ่งในครอบครัว”
2. 81% ของผู้ตอบแบบสอบถามทำตามคำแนะนำของสัตวแพทย์
3. 49% ของผู้ตอบแบบสอบถามไม่คิดว่าตนเองมีความรู้ความเข้าใจอย่างถ่องแท้เกี่ยวกับโรคหรืออาการของโรคที่สุนัขของตนอาจเป็นได้ (Boehringer Ingelheim, 22 เมษายน 2553, แหล่งที่มา <http://www.boehringer-ingelheim.com>)

จากตัวเลขสถิติดังกล่าว พบว่า ไม่ว่าประชาชนในทุกๆ ประเทศต่างให้ความสำคัญกับสุนัขเสมือนเป็นส่วนหนึ่งในครอบครัว แต่อย่างไรก็ตาม เจ้าของสุนัขส่วนมากยังไม่มีความตระหนักรู้ในเรื่องของสุขภาพหรือโรคภัยของสัตว์เลี้ยงที่ตนเองเลี้ยงอย่างถ่องแท้ ซึ่งกว่าจะมาพบว่าสุนัขของตัวเองป่วยก็สายไปแล้ว



อย่างไรก็ดี สิ่งสำคัญที่เจ้าของสุนัขจำเป็นต้องให้ความสนใจและตระหนักมากกว่าการปรนเปรอสุนัขอย่างฟุ่มเฟือยก็คือ "สุขภาพ" แม้ว่าความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทางการแพทย์จะสามารถรักษาชีวิตสุนัขไว้ได้ แต่บางครั้งโรคภัยไข้เจ็บบางประการก็อยู่เหนือการควบคุม เช่น อุบัติเหตุ การผ่าตัด หรือแม้แต่การถ่ายเลือด ซึ่งสิ่งสำคัญอย่างเร่งด่วนที่ขาดไม่ได้ในเหตุการณ์เช่นนี้ คือ เลือด

สาเหตุที่ทำให้สุนัขมีความจำเป็นต้องได้รับเลือดเพื่อมาทำการรักษาอย่างทันท่วงทีอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ อาทิ (ผู้จัดการออนไลน์, 2546, แหล่งที่มา <http://www.manager.co.th>)

1. การผ่าตัดที่มีภาวะเสียเลือดมาก ภาวะเลือดออกในอวัยวะภายใน การประสบอุบัติเหตุ หรือแม้แต่โดนวางยา
2. ภาวะสัตว์ที่กำลังช็อก เนื่องจากขาดเลือด หรือขาดโปรตีนอย่างรุนแรง
3. ในกรณีที่เป็นโรคเกี่ยวกับเลือด เช่น โรคพยาธิเม็ดเลือดอย่างรุนแรง
4. ใช้รักษาโรคทางกรรมพันธุ์บางอย่าง ซึ่งทำให้เกิดเลือดไหลไม่หยุด เช่น Hemophilia A, Hemophilia B.

ในสภาพปัจจุบันที่โรงพยาบาลสัตว์ใหญ่ๆ กำลังประสบปัญหาการขาดแคลนเลือดที่เข้าชั้นวิกฤติและออกมาร้องขอผ่านสื่อต่างๆ ในหลายๆ ครั้ง ซึ่งผลที่ได้ทำได้เพียงแค่มียาจำนวนเลือดไว้ใช้ในการรักษาในแต่ละวันเพิ่มขึ้นเท่านั้น แต่ก็ยังไม่สามารถเพิ่มปริมาณเลือดสำรองไว้ใช้ในกรณีฉุกเฉินได้ เมื่อเลือดกลายเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญอย่างมากต่อร่างกายไม่ว่าจะเป็นในมนุษย์หรือสัตว์เดรัจฉาน หากร่างกายขาดเลือดย่อมทำให้มีผลกระทบอย่างรุนแรงต่อการหล่อเลี้ยงชีวิต ยิ่งไปกว่านั้น “เลือด” ถือเป็นสิ่งที่ไม่สามารถหาซื้อได้ด้วยเงิน ไม่ว่าจะกับคนหรือแม้แต่สัตว์ ซึ่งใครหลายคนอาจจะกำลังมองข้ามปัญหานี้ไป ด้วยเหตุผลที่ว่าด้วยเรื่องความเชื่อ รวมถึงความเข้าใจของคนที่กำลังเดินสวนทางกับความจริงที่เกิดขึ้นอยู่ทุกวัน

ในต่างประเทศเองก็ประสบปัญหาการขาดแคลนเลือดในสัตว์เลี้ยง เช่น ประเทศญี่ปุ่น ก็มีกรรณรังสีให้ประชาชนนำสัตว์เลี้ยงออกมาบริจาคเลือด สาเหตุใหญ่ที่ต้องให้เลือดคือ การเสียเลือดและขณะนี้ยังมีความต้องการใช้เลือดสำหรับการรักษามะเร็งอีกด้วย เจ้าของสุนัขจำนวนมากไม่กังวลกับการใช้จ่ายเงินเพื่อดูแลสุขภาพของสัตว์เลี้ยง แต่การบริจาคเลือดสำหรับสุนัขยังไม่แพร่หลายนักเนื่องจากเหตุผลหลายอย่าง อย่างแรกคือ ญี่ปุ่นไม่มีธนาคารเลือดสุนัขเหมือน

ธนาคารโลหิตคนเพราะฉะนั้นโรงพยาบาลและคลินิกจึงต้องหาเลือดที่ต้องใช้ให้ได้ก่อนลงมือผ่าตัด ปัญหาต่อมาก็คือเลือดสุนัขสามารถเก็บรักษาไว้ได้เพียงหนึ่งเดือนเท่านั้น และสุนัขแต่ละตัวบริจาคเลือดได้ปีละแค่ สองครั้ง (ฮีโรยูกิ โอทากาวะ, 2009)

ในประเทศอังกฤษได้เปิดตัวธนาคารเลือดสัตว์เคลื่อนที่ เพื่อรับบริจาคเลือดสุนัขโดยตัวธนาคารเป็นรถเทรลเลอร์ขนาดใหญ่วิ่งตระเวนไปตามท้องถนน เพื่อใช้ในการขอรับบริจาคเลือดจากเจ้าของสุนัขที่ไม่สามารถพาสุนัขมาบริจาคเลือดที่โรงพยาบาลได้ อันเนื่องมาจากปัญหาการขาดแคลนเลือดสุนัขขรมถึงจำนวนสุนัขที่มาบริจาคเลือดที่น้อยมาก โดยทางผู้อำนวยการบริหารของธนาคารเลือดสัตว์หวังว่าโครงการตระเวนรับเลือดบริจาคในครั้งนี้ จะส่งผลให้โรงพยาบาลสัตว์แต่ละแห่งมีเลือดสุนัขสำรองอย่างเพียงพอ สำหรับเอาไว้ช่วยเหลือสุนัขที่เจ็บป่วยได้ทันเวลาที่ (สำนักข่าว INN, 2009)

ถึงแม้ว่าปัจจุบันในประเทศไทย จะมีโรงพยาบาลสัตว์จำนวนมากที่เปิดโอกาสให้ประชาชนได้นำสุนัขและแมวมาบริจาคเลือด เพื่อเก็บไว้ช่วยเหลือสัตว์ที่กำลังนอนจมความทุกข์ระทมเหล่านี้ แต่นั่นก็ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการ "ทุกวันนี้มีคนนำสุนัขและแมวมารับการรักษาที่ รพ. สัตว์ บางเขน มากถึงวันละ 300 ตัว ในจำนวนนี้มีสัตว์ป่วยที่ต้องการเลือด 3-5 ตัวต่อวัน ซึ่งทุกวันนี้มีความต้องการเลือดสุนัขถึง 3 เท่าของเลือดที่เรามีอยู่ แต่ละเดือนจะมีสุนัขมาบริจาคเลือดประมาณ 50 ตัว ซึ่งตามมาตรฐานขั้นต่ำแล้ว ควรมีเลือดใช้เดือนละ 100 ถัง" (พายุ ศรีสุภกร, 2007)

“บางครั้งในการบริจาคเลือดเพื่อช่วยชีวิตสัตว์แบบฉุกเฉิน อาจต้องใช้ผู้บริจาค 2-3 ราย เพราะไม่แน่มันจะไปว่าเลือดของผู้ให้และผู้รับจะเข้ากันได้ จึงควรสำรองเอาไว้ล่วงหน้า” (สุวรรณี วดีรัตน์, 2007) สุนัขบางตัวนอนรอการเปลี่ยนถ่ายเลือดกว่า 1 สัปดาห์จนเสียชีวิต ทั้งนี้เพราะสุนัขมีหมู่เลือดทั้งสิ้น 8 กลุ่ม ซึ่งก็หมายความว่า โอกาสที่เราจะได้เลือดที่ตรงกับสุนัขของเราคือ 1 ต่อ 8 อีกทั้งสุนัขตัวหนึ่งสามารถบริจาคเลือดได้ 350 ซีซี ต่อ 1 ยูนิต ความสามารถในการให้เลือดจะอยู่ระหว่าง 10-20 ซีซี ต่อน้ำหนัก 1 กิโลกรัม ความถี่ในการบริจาคทุกๆ 4-6 เดือน (ผู้จัดการออนไลน์, 2546) หากสุนัขของเรามีความต้องการเลือดมากกว่านั้นก็จะเกิดปัญหาทันทีหากในธนาคารไม่มีเลือดกลุ่มนั้นๆ สำรองเอาไว้ หรือแม้แต่จะหาสุนัขตัวที่มีหมู่เลือดตรงหรือสามารถนำมาใช้ทดแทนได้ตามความต้องการได้ในทันที

สุนัขที่สามารถบริจาคเลือดได้จะต้องมีอายุตั้งแต่ 1-6 ปี มีน้ำหนักตัวมากกว่า 20 กิโลกรัม มีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรงปราศจากโรคต่างๆ ตลอดจนได้รับการฉีดวัคซีนครบถ้วนอีกทั้งหากได้รับการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอจะดีมาก โดยขั้นตอนแรกของการบริจาคเลือดนั้น สัตวแพทย์จะทำการวางยาซึมเพื่อความปลอดภัยของตัวสุนัขเอง เพราะการบริจาคเลือดนั้นจะทำการเก็บเลือดจากเส้นเลือดใหญ่บริเวณลำคอของสุนัข ซึ่งขั้นตอนนี้ถึงกับทำให้เจ้าของบางคนเกิดความสงสารสุนัขของตัวเอง จนถึงขั้นไม่อยากให้บริจาคเลือด

เมื่อได้เลือดแล้ว จะนำเข้าสู่กระบวนการปั่นแยกเม็ดเลือดแดงและน้ำเลือดออกจากกัน เพื่อนำไปใช้ตามวัตถุประสงค์ต่อไป โดยกลุ่มเลือดสุนัขนั้น (Dog Erythrocyte Antigens (DEA)) แบ่งออกเป็น 8 กลุ่ม คือ DEA 1.1, DEA 1.2, DEA 3, DEA 4, DEA 5, DEA 6, DEA 7, DEA 8 โดยหมู่เลือด DEA 1.1 และ DEA 1.2 สามารถรับและบริจาคเลือดได้เฉพาะกลุ่มของตัวเอง ส่วนกลุ่มเลือดอื่นๆ สามารถบริจาคและรับเลือดกันได้ โดยเฉพาะกลุ่ม DEA 4 สามารถรับและบริจาคเลือดให้กับทุกกลุ่มได้ ซึ่งก่อนที่สุนัขจะรับเลือดต้องมีตรวจเลือดว่าเข้ากันได้หรือไม่ แต่ถ้ากรณีที่กลุ่มเลือดที่เข้ากันได้ขาดแคลนก็สามารถให้เลือดกลุ่มอื่นได้แค่ครั้งเดียวเท่านั้น เพราะร่างกายสุนัขจะมีปฏิกิริยาต่อต้านเลือดกลุ่มนั้น (หนังสือพิมพ์คมชัดลึก, 2550)

ตารางที่ 1.1 ตารางเปรียบเทียบการรับและบริจาคเลือดสุนัขทั้ง 8 กลุ่ม

ลำดับ	กลุ่มเลือด	บริจาค	รับ	เงื่อนไข	เปรียบเทียบกับคน
1	DEA 1.1	ได้	ได้	เข้าได้เฉพาะ DEA 1.1/Cross match	A,B
2	DEA 1.2	ได้	ได้	เข้าได้เฉพาะ DEA 1.2/Cross match	A,B
3	DEA 3	ได้	ได้	ต้อง Cross match	A, B, O
4	DEA 4	ได้	ได้	เข้าได้กับทุกกลุ่ม/ Cross match	O
5	DEA 5	ได้	ได้	ต้อง Cross match	A, B, O
6	DEA 6	ได้	ได้	ต้อง Cross match	A, B, O
7	DEA 7	ได้	ได้	ต้อง Cross match	A, B, O
8	DEA 8	ได้	ได้	ต้อง Cross match	A, B, O

โดยทั่วไปสุนัขและแมวที่มีปัญหาเกี่ยวกับโรคเลือดส่วนใหญ่จะถูกนำมารักษาที่โรงพยาบาลสัตว์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน เพราะมีธนาคารเลือดสัตว์แห่งแรกที่

สมบูรณแบบที่สุุดแห่งหนึ่งในประเทศไทย ที่ก่อตั้งขึ้นตั้งแต่ปี 2543 (หนังสือพิมพ์บ้านเมือง, 2553) ดังนั้น แต่ละวันจึงมีสุนัขและแมวเข้ามารักษาเฉลี่ย 200-300 ตัว ทำให้มีความต้องการเลือดมากกว่าปกติอยู่แล้ว แต่กลับพบว่า มีสุนัขมาบริจาคเลือดน้อย เจ้าของสุนัขและแมวจึงต้องขอรับบริจาคด้วยตัวเองโดยผ่านทางเว็บไซต์ต่างๆ “ทุกวันนี้เริ่มมีคนหันมาจับตามอง และพูดเรื่องนี้กันมากขึ้นแล้ว แต่ปัญหาที่แท้จริงของการบริจาคเลือดในสัตว์อยู่ที่ยังไม่มีใครสนใจพาสัตว์มาบริจาคเลือดมากเท่าที่ควรจะเป็นอาจเป็นเพราะยังไม่เคยประสบปัญหาเกี่ยวกับตัวเองจึงยังไม่เห็นความสำคัญก็เป็นได้” (อดิเรก ลิ้มณรงค์เดช, 2550) เหตุผลต่อมาคือ เรื่องเวลาและเรื่องการเดินทางไปมาลำบากต้องมีรถยนต์ส่วนตัวจึงทำให้เจ้าของสุนัขไม่สะดวกจะพามาบริจาคเลือดที่โรงพยาบาลทำให้ขาดการบริจาคเลือดอย่างต่อเนื่อง

ซึ่งจำนวนผู้บริจาคเลือด ของทางโรงพยาบาลสัตว์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน ในปี พ.ศ.2552 มีเจ้าของสุนัขที่อนุญาตให้สุนัขบริจาคเลือดทั้งสิ้น 815 ราย ได้เลือดทั้งสิ้น 925 ยูนิต ในขณะที่ปี พ.ศ. 2551 มีเจ้าของสุนัขที่อนุญาตให้สุนัขบริจาคเลือดทั้งสิ้น 654 ราย เพิ่มขึ้น 161 ราย โดย

1. เป็นเจ้าของสุนัขรายใหม่ จำนวน 404 ราย
2. เป็นเจ้าของสุนัขที่เคยพาสุนัขมาบริจาคเลือด ครั้งที่ 2-5 จำนวน 326 ราย
3. เป็นเจ้าของสุนัขที่เคยพาสุนัขมาบริจาคเลือด ครั้งที่ 6 ขึ้นไป จำนวน 85 ราย

โดยภาวะความขาดแคลนเลือดในปัจจุบันและในปี พ.ศ. 2552 ที่ผ่านมา มีจำนวนการร้องขอใช้เลือดและผลิตภัณฑ์เลือดทั้งสิ้น 3,127 ราย (100%) ขณะที่ปีพ.ศ. 2551 มีจำนวนการร้องขอใช้เลือดและผลิตภัณฑ์เลือด 2,764 ราย เพิ่มขึ้นจำนวน 363 ราย (13.13%) โดยมาจากหน่วยต่างๆ ทั้งสิ้น 6 หน่วย

1. หน่วยผู้ป่วยนอก จำนวน 917 ราย (29.32%)
2. หน่วยผู้ป่วยใน จำนวน 129 ราย (4.12%)
3. หน่วยฉุกเฉินและสัตว์ป่วยวิกฤติ จำนวน 1,622 ราย (51.87%)
4. หน่วยคลินิกพิเศษ จำนวน 52 ราย (1.66%)
5. หน่วยสุนัขทรงเลี้ยง จำนวน 5 ราย (0.16%)
6. หน่วยศัลยกรรม จำนวน 402 ราย (12.85%)

ในปี พ.ศ. 2552 หน่วยธนาคารเลือดสามารถจ่ายแจกเลือดตามคำขอได้ทั้งสิ้น 1,597 ราย

คิดเป็น 51% จากจำนวนสัตว์ป่วยทั้งหมด หรือคิดเป็น 1 ต่อ 0.95 ตัว ของจำนวนสัตว์ป่วยที่ได้รับเลือดต่อจำนวนสัตว์ป่วยที่ไม่ได้รับเลือด (ข้อมูลพื้นฐานของหน่วยงานการเลือด รพ.ส.มก.บางเขน, 2553)

ดังนั้น “ถ้ามีกรับบริจาคเลือดสัตว์เคลื่อนที่เหมือนรถของสภาอากาศไทยก็จะดีมาก แต่ติดขัดเรื่องงบประมาณจัดซื้อเพราะต้องใช้งบประมาณสูงราว 1 ล้านบาท ประกอบกับคณะสัตวแพทยศาสตร์ ม.เกษตรศาสตร์ ไม่มีงบประมาณมากถึงขนาดนั้น จึงต้องแก้ปัญหาด้วยการใช้รถตู้ ออกหน่วยเคลื่อนที่แทน แต่ก็ต้องเลือกสถานที่ที่มีห้องหับมิดชิดเพื่อป้องกันอันตรายที่เกิดแก่สุนัขเวลาบริจาคเลือดเพราะการบริจาคเลือดของสุนัขจะเจาะบริเวณลำคอ ถ้าถูกสุนัขตัวอื่นรบกวนอาจเกิดอันตรายได้” น.สพ พายุ ศรีสุภกร กล่าว (หนังสือพิมพ์คมชัดลึก, 2550)

ซึ่งโดยแท้จริงแล้ว การบริจาคเลือดของสุนัขและแมวทุกวันนี้ไม่ได้มีกระบวนการที่ยุ่งยากหรือซับซ้อนแต่อย่างใด แต่ในความเป็นจริงแล้ว การจะหาเลือดที่สามารถนำมาใช้กับสัตว์ป่วยที่นอนรอความช่วยเหลืออยู่นั้นเป็นเรื่องที่ยากยิ่งกว่า เนื่องด้วยปัจจัยทางพันธุศาสตร์ของสุนัขเองแล้วยังมีปัจจัยแวดล้อมอื่นๆ ที่เป็นตัวแปรอันนำมาซึ่งความสูญเสียแก่เจ้าของ เช่น ปริมาณเลือดสำรองในธนาคารไม่เพียงพอ หรือกรู๊ปเลือดไม่ตรงกับความต้องการของสุนัขที่รอรับเลือด กรณีล่าสุดของ สุนัขพันธุ์ร็อตไวเลอร์ที่ป่วยเป็นโรคพยาธิในเม็ดเลือดแดง ที่รอผู้ใจบุญมาบริจาคเลือดเนื่องจากเลือดสำรองในธนาคารมีไม่เพียงพอและยังไม่สามารถหาสุนัขที่มีเลือดที่สามารถเข้ากันได้ แต่สุดท้ายก็มีเจ้าของสุนัขใจบุญนำสุนัขมาบริจาคเลือดโดยเลือดที่ได้รับสามารถเข้ากันได้ (ข่าว 3 มิติ, 2553)

ที่สำคัญด้วยขีดจำกัดทางด้านงบประมาณและสื่อประชาสัมพันธ์ของทางโรงพยาบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่ไม่สามารถเผยแพร่สู่ประชาชนได้อย่างทั่วถึง จึงทำให้โครงการดังกล่าวไม่ประสบความสำเร็จหรือรู้จักกันอย่างแพร่หลาย แม้ว่าจะมีหน่วยงานเอกชนต่างๆ เข้ามาให้การช่วยเหลือแล้วก็ตาม แต่ก็ยังคงเป็นแค่ประชาชนเฉพาะกลุ่มเท่านั้นที่ทราบข่าวสาร ซึ่งโครงการล่าสุดที่ทาง บริษัท อิมแพ็ค เอ็กซิซิชั่น แมเนจเม้นท์ จำกัด ผู้จัดงาน “Smart Heart Presents: Thailand International Dog Show 2010” ร่วมกับ กรุงเทพมหานคร จัดการแข่งขัน “ดีอกมินิมาราธอน 2010 และโครงการบริจาคโลหิตสุนัข 2010” เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2553 ที่ผ่านมา (หนังสือพิมพ์เดลินิวส์, 2553)



ปัจจัยหนึ่งที่ไม่ควรมองข้ามอย่างยิ่ง ก็คือ “ทัศนคติ” ของเจ้าของสุนัขที่มีต่อการพาสุนัขไปบริจาคเลือด โดยหลายๆ คนยังมองว่าเป็นเรื่องใหม่และยังไม่เห็นถึงความสำคัญของการบริจาค อีกทั้งยังขาดความรู้รวมถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการพาสุนัขไปบริจาคเลือด ดังจะเห็นได้จากคำบอกกล่าวของ นสพ.อดิเรก ลิ้มณรงค์เดช จากโรงพยาบาลสัตว์เล็ก คณะสัตวแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่กล่าวว่าคนส่วนใหญ่ยังไม่เห็นถึงความสำคัญเพราะไม่เคยประสบกับตัว อีกทั้งการพาสุนัขขนาดใหญ่ไปในที่สาธารณะถือเป็นเรื่องที่เสียเวลาและเสียค่าใช้จ่ายสูง ประกอบกับขั้นตอนการบริจาคที่น่ากลัว จนทำให้เจ้าของสุนัขหลายรายถึงกับถอดใจไม่นำสุนัขไปบริจาคเลือด

ขณะเดียวกัน ในเมื่อความต้องการ “เลือด” ยังคงมีความจำเป็นสำหรับสัตว์และมีความสำคัญสำหรับเจ้าของ ซึ่งปัญหานี้นับวันยิ่งทวีความสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ จากรายงานล่าสุดที่น่าเสนอโดยรายการข่าว 3 มิติ เมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม พ.ศ. 2553 (สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3, 2553) ที่รายงานถึงการขาดแคลนเลือดของสุนัขที่เรียกได้ว่า เข้าขั้นวิกฤติมากกว่าการขาดแคลน ด้วยจำนวนความต้องการเลือดที่เพิ่มสูงขึ้นทุกวัน แต่การบริจาคกลับมีตัวเลขที่สวนทางกับความจริง ทั้งที่ได้มีหน่วยงานต่างๆ ได้ทำการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ มากมาย แต่การตอบรับกลับไม่เป็นไปตามความคาดหวัง ด้วยเหตุผลทั้งหมดนี้ ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข” เพื่อศึกษาว่า เจ้าของสุนัขส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือดจากทางสื่อใดมากที่สุด อีกทั้งมีความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องนี้อย่างไร เพื่อที่จะใช้เป็นข้อมูลสำหรับการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ การเพิ่มช่องทางการสื่อสารผ่านโครงการต่างๆ รวมถึงการสร้างทัศนคติที่ดีให้กับเจ้าของสุนัขทั้งหลายให้เกิดความตระหนักและเห็นคุณค่าของการพาสุนัขไปบริจาคเลือด ยิ่งไปกว่านั้นจะได้ทราบถึงปัจจัยที่แท้จริงที่ทำให้เจ้าของสุนัขตัดสินใจและไม่ตัดสินใจเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการวิจัยนี้ จะสามารถเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างหรือพัฒนาเครื่องมือในการรณรงค์โครงการต่างๆ เกี่ยวกับการช่วยชีวิตสัตว์เลี้ยงให้ดียิ่งขึ้น เพื่อให้ชีวิตหนึ่งต่ออีกหนึ่งชีวิตให้อุญรอด และยังเป็นทางหยิบยื่นโอกาสแก่สัตว์เลี้ยงที่เรารัก ได้ทำบุญ เพื่อจะได้มีโอกาสเกิดใหม่ในภพภูมิที่สูงขึ้น



## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาวิธีการสื่อสารของโรงพยาบาลสัตว์เกี่ยวกับเรื่องการบริจาคเลือดของสุนัข
2. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของความรู้ ทักษะ และ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัขของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

## ปัญหานำการวิจัย

1. วิธีการสื่อสารของโรงพยาบาลสัตว์เกี่ยวกับการบริจาคเลือดสุนัขเป็นอย่างไร
2. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือดเป็นอย่างไร
3. ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัขเป็นอย่างไร

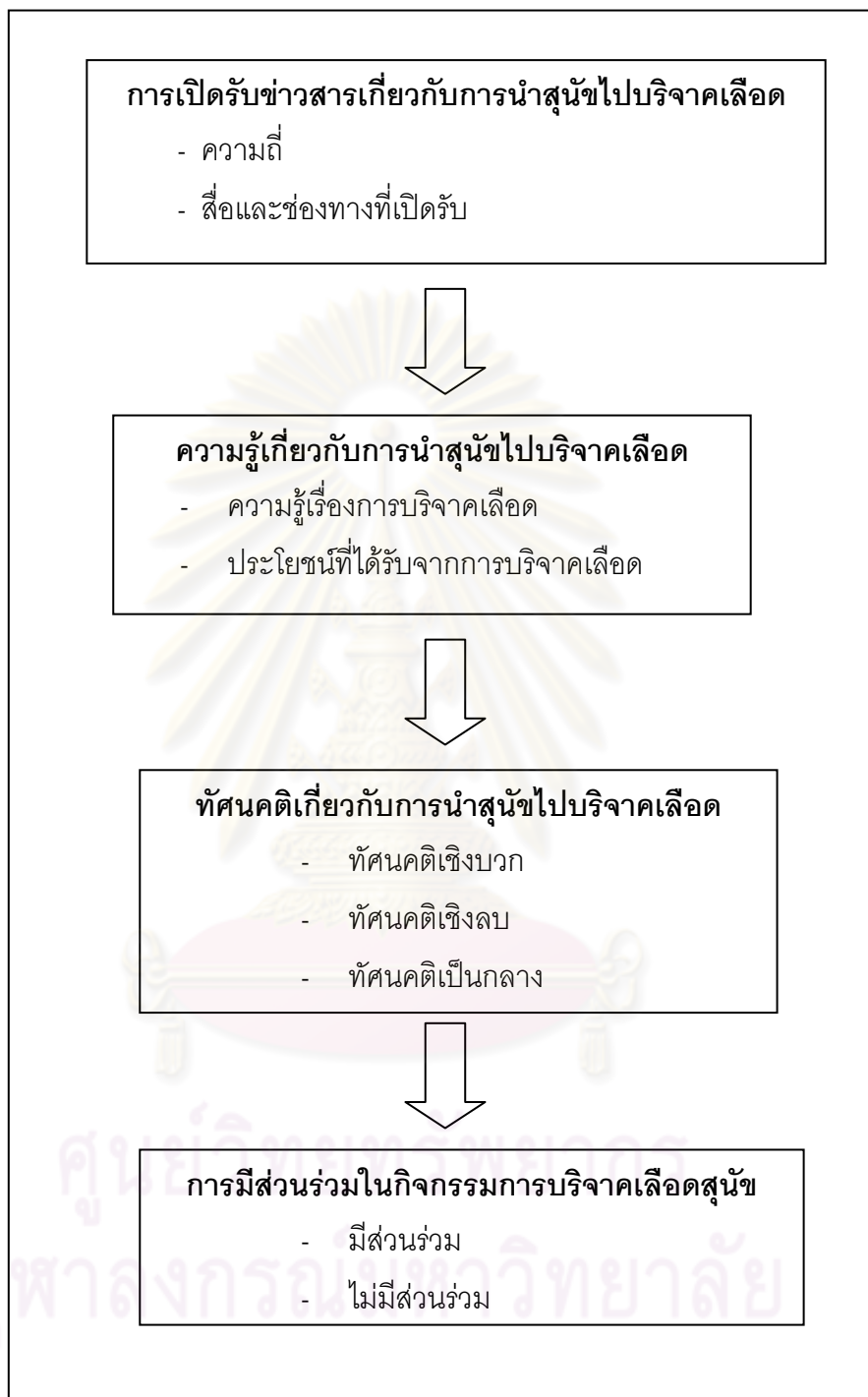
## สมมติฐานการวิจัย

1. การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความรู้ในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด
2. การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด
3. การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข
4. ความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด
5. ความรู้มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข
6. ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข

## ขอบเขตการวิจัย

การศึกษานี้มุ่งศึกษา “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข” ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นแหล่งที่มีโรงพยาบาลสัตว์ตั้งอยู่หลายแห่ง รวมถึงธนาคารเลือดสัตว์เพียงแห่งเดียวในประเทศไทย อีกทั้งยังมีความแตกต่างทางด้านประชากรไม่ว่าจะเป็นด้าน เพศ อายุ อาชีพ และการศึกษา ซึ่งจะส่งผลต่างๆ ได้อย่างครอบคลุม

## กรอบแนวคิด



## นิยามศัพท์

**วิธีการสื่อสาร** หมายถึง รูปแบบ แนวทางหรือวิธีการที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารของโรงพยาบาลสัตว์กับเจ้าของสุนัขในเขตกรุงเทพมหานคร

**การเปิดรับข่าวสาร** หมายถึง ความถี่ ความบ่อยครั้ง ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ผ่านทางสื่อและช่องทางต่างๆ เกี่ยวกับการบริจาคเลือดของสุนัข

**ความรู้** หมายถึง ข้อมูล ข่าวสาร ความสำคัญ และขั้นตอนเกี่ยวกับการบริจาคเลือดของสุนัข รวมถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการนำสุนัขไปบริจาคเลือด

**ทัศนคติ** หมายถึง ความรู้สึกภายในจิตใจเกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือด หรือความรู้สึกที่มีต่อการบริจาคเลือดของสุนัข รวมถึงการให้ความสำคัญของความต้องการเลือดของสุนัข

**การมีส่วนร่วม** หมายถึง การที่เจ้าของสุนัขให้ความร่วมมือร่วมใจกันพาสุนัขไปบริจาคเลือด เพื่อแสดงออกถึงความต้องการที่จะช่วยเหลือสุนัขที่ป่วยอยู่ รวมถึงการให้ข้อมูล การโน้มน้าวใจหรือชักชวนเจ้าของสุนัขคนอื่นๆ ให้เข้ามาร่วมกิจกรรม

**กิจกรรมการบริจาคเลือด** หมายถึง การนำสุนัขในความครอบครองของตนเองไปบริจาคเลือด เพื่อช่วยเหลือสุนัขตัวอื่นๆ ที่กำลังเจ็บป่วยอยู่ และเพื่อเพิ่มปริมาณเลือดสำรองในธนาคารเลือดให้มีปริมาณเพียงพอกับความต้องการ

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับนักวิชาการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนหรือผู้ที่สนใจใช้เป็นแนวทางในวางแผนการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ไปยังเจ้าของสุนัขหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ตระหนักในปัญหาการขาดแคลนเลือดของสุนัข
2. เพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับการวางแผนการบูรณาการสื่อให้ตรงกลุ่มเป้าหมายและสามารถดำเนินการให้โครงการประสบความสำเร็จได้

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข” ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้เพื่อหาคำตอบในประเด็นที่ทำการวิจัย โดยแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ และการมีส่วนร่วม (KAP)
3. ความรู้เกี่ยวกับเลือดและขั้นตอนการบริจาคเลือดของสุนัข
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

##### การเปิดรับข่าวสาร

องค์ประกอบหลักในการสื่อสารของมนุษย์นั้นจะต้องประกอบด้วย ผู้ส่งสาร (Sender), สาร (Message) และผู้รับสาร (Receiver) ทั้งสองฝ่ายมีความสัมพันธ์กันในแง่ที่ว่า การสื่อสารจะเกิดขึ้นได้เมื่อผู้ส่งสาร ส่งสารออกไปยังผู้รับสารและผู้รับสารรับสารนั้น ดังนั้น ผู้ส่งสารจึงควรต้องคำนึงถึงผู้รับสารอยู่เสมอ ในฐานะที่เป็นตัวกำหนดความสำเร็จในการสื่อสาร โดยผู้ส่งสารจะต้องทำการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพเพื่อให้ผู้รับสารมีความเข้าใจในสารตรงกันกับวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสารส่งออกไป โดยที่ผู้รับสารสามารถโต้ตอบหรือมีปฏิกิริยากลับไปยังผู้ส่งสาร (Feed Back) ซึ่งเป็นรูปแบบการสื่อสารแบบสองทาง (Two-ways Communication) อันจะนำไปสู่การสื่อสารเพื่อการพัฒนาต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ฉะนั้น หน้าที่ของผู้ส่งสาร (Sender) ที่จะต้องวิเคราะห์ถึงปัจจัยหลักในการส่งสารอันได้แก่ สาร (Message), ผู้รับสาร (Receiver) และช่องทางหรือสื่อ (Channel) ทั้งนี้เพื่อให้การสื่อสารดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพและได้มีประสิทธิผลสูงสุด

Merill and Lowenstein (1971) ได้ให้ความเห็นในเรื่องผู้รับสารไว้ว่า ผู้รับสารนั้นย่อมมีพฤติกรรมในการเปิดและเลือกรับสื่อและสารที่แตกต่างกัน โดยมีปัจจัยที่อาจมีผลต่อการยอมรับหรือปฏิเสธสื่อและสารนั้น ได้แก่

1. ความเหงา เกิดจากเหตุผลทางจิตวิทยาที่เชื่อว่ามนุษย์ไม่ชอบที่จะดำรงชีวิตอยู่ตามลำพัง มีความกลัวจากการถูกเมินเฉยจากสังคมจึงมีความพยายามที่จะรวมกลุ่มเพื่อร่วมกันทำกิจกรรมกับผู้อื่นในสังคม ทั้งนี้ เมื่อไม่สามารถติดต่อสื่อสารกับบุคคลหรือสังคมได้โดยตรง จึงแสวงหาทางในการติดต่อผ่านทางสื่ออื่นๆ หรือบางครั้งการที่บุคคลติดต่อกับสื่อมวลชนยังสร้างแรงกดดันที่น้อยกว่าการติดต่อกับสื่อบุคคลด้วยกัน
2. ความอยากรู้อยากเห็น เป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ซึ่งกลายมาเป็นหลักสำคัญที่สื่อมวลชนนำมาใช้เป็นหลักในการออกแบบรูปแบบในการนำเสนอสาร ให้มีความน่าสนใจ กล่าวคือ โดยปกติแล้วมนุษย์นิยมที่จะเปิดรับสื่อที่มีความเกี่ยวข้องกับชีวิตความเป็นอยู่ของตนทั้งในทางตรงและทางอ้อม ตลอดจนสารที่เกี่ยวข้องกับบุคคลอื่นด้วย
3. การแสวงหาความรู้เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมความคิดเพื่อบรรลุผลในการตัดสินใจต่างๆ ความรู้อันเกิดจากข้อมูลข่าวสารที่เป็นจริงเชื่อถือได้ จะนำมาซึ่งการเป็นผู้ที่ได้รับ การยอมรับในสังคมเป็นการสร้างคุณค่าให้แก่ตนเองอย่างไม่มีที่สิ้นสุด นอกจากนี้สารที่ได้รับยังอาจสร้างสรรค์ให้เกิดความบันเทิงและจรรโลงใจได้อีกด้วย
4. ลักษณะเฉพาะตัวของสื่อ กล่าวคือ นอกจากปัจจัยทั่วไปทางกายภาพ เช่น เพศ อายุ บทบาททางสังคมที่จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกรับสื่อแล้วยังมีปัจจัยสำคัญคือ ลักษณะเฉพาะของผู้รับสาร ทั้งนี้ผู้รับสารแต่ละคนย่อมแสวงหาสื่อที่มีลักษณะเฉพาะซึ่งสนองตอบความต้องการและความพึงพอใจของตนได้

แนวคิดที่ว่าด้วยพฤติกรรมในการเลือกรับสื่อของผู้รับสารนั้น อาจสรุปได้ว่า ผู้รับสารมักแสวงหาสื่อและสารที่สนับสนุนความคิดเห็นหรือสอดคล้องกับความคิดและจิตใจของตนเอง (Preconceptions) กล่าวคือ ผู้รับสารจะไม่แสวงหาข่าวสารหรือข้อมูลที่ขัดแย้งกับความเชื่อของตน ทั้งนี้ยังขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ความต้องการพื้นฐาน สภาพแวดล้อมและความจำเป็นต่างๆ ที่จะเข้ามามีบทบาทในการกำหนดพฤติกรรมนี้โดยที่บุคคลไม่รู้ตัวอีกด้วย

ข่าวสารจึงถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ ความต้องการข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อบุคคลนั้นต้องการข้อมูลในการตัดสินใจหรือเพื่อ

สนับสนุนความคิดเห็นเมื่อเกิดความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง นอกจากนั้นข่าวสารยังเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้เปิดรับมีความทันสมัย สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ของโลกปัจจุบันได้ดียิ่งขึ้น ดังที่ Charles K. Atkin (1973) ได้กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมาก ย่อมมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย อย่างไรก็ตาม บุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่เข้ามาทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์หรือเป็นสิ่งที่ตนสนใจเท่านั้น ดังนั้นข่าวสารที่ผ่านไปยังบุคคลจากช่องทางต่าง ๆ นั้น มักจะถูกคัดเลือกลดเวลา ข่าวสารที่น่าสนใจที่มีประโยชน์และเหมาะสมตามความนึกคิดของผู้รับสาร จะเป็นข่าวสารที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการสื่อสาร (กิติมา สุรสนธิ, 2548)

การเลือกสรรข่าวสารของบุคคลเป็นสิ่งที่อธิบายถึง พฤติกรรมการสื่อสารของแต่ละบุคคล ว่าความแตกต่างกันทางสภาพส่วนบุคคลหรือสภาพจิตวิทยาว่ามีผลต่อการเปิดรับข่าวสารโดยมีกระบวนการเลือกรับข่าวสาร (Selective Process) ที่แตกต่างกัน

Klapper, J.T. (1960) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสาร (Selective Process) หรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 4 ขั้นตอนตามลำดับ ดังต่อไปนี้

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสารบุคคล จะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่งตามความสนใจและความต้องการของตน อีกทั้งทักษะและความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของคนเรานั้นก็ต่างกัน บางคนถนัดที่จะฟังมากกว่าอ่านก็จะชอบฟังวิทยุ หรือดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ เป็นต้น
2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ความ ความเข้าใจ หรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance)
3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็เชื่อว่า จะรับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารเสมอ



ไปเพราะคนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายของสารแตกต่างกันไป ตามความความเชื่อ ความสนใจ ทักษะคติ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ ประสบการณ์สภาวะทางร่างกายหรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไป ยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของแต่ละบุคคลด้วย

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับ ความสนใจ ความต้องการ ทักษะคติ ฯลฯ ของตนเองและมักจะลืมหรือไม่นำไป ถ่ายทอดต่อใน ส่วนที่ตนเองไม่สนใจไม่เห็นด้วยหรือเรื่องที่ขัดแย้งกับความคิดของตนเอง ข่าวสารที่คนเรา เลือกจดจำไว้นั้น มักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึกนึกคิด ทักษะคติ ค่านิยม หรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น เพื่อใช้เป็นประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิด ความรู้สึกขัดแย้งหรือเมื่อมีสิ่งที่ทำให้ไม่สบายใจขึ้น

สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลนั้น Todd Hunt and Brent d. Ruben (1993) (ประมะ สตะเวทิน, 2541) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลไว้ดังนี้

1. ความต้องการ (Need) ปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์คือ ความต้องการ ความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการทางกายและใจทั้งความต้องการระดับสูงและความต้องการระดับต่ำ ย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของเรา เราเลือกตอบสนองความต้องการของเรา เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการเพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคม เพื่อความพอใจ ฯลฯ
2. ทักษะคติและค่านิยม (Attitude and Values) ทักษะคติ คือความชอบและมีใจโน้มเอียง (Preference and Predisposition) ต่อเรื่องต่าง ๆ ส่วนค่านิยม คือหลักพื้นฐานที่เรายึดถือเป็นความรู้สึกที่ว่าเราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับ สิ่งแวดล้อม และคนซึ่งทักษะคติและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือก ข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำ
3. เป้าหมาย (Goal) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย รวมทั้งกำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิตของตนทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรมต่าง ๆ ที่เรา

กำหนดขึ้นนี้จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชนในการเลือกข่าวสาร ตลอดจนการเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำเพื่อตอบสนองเป้าหมายของตนเอง

4. ความสามารถ (Capability) ความสามารถของคนเราเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง รวมทั้งความสามารถในด้านภาษาที่มีอิทธิพลต่อเรามาก หากมีความสามารถในด้านภาษาที่ดีก็ จะทำให้การที่จะเลือกรับข่าวสาร การเลือกประมวลหรือตีความหมาย ตลอดจนการเลือกเก็บเนื้อหาของข่าวนั้นไว้ได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ
5. การใช้ประโยชน์ (Utility) กล่าวโดยทั่วไปแล้ว เราจะให้ความสนใจและใช้ความพยายาม ในการที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้
6. สไตล์ในการสื่อสาร (Communication Style) การเป็นผู้รับสารของเรานั้นส่วนหนึ่ง ขึ้นอยู่กับ สไตล์ในการสื่อสารของเรา คือ ความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้นบางคนจึงชอบฟังวิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ ฯลฯ
7. สภาพ (Context) สภาพในที่นี้หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์ การสื่อสาร สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร การมีคนอื่นอยู่ด้วย มีอิทธิพลตรงต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสาร การเลือกตีความหมายและเลือกจดจำข่าวสาร การที่เราต้องถูกมองว่าเป็นอย่างไร การที่เราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไร เราเชื่อว่าคนอื่นคาดหวังอะไรจากเรา และการที่คิดว่าคนอื่นคิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไร ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกของเรา
8. ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ในฐานะของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละคน พัฒนานิสัยการรับสารอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของเรา เราพัฒนาความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง รายการประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังนั้นเราจึงเลือกใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง สนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง และเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

ส่วน ขวัญเรือน กิติวัฒน์ (2531) มีความเห็นว่า ปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน คือ

1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล มีแนวคิดที่ว่าคุณแต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะตัวบุคคลอย่างมากในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมที่



$$\text{การเลือกรับข่าวสาร} = \frac{\text{สิ่งตอบแทนที่คาดหวัง}}{\text{ความพยายามที่ต้องใช้}}$$

จากสูตรนี้จะเห็นได้ว่า คนเรามีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารที่ใช้ความพยายามน้อย เช่น ข่าวสารต่าง ๆ ที่อยู่ใกล้ตัว สามารถเลือกรับได้ง่ายและมีสาระประโยชน์ต่อตนเอง ในการเลือกนั้น อาจมีสาเหตุอื่น ๆ อีก เช่น ประสบการณ์ต่างกัน ความสามารถในการประเมินสาระประโยชน์ของ ข่าวสาร ตลอดจนสภาวะทางสังคมและจิตใจของแต่ละคนด้วย

สำหรับความหมายของการเปิดรับข่าวสารนั้น Samuel L. Becker (1972) ได้ให้ความหมายของการเปิดรับข่าวสารโดยจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารคือ การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) กล่าวคือ บุคคลที่จะแสวงหาข้อมูลเมื่อมีต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่ว ๆ ไป

1. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจอยากรู้ หากมีข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตนเองก็จะให้ความเอาใจใส่อ่านหรือดูหรือฟังเป็นพิเศษ
2. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) กล่าวคือ บุคคลที่จะเปิดรับข่าวสารเพราะต้องการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

สำหรับเหตุผลในการที่มนุษย์เลือกสนใจหรือตั้งใจรับข่าวสารอย่างไรจากสื่อใดนั้น มีนักวิชาการหลายท่านที่มีความเห็นสอดคล้องกันดังนี้

Friedson, Riley และ Flowerman (1951) มีความเห็นแนวเดียวกันว่า แรงจูงใจที่ต้องการเป็นที่ยอมรับของสมาชิกภายในสังคมจะเป็นสิ่งที่ช่วยกำหนดความสนใจเปิดรับสื่อจากสื่อต่าง ๆ ก็เพื่อตอบสนองความต้องการของตน ซึ่งปรากฏการณ์นี้ Merton, Wright และ Waples เรียกว่า “พฤติกรรมในการแสวงหาข่าวสาร” นักวิชาการเหล่านี้มีความเห็นตรงกันว่า ผู้รับข่าวสารจะเลือก

รับข่าวสารจากสื่อใดนั้นย่อมเป็นไปตามบทบาทและสถานภาพทางสังคมของผู้รับสารก็เพื่อนำไปเป็นหัวข้อในการสนทนาซึ่งจะทำให้ผู้รับสารรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

ในเรื่องของวัตถุประสงค์ของการเลือกรับข่าวสาร หรือการบริโภคข่าวสารของผู้รับสารนั้น สจวร์ท โซธนะเสถียร (2533) ก็ได้จำแนกวัตถุประสงค์ของการเลือกเปิดรับข่าวสารไว้ 4 ประการคือ

1. เพื่อการรับรู้ (Cognition) คือผู้รับสารต้องการสารสนเทศ (Information) เพื่อสนองต่อความต้องการและความอยากรู้
2. เพื่อความหลากหลาย (Diversion) เช่น การเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความเร้าใจ ความตื่นเต้น ความสนุกสนาน รวมทั้งการพักผ่อน
3. เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) หมายถึง การต้องการสร้างความคุ้นเคยหรือการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม เช่น การใช้ภาษาร่วมสมัย
4. เพื่อผลละสังคม (Withdrawal) เป็นการเปิดรับสื่อหรือเข้าหาสื่อ เพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำหรือหลีกเลี่ยงคนรอบข้าง

McCombs and Becker (1979) ได้ให้แนวคิดที่ว่า โดยทั่วไปบุคคลแต่ละคนมีการเปิดรับข่าวสารหรือการเปิดรับสื่อ เพื่อตอบสนองความต้องการ 4 ประการคือ

1. เพื่อให้เรียนรู้เกี่ยวกับเหตุการณ์ (Surveillance) บุคคลสามารถติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตเหตุการณ์ต่าง ๆ รอบตัวจากการเปิดรับข่าวสารทำให้คนเป็นที่ทันเหตุการณ์ทันสมัย
2. เพื่อการตัดสินใจ (Decision) การเปิดรับข่าวสารทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ รอบตัว เพื่อการตัดสินใจโดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวข้องข้องชีวิตประจำวัน
3. เพื่อพูดคุยสนทนา (Discussion) บุคคลสามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่นได้
4. เพื่อการมีส่วนร่วม (Participation) เพื่อรับรู้และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมรอบๆ ตัว



อย่างไรก็ตาม แม้ว่าบุคคลจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน มีวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน และมีความต้องการในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันนั้น แต่โดยทั่วไปแล้วบุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสารอยู่ 3 ลักษณะ (ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์, 2544) คือ

1. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยผู้รับสารมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่า การบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือเปลี่ยนลักษณะนิสัย เปลี่ยนพฤติกรรมบางอย่างได้ โดยการเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์แตกต่างกันไป ยิ่งไปกว่านั้นสื่อมวลชนเป็นสื่อที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังรากลึกได้ ตามที่ Bettinghuas (1968) ได้กล่าวถึงหน้าที่และบทบาทของสื่อมวลชนในสังคมไว้ว่า สื่อมวลชนเป็นตัวเสริมความเชื่อและทัศนคติที่มีอยู่เดิมให้ฝังแน่นมากขึ้น ซึ่งใช้เวลานานกว่าจะเปลี่ยนแปลง แต่อาจเปลี่ยนแปลงการรับรู้ได้บ้าง ในขอบเขตจำกัดของประสบการณ์ แต่สิ่งที่สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงได้มากที่สุดคือ อารมณ์
2. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล โดยสื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลผู้ที่น่าข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งโดยอาศัยการติดต่อระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ที่จะมีปฏิกริยาโต้ตอบระหว่างกัน Rogers and Shoemaker (1971) กล่าวว่าในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใดเกิดการยอมรับสารนั้นควรที่จะใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์อย่างมากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดเจนและตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้น ซึ่งการสื่อสารระหว่างบุคคลนี้สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้ (เสถียร เชนประทับ, 2525)
  - 2.1 ต่อโดยตรง (Direct Contact) เป็นการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อสร้างความ เข้าใจหรือชักจูงโน้มน้าวใจกับประชาชนโดยตรง
  - 2.2 การติดต่อโดยกลุ่ม (Group Contact of Community Public) โดยกลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวม ช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้เพราะเมื่อกลุ่มมีความสนใจมุ่งไปในทิศทางใด บุคคลส่วนใหญ่ในกลุ่มก็จะมี ความสนใจในทางนั้นด้วย
3. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ โดยสื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมา โดยมีเนื้อหาสาระที่เฉพาะเจาะจงและมีจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม (ปรมะ สตะเวทิน, 2532) ตัวอย่างของ สื่อเฉพาะกิจเช่น จุลสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ ใบบลิว คู่มือ



นิทรรศการ เป็นต้น ดังนั้น การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจนี้ ผู้รับสารจะได้รับข้อมูลข่าวสารหรือความรู้เฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างเฉพาะเจาะจง

จากแนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนี้ จะเห็นได้ว่าข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญในการนำมาประกอบการตัดสินใจของบุคคล ยิ่งบุคคลเกิดความต้องการหาข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากขึ้นเท่าใดบุคคลย่อมต้องการเปิดรับข่าวสารมากขึ้นเท่านั้น โดยจะเปิดรับข่าวสารจากสื่อทุกสื่อไม่ว่าจะเป็น สื่อมวลชน สื่อบุคคล หรือสื่อเฉพาะกิจ เพื่อหาข้อมูลข่าวสารมาสนับสนุนแนวคิดหรือทัศนคติของตน แต่ทั้งนี้บุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสารเฉพาะเรื่องที่ตนให้ความสนใจเท่านั้น จึงทำให้เกิดกระบวนการเลือกรับข่าวสาร (Selective Process) ขึ้น อย่างไรก็ตามบุคคลแต่ละคนก็จะมีเกณฑ์ในการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกันตามลักษณะของบุคคลตามความสนใจของแต่ละคนตลอดจนสภาพแวดล้อมในสังคมนั้น ๆ ซึ่งทำให้เกิดพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน อันจะนำไปสู่การแสดงออกที่แตกต่างกันไป

## 2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม (KAP)

ทฤษฎีนี้ เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับตัวแปร 3 ตัว คือ ความรู้ (Knowledge) ทัศนคติ (Attitude) และ การยอมรับปฏิบัติ (Practice) ของผู้รับสารอันอาจมีผลกระทบต่อสังคมต่อไป จากการรับสารนั้น ๆ การเปลี่ยนแปลงทั้งสามประเภทนี้จะเกิดขึ้นในลักษณะต่อเนื่อง กล่าวคือ เมื่อผู้รับสารได้รับสารก็จะทำให้เกิดความรู้ เมื่อเกิดความรู้ขึ้นก็จะไปมีผลทำให้เกิด ทัศนคติ และขั้นสุดท้าย คือ การก่อให้เกิดการกระทำ ทฤษฎีนี้อธิบาย การสื่อสาร หรือ สื่อมวลชน ว่าเป็นตัวแปรต้นที่สามารถเป็นตัวนำการพัฒนาเข้าไปสู่ชุมชนได้ ด้วยการอาศัย KAP เป็นตัวแปรตามในการวัดความสำเร็จของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (สุรพงษ์ โสภนะเสถียร, 2533)

จะเห็นได้ว่า สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญในการนำข่าวสารต่าง ๆ ไปเผยแพร่เพื่อให้ประชาชนในสังคมได้รับทราบ ว่าขณะนี้ในสังคมมีปัญหาอะไร เมื่อประชาชนได้รับทราบข่าวสารนั้น ๆ ย่อมก่อให้เกิดทัศนคติและเกิดพฤติกรรมต่อไป ซึ่งมีลักษณะสัมพันธ์กันเป็นลูกโซ่เป็นที่ยอมรับกันว่า การสื่อสารมีบทบาทสำคัญในการดำเนินโครงการต่าง ๆ ให้บรรลุผลสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ (สุรพงษ์ โสภนะเสถียร, 2533) การที่จะทำให้เจ้าของชุมชนมีความรู้ ความเข้าใจ และยอมรับเปลี่ยนทัศนคติเกี่ยวกับการพาชุมชนไปบริจาคเลือดตลอดจนพฤติกรรมได้นั้นก็ต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมืออันสำคัญในการเพิ่มพูนความรู้ สร้างทัศนคติที่ดีและเกิดการเปลี่ยนแปลง

พฤติกรรมไปในทางที่เหมาะสม โดยผ่านสื่อชนิดต่าง ๆ ไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมายซึ่งต้องประกอบด้วย

### ความรู้ (Knowledge)

ความรู้ (Knowledge) เป็นการรับรู้เบื้องต้น ซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านประสบการณ์ โดยการเรียนรู้จากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า (S-R) แล้วจัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำ (ข้อมูล) กับสภาพจิตวิทยา ด้วยเหตุนี้ความรู้จึงเป็นความจำที่เลือกสรรแล้วที่มีความสอดคล้องกับความรู้สึกและสภาพจิตใจของตนเอง ความรู้ (Knowledge) จึงเป็นกระบวนการสื่อสารภายในตัวบุคคล อย่างไรก็ตาม ความรู้ (Knowledge) ก็อาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมที่แสดงออกของมนุษย์ได้และส่งผลกระทบต่อผู้รับสารเชิงความรู้ ซึ่งในทฤษฎีการสื่อสารนั้นแบ่งผลกระทบได้จากสาเหตุ 5 ประการคือ

1. การตอบข้อสงสัย (Ambiguity Resolution) การสื่อสารมักจะทำให้เกิดความสับสนให้สมาชิกในสังคม ผู้รับสารจึงมักแสวงหาสารสนเทศโดยการอาศัยสื่อทั้งหลายเพื่อตอบและไขความสับสนต่อข้อสงสัยของตน
2. การสร้างทัศนคติ (Attitude Formation) ผลกระทบเชิงความรู้ต่อการปลูกฝังทัศนคตินั้นส่วนมากนิยมใช้กับสารสนเทศที่เป็นนวัตกรรม เพื่อสร้างทัศนคติให้คนยอมรับการแพร่ นวัตกรรมนั้น ๆ (ในฐานะความรู้)
3. การกำหนดวาระ (Agenda Setting) เป็นผลกระทบเชิงความรู้ที่สื่อกระจายออกไปเพื่อให้ประชาชนตระหนักและผูกพันกับประเด็นวาระที่สื่อกำหนดขึ้น ซึ่งหากตรงกับภูมิหลังและความสนใจของปัจเจกชนตลอดจนค่านิยมของสังคมแล้ว ผู้รับสารก็จะเลือกสารสนเทศนั้น
4. การพอกพูนระบบความเชื่อ (Expansion of Belief System) การสื่อสารสังคมมักกระจายความเชื่อ ค่านิยมและอุดมการณ์ด้านต่าง ๆ ไปสู่ประชาชน จึงทำให้ผู้รับสารมีระบบความเชื่อที่หลากหลายไว้ในความเชื่อของตนมากขึ้นไปเรื่อย ๆ
5. การรู้แจ้งต่อค่านิยม (Value Clarification) ความขัดแย้งในเรื่องค่านิยมและอุดมการณ์เป็นภาวะปกติของสังคม สื่อมวลชนมีหน้าที่นำเสนอข้อเท็จจริงในประเด็นเหล่านี้ ย่อมทำให้ประชาชนผู้รับสารเข้าใจถึงค่านิยมเหล่านั้นแจ่มชัดขึ้น

คาร์เตอร์ วี กู๊ด (Carter V. Good, 1973) กล่าวว่า ความรู้เป็นข้อเท็จจริง (Facts) ความจริง (Truth) เป็นข้อมูลที่มีมนุษย์ได้รับและเก็บรวบรวมจากประสบการณ์ต่างๆ การที่บุคคลยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้อย่างมีเหตุผลนั้นบุคคลควรจะตั้งรู้เรื่องเกี่ยวกับสิ่งนั้นเพื่อประกอบการตัดสินใจนั้นก็คือ บุคคลจะต้องมีข้อเท็จจริงหรือข้อมูลต่างๆ ที่จะสนับสนุนความรู้สึกของตนและสามารถให้คำตอบต่อข้อสงสัยที่บุคคลมีอยู่ตลอดจนสามารถชี้แจงให้บุคคลอื่นเกิดความเข้าใจ และมีทัศนคติที่ดีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งรวมทั้งเกิดความตระหนักความเชื่อและค่านิยมต่างๆ ให้คล้อยตามความรู้ที่บุคคลมีอยู่

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520) กล่าวว่า ความรู้ (Knowledge) เป็นพฤติกรรมขั้นต้นซึ่งผู้เรียนเพียงแต่จำได้ อาจจะได้โดยการนึกได้หรือโดยการมองเห็นหรือได้ยิน จำได้ ความรู้ขั้นนี้ ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับคำจำกัดความ ความหมาย ข้อเท็จจริง ทฤษฎี กฎ โครงสร้าง และวิธีการแก้ปัญหาเหล่านี้

เบนจามิน เอส บลูม (Benjamin S. Bloom, 1967) ได้ให้ความหมายของความรู้ว่า ความรู้ (Knowledge) เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการระลึกถึงเฉพาะเรื่องหรือเรื่องทั่วไป ระลึกถึงวิธี ขั้นตอนกระบวนการหรือสถานการณ์ต่างๆ โดยเน้นความจำ

1. ความรู้ (Knowledge) ทำให้ทราบถึงความสามารถในการจำและการระลึกถึงเหตุการณ์หรือประสบการณ์ที่เคยพบมาแล้วแบ่งออกเป็น
  - 1.1. ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาวิชาโดยเฉพาะ
  - 1.2. ความรู้เกี่ยวกับวิธีและการดำเนินการที่เกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
  - 1.3. ความรู้เกี่ยวกับการรวบรวมแนวความคิดและโครงสร้าง
2. ความเข้าใจ (Comprehensive) ทำให้ทราบถึงความสามารถในการใช้สติปัญญาและทักษะเบื้องต้นแบ่งออกเป็น
  - 2.1. การแปลความ คือ การแปลความหมายจากแบบหนึ่งไปสู่อีกแบบหนึ่งโดยรักษาความหมายได้ถูกต้องไม่ผิดเพี้ยน หรือเปลี่ยนไปจากเดิม
3. การนำไปใช้ (Application) คือ สามารถนำเอาข้อเท็จจริงและความคิดเห็นที่เป็นนามธรรมปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม
4. การวิเคราะห์ (Analysis) คือ สามารถใช้ความคิดในรูปของการนำความคิดมาแยกเป็นส่วนเป็นประเภทหรือนำข้อมูลมาประกอบกันเพื่อการปฏิบัติของตนเอง

5. การสังเคราะห์ (Synthesis) คือ การนำข้อมูล และแนวคิดมาประกอบกันแล้วนำไปสู่การสร้างสรรคซึ่งเป็นสิ่งใหม่แตกต่างไปจากเดิม
6. การประเมินค่า (Evaluation) คือ ความสามารถในการใช้ข้อมูลเพื่อตั้งเกณฑ์ การรวบรวม และวัดข้อมูลตามมาตรฐาน เพื่อให้ข้อตัดสินใจถึงระดับของประสิทธิผลของกิจกรรมแต่ละอย่าง

แพทริก เมเรดิธ (Patrick Meredith, 1966) ได้ให้คำจำกัดความว่า ความรู้ (Knowledge) จำเป็นต้องมีองค์ประกอบ 2 ประการ คือ ความเข้าใจ (Understanding) และการคงอยู่ (Retaining) เพราะความรู้ (Knowledge) หมายถึง ความสามารถจดจำได้ในบางสิ่งบางอย่างที่เราเข้าใจมาแล้ว กระบวนการรับรู้จะเกี่ยวข้องกับ 3 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 การเลือกเปิดรับสื่อหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจ หรือเปิดรับข่าวสาร ทั้งการเลือกโดยจงใจ หรือการเลือกโดยไม่จงใจ จากแหล่งหนึ่งแหล่งใด ที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง การเลือกเปิดรับสารมีความสัมพันธ์กับปัจจัยต่างๆ หลายประการ เช่น ทักษะเดิม ความเชื่อ อุดมการณ์ ลัทธินิยม ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม ประสบการณ์ ฯลฯ

ขั้นตอนที่ 2 การเลือกรับรู้หรือเลือกตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) ผู้รับสารแต่ละคนอาจจะตีความหมายข่าวสารขึ้นเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อมวลชนไม่ตรงกัน ความหมายของข่าวสารที่ส่งไปถึงไม่ได้อยู่ที่ตัวอักษร รูปภาพ หรือคำพูดเท่านั้น แต่อยู่ที่ผู้รับสารเลือกที่จะรับรู้ หรือการเลือกตีความหมายของข่าวสารตามความเข้าใจของตนเอง หรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ในขณะนั้นด้วย

ขั้นตอนที่ 3 กระบวนการเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตน

การเกิดความรู้สึกไม่วาระดับใดก็ตาม ย่อมมีความสัมพันธ์กับความรู้สึกนึกคิดซึ่งเชื่อมโยงกับสภาพจิตใจในบุคคลต่างกัน อันมีปัจจัยมาจากประสบการณ์ที่สั่งสมมาและสภาพแวดล้อมที่มี

อิทธิพลทำให้บุคคลมีความคิด และแสดงออกตามความคิด ความรู้สึกของตน ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า ความรู้สึกเป็นบ่อเกิดแห่งทัศนคติ

เบอร์กูน (Burgoon) ริเวอร์ (River) ปีเตอร์สัน และ เจนเซิน (Peterson and Jensen) (ปรมะ สตะเวทิน, 2540) ได้กล่าวถึง การศึกษาหรือความรู้ (Knowledge) ว่าเป็นลักษณะอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกันในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกันในสาขาวิชาที่ต่างกันจึงย่อมมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์และความต้องการที่แตกต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูงหรือมีความรู้ดีจะได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะคนเหล่านี้มีความรู้ที่กว้างขวางในหลายๆ เรื่องมีความเข้าใจเรื่องของคำศัพท์และมีความเข้าใจสารได้ดีแต่คนเหล่านี้มักจะเป็นคนที่ไม่ค่อยเชื่ออะไรง่ายๆ

การเกิดความรู้ไม่ว่าอยู่ในระดับใด ย่อมมีความสัมพันธ์กับความรู้สึคนึกคิดซึ่งเชื่อมโยงกับการเปิดรับข่าวสารของบุคคล รวมไปถึงลักษณะของบุคคลโครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรม สภาพแวดล้อมตลอดจนประสบการณ์ของผู้รับข่าวสารแต่ละคน ถ้าประกอบกับการที่บุคคลมีความพร้อมในด้านต่างๆ เช่น มีความพร้อมในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาค เลือดก็มีโอกาสที่จะมีความรู้ในเรื่องนี้มากขึ้น สามารถเชื่อมโยงความรู้ที่มีอยู่เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นอยู่ในขณะนั้นได้ ก็จะสามารถนำข้อมูลต่างๆ มาวิเคราะห์ สังเคราะห์รวมทั้งประเมินผลได้ เมื่อประชาชนเกิดความรู้เกี่ยวกับการบริจาคของสุนัขไม่ว่าจะในระดับใดก็ตาม สิ่งที่เกิดตามมาคือ ทัศนคติ ความคิดเห็นในลักษณะต่างๆ (दाराररण ศรีสุกใส, 2542)

### ทัศนคติ (Attitude)

"ทัศนคติ" หรือ "Attitude" ในภาษาอังกฤษ มีรากศัพท์มาจากคำว่า Aptus ในภาษาลาติน แปลว่า ความโน้มเอียงและเหมาะสมเมื่อนำมาใช้ในความหมายของการสื่อสาร หมายถึง ท่าทีที่บุคคลแสดงออกมาซึ่งบ่งบอกถึงสภาพจิตใจ ความรู้สึกและอารมณ์ของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่ง

ทัศนคติ (Attitude) เป็นเครื่องชี้วัดว่าบุคคลแต่ละคนมีความคิดและความรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุหรือสิ่งแวดลอมตลอดจนสถานการณ์ต่างๆ โดยทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้าและเป็นมิตของการประเมินเพื่อแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่งๆ จึงถือเป็นการ



สื่อสารภายในบุคคล (Intrapersonal Communication) ที่เป็นผลมาจากการรับสารอันจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป (สุรพงษ์ โสภนะเสถียร, 2533)

ซึ่งคำว่า “ทัศนคติ (Attitude)” ได้ถูกให้คำจำกัดความจากนักวิชาการหลายๆ ท่าน ดังนี้

ดร.เสรี วงษ์มณฑา กล่าวว่า "ทัศนคติ คือ ความพร้อมที่จะประพฤติปฏิบัติประกอบไปด้วย ความรู้ ความรู้สึก และแนวโน้มของพฤติกรรม" (เสรี วงษ์มณฑา, 2529)

อัลพอร์ต (Allport, 1973) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง สภาวะความพร้อมทางด้านจิต (Mental Attitudes) ซึ่งเกิดขึ้นจากประสบการณ์ สภาวะความพร้อมนี้จะเป็แรงที่กำหนดทิศทางของปฏิกิริยาของบุคคลที่จะมีต่อบุคคล สิ่งของ หรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง

เบอร์โกวิท (Berkowitz) ได้ยกเอานิยามของมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง 3 แห่ง ซึ่งเป็นผู้นำความคิดเกี่ยวกับเรื่องนี้มาเป็นแนวพิจารณา มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งนิยามว่า "ทัศนคติ" คือการประเมินหรือปฏิกิริยาทางด้านอารมณ์ ความรู้สึก ฉะนั้น ทัศนคติของบุคคลต่อวัตถุทางสังคม คือ ความรู้สึก "ชอบ" หรือ "ไม่ชอบ" ต่อสิ่งนั้น ๆ มหาวิทยาลัยอีกแห่งหนึ่งกล่าวว่า "ทัศนคติ" คือ การเตรียมพร้อมที่จะตอบสนองในทางหนึ่งทางใดต่อวัตถุทางสังคม และการเตรียมพร้อมนี้มีธรรมชาติเป็นการ "เห็นด้วย" และ "ไม่เห็นด้วย" ส่วนมหาวิทยาลัยอีกแห่งหนึ่งแย้งว่า "ทัศนคติ" คือกลุ่มของความเข้าใจ ความรู้สึก และพฤติกรรมที่ประสมประสานกันต่อวัตถุทางสังคม ทิศทางของทัศนคติแบ่ง เป็น 3 ทิศทาง คือ "เห็นด้วย" "ไม่เห็นด้วย" และที่ "เป็นกลาง" (เมตตา กฤตวิทย์ และคณะ, 2530)

ดังนั้น ทัศนคติ จึงเป็นแนวโน้มในการที่จะแสดงหรือมีปฏิกิริยาในทางบวกหรือทางลบต่อสิ่งหนึ่ง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับค่านิยมและประสบการณ์ทางสังคมของบุคคล (สุนารี ประสานเสริมส่ง, 2537) ความหมายของทัศนคติได้มีการใช้กันอย่างกว้างขวางตลอดเวลาที่มีการศึกษาในทางสังคมวิทยาและจิตวิทยาสังคม ทางรัฐศาสตร์เองก็ใช้อย่างมากในการศึกษาเกี่ยวกับประชามติ (Public Opinion) เป็นที่น่าสังเกตว่านักวิชาการต่างให้ความหมายแตกต่างกันออกไป อย่างไรก็ตาม หลักที่ยอมรับกันในระหว่างนักวิชาการด้วยกันว่า ทัศนคติ มีลักษณะสำคัญ 4 ประการ คือ

1. ทักษะคติ เป็นสภาวะก่อนที่จะมีพฤติกรรมโต้ตอบ (Predisposition to Respond) ต่อเหตุการณ์หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยเฉพาะ หรือจะเรียกว่าเป็นสภาวะพร้อมก่อนที่จะมีพฤติกรรมจริง
2. ทักษะคติ จะมีความคงตัวอยู่ในช่วงระยะเวลา (Persistent Over Time) แต่ไม่ได้หมายความว่า จะไม่มีการเปลี่ยนแปลง
3. ทักษะคติ เป็นตัวแปรแฝงที่นำไปสู่ความสอดคล้องระหว่างพฤติกรรมกับความรูสึกนึกคิด ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของการแสดงออกโดยวาจาหรือการแสดงความรู้สึก ตลอดจนงานที่จะต้องเผชิญ หรือหลีกเลี่ยงต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
4. ทักษะคติ มีคุณสมบัติของแรงจูงใจในอันที่จะทำให้บุคคลประเมินและเลือกสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งมีความหมายต่อไปถึงการกำหนดทิศทางของพฤติกรรมจริงด้วย (ทิตยา สุวรรณะชญ, 2527)

Rogers (1978) อธิบายว่า ทักษะคติ คือดัชนีที่ใช้ชี้วัดว่าบุคคลนั้นมีความคิดและรูสึกอย่างไรต่อบุคคลวัตถุรอบข้างสิ่งแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น โดยทักษะที่เกิดขึ้นนั้นมีพื้นฐานมาจากความเชื่อ ซึ่งยังอาจส่งผลต่อพฤติกรรมในอนาคตได้อีกด้วย ทักษะคติที่เกิดขึ้นนี้จึงสามารถนำมาใช้ในการประเมินได้ว่าบุคคลรูสึกอย่างไรในประเด็นนั้นๆ ซึ่งเป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล (Intrapersonal Communication) ซึ่งเป็นผลมาจากการได้รับสารซึ่งจะมีผลต่อการแสดงออกทางพฤติกรรมต่อไป

คุณลักษณะของทักษะคติอาจสรุปได้ ดังนี้

1. ทักษะคติ เป็นขั้นตอนของความรูสึกนึกคิดที่เกิดขึ้นภายในตัวของแต่ละบุคคล แม้แต่ในเรื่องเดียวกัน บุคคลแต่ละคนก็ย่อมมีทักษะคติที่ไม่เหมือนกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ รอบตัวบุคคล
2. ทักษะคติ มิใช่สิ่งที่ติดตัวบุคคลมาแต่กำเนิด แต่เกิดจากการเรียนรู้สิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัวของบุคคล โดยจะก่อตัวขึ้นจากหลังจากที่ได้มีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งนั้น ตลอดจนจนเป็นผลที่บุคคลได้จากการเรียนรู้และทำความเข้าใจในสิ่งนั้น
3. ทักษะคติมีลักษณะที่มั่นคงและถาวร คือ เมื่อเกิดขึ้นมาแล้วยากที่จะเปลี่ยนแปลงในทันทีทันใดหรือในระยะเวลาสั้นๆ ทั้งนี้ต้องใช้เวลา ใช้เหตุผลและข้อมูลต่างๆ ในการโน้มน้าวใจให้บุคคลเกิดการยอมรับในข้อมูลใหม่ที่ไม่เคยเจอหรือขัดกับความรูสึกของตัวเอง

เพื่อให้บุคคลเกิดทัศนคติใหม่ โดยกระบวนการนี้เป็นกระบวนการที่ต้องใช้เวลาที่บุคคลจะเกิดการเรียนรู้และยอมรับในสิ่งใหม่ๆ

4. ทัศนคติ มีความหมายถึง ความรู้สึกที่มีต่อตัวบุคคลหรือสิ่งต่างๆ ได้ เพราะทัศนคติเป็นสิ่งที่บุคคลได้รับและเรียนรู้มาจากบุคคลอื่นหรือสิ่งแวดล้อมรอบตัว จึงสามารถอ้างอิงหรือชี้วัด ถึงแหล่งที่มาของทัศนคติของบุคคลคนนั้นได้

#### การเกิดทัศนคติ

Likert ได้ศึกษาถึงที่มาในการเกิดทัศนคติของตนเอง โดยสรุปข้อศึกษาเป็นหลักไว้ว่า ทัศนคตินั้นเป็นสิ่งที่เกิดจากความรู้อื่น (Learning) โดยมีแหล่งที่มาของทัศนคติ (Source of Attitude) ที่สำคัญได้แก่

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Special Experience) กล่าวคือ ทัศนคติยอมเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับประสบการณ์เฉพาะที่เคยมีมาก่อน
2. การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น (Communication with Others) กล่าวคือ ทัศนคติที่เกิดจากการรับสารผ่านสื่อบุคคล เช่น การสั่งสอนของผู้ใหญ่ย่อมมีผลต่อทัศนคติของเด็ก
3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) กล่าวคือ ทัศนคติที่เกิดจากการเลียนแบบผู้อื่น ซึ่งสามารถเกิดได้ทั้งจากการเลียนแบบด้านการแสดงพฤติกรรมและการเลียนแบบด้านวิถีในการคิด
4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) กล่าวคือ ทัศนคติที่เกิดจากความเกี่ยวข้องและความผูกพันที่มีต่อสถาบัน ตลอดจนตำแหน่งและฐานะที่ดำรงอยู่ในสถาบัน ซึ่งนำไปสู่การแสดงออกทางพฤติกรรมในการปฏิบัติหน้าที่ตามบทบาทนั้นๆ

จะเห็นได้ว่า แหล่งที่มาของทัศนคติในแนวคิดของ Likert ทั้งหมดนั้นเป็นผลที่มาจาก การสื่อสารไม่ว่าจะเป็นการเรียนรู้ด้วยตนเอง การเปิดรับอิทธิพลจากสื่อบุคคลหรือการเลียนแบบก็ตาม ล้วนมีมิติของการสื่อสารแทรกอยู่เป็นหลักทั้งสิ้น จึงสามารถสรุปได้ว่า การสื่อสารเป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดทัศนคติ นั้นเอง

## การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

Zimbardo Ebbesen and Maelach (1977) ได้นำเสนอทฤษฎีเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมไว้ใน Theories of Attitude and Behavior Change (1977) ว่าทัศนคติของบุคคลสามารถถูกเปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี อาจจะเป็นโดยวิธีที่บุคคลได้รับข่าวสารต่างๆ ซึ่งมาจากบุคคลอื่นหรือสื่อมวลชนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านองค์ประกอบที่ก่อให้เกิดทัศนคติ ซึ่งได้แก่ องค์ประกอบทางด้านความคิด ความเข้าใจ (Cognitive Component) องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก (Affective Component) และองค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) โดยสรุปได้ว่าเมื่อองค์ประกอบด้านใดด้านหนึ่งเปลี่ยนแปลงไปก็จะมีผลทำให้องค์ประกอบด้านอื่นๆ เปลี่ยนแปลงไปด้วย

1. องค์ประกอบด้านความรู้ ความเข้าใจ (Cognitive Component) เป็นส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ทั่วไปทั้งสิ่งที่ชอบและไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้หรือความคิดว่าสิ่งใดดีก็มีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดีก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น
2. องค์ประกอบด้านอารมณ์ความรู้สึก (Affective Component) คือลักษณะของการแสดงออกทางด้านอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคนนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละคนเป็นสิ่งเร้าหรือกระตุ้นความคิดอีกครั้งหนึ่ง ถ้าหากบุคคลมีภาวะความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดีก็จะแสดงออกมาในขณะคิดถึงสิ่งนั้นออกมาในลักษณะที่ต่างกัน เช่น ความรู้สึกในด้านบวก เรียกว่า “Positive Affective Component” ก็จะมีความรู้สึกที่เป็นไปในทางที่ดี ในทางตรงกันข้ามหากบุคคลมีความรู้สึกในด้านลบ เรียกว่า “Negative Affective Component” ก็จะมีความรู้สึกในทางที่ไม่ดี
3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) คือ การแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก การแสดงออกของบุคคลซึ่งบ่งบอกถึงแนวโน้มและความพร้อมของบุคคลที่จะกระทำการใดๆ สะท้อนถึงการยอมรับและปฏิเสธอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความคิดและความรู้สึกนั่นเอง

McGuire (1968) ได้อธิบายถึงขั้นตอนในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม อันเป็นผลมาจากการเปิดรับสื่อสาร ซึ่งมีทั้งสิ้น 5 ขั้นตอนได้แก่

1. การใส่ใจ (Attention)
2. การเข้าใจ (Comprehension)
3. การยอมรับ (Yielding)
4. การเก็บรักษา (Retention)
5. การกระทำ (Action)

กล่าวคือ เมื่อมีกระบวนการสื่อสารเกิดขึ้นและผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติแล้ว กระบวนการทั้ง 5 ขั้นตอนจะเกิดขึ้นตามลำดับ แต่ไม่สามารถระบุได้ว่าจะเกิดขึ้นในขั้นตอนใดบ้าง และกระบวนการนั้นจะดำรงอยู่ได้นานเพียงใด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต่อเนื่องในการสื่อสารและการเปิดรับสารตลอดจนบริบทของผู้รับสารเองที่ย่อมมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นตลอดเวลา เช่น ประสบการณ์ การศึกษา สติปัญญา ความเจ็บป่วย ฐานะทางเศรษฐกิจ บทบาททางสังคม เป็นต้น

จุมพล รอดคำดี (2532) กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของมนุษย์นั้น มีกระบวนการเปลี่ยนแปลงอยู่ 3 ระดับ คือ

1. การเปลี่ยนแปลงความคิด สิ่งที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้จะมาจากข้อมูลข่าวสารใหม่ ซึ่งอาจมาจากสื่อมวลชนและบุคคลอื่นๆ
2. การเปลี่ยนความรู้สึก การเปลี่ยนในระดับนี้จะมาจากประสบการณ์ ความประทับใจ หรือสิ่งทำให้เกิดความสะเทือนใจ
3. การเปลี่ยนพฤติกรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินในสังคม ซึ่งไปมีผลต่อบุคคลทำให้ต้องปรับพฤติกรรมเดิมเสียใหม่

ทัศนคติของบุคคล เป็นสิ่งที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้จากการที่บุคคลได้รับข่าวสารต่างๆ ซึ่งข่าวสารนั้นอาจจะมาจากสื่อบุคคลและสื่อมวลชนต่างๆ ข่าวสารเหล่านี้จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อองค์ประกอบของทัศนคติด้านความรู้หรือการรับรู้ (Cognitive component) และการเปลี่ยนแปลงทัศนคติก็มีแนวโน้มทำให้องค์ประกอบด้านอารมณ์ (Affective Component) เปลี่ยนแปลงไปด้วย ดังนั้นอาจสรุปได้ว่า หากได้รับข่าวสารในระดับที่แตกต่างกันก็ย่อมทำให้มี



ทัศนคติหรือแนวโน้มของพฤติกรรมแตกต่างกันไปด้วย ซึ่งการเปลี่ยนแปลงส่วนมากไม่ได้มาจากการเปลี่ยนค่านิยม (Value) ของบุคคล แต่มาจากการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ คือ สื่อ (Media) ซึ่งอาจจะเป็นสื่อบุคคลหรือสื่อมวลชน ซึ่งเป็นช่องทางในการส่ง “ข่าวสาร” (Message) ให้แก่ผู้รับข่าวสารแต่อิทธิพลของ “ข่าวสาร” และ “สื่อ” จะมีมากหรือน้อยเพียงใดนั้นย่อมขึ้นอยู่กับข่าวสารและผู้รับสารว่ามีความสอดคล้องกันหรือไม่ระหว่างข่าวสารกับความรู้และทัศนคติของผู้รับสารซึ่งอาจจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือไม่เปลี่ยนแปลงก็ได้ ซึ่งหากบุคคลยอมที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติแล้ว ทัศนคติใหม่ก็จะอยู่กับบุคคลนั้นไปจนกว่าจะมีข้อมูลข่าวสารใหม่ที่มีอิทธิพลหรือความน่าเชื่อถือมากกว่าข่าวสารเดิม เข้ามาเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคลอีกครั้ง

### พฤติกรรม (Practice)

ปักจ พรมยาน (2531) กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง การกระทำ หรือการตอบสนองของมนุษย์ต่อสถานการณ์หนึ่งหรือสถานการณ์ใด หรือสิ่งกระตุ้นต่างๆโดยการกระทำนั้นเป็นไปโดยมีจุดมุ่งหมายซึ่งเป็นไปอย่างไร้สติตัว โดยที่บุคคลอื่นๆ สามารถสังเกตการณ์กระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม

สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร (2533) นิยามว่า เป็นการแสดงออกของบุคคลโดยมีพื้นฐานมาจากความรู้และทัศนคติที่แตกต่างกัน ความแตกต่างของความรู้และทัศนคติเกิดขึ้นเพราะความแตกต่างกันในเรื่องการเปิดรับสื่อ และความแตกต่างในการแปลความสารที่ตนได้รับ จึงทำให้เกิดประสบการณ์ที่แตกต่างกันออกไป ทำให้มีผลต่อพฤติกรรมของบุคคลที่แตกต่างกันออกไป โดยทั่วไปการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวพฤติกรรมสามารถเกิดขึ้นได้หลายระดับ ตั้งแต่ระดับปัจเจกชนจนถึงระดับสังคม การโน้มน้าวพฤติกรรมการสื่อสารสังคมอาจผ่านสื่อโดยอาศัยวิธีการดังนี้

1. การปลุกอารมณ์ (Emotional Arousal) เพื่อให้เกิดความตื่นตัวในการติดตาม ไม่ว่าจะ เป็นภาพหรือเสียง
2. การเห็นอกเห็นใจ (Empathy) ด้วยการแสดงความอ่อนโยน เสียสละ และความกรุณาปราณี
3. การสร้างแบบอย่างขึ้นใจ (Internalize Norms) เป็นการสร้างมาตรฐานอย่างหนึ่งขึ้น เพื่อให้มาตรฐานนั้นปลูกศรัทธา และเป็นตัวอย่างแก่ผู้รับสารที่จะต้องปฏิบัติตาม
4. การให้รางวัล (Reward) เช่น การมอบรางวัล ประกาศเกียรติคุณ เพื่อเป็นการจูงใจในการเข้าร่วมโครงการ

ผลของการโน้มน้าวใจด้วยวิธีดังกล่าว ก่อให้เกิดพฤติกรรมพื้นฐาน 2 แบบ คือ

1. กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมใหม่หรือพฤติกรรมที่ต่อเนื่อง (Activation)
2. หยุดยั้งพฤติกรรมเก่า (Deactivation)

#### องค์ประกอบของพฤติกรรม

Cronbach (1972) อธิบายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เกิดขึ้นเพราะองค์ประกอบ 7 ประการ ต่อไปนี้

1. ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการหรือวัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดกิจกรรม คนเราต้องทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น กิจกรรมบางอย่างก็ให้ความพอใจหรือสนองตอบความต้องการได้ทันที แต่ความต้องการหรือวัตถุประสงค์บางอย่างต้องใช้เวลาอันยาวนานจึงสามารถบรรลุความต้องการ คนเราจะมีความต้องการหลายๆอย่างในเวลาเดียวกันและต้องเลือกตอบสนองความต้องการที่รีบด่วนก่อน
2. ความพร้อม (Readiness) หมายถึง ระดับวุฒิภาวะ หรือความสามารถในการทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ ซึ่งคนเราไม่สามารถสนองตอบความต้องการได้หมดทุกอย่าง เพราะความต้องการบางอย่างอยู่นอกเหนือความสามารถของตัวเอง
3. สถานการณ์ (Situation) เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้บุคคลเลือกทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการของตนเอง
4. การแปลความหมาย (Interpretation) ก่อนที่คนเราจะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง จะต้องพิจารณาสถานการณ์เสียก่อน เพื่อเป็นการศึกษาหาช่องทางในสถานการณ์ที่กำลังเผชิญอยู่ หรือการวางแผนเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมาย โดยพิจารณานำปัจจัยแวดล้อมหรือสถานการณ์ต่างๆ มาใช้ให้เป็นประโยชน์ การจะบรรลุจุดมุ่งหมายนั้นมีหลายวิธีการที่คนจะเลือกวิธีที่ดีที่สุดนั้นขึ้นอยู่กับความสามารถในการแปลความหมายเป็นสำคัญ
5. การตอบสนอง (Response) หมายถึง การทำกิจกรรมเพื่อสนองตอบความต้องการโดยกระทำในวิธีการที่ได้เลือกแล้วในขั้นการแปลความหมาย
6. ผลที่ได้รับหรือผลที่ตามมา (Consequence) ผลที่ได้รับหลังจากตอบสนองสิ่งเร้าหรือสถานการณ์แล้ว ซึ่งอาจจะประสบผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมายจะเกิดความพอใจ (Confirm) ถ้าไม่ประสบผลสำเร็จย่อมไม่พอใจ ผิดหวัง (Contradict) ถ้าประสบผลสำเร็จก็จะเป็นแรงจูงใจให้ทำกิจกรรมอย่างเดิมอีก ถ้าไม่บรรลุจุดมุ่งหมายอาจหมดกำลังใจท้อแท้ที่จะตอบสนองหรือทำพฤติกรรมต่อไป

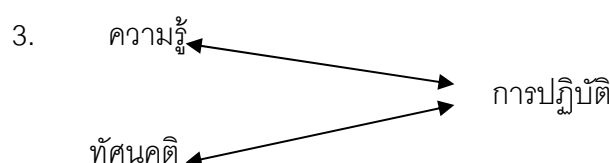
7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Thwarting) หากไม่สามารถสนองตอบความต้องการได้ก็กล่าวได้ว่าประสบกับความผิดหวัง ซึ่งจะกระทำใน 2 ลักษณะคือ ปรับปรุงการกระทำของตนใหม่เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายโดยย้อนไปพิจารณาหรือแปลสถานการณ์หรือสิ่งเร้าใหม่แล้วหาวิธีกระทำพฤติกรรมที่เหมาะสมเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายปลายทางให้ได้ อีกประการหนึ่งอาจเลิกไม่ทำกิจกรรมนั้นอีกหรืออาจจะกระทำซ้ำ ๆ อย่างเดิมโดยไม่เกิดผลใดๆ

ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม

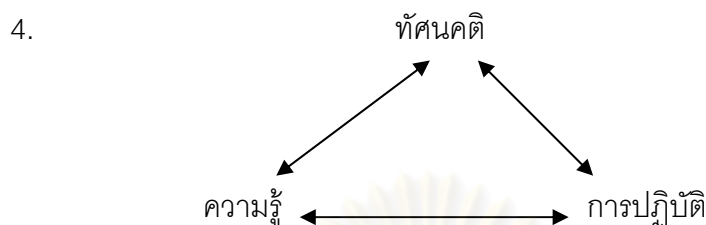
Zimbardo Ebbesen and Maelach (1977) สรุปว่าทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของคนเราจะเป็นอย่างไรรู้ขึ้นอยู่กับความรู้ที่มีอยู่ของผู้คนนั้น คือ ถ้าผู้ใดมีความรู้ดีทัศนคติต่อสิ่งนั้นก็จะเป็นไปด้วยดี เมื่อมีทัศนคติที่ดีแล้วก็มีแนวโน้มที่จะส่งผลให้ผู้คนนั้นแสดงพฤติกรรมไปในทางที่ดี ดังนั้นความรู้ ทัศนคติและการแสดงพฤติกรรมจึงมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน

Schwartz (1975) ได้ศึกษาถึงรูปแบบความสัมพันธ์ของพฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้ทั้ง 3 ด้าน คือ ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และ การปฏิบัติ สามารถสรุปรูปแบบของความสัมพันธได้ เป็น 4 ลักษณะคือ

1. ความรู้ ↔ ทักษะ ↔ การปฏิบัติ  
ทัศนคติเป็นตัวกลางที่ทำให้เกิดความรู้และการปฏิบัติ ดังนั้นความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติและทัศนคติมีผลต่อการปฏิบัติ



ความรู้และทัศนคติต่างกันทำให้เกิดการปฏิบัติได้ โดยที่ความรู้และทัศนคติไม่จำเป็นต้องสัมพันธ์กัน



ความรู้มีผลต่อการปฏิบัติทั้งทางตรงและทางอ้อม สำหรับทางอ้อมนั้นมีทัศนคติเป็นตัวกลางทำให้เกิดการปฏิบัติตามมาได้

จากรูปแบบความสัมพันธ์ สามารถกล่าวได้ว่าการกระทำหรือพฤติกรรมใดๆ ของบุคคลเป็นผลมาจากพื้นฐานทางด้านความรู้และทัศนคติ การที่บุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันเกิดจากบุคคลนั้นมีความรู้และทัศนคติที่แตกต่างกัน ซึ่งความแตกต่างของความรู้และทัศนคติอาจเกิดมาจากความแตกต่างในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การแปลความหมาย (Interpretation) ของสารที่ตนเองได้รับสิ่งต่างๆ เหล่านี้ ก่อให้เกิดประสบการณ์ที่แตกต่างกันอันมีผลต่อพฤติกรรมที่แตกต่างกัน

#### ช่องว่างของความรู้ ทัศนคติ และการยอมรับปฏิบัติ

Rogers อธิบายเกี่ยวกับช่องว่างของความรู้ ทัศนคติ และการยอมรับปฏิบัติ หรือ KAP – GAP ทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลนั้นไม่สัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่องเสมอไป เมื่อมีการสื่อสารย่อมก่อให้เกิดความรู้ และทัศนคติในทางบวกต่อข่าวสารที่เผยแพร่แล้ว แต่ในขั้นตอนการยอมรับปฏิบัติอาจมีผลในทางตรงกันข้ามก็ได้ แม้ว่าส่วนใหญ่เมื่อบุคคลมีทัศนคติอย่างไรแล้ว ก็มักจะมีความโน้มเอียงที่จะปฏิบัติตามทัศนคติของตนก็ตาม แต่พฤติกรรมเช่นนี้จะไม่เกิดขึ้นเสมอไปเพราะในบางกรณีอาจเกิด KAP – GAP ได้ กล่าวได้โดยสรุปคือ ในกรณีทั่วไปเมื่อบุคคลมีความรู้ ทัศนคติอย่างไร ก็จะแสดงพฤติกรรมไปตามความรู้และทัศนคติที่มีอยู่คือ (K-Knowledge) (A-Attitude) (P-Practice) จะเกิดขึ้นอย่างสอดคล้องหรือสัมพันธ์กัน แต่จะไม่เกิดขึ้นเสมอในทุกกรณี

ในการปิดช่องว่างของความรู้ ทักษะ และ การปฏิบัติ โรเจอร์สได้เสนอวิธีแก้ไข 4 ประการ คือ

1. การให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการให้มากขึ้น คือ ต้องให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการให้กลุ่มเป้าหมาย เข้าใจอย่างแท้จริง ถึงวิธีการใช้หรือวิธีการปฏิบัติต่อสิ่งที่เผยแพร่
2. ให้คำแนะนำในการปฏิบัติ ซึ่งสามารถทำได้โดยใช้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมเข้าไปติดต่อกับ สมาชิกที่ต้องการรับนวัตกรรม โดยให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด
3. โดยการให้รางวัลแก่ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรม หรือยอมรับปฏิบัติเพื่อเป็นการจูงใจแก่สมาชิก อื่นๆ ที่ยังไม่ได้ยอมรับ
4. การใช้กลยุทธ์ในการโน้มน้าวโดยวิธีการใช้สื่อบุคคลเป็นเจ้าหน้าที่ส่งเสริม และผู้ให้แนวทาง ความคิดเข้าไปติดต่อกับกลุ่มสมาชิกหรือกลุ่มเพื่อนฝูง เพื่อโน้มน้าวสมาชิกให้เกิดการ ยอมรับปฏิบัติอีกต่อหนึ่ง

ดังนั้น การที่จะทำให้เจ้าของสุนัขเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมเกี่ยวกับการบริจาค เลือดของสุนัขนั้นจำเป็นต้องให้ความรู้ที่ถูกต้อง ตลอดจนประโยชน์ที่จะได้รับจากการพาสุนัข ไปบริจาคเลือด อันจะเป็นผลทำให้เจ้าของสัตว์เลี้ยงยอมเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม

### 3. ความรู้เกี่ยวกับเลือดและขั้นตอนการบริจาคเลือดของสุนัข

#### ความสำคัญของเลือด

เลือด (Whole Blood) ของสุนัขก็ทำหน้าที่เหมือนกับเลือดของมนุษย์ คือ ทำหน้าที่ลำเลียง สารอาหาร ขนส่งก๊าซออกซิเจน ไปยังส่วนต่างๆ ของร่างกาย รักษาสมดุลของน้ำและเกลือแร่ ทั้งยังปรับระดับอุณหภูมิให้คงที่ โดยเลือด (Whole Blood) ของสุนัขก็มีส่วนประกอบต่างๆ ซึ่ง ประกอบไปด้วย (จวิทร หัสบำเรอ, 18 กุมภาพันธ์ 2553, แหล่งที่มา <http://leocenter.makewebez.com>)

1. เม็ดเลือดแดง (Red Blood Cell, (RBC))
2. เม็ดเลือดขาว (White Blood Cell, (WBC))
3. เกล็ดเลือด (Platelet)
4. น้ำเลือด (Plasma)



โดยเลือดที่ได้รับการบริจาคจะถูกนำไปแยกออกเป็นส่วนต่างๆ ด้วยเครื่องปั่นเย็น (Refrigerated Centrifuge) เพื่อนำไปใช้งานตามวัตถุประสงค์ของสุนัขที่ป่วย หรือที่ขาดส่วนใดส่วนหนึ่งเท่านั้น ได้แก่

1. เม็ดเลือดแดงเข้มข้น (Red Concentrate Cells) หรือเม็ดเลือดแดง (Red Blood Cell, (RBC)) ให้ทดแทนกับสุนัขที่เสียเลือดในการผ่าตัด ประสบอุบัติเหตุ หรือจากการป่วยจากโรคเลือด เช่น โรคโลหิตจาง (Anemia), พยาธิในเม็ดเลือดแดง
2. เกล็ดเลือดเข้มข้น (Platelet Concentrate) ใช้ในสุนัขที่มีเกล็ดเลือดต่ำ มีปัญหาเลือดออกไม่หยุด หรือผ่าตัดใหญ่บางราย
3. เม็ดเลือดขาว (White Blood Cells (WBC), Buffy Coat) ปัจจุบันไม่ค่อยใช้ เนื่องจากจะใช้เฉพาะสุนัขที่มีเม็ดเลือดขาวต่ำมาก มีอาการติดเชื้อซึ่งใช้ยาปฏิชีวนะแล้วไม่ได้ผล (วิกิกร หัศบำเรอ, 18 กุมภาพันธ์ 2553, แหล่งที่มา <http://leocenter.makwebez.com>)
4. น้ำเลือด หรือ พลาสมา (Plasma) ประกอบด้วยโปรตีนหรือเอนไซม์ต่างๆ ซึ่งมีความสำคัญเกี่ยวกับการทำให้เลือดมีการแข็งตัว (Clotting Factor) มีความจำเป็นสำหรับการรักษาภาวะเลือดออก (Bleeding) อันเนื่องมาจากโรคตับ หรือเลือดออกจากการได้รับสารหนู (Rodent Poison) ยังใช้รักษาสุนัขป่วยที่มีระดับโปรตีนหรืออัลบูมินในเลือดต่ำ ส่วนประกอบอื่นๆของน้ำเลือด เช่น Cryoprecipitate คือ ตะกอนที่ได้จากการปั่นแยกเอา น้ำด้านบนออก ใช้สำหรับรักษาโรคเลือดดไหลไม่หยุด (Hemophilia) หรือโรคอื่นๆ ที่เกี่ยวกับปัญหาภาวะเลือดออกไม่หยุดอันเนื่องมาจากพันธุกรรม (18 กุมภาพันธ์ 2553, แหล่งที่มา <http://www.vet.ku.ac.th>)

โดยทั่วไปแล้วเม็ดเลือดแดง (Red Blood Cell, (RBC)) และน้ำเลือด (Plasma) จะเป็นส่วนที่มีความต้องการใช้มากที่สุด แต่ในทางปฏิบัติสัตวแพทย์จะนิยมใช้เลือด (Whole Blood) ในการรักษามากกว่าที่จะเลือกใช้ส่วนประกอบแต่ละประเภทในการรักษา เนื่องจากส่วนประกอบแต่ละประเภทจะทำหน้าที่ในการรักษาฟื้นฟูร่างกายของสัตว์ที่ป่วยในทุกๆ ด้าน การเลือกใช้ส่วนใดส่วนหนึ่งอาจทำให้ผลในการรักษาไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ยกเว้นเป็นบางกรณีที่ต้องการรักษาโรคเฉพาะอย่างเท่านั้น

### สาเหตุที่สุนัขมีความต้องการเลือด

สุนัขอาจจะมีอาการจำเป็นต้องการรับเลือดอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ด้วยเหตุผลหรือเหตุการณ์ ที่อยู่นอกเหนือเกินความควบคุมหลายๆ ประการ อันได้แก่ (18 กุมภาพันธ์ 2553, แหล่งที่มา <http://www.vet.ku.ac.th>)

1. การผ่าตัด ที่มีภาวะเสียเลือดมากๆ เช่น ตัดม้าม, ตัดตับ, ตัดไต, การตัดก้อนเนื้อในช่องท้อง
2. กรณีสัตว์จำเป็นต้องผ่าตัด แต่สภาพสัตว์ป่วยหนักหรือไม่พร้อมสำหรับการผ่าตัด เช่น โลหิตจาง หรือมีปัญหาการแข็งตัวของเลือด
3. ใช้ช่วยชีวิตสัตว์ที่ได้รับยาเบื้อหนูกลุ่ม Wafarin เนื่องจากเลือดจะไหลไม่หยุด (ยาเบื้อจะไปยับยั้งสารที่ช่วยการแข็งตัวของเลือด) ถ้าจะมียาแก้พิษ ก็จำเป็นต้องใช้พลาสมาแช่แข็งเพื่อช่วยชีวิต
4. ภาวะสัตว์ที่กำลังช็อก เนื่องจากขาดเลือด หรือขาดโปรตีนอย่างรุนแรง
5. ในกรณีที่เป็นพยาธิเม็ดเลือดอย่างรุนแรง หรือไม่ตอบสนองต่อการรักษาทางยา จำเป็นที่ต้องใช้เลือดเพื่อพองร่างกายสัตว์ให้สามารถทำการรักษาต่อได้
6. ใช้รักษาโรคทางกรรมพันธุ์บางอย่าง ซึ่งทำให้เกิดเลือดไหลไม่หยุด เช่น Hemophilia A, Hemophilia B, Von Willebrand disease.
7. ใช้รักษาภาวะที่สัตว์มีภาวะขาดอาหารอย่างรุนแรงโดยเฉพาะในลูกสัตว์
8. ใช้รักษาสัตว์ในสภาวะฉุกเฉินที่มีภาวะเลือดออกในอวัยวะภายใน เช่น ในช่องท้อง หรือในช่องอก
9. อาจใช้พัฒนาเป็น Hyper Immune Serum เพื่อรักษาในกรณีลูกสัตว์ที่ป่วยเป็นโรคทางไวรัส เช่น โรคสำไส้อักเสบ ใช้หัดสุนัข (รวีกร หัสบำเรอ, 18 กุมภาพันธ์ 2553 แหล่งที่มา <http://leocenter.makewebez.com>)

### คุณสมบัติของสุนัขที่สามารถบริจาคเลือด

สุนัขทุกขนาด ทุกวัย ทุกสายพันธุ์ ใช้ว่าจะสามารถบริจาคเลือดได้ เพราะการบริจาคเลือดนั้นก็มีหลักเกณฑ์ที่ไม่แตกต่างกันไปจากคน สำหรับคุณสมบัติของสุนัขที่สามารถบริจาคเลือดได้ควรมีคุณสมบัติ ดังนี้ (18 กุมภาพันธ์ 2553, แหล่งที่มา <http://www.vet.ku.ac.th>)

1. เป็นสุนัขอายุระหว่าง 1-6 ปี ไม่จำกัดเพศ พันธุ์ น้ำหนักไม่น้อยกว่า 20 กิโลกรัม (ถ้าเป็นเพศเมีย ต้องรอให้หมดประจำเดือนก่อน ถ้าทำหมันมาแล้วจะดีมาก) ขนาดยิ่งใหญ่ยิ่งดี
2. มีประวัติการทำวัคซีนครบ ได้แก่ วัคซีนรวม เช่น ล้าใส่อกเสบ ไข่หัด ตั๊บอักเสบ เลปโตสไปโรซีส (ฉี่หนู) วัคซีนพิษสุนัขบ้า โรคพยาธิหนอนหัวใจ
3. ปราศจากโรคติดต่อทางเลือด เช่น โรคพยาธิเม็ดเลือด โรคแท้งติดต่อในสุนัข พยาธิหนอนหัวใจ
4. ไม่เคยรับการผ่าตัดใหญ่ ในระยะ 1-2 เดือน ก่อนบริจาคเลือด
5. เป็นสุนัขมีสุขภาพแข็งแรงไม่มีโรคประจำตัวร้ายแรง กรณีที่มีโรคประจำตัวต้องแจ้งเจ้าหน้าที่ก่อนบริจาค
6. ไม่มีเห็บ หมัด หรือโรคผิวหนัง
7. สุขภาพฟันดี ไม่มีคราบหินปูน
8. เป็นสุนัขที่อาศัยอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี ได้รับโภชนาการที่ถูกต้อง และได้รับการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ
9. นิสัยสุภาพ เรียบร้อย ใจดี (ถ้าเป็นสุนัขที่ดื้อและไม่ค่อยให้ความร่วมมือขณะบริจาคเลือด อาจจำเป็นต้องใช้ยาซึม)
10. ทั้งนี้ หากสุนัขมีคุณสมบัติครบถ้วน ก่อนถึงวันนัดบริจาคโลหิต ควรดน้ำและอาหาร เพื่อความปลอดภัยในการให้ยาซึม

## วิธีการบริจาคและการถ่ายเลือดสุนัข

### วิธีการบริจาคเลือด

ขั้นตอนการบริจาคเลือดของสุนัข ไม่ได้มีความแตกต่างไปจากของคน โดยขั้นแรกทางเจ้าหน้าที่จะนำสุนัขมาตรวจเช็คสุขภาพและตรวจเลือด (Screened) กับสัตว์แพทย์ หากสุนัขมีผลตรวจเลือดผิดปกติหรือมีโรคที่ติดต่อทางเลือด ทางโรงพยาบาลจะแจ้งให้ทราบทันที เพื่อเป็นหลักประกันว่า สุนัขที่เข้าสู่กระบวนการบริจาคเลือดมีสุขภาพดี โดยปกติแล้วการบริจาคเลือดจะรับสุนัขที่มีหมู่เลือดในกลุ่ม "Universal Blood Type" หรือสุนัขที่มีหมู่เลือด ที่สามารถเข้ากับหมู่เลือดอื่นๆ ได้ ซึ่งก็คือกรุป DEA 4 ถ้าเปรียบเทียบกับคนก็คือหมู่เลือด โอ ทั้งนี้เพื่อลดความเสี่ยงของปฏิกิริยาทางเคมีจากการเข้ากันไม่ได้ของหมู่เลือดจากการให้เลือด แต่เนื่องด้วยไม่สามารถเลือกสุนัขที่มาบริจาคได้ กอปรกับเลือดที่ได้รับบริจาคมีจำนวนไม่เพียงพอกับความต้องการ จึง

จำเป็นต้องรับบริจาคเลือดไม่จำกัดกรุ๊ป เพียงแต่ก่อนการให้เลือดจะต้องมีตรวจการเข้ากันได้ของหมู่เลือด (Cross Match) ก่อนที่จะทำการถ่ายเลือด (22 กุมภาพันธ์ 2553, แหล่งที่มา <http://www.thaipost.net>)

จากนั้นสัตวแพทย์จะให้ยาซีม เพื่อป้องกันสุนัขติดเชื้อระหว่างการเจาะเลือด บริเวณที่ใช้ในการเก็บเลือดมี 2 ตำแหน่งด้วยกัน คือ บริเวณลำคอ และขาหน้า โดยเฉพาะหากทำการเก็บเลือดบริเวณลำคอนั้น ถ้าสุนัขติดเชื้ออันตรายได้ การวางยาซีมนี้จะไม่ผลข้างเคียงใดๆ หากแต่สุนัขจะมีอาการง่วงซึมเท่านั้น ในการบริจาค 1 ครั้ง จะเก็บเลือดปริมาณ 1 ยูนิต (Unit) หรือ 350-450 ซีซี ซึ่งโดยปกติความสามารถในการให้เลือด จะอยู่ระหว่าง 10-20 ซีซี ต่อน้ำหนัก 1 กิโลกรัม และควมถี่ในการบริจาคเลือดทุกๆ 4-6 เดือน ซึ่งปกติจะใช้เวลาประมาณ 5-15 นาที เมื่อเก็บผลเลือดได้ตามความต้องการแล้ว สัตวแพทย์จะให้ยาบำรุงเลือด พร้อมบัตรประจำตัวผู้บริจาคเลือด โดยการบริจาคจะไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น (พายุ ศรีสุกร, 23 มกราคม 2550, แหล่งที่มา [www.kapook.com](http://www.kapook.com))

### วิธีการให้เลือด

ทั้งนี้ก่อนการให้เลือดหรือองค์ประกอบของเลือดอื่นๆ กับสุนัข สัตวแพทย์จะตรวจการเข้ากันได้ของหมู่เลือด (Cross Match) เสียก่อน เพื่อความมั่นใจว่า เลือดที่จะให้กับสุนัขไม่มีปฏิกิริยาต่อสุนัขที่ได้รับเลือด เลือดจะถูกถ่ายให้กับสุนัขที่ต้องการเลือดด้วยการให้ทางสายยางผ่านเข้าหลอดเลือดดำ (ในลักษณะเดียวกับการให้สารน้ำผ่านทางหลอดเลือดดำ) อย่างช้าๆ อัตราเร็วของการให้และปริมาณเลือดที่จะให้กับสุนัขจะขึ้นอยู่กับความจำเป็นความต้องการและขนาดของสุนัข

เลือดที่ได้จากการบริจาคจะเป็นเลือดล้นมาจากสุนัขที่มีสุขภาพดีและผ่านขั้นตอนการตรวจกรอง (Screened) รวมถึงการตรวจ ความเข้ากันได้ของหมู่เลือด (Cross Match) ดังนั้นความเสี่ยงต่อการให้เลือดจึงมีน้อยมาก แต่สุนัขบางตัวเมื่อได้รับเลือดแล้ว อาจจะมีไข้เกิดขึ้นได้ หรืออาจจะพบว่าหน้าบวมเล็กน้อย (Mild Facial Swelling) ในระหว่างหรือหลังการให้เลือดก็ได้ ภาวะนี้สัตวแพทย์สามารถแก้ไขได้ สุนัขที่ป่วยด้วยโรคที่ค่อนข้างรุนแรงและต้องได้รับการให้เลือดซ้ำ อาจจะพัฒนาปฏิกิริยาการตอบสนองต่อการได้รับเลือดได้เพราะร่างกายของผู้รับยังไม่มีภูมิต้านทาน Antibody ต่อตัวผู้ให้ อาจทำให้การถ่ายเลือดในครั้งที่สองไม่ประสบความสำเร็จ (เทคโนโลยีชาวบ้าน รายงานพิเศษ, 2548) เพราะร่างกายสุนัขจะมีปฏิกิริยาต่อต้านเลือดกลุ่มนั้น

ซึ่งการให้เลือดต่างกรุ๊ปสามารถให้เลือดกลุ่มอื่นได้แค่ครั้งเดียวเท่านั้น (หนังสือพิมพ์คมชัดลึก, 2550)

### ขั้นตอนการเก็บและรักษาเลือดของสุนัข

ภายหลังจากการเจาะเก็บเลือด เจ้าหน้าที่จะนำเลือดที่ได้มาแยกด้วยเครื่องปั่นเย็น (Refrigerated Centrifuge) เป็น 2 ส่วน คือ เม็ดเลือดแดง (Red Blood Cell) สามารถเก็บไว้ได้นาน 28 วัน ส่วนน้ำเลือด (Plasma) จะถูกนำไปแช่แข็งที่อุณหภูมิ  $-30$  องศาเซลเซียส เก็บไว้ได้นาน 5 ปี (อ้างอิง เอกสาร เผยแพร่ทางวิชาการ คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์:2550) โดยทั่วไปเราสามารถเก็บสำรองเลือดไว้ใช้ได้ถึง 3 สัปดาห์ โดยจะเก็บไว้ที่อุณหภูมิ 4-5 องศาเซลเซียส ส่วนอายุของเลือดที่ได้รับบริจาค ถ้าเป็นเลือดหมู่เดียวกันมักจะอยู่ได้ยาวนาน แต่ถ้าเป็นเลือดคนละหมู่กันจะมีอายุสั้นและลดลงอย่างรวดเร็ว ส่วนเกร็ดเลือดนั้นจะสลายตัวเร็วมาก ใช้เวลาประมาณ 1 วัน เมื่อถ่ายออกมาจากตัวผู้บริจาค (อภิชาติ จิรัฐติกาลกิจ, อ้างอิงข้อมูลจากเว็บ <http://variety.teenee.com>)

ขั้นตอนการเก็บและรักษา จะทำให้เลือดปราศจากการปนเปื้อนเชื้อโรค และเก็บไว้ในตู้เก็บเลือด เช่นเดียวกับธนาคารเลือดของคน โดยปกติเลือดที่ได้รับบริจาคจะมีการกำหนดวันหมดอายุปรากฏอยู่ และทำลายเมื่อหมดอายุ แต่เนื่องจากความต้องการเลือดยังมีอยู่มาก เลือดจึงยังไม่เพียงพอต่อความต้องการ (เทคโนโลยีชาวบ้าน รายงานพิเศษ, 2548)

### **กลุ่มเลือดสุนัข**

ส่วนกลุ่มเลือดของสุนัข มีทั้งหมด 8 กรุ๊ป คือ DEA 1.1, DEA 1.2, DEA 3, DEA 4, DEA 5, DEA 6, DEA 7, DEA 8 ต่างจากมนุษย์คือ สุนัขจะไม่มี Antibody ในน้ำเลือด (Plasma) แต่จะมีสารเคลือบผิวเม็ดเลือด Antigen สำหรับหมู่เลือด DEA 1.1, DEA 1.2 ไม่สามารถเป็นผู้บริจาคเลือดได้ แต่สามารถรับเลือดได้คล้ายกลุ่ม AB ในมนุษย์ ส่วนกรุ๊ปเลือดอื่นๆ สามารถเป็นผู้บริจาคเลือดหรือรับเลือดกันได้ ไม่จำเป็นว่าจะต้องเป็นกรุ๊ปเลือดเดียวกัน แต่จะต้องมีการตรวจเลือดว่าเข้ากันได้หรือไม่ ส่วนกลุ่มที่สามารถบริจาคโลหิตให้กับทุกกลุ่มเลือด (Universal Donor) คือกลุ่ม DEA 4 หรือเปรียบได้กับเลือดกรุ๊ป โอ ของคน (อ้างอิง เอกสาร เผยแพร่ทางวิชาการ คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2550)



## ประโยชน์ของการบริจาคเลือด

เจ้าของสัตว์เลี้ยงส่วนใหญ่มักคิดว่า การบริจาคเลือดของสุนัขอาจก่อให้เกิดอันตรายกับสัตว์เลี้ยงของตัวเอง ซึ่งหากพิจารณาให้ดีแล้วจะพบว่าได้รับประโยชน์จากการนำสัตว์เลี้ยงไปบริจาคเลือด เพียงแต่เจ้าของสัตว์เลี้ยงส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง ซึ่งข้อดีและประโยชน์ของการนำสัตว์เลี้ยงไปบริจาคเลือด มีดังนี้

1. ร่างกายสุนัขจะผลิตเซลล์เม็ดเลือดใหม่ขึ้นมาทดแทนเลือดที่บริจาคไป ทำให้สุนัขมีสุขภาพแข็งแรง
2. ได้รับการตรวจเลือดและตรวจเช็คสุขภาพเป็นประจำทุก 4-6 เดือน เพราะก่อนการบริจาคเลือดต้องผ่านขั้นตอนการคัดกรองเลือด (Screened) หากพบว่ามีโรคติดโรคจะได้รับการรักษาได้ทันท่วงที
3. ไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ ในการบริจาคเลือดและได้รับยาบำรุงเลือดพร้อมบัตรประจำตัวผู้บริจาคเลือด
4. ได้ช่วยเหลือเพื่อนสัตว์เลี้ยงด้วยกัน
5. ได้รับวัคซีนประจำปีฟรี ตลอดระยะเวลาที่เป็นผู้บริจาคโลหิต (อ้างอิง เอกสาร เผยแพร่ทางวิชาการ คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2550)
6. การนำสัตว์เลี้ยงไปบริจาคเลือด นอกจากจะเป็นการทำบุญทางอ้อมแล้วยังทำให้ร่างกายของสัตว์เลี้ยงเองผลิตเม็ดเลือดขึ้นมาทดแทนเลือดที่บริจาคไป ส่งผลให้สุนัขมีสุขภาพแข็งแรงและอายุยืนยาวขึ้นและยังเป็นการตรวจสุขภาพในทุกๆ ครั้งที่น่าสัตว์เลี้ยงไปบริจาคเลือด

โลหิต สำหรับมนุษย์ถือได้ว่าเป็นของขวัญแห่งชีวิต (Gift of life) ซึ่งไม่สามารถตีค่าเป็นราคาหรือมีมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ (กรรณิการ์, 2544) ดังนั้น โลหิตจึงไม่ใช่สินค้าที่จะซื้อขายกันอย่างปกติ เหมือนเดียวกัน เลือดของสัตว์ทุกชนิดล้วนย่อมมีคุณค่าในตัวของมันเองไม่ได้แตกต่างไปจากเลือดของมนุษย์ ดังนั้น เราจึงควรให้ความสำคัญและตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการขาดแคลนเลือดของสัตว์เลี้ยง

#### 4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

##### งานวิจัยในประเทศ

สุกัญญา อามีน (2539) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาความรู้ทัศนคติที่มีต่อการปลูกถ่ายอวัยวะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้และการมีส่วนร่วมในโครงการเกี่ยวกับการปลูกถ่ายอวัยวะ แต่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติที่มีต่อการปลูกถ่ายอวัยวะ ในส่วนของความรู้เกี่ยวกับการปลูกถ่ายอวัยวะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติเกี่ยวกับการปลูกถ่ายอวัยวะ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในโครงการเกี่ยวกับการปลูกถ่ายอวัยวะ ซึ่งตัวแปรสำคัญในการอธิบายการมีส่วนร่วมในโครงการเกี่ยวกับการปลูกถ่ายอวัยวะ คือ ทัศนคติ

นพดล ทองมัน (2540) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากรศาสตร์และการเปิดรับสื่อที่มีต่อความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม ต่อเรื่องการบริจาคอวัยวะ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า

1. ความแตกต่างด้านอายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมที่มีต่อเรื่องการบริจาคอวัยวะอย่างชัดเจน
2. การเปิดรับสารทั่วไปจากสื่อวิทยุมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่มีต่อเรื่องการบริจาคอวัยวะอย่างชัดเจน ในขณะที่สื่อวิทยุก็มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ ที่มีต่อเรื่องการบริจาคอวัยวะ
3. การเปิดรับสารเรื่องการบริจาคอวัยวะจากสื่อใบปลิวหรือแผ่นพับ และสื่อบุคคล ไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม ในขณะที่สื่อวิทยุรายการเรื่อง การบริจาคอวัยวะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ
4. ผลวิจัยพบว่าความแตกต่างด้านความรู้ในเรื่องการบริจาคอวัยวะ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเรื่องการบริจาคอวัยวะ
5. ความแตกต่างทางด้านความรู้ที่มีต่อเรื่องการบริจาคอวัยวะนี้มีความสัมพันธ์ เชิงบวกและในทิศทางเดียวกันต่อทัศนคติต่อเรื่องการบริจาคอวัยวะ

กรองทอง เพ็ชรวงศ์ (2544) ศึกษาเรื่อง “ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อโน้มน้าวใจบุคลากรภาครัฐและเอกชนให้มาบริจาคโลหิต” พบว่า

1. บุคลากรภาครัฐและเอกชนที่มีเพศ การศึกษา อาชีพต่างกัน เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการบริจาคโลหิตไม่ต่างกัน แต่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ สถานภาพสมรสและรายได้ต่างกัน เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน
2. บุคลากรภาครัฐและเอกชนที่มี เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ แตกต่างกันมีความรู้เรื่องการบริจาคโลหิตต่างกัน แต่ บุคลากรภาครัฐและเอกชนที่มีสถานภาพสมรสและรายได้เฉลี่ยต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการบริจาคโลหิตไม่ต่างกัน
3. บุคลากรภาครัฐและเอกชนที่มี เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีทัศนคติต่อการบริจาคโลหิตไม่ต่างกัน
4. บุคลากรภาครัฐและเอกชนที่มีเพศ สถานภาพสมรสต่างกัน มีพฤติกรรมบริจาคโลหิตต่างกัน แต่บุคลากรภาครัฐและเอกชนที่มีอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีพฤติกรรมบริจาคโลหิตไม่ต่างกัน
5. การเปิดรับสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องการบริจาคโลหิต
6. การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการบริจาคโลหิต
7. การเปิดรับสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมบริจาคโลหิต
8. ความรู้เรื่องการบริจาคโลหิต ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับการบริจาคโลหิต
9. ความรู้เรื่องการบริจาคโลหิต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมบริจาคโลหิต
10. ทัศนคติต่อการบริจาคโลหิต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมบริจาคโลหิต

กรรณิการ์ เตชะอุดมโกศา (2544) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสารกับความต้องการบริจาคโลหิตของนักเรียนระดับมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า

1. นักเรียนที่มี เพศ ประเภทของนักเรียน ประเภทของโรงเรียน สถานภาพสมรสของบิดามารดา อาชีพของผู้ปกครองและได้รับค่าใช้จ่ายส่วนตัวแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการบริจาคโลหิตแตกต่างกัน
2. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการบริจาคโลหิต
3. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับการบริจาคโลหิต

4. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับความต้องการบริโภคโลหิต
5. ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคโลหิต มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับความต้องการบริโภคโลหิต
6. ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคโลหิตมีความสัมพันธ์กับความต้องการบริโภคโลหิต
7. ทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคโลหิตมีความสัมพันธ์กับความต้องการบริโภคโลหิต
8. ตัวแปรที่สามารถอธิบายความต้องการบริโภคโลหิตได้ดีที่สุดคือ ความรู้

นารีกันต์ พรหมนง (2544) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนักของผู้บริหารและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า

1. ผู้บริหารโรงแรมส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระดับต่ำ มีความรู้เรื่องการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมในระดับปานกลาง แต่มีความตระหนักและมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระดับสูง
2. การเปิดรับข่าวสารด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทั้งจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้และความตระหนักเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของผู้บริหาร แต่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของโรงแรม
3. ความรู้เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของผู้บริหาร แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของโรงแรม อีกทั้งความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของผู้บริหารยังมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของโรงแรมอีกด้วย
4. โรงแรมที่มีขนาดและระดับมาตรฐานการบริการแตกต่างกัน มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน เพราะระดับมาตรฐานการบริการของโรงแรมเป็นตัวแปรที่มีประสิทธิภาพในการอธิบายการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมของโรงแรมได้มากที่สุด

ภิญญาภรณ์ เพ็ญพินันท์ (2544) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก ทัศนคติและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ” พบว่า

1. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้และความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
2. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
3. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
4. ความรู้เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
5. ความรู้เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
6. ทัศนคติต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
7. ตัวแปรที่มีประสิทธิภาพในการอธิบายการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้ดีที่สุดคือ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

พัชรา ระบบกิจการดี (2545) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาการทารุณกรรมสัตว์ ความรู้ ความตระหนักในการสนับสนุนองค์กรเอกชนที่ช่วยเหลือและสงเคราะห์สัตว์” พบว่า

1. ประชาชนส่วนใหญ่ในกรุงเทพมหานครมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาการทารุณกรรมสัตว์จากสื่อมวลชนในระดับต่ำถึงปานกลาง มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจและสื่อบุคคลในระดับต่ำ นอกจากนี้ยังพบว่า ประชาชนมีความตระหนักต่อปัญหาการทารุณกรรมสัตว์และต่อความสำคัญขององค์กรเอกชนที่ช่วยเหลือและสงเคราะห์สัตว์ในระดับสูง ส่วนความรู้อยู่ในระดับปานกลางและมีการสนับสนุนองค์กรเอกชนที่ช่วยเหลือและสงเคราะห์สัตว์ในระดับต่ำมาก
2. ผู้ที่มีเพศและรายได้ต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาการทารุณกรรมสัตว์จากสื่อโดยรวม สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคลแตกต่างกัน ผู้ที่มีอายุและอาชีพต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาการทารุณกรรมสัตว์จากสื่อเฉพาะกิจแตกต่างกัน ผู้ที่มีการศึกษาต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาการทารุณกรรมสัตว์จากสื่อบุคคลแตกต่างกัน



3. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาการทารุณกรรมสัตว์จากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์ทางลบกับความรู้เกี่ยวกับปัญหาการทารุณกรรมสัตว์และบทบาทหน้าที่ขององค์กรเอกชนที่ช่วยเหลือและสงเคราะห์สัตว์
4. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาการทารุณกรรมสัตว์จากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ สื่อบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับความตระหนักต่อปัญหาการทารุณกรรมสัตว์และต่อความสำคัญขององค์กรเอกชนที่ช่วยเหลือและสงเคราะห์สัตว์
5. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาการทารุณกรรมสัตว์จากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ สื่อบุคคล มีความสัมพันธ์ เชิงบวกกับการสนับสนุนขององค์กรเอกชนที่ช่วยเหลือและสงเคราะห์สัตว์
6. ความรู้เกี่ยวกับปัญหาการทารุณกรรมสัตว์และบทบาทหน้าที่ขององค์กรเอกชนที่ช่วยเหลือและสงเคราะห์สัตว์มีความสัมพันธ์ทางบวกต่อความตระหนักต่อปัญหาการทารุณกรรมสัตว์และต่อความสำคัญขององค์กรเอกชนที่ช่วยเหลือและสงเคราะห์สัตว์
7. ความรู้เกี่ยวกับปัญหาการทารุณกรรมสัตว์และบทบาทหน้าที่ขององค์กรเอกชนที่ช่วยเหลือและสงเคราะห์สัตว์ มีความสัมพันธ์ทางลบต่อการสนับสนุนขององค์กรเอกชนที่ช่วยเหลือและสงเคราะห์สัตว์
8. ความตระหนักต่อปัญหาการทารุณกรรมสัตว์และความสำคัญขององค์กรเอกชนที่ช่วยเหลือและสงเคราะห์สัตว์ไม่มีความสัมพันธ์กับการสนับสนุนขององค์กรเอกชนที่ช่วยเหลือและสงเคราะห์สัตว์
9. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาการทารุณกรรมสัตว์และบทบาทหน้าที่ขององค์กรเอกชนที่ช่วยเหลือและสงเคราะห์สัตว์จากสื่อบุคคลมีอิทธิพลต่อการสนับสนุนขององค์กรเอกชนที่ช่วยเหลือและสงเคราะห์สัตว์ของประชาชนมากที่สุด

ทวีป ลิมปกรณวัฒน์ (2547) ศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจบุคคลให้มาบริจาคอวัยวะ” พบว่า แรงบันดาลใจถือเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจบริจาคอวัยวะ ส่วนปัจจัยด้านความเชื่อเกี่ยวกับบุญกุศล ปัจจัยด้านบุคคลใกล้ชิดและปัจจัยเกี่ยวกับสื่อต่างก็เป็นปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจบริจาคอวัยวะเช่นกัน อีกทั้งกลยุทธ์หน่วยรับบริจาคเคลื่อนที่โดยใช้สื่อบุคคลในการถ่ายทอดความรู้และโน้มน้าวใจนั้นเป็นวิธีที่สามารถเพิ่มจำนวนยอดผู้บริจาคอวัยวะได้ ดังนั้นปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและยินยอมให้บุคคลให้ความร่วมมือมากที่สุดคือปัจจัยด้านการสื่อสารระหว่างบุคคล

สิริอร สังข์ทอง (2550) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และการมีส่วนร่วมในโครงการ “ยืดอก พกถุง” ของนิสิต นักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสาร มีความรู้ มีทัศนคติ และมีส่วนร่วมในโครงการ เกี่ยวกับโครงการ “ยืดอก พกถุง” แตกต่างกัน กล่าวคือ หากมีการเปิดรับข่าวสารมากและมีทัศนคติที่ดีกับโครงการมากเท่าไร นิสิต นักศึกษาเหล่านี้ก็จะแสดงออกถึงการมีส่วนร่วมมากขึ้น แต่ในทางกลับกัน ยิ่งนิสิต นักศึกษามีความรู้เกี่ยวกับโครงการนี้มากเท่าไร การแสดงออกถึงการมีส่วนร่วมกลับน้อยลง ทั้งนี้ เนื่องจากจากนิสิตนักศึกษาเองต่างมีความรู้เกี่ยวกับการใช้ถุงยางอนามัยและโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์จากโครงการอื่นๆ อยู่แล้ว จึงไม่มีความจำเป็นที่จะต้องเข้าร่วมกิจกรรมกับโครงการนี้

### งานวิจัยและรายงานต่างประเทศ

A Lanevski และ K J Wardrop (1995) ได้ทำการศึกษาและรวบรวมรายงานการวิจัยเกี่ยวกับการรักษาโดยการถ่ายเลือดในช่วง 3 ทศวรรษที่ผ่านมาเกี่ยวกับวิธีที่ปลอดภัยสำหรับการรักษาโดยการถ่ายเลือดนั้น พบว่า ความรู้ในส่วนประกอบของเลือดและความซุกของแอนติบอดีในเลือดและความรู้ในการลดความเสี่ยงของปฏิกิริยาการต่อต้านจากการเลือกผู้บริจาคที่เหมาะสม ด้วยวิธีคัดกรองเป็นวิธีที่เหมาะสมในการลดความเสี่ยงในการเข้ากันไม่ได้ของเลือด

ในปี ค.ศ. 1991 Penn Animal Blood Bank ได้มีการก่อตั้งธนาคารเลือดสุนัขเคลื่อนที่ (Blood Mobile) ที่รัฐเพนซิลเวเนีย (Pennsylvania) ประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อออกมารับบริจาคเลือดสุนัขทุกๆ แห่งในรัฐเพนซิลเวเนีย (Pennsylvania), แมรี่แลนด์ (Maryland), เดลาแวร์ (Delaware) และนิวเจอร์ซีย์ (New Jersey) (A blood mobile for the pooches, 4 ตุลาคม 2553, แหล่งที่มา [www.squidoo.com/dogblooddonors](http://www.squidoo.com/dogblooddonors))

ผลจากการเปลี่ยนแปลงกฎหมายของคณะกรรมการยาสัตว์แห่งสหราชอาณาจักร (Veterinary Medicines Directorate (VMD)) ในเดือนตุลาคม 2005 นั้น ทำให้เกิดการก่อตั้งธนาคารเลือดสัตว์ระหว่างประเทศแห่งแรกที่ประเทศอังกฤษ Pet Blood Bank UK (PBBuk) ซึ่งเป็นองค์การการกุศล โดยมีจุดประสงค์เพื่อช่วยชีวิตสัตว์เลี้ยง โดยมีสเกลาการรักษาในระดับประเทศในเรื่องของการรับบริจาคเลือดสุนัข ซึ่งสัตวแพทย์สามารถสำรองปริมาณเลือดไว้สำหรับการรักษาได้อย่างแน่นอน เพราะบรรดา Donor จะได้รับการลงทะเบียนประวัติไว้ซึ่งหากเกิดเหตุที่ต้องการใช้

เลือด ทีมสัตวแพทย์สามารถลงพื้นที่เพื่อเก็บเลือดได้ทันที (The first national blood bank charity for dogs is launched, 4 ตุลาคม 2553, แหล่งที่มา <http://www.petbloodbankuk.org>)

ในปี ค.ศ. 2007 ธนาคารเลือดสัตว์แห่งประเทศอังกฤษ (Pet Blood Bank (PBBuk)) ได้ขับเคลื่อนโครงการ “Blood Drives” ที่ประเทศสกอตแลนด์ เพื่อรณรงค์ให้เจ้าของสุนัขพาสุนัขมาเข้าร่วมโครงการ รวมถึงสุนัขตำรวจจากส่วนกลางของสกอตแลนด์ที่เข้ามาลงทะเบียนเป็น Donor ของโครงการนี้ ซึ่งไม่ได้มีการแยกสายพันธุ์เนื่องจากความต้องการใช้งานที่หลากหลาย รวมทั้งพันธุ์เยอรมันเชพเพิร์ด และร็อตไวเลอร์ ซึ่งถือว่าเป็นสายพันธุ์ที่เหมาะสมที่สุดในการบริจาคเลือด (First Pet Blood Bank Drive in Scotland, 4 ตุลาคม 2553, แหล่งที่มา <http://www.petbloodbankuk.org>)

University of California, Davis School of Veterinary Medicine (UCDAVIS) ประเทศสหรัฐอเมริกา ได้จัดโครงการ Wanted: 400 dogs for new blood-donor program เมื่อวันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2008 ซึ่งโครงการนี้ถือเป็นโครงการที่ใหญ่ที่สุดของฝั่งตะวันตกของ Mississippi โดยประโยชน์ที่จะได้รับจากการจัดโครงการนี้ นอกจากที่จะช่วยเหลือชีวิตเพื่อนสุนัขด้วยกันแล้ว ยังทำให้ทีมสัตวแพทย์สามารถพัฒนาแหล่งสำรองเลือดสำหรับใช้ในการรักษานอกเหนือจากกลุ่มสุนัขที่มีอยู่ในโรงพยาบาล (Spotlight, 4 ตุลาคม 2553, แหล่งที่มา <http://www.ucdavis.edu>)

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิดและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการ  
บริจาคเลือดสุนัข” ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม  
(Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยกำหนดแนวทางและขั้นตอนการดำเนินงาน  
วิจัย ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับประชากร กลุ่มตัวอย่าง ตัวแปร การวัดตัวแปร เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บ  
รวบรวมข้อมูล การทดสอบเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และการ  
ประมวลผลข้อมูล ดังต่อไปนี้

#### ประชากร

ประชากรที่ศึกษา คือ ประชากรที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด  
5,710,883 คน ในปี 2551 (กรมการปกครองกระทรวงมหาดไทย, 2553)

#### ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดค่าความเชื่อมั่นไว้ที่ 95% ค่า  
ความคลาดเคลื่อนไว้ไม่เกิน 5 % โดยใช้การคำนวณจากสูตรของ Taro Yamane (Yamane: 1967)  
ดังนี้

$$n = \frac{N}{(1+Ne^2)}$$

เมื่อ	n	คือ	จำนวนตัวอย่าง หรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	N	คือ	จำนวนหน่วยทั้งหมด หรือขนาดของประชากร
	e	คือ	ความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้

ในการวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนกลุ่มประชากรเป้าหมาย จำนวน 5,710,883 คน ในการเลือก  
กลุ่มตัวอย่างโดยที่กำหนดค่าความเชื่อมั่นไว้ที่ 95% ความคลาดเคลื่อนไว้ไม่เกิน 5 %

แทนสูตรได้ดังนี้

$$n = \frac{5,710,883}{(1 + 5,710,883 (0.05)^2)}$$

$$= 399.97$$

ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 400 คน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำไว้ที่ 400 คน โดยมีวิธีการสุ่มตัวอย่างดังต่อไปนี้

### การสุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยไปเลือกกลุ่มตัวอย่างที่โรงพยาบาลสัตว์ และงานกิจกรรมสำหรับผู้รักสัตว์เลี้ยงที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกๆ ปี สำหรับเกณฑ์ที่ใช้ในการเลือกโรงพยาบาลสัตว์ มีดังนี้

1. ต้องเป็นโรงพยาบาลในสังกัดของรัฐบาล
2. ต้องเป็นสถานการศึกษา
3. เป็นที่ตั้งของธนาคารเลือดหรือมีหน่วยงานที่รองรับการบริจาคเลือดสัตว์

จากเกณฑ์ดังกล่าว จึงได้โรงพยาบาลสัตว์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน และโรงพยาบาลสัตว์เล็ก คณะสัตวแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ส่วนงานกิจกรรมสำหรับผู้รักสัตว์เลี้ยงที่จัดขึ้นนั้น คือ งาน Pet Expo 2010 ซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำทุกปีที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ เป็นสถานที่ในการเก็บข้อมูล จากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) รวมทั้งสิ้น 400 คน

เพื่อให้ผลการวิจัยมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงเลือกการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) กับผู้ที่ดูแลหรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการการบริจาคเลือดสุนัขของโรงพยาบาลทั้ง 2 แห่ง แห่งละ 1 ท่าน รวม 2 ท่าน ตลอดจนศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร จากเว็บไซต์ทั้งไทยและต่างประเทศ และสื่อมวลชน รวมทั้งการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non - Participant Observation) ในกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข



## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์ ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากการรวบรวมความรู้จากเอกสาร บทความ ตำรา หนังสือ แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางในการออกแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์

แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วย คำถามปลายปิด (Closed-Ended Question) โดยเนื้อหาของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของประชาชน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือด

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความรู้ด้านการบริจาคเลือดสุนัข

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติด้านการนำสุนัขไปบริจาคเลือด

ส่วนที่ 5 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด

ส่วนที่ 6 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับปัญหาและปัจจัยในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด

แบบสัมภาษณ์นั้น ประกอบไปด้วยคำถามใน 4 ประเด็นหลัก ได้แก่

ส่วนที่ 1 สถานการณ์ ปัญหา ข้อจำกัด ในปัจจุบันของการบริจาคเลือดของสุนัข

ส่วนที่ 2 วิธีการสื่อสารและการวางแผนประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน

ส่วนที่ 3 การตอบรับและการให้ความร่วมมือจากประชาชน

ส่วนที่ 4 สิ่งที่ต้องการความช่วยเหลือหรือเพื่อสนับสนุนอย่างเร่งด่วน

## การวัดตัวแปร

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการบริจาคเลือดของสุนัข

การวัดตัวแปรเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือด ประกอบด้วย ช่องทางการเปิดรับข่าวสาร ความถี่หรือความบ่อยครั้งในการรับข่าวสาร วัดโดยใช้

มาตราส่วนการประเมินค่าของ Likert (Likert Scale) โดยแบ่งเกณฑ์การให้คะแนนออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

มากที่สุด	ให้คะแนน 5 คะแนน
มาก	ให้คะแนน 4 คะแนน
ปานกลาง	ให้คะแนน 3 คะแนน
น้อย	ให้คะแนน 2 คะแนน
น้อยที่สุด	ให้คะแนน 1 คะแนน

จากนั้น นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย แล้วมาเทียบกับเกณฑ์เพื่อแปลความหมายของข้อมูล ซึ่งเกณฑ์ในการแปลความหมายข้อมูลมีดังนี้

เกณฑ์	ความหมาย
4.21-5.00	ได้รับข้อมูลข่าวสารมากที่สุด
3.41-4.20	ได้รับข้อมูลข่าวสารมาก
2.61-3.40	ได้รับข้อมูลข่าวสารปานกลาง
1.81-2.60	ได้รับข้อมูลข่าวสารน้อย
1.00-1.80	ได้รับข้อมูลข่าวสารน้อยที่สุด

- 1.1 การวัดตัวแปรเกี่ยวกับสื่อที่มีอิทธิพลต่อการนำสุนัขไปบริจาคเลือด วัดโดยการใช้วิธีการเรียงลำดับความสำคัญ โดยแบ่งเกณฑ์การให้คะแนนออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ลำดับที่ 1	ให้คะแนน 5 คะแนน
ลำดับที่ 2	ให้คะแนน 4 คะแนน
ลำดับที่ 3	ให้คะแนน 3 คะแนน
ลำดับที่ 4	ให้คะแนน 2 คะแนน
ลำดับที่ 5	ให้คะแนน 1 คะแนน

จากนั้น นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย เพื่อจัดลำดับความสำคัญเพื่อแปลความหมายของข้อมูล

### ความรู้เกี่ยวกับการบริจาคเลือดของสุนัข

การวัดตัวแปรเกี่ยวกับความรู้เรื่องการบริจาคเลือดของสุนัขวัดโดยใช้แบบทดสอบแบบปรนัยแบบถูก – ผิด (Objective Test) จำนวนทั้งสิ้น 10 ข้อ มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ตอบถูก	ให้คะแนน 1 คะแนน
ตอบผิด	ให้คะแนน 0 คะแนน

จากนั้น นำคะแนนที่ได้มาจัดลำดับกับเกณฑ์เพื่อแปลความหมายของข้อมูล ซึ่งเกณฑ์ในการแปลความหมายข้อมูลมีดังนี้

เกณฑ์	ความหมาย
8 - 10	มีความรู้เรื่องการบริจาคเลือดของสุนัขมาก
4 - 7	มีความรู้เรื่องการบริจาคเลือดของสุนัขปานกลาง
1 - 3	มีความรู้เรื่องการบริจาคเลือดของสุนัขน้อย
0	ไม่มีความรู้เรื่องการบริจาคเลือดของสุนัข

### ทัศนคติเกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือด

การวัดตัวแปรของทัศนคติเกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือด วัดโดยใช้มาตราส่วนการประเมินค่า ของ Likert (Likert Scale) โดยแบ่งเกณฑ์การให้คะแนนออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้คะแนน 5 คะแนน
เห็นด้วย	ให้คะแนน 4 คะแนน
ปานกลาง	ให้คะแนน 3 คะแนน
ไม่เห็นด้วย	ให้คะแนน 2 คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้คะแนน 1 คะแนน

จากนั้น นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย แล้วมาเทียบกับเกณฑ์เพื่อแปลความหมายของข้อมูล ซึ่งเกณฑ์ในการแปลความหมายข้อมูลมีดังนี้

เกณฑ์	ความหมาย
4.21-5.00	ทัศนคติเชิงบวกมาก
3.41-4.20	ทัศนคติเชิงบวก
2.61-3.40	ทัศนคติเป็นกลาง
1.81-2.60	ทัศนคติเชิงลบ
1.00-1.80	ทัศนคติเชิงลบมาก

### การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข

การวัดตัวแปรการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข วัดโดยใช้แบบทดสอบแบบปรนัย แบบใช่ – ไม่ใช่ (Objective Test) จำนวนทั้งสิ้น 5 ข้อ มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ตอบใช่	ให้คะแนน 1 คะแนน
ตอบไม่ใช่	ให้คะแนน 0 คะแนน

จากนั้น นำคะแนนที่ได้มาจัดลำดับกับเกณฑ์เพื่อแปลความหมายของข้อมูล ซึ่งเกณฑ์ในการแปลความหมายข้อมูลมีดังนี้

เกณฑ์	ความหมาย
5	มีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดของสุนัขมาก
3-4	มีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดของสุนัขปานกลาง
1 - 2	มีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดของสุนัขน้อย
0	ไม่มีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดของสุนัข

### ปัจจัยหรือปัญหาในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด

วัดโดยใช้แบบทดสอบแบบปรนัย แบบใช่ – ไม่ใช่ (Objective Test) จำนวนทั้งสิ้น 5 ข้อ มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ตอบใช่ ให้คะแนน 1 คะแนน  
 ตอบไม่ใช่ ให้คะแนน 0 คะแนน

จากนั้น นำคะแนนที่ได้มาจัดลำดับกับเกณฑ์เพื่อแปลความหมายของข้อมูล ซึ่งเกณฑ์ในการแปลความหมายข้อมูลมีดังนี้

เกณฑ์	ความหมาย
5	เป็นปัญหาหรือปัจจัยในการนำสุนัขไปบริจาคเลือดมากที่สุด
3-4	เป็นปัญหาหรือปัจจัยในการนำสุนัขไปบริจาคเลือดปานกลาง
1 - 2	เป็นปัญหาหรือปัจจัยในการนำสุนัขไปบริจาคเลือดน้อย
0	ไม่เป็นปัญหาหรือปัจจัยในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด

### ตัวแปรในการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความรู้ในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด

ตัวแปรอิสระ คือ การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร

ตัวแปรตาม คือ ความรู้

สมมติฐานข้อที่ 2 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด

ตัวแปรอิสระ คือ การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร

ตัวแปรตาม คือ ทัศนคติ

สมมติฐานข้อที่ 3 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด

ตัวแปรอิสระ คือ การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร

ตัวแปรตาม คือ การมีส่วนร่วม



สมมติฐานข้อที่ 4 ความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด

ตัวแปรอิสระ คือ ความรู้

ตัวแปรตาม คือ ทัศนคติ

สมมติฐานข้อที่ 5 ความรู้มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข

ตัวแปรอิสระ คือ ความรู้

ตัวแปรตาม คือ การมีส่วนร่วม

สมมติฐานข้อที่ 6 ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข

ตัวแปรอิสระ คือ ทัศนคติ

ตัวแปรตาม คือ การมีส่วนร่วม

**การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของเครื่องมือ**

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม ก่อนนำแบบสอบถามนำไปเก็บข้อมูลจริง ดังนี้

### 1. การทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาโครงสร้างแบบสอบถาม (Construct Validity) ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษา (Wording) ที่ใช้และนำข้อแนะนำที่ได้ไปปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้เหมาะสม เพื่อให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์และให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามได้อย่างถูกต้องและชัดเจน

### 2. การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้ ไปลองใช้ก่อนที่จะมีการเก็บข้อมูลจริง โดยทำการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มผู้ที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบคำถามของแบบสอบถามว่าสื่อความหมายได้ถูกต้องตามที่ผู้วิจัยต้องการหรือไม่แล้วนำ

คำตอบที่ได้มาหาค่าความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยนำข้อมูลมาคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ของ Cronbach ซึ่งใช้สำหรับทดสอบแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) (วิเชียร เกตุสิงห์, 2537) โดยใช้สูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{k}{(k-1)} \left\{ \frac{1 - \sum V_i}{V_t} \right\}$$

เมื่อ	$\alpha$	คือ	ค่าความเชื่อถือได้
	k	คือ	จำนวนข้อ
	$V_i$	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
	$V_t$	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

โดยค่าความเชื่อถือที่ยอมรับได้ต้องไม่ต่ำกว่า 0.75 ซึ่งแบบสอบถามชุดนี้มีค่าความความน่าเชื่อถือดังนี้

คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือด	ค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ 0.868
คำถามเกี่ยวกับความรู้ด้านการบริจาคเลือดสุนัข	ค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ 0.855
คำถามเกี่ยวกับทัศนคติด้านการนำสุนัขไปบริจาคเลือด	ค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ 0.802
คำถามที่เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด	ค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ 0.854
คำถามที่เกี่ยวกับปัญหาและปัจจัยในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด	ค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ 0.831
ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่เชื่อถือได้	

สำหรับเกณฑ์การประเมินระดับความสัมพันธ์ของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2543) สามารถแจกแจงได้ ดังนี้

ระดับคะแนน	0.10-0.33	ความหมาย	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ
ระดับคะแนน	0.34-0.68	ความหมาย	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง
ระดับคะแนน	0.69 ขึ้นไป	ความหมาย	มีความสัมพันธ์ระดับสูง

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยและผู้ช่วยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองโดยได้แจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด สำหรับในกรณีที่กลุ่มตัวอย่างไม่สามารถตอบแบบสอบถามได้เอง ผู้วิจัยจึงใช้วิธีสัมภาษณ์ตามแบบสอบถามและกรอกข้อมูลให้

## สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยเป็นการแจกแจงความถี่แสดงตารางแบบร้อยละ และค่าเฉลี่ยเพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ทักษะ ทักษะ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ใช้การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายค่าความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข

## การประมวลผลข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลได้ครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้ไปประเมินผลโดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ นอกจากนี้ได้ใช้ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาเป็นข้อมูลในการสนับสนุนผลการวิจัยอีกทางเพื่อให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิดและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดสุ่นซ์ เป็นการวิจัยโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัย 2 รูปแบบ คือใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อวิเคราะห์และศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ที่มีผลต่อการนำสุ่นซ์ไปบริจาคเลือดและใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเลือกวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) กับผู้ที่เกี่ยวข้องกับโครงการบริจาคเลือดสุ่นซ์ของโรงพยาบาลทั้ง 2 แห่ง เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการสนับสนุนผลการวิจัยที่ได้ออกมา รวมถึงการเข้าสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non – Participant Observation) ในกิจกรรมต่างๆ ของโรงพยาบาลทั้ง 2 แห่ง

โดยผลการวิจัยแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน ได้แก่

#### ส่วนที่ 1 วิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นโดยใช้สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยการใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) แสดงตารางแบร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดสุ่นซ์

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Statistic) โดยการใช้การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ในการอธิบายค่าความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิดและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดสุ่นซ์

## ส่วนที่ 2 วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ตอน ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) และการเข้าสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non – Participant Observation) ในกิจกรรมต่างๆ ของโรงพยาบาลทั้ง 2 แห่ง

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) และการเข้าสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non – participant Observation)

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาการขาดแคลนเลือด โดยมีประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. สถานการณ์ ปัญหา ข้อจำกัด ในปัจจุบันของการบริจาคเลือดของศูนย์
2. วิธีการสื่อสารของโรงพยาบาลสัตว์และการวางแผนประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน
3. การตอบรับและการให้ความร่วมมือจากประชาชน
4. สิ่งที่ต้องการความช่วยเหลือหรือเพื่อสนับสนุนอย่างเร่งด่วน

## ส่วนที่ 1 วิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

### ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น

ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน และสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้กลับมาจำนวน 400 ชุด หลังจากนั้นนำแบบสอบถามดังกล่าวมาประมวลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ในการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิเคราะห์เป็นขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
- ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือด
- ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ทัศนคติเกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือด
- ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความรู้เกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือด
- ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์การมีส่วนร่วมเกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือด



ส่วนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยหรือปัญหาในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด

### ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ด้วยการแสดงจำนวนและคิดเป็นร้อยละ ผลดังตารางที่ 1



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	123	30.75
หญิง	277	69.25
<b>อายุ</b>		
15-25 ปี	95	23.75
26-35 ปี	189	47.25
36-45 ปี	69	17.25
46 ปีขึ้นไป	47	11.75
<b>ระดับการศึกษา</b>		
มัธยมศึกษา/ปวช/ปวส	67	16.75
ปริญญาตรี	241	60.25
ปริญญาโท	90	22.50
ปริญญาเอก	2	0.50
<b>อาชีพ</b>		
นักเรียน/นิสิต นักศึกษา	68	17.00
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	29	7.25
พนักงานบริษัทเอกชน	153	38.25
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	91	22.75
รับจ้าง	26	6.50
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	17	4.25
อื่นๆ	16	4.00
<b>ชนิดของสัตว์เลี้ยง</b>		
สุนัข	347	86.75
แมว	26	6.50
อื่นๆ	27	6.75

\*(n = 400)

จากตารางที่ 1 ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลประชากรของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า

1. เพศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 69.25 เป็นเพศชายร้อยละ 30.75
2. อายุ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.25 รองลงมาคืออายุระหว่าง 15-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.75 และอายุตั้งแต่ 46 ปีขึ้นไปมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.75
3. ระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนมากได้รับการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.25 รองลงมาคือการศึกษาระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 22.50 ส่วนระดับปริญญาเอกมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.50
4. อาชีพ กลุ่มตัวอย่างส่วนมากประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 38.25 รองลงมาประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 22.75 และประกอบอาชีพประเภทอื่นๆ ได้แก่ สถาปนิก นักออกแบบ/ดีไซน์ อาจารย์พิเศษ มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16
5. ชนิดสัตว์เลี้ยง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลี้ยงสุนัข คิดเป็นร้อยละ 86.75 และเลี้ยงแมวร้อยละ 6.50 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เลี้ยงสัตว์เลี้ยงประเภทอื่นๆ อันได้แก่ การเลี้ยงสุนัข แมว นก ปลาทอง กระต่าย ร่วมกันคิดเป็นร้อยละ 6.75

## ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือด

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือด ใช้การวิเคราะห์โดยการหาร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงผลดังตารางที่ 2

ศูนย์วิจัยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข่าวสาร  
เกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือด

ประเภทสื่อที่ได้รับข่าวสาร	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการเปิดรับข่าวสาร
1. วิทยุ	27 (6.75)	58 (14.50)	107 (26.75)	86 (21.50)	122 (30.50)	2.46	1.25	น้อย
2. โทรทัศน์	113 (28.25)	90 (22.50)	78 (19.50)	73 (18.25)	46 (11.50)	3.38	1.36	ปานกลาง
3. หนังสือพิมพ์ (ข่าว, บทความ, สกู๊ปพิเศษ)	41 (10.25)	99 (24.75)	139 (34.75)	65 (16.25)	56 (14.00)	3.01	1.18	ปานกลาง
4. นิตยสาร	49 (12.25)	89 (22.25)	130 (32.50)	69 (17.25)	63 (15.75)	2.98	1.23	ปานกลาง
5. ไปสเตอร์, ป้ายประกาศ	41 (10.25)	92 (23.00)	114 (28.50)	82 (20.50)	71 (17.75)	2.88	1.24	ปานกลาง
6. จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Email)	39 (9.75)	82 (20.50)	96 (24.00)	78 (19.50)	105 (26.25)	2.68	1.32	ปานกลาง
7. สื่อใหม่ (Internet/ Social network/ Online Community)	90 (22.50)	104 (26.00)	85 (21.25)	47 (11.75)	74 (18.50)	3.22	1.40	ปานกลาง
8. เพื่อน (เพื่อนร่วมงาน, เพื่อนบ้าน, เพื่อนนักเรียน)	56 (14.00)	106 (26.50)	121 (30.25)	57 (14.25)	60 (15.00)	3.10	1.25	ปานกลาง
9. สมาชิกในครอบครัว /ญาติ	64 (16.00)	93 (23.25)	101 (25.25)	65 (16.25)	77 (19.25)	3.01	1.35	ปานกลาง
10. เจ้าหน้าที่ในโรงพยาบาลสัตว์	45 (11.25)	83 (20.75)	111 (27.75)	82 (20.50)	79 (19.75)	2.83	1.28	ปานกลาง
<b>รวม</b>						<b>2.95</b>	<b>0.87</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาค เลือด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 2.95$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายสื่อ พบว่า สื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารมากที่สุดได้แก่ สื่อโทรทัศน์ ( $\bar{X} = 3.38$ ) แต่เป็นการเปิดรับในระดับปานกลาง รองลงมาได้แก่ สื่อใหม่ (Internet/ Social network/ Online community) ซึ่งเป็นการเปิดรับในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน ( $\bar{X} = 3.22$ ) และสื่อวิทยุ เป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารน้อยที่สุดคือ ( $\bar{X} = 2.46$ ) ซึ่งเป็นการเปิดรับในระดับน้อย

สื่อที่มีอิทธิพลต่อการนำสุนัขไปบริจาคเลือดของกลุ่มตัวอย่าง เรียงลำดับจากความสำคัญมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด แสดงผลในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและลำดับความสำคัญของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจนำสุนัขไปบริจาคเลือด

ประเภทสื่อ	ลำดับ 1	ลำดับ 2	ลำดับ 3	ลำดับ 4	ลำดับ 5	$\bar{X}$	S.D.	ลำดับ ที่
1. สื่อบุคคล (เพื่อน,ญาติพี่น้อง, ตाराหรือบุคคลที่มีชื่อเสียง)	83 (20.75)	119 (29.75)	81 (20.25)	78 (19.50)	39 (9.75)	3.32	1.27	2
2. สื่อมวลชน (วิทยุ, โทรทัศน์, นิตยสาร)	90 (22.50)	78 (19.50)	101 (25.25)	77 (19.25)	54 (13.50)	3.18	1.34	3
3. สื่อใหม่ (Internet/ Social network/Online community)	58 (14.50)	68 (17.00)	83 (20.75)	89 (22.25)	102 (25.50)	2.73	1.39	4
4. สื่อเฉพาะกิจ (โปสเตอร์, แผ่นพับ, นิตรรศการ, ใบปลิว)	20 (5.00)	63 (15.75)	83 (20.75)	121 (30.25)	113 (28.25)	2.39	1.19	5
5. ประสบการณ์ตรง (จากตัวเองและคนใกล้ชิด)	147 (36.75)	73 (18.25)	52 (13.00)	36 (9.00)	92 (23.00)	3.37	1.59	1

จากตารางที่ 3 พบว่า สื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจนำสุนัขไปบริจาคเลือดของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุดตามลำดับ ดังนี้



1. ประสบการณ์ตรง (จากตัวเองและคนใกล้ตัว) ( $\bar{X} = 3.37$ )
2. สื่อบุคคล (เพื่อน,ญาติพี่น้อง, ดาราหรือบุคคลที่มีชื่อเสียง) ( $\bar{X} = 3.32$ )
3. สื่อมวลชน (วิทยุ, โทรทัศน์, นิตยสาร) ( $\bar{X} = 3.18$ )
4. สื่อใหม่ (Internet/ Social network/Online community) ( $\bar{X} = 2.73$ )
5. ส่วนสื่อเฉพาะกิจ (โปสเตอร์, แผ่นพับ, นิทรรศการ, ใบปลิว) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจนำ  
สุนัขไปบริจาคเล็กน้อยที่สุด ( $\bar{X} = 2.39$ )

### ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ทัศนคติเกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือด

การวิเคราะห์ทัศนคติเกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือด ใช้การวิเคราะห์โดยการหาร้อย  
ละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงผลดังตารางที่ 4

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติที่มีต่อการนำสุนัขไปบริจาคเลือด

ทัศนคติต่อการนำสุนัขไปบริจาคเลือด	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ปานกลาง	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
1. การบริจาคเลือดของสุนัขแม้ว่าเป็นเรื่องใหม่แต่ถือเป็นเรื่องที่ดี ควรให้การสนับสนุน	201 (50.25)	163 (40.75)	33 (8.25)	3 (0.75)	0 (0.00)	4.41	0.67	เชิงบวกมาก
2. การพาสุนัขไปบริจาคเลือดถือเป็นการทำบุญทางอ้อมและเป็นการต่อชีวิตให้อีกชีวิตหนึ่ง	202 (50.50)	160 (40.00)	34 (8.50)	3 (0.75)	1 (0.25)	4.40	0.70	เชิงบวกมาก
3. ปัญหาการขาดแคลนเลือดของสุนัขเป็นปัญหาที่ต้องรีบดำเนินการป้องกันและแก้ไข	186 (46.50)	171 (42.75)	40 (10.00)	3 (0.75)	0 (0.00)	4.35	0.69	เชิงบวกมาก
4. หากสุนัขของท่านไม่สามารถบริจาคเลือดได้ ท่านยินดีที่จะช่วยเหลือโดยชักชวนบุคคลที่รู้จักให้นำสุนัขมาบริจาคเลือดให้กับผู้ที่กำลังเดือดร้อน	197 (49.25)	158 (39.50)	42 (10.50)	3 (0.75)	0 (0.00)	4.37	0.70	เชิงบวกมาก
5. การมีรถรับบริจาคเลือดเคลื่อนที่เหมือนสภากาชาดไทยจะช่วยแก้ไขปัญหาการขาดแคลนเลือดสุนัขได้	187 (46.75)	146 (36.50)	59 (14.75)	7 (1.75)	1 (0.25)	4.28	0.80	เชิงบวกมาก
6. รู้สึกดีใจที่เลือดของสุนัขของท่านได้ช่วยเหลือสุนัขตัวอื่น	228 (57.00)	140 (35.00)	28 (7.00)	3 (0.75)	1 (0.25)	4.48	0.68	เชิงบวกมาก
7. การพาสุนัขขนาดใหญ่ไปบริจาคเลือดยังเป็นเรื่องยุ่งยากสำหรับท่าน (เรื่องของเวลา การเดินทาง ยานพาหนะและค่าใช้จ่าย)	90 (22.50)	147 (36.75)	108 (27.00)	41 (10.25)	14 (3.50)	2.36	1.05	เชิงลบ

ทัศนคติต่อการนำสุนัขไปบริจาค เลือด	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ปาน กลาง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ทัศนคติ
8. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรรีบ ดำเนินการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ ประโยชน์ของการบริจาคเลือด เพื่อให้คนพาสุนัขมาบริจาคเลือด มากขึ้น	179 (44.75)	167 (41.75)	49 (12.25)	4 (1.00)	1 (0.25)	4.30	0.74	เชิงบวกมาก
9. การซื้อเลือดของผู้ที่เลี้ยงสุนัขไว้เพื่อ ขายเลือดโดยเฉพาะเป็นวิธีการ แก้ปัญหาการขาดแคลนเลือดที่ดี ที่สุด	55 (13.75)	99 (24.75)	118 (29.50)	90 (22.50)	38 (9.50)	2.89	1.18	ปานกลาง
10. "การบริจาคเลือดสุนัขเป็นเรื่องไร้ สาระ"	34 (8.50)	59 (14.75)	28 (7.00)	91 (22.75)	188 (47.00)	3.85	1.37	เชิงบวก
<b>รวม</b>						<b>3.97</b>	<b>0.49</b>	<b>เชิงบวก</b>

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการนำสุนัขไปบริจาคเลือด โดยรวมอยู่ในระดับเชิงบวก ( $\bar{X} = 3.97$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในเรื่องของการรู้สึกดีใจที่เลือดของสุนัขของตนได้ช่วยเหลือสุนัขตัวอื่นสูงที่สุด ( $\bar{X} = 4.48$ ) และการบริจาคเลือดของสุนัขแม้ว่าเป็นเรื่องใหม่แต่ถือเป็นเรื่องที่ดี ควรให้การสนับสนุน และการพาสุนัขไปบริจาคเลือดถือเป็นการทำบุญทางอ้อมและเป็นการต่อชีวิตให้อีกชีวิตหนึ่ง อยู่ในอันดับรองลงมา ( $\bar{X} = 4.41$  และ 4.40) สำหรับเรื่องการพาสุนัขขนาดใหญ่ไปบริจาคเลือดยังเป็นเรื่องยุ่งยากสำหรับกลุ่มตัวอย่าง (เรื่องของเวลา การเดินทาง ยานพาหนะและค่าใช้จ่าย) อยู่ในลำดับท้ายสุด ซึ่งเป็นทัศนคติในเชิงลบสำหรับเรื่องนี้อีกด้วย

#### ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความรู้เกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือด

การวิเคราะห์ความรู้เกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือด ใช้การวิเคราะห์แบบการแจกแจงความถี่และคิดเป็นร้อยละ แสดงผลดังตารางที่ 5

ตาราง 5 แสดงจำนวนและร้อยละของคะแนนความรู้เกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือด จำแนกตามระดับความรู้

ระดับความรู้เกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือด	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีความรู้เลย (0 คะแนน)	0	0.00
ระดับน้อย (1-3 คะแนน)	41	10.25
ระดับปานกลาง (4-7 คะแนน)	254	63.50
ระดับมาก (8-10 คะแนน)	105	26.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 5 ผลการศึกษาระดับความรู้เกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีคะแนนเฉลี่ยของระดับความรู้เกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือดอยู่ที่ 6.17 คะแนน ซึ่งจัดอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 63.50 รองลงมาคือ มีระดับความรู้มาก คิดเป็นร้อยละ 26.25 มีความรู้ระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 10.25 และไม่มีผู้ที่ไม่มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องตามลำดับ

ระดับความรู้ต่างๆ ที่เกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือดแยกคำถามเป็นรายข้อ โดยใช้การวิเคราะห์แบบการแจกแจงความถี่และคิดเป็นร้อยละ แสดงผลดังตารางที่ 6

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของความรู้เกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือด จำแนกตามข้อคำถามความรู้เกี่ยวกับเกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือด

คำถามเกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือด	ตอบถูก		ตอบผิด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ทราบว่าสุนัขสามารถบริจาคเลือดได้	300	75.00	100	25.00
2. การบริจาคเลือดของสุนัขมีข้อจำกัด	347	86.75	53	13.25
3. คุณสมบัติของสุนัขที่สามารถบริจาคเลือดเลือดได้ คือ 1) อายุระหว่าง 1-6 ปี ไม่จำกัดเพศ พันธุ์ น้ำหนักไม่น้อยกว่า 20 กิโลกรัม 2) มีสุขภาพแข็งแรงไม่มีโรคประจำตัวร้ายแรง 3) ได้รับวัคซีนครบ	271	67.75	129	32.25
4. สุนัขทุกสายพันธุ์ไม่สามารถบริจาคเลือดได้	165	41.25	235	58.75
5. สาเหตุที่สุนัขจำเป็นต้องรับเลือด คือ 1) การผ่าตัดที่มีภาวะเสียเลือดมากหรือประสบอุบัติเหตุ 2) เป็นโรคทางพันธุกรรม 3) กรณีที่เป็นพยาธิเม็ดเลือดอย่างรุนแรง	321	80.25	79	19.75
6. การถ่ายเลือดให้สุนัขป่วยมีผลข้างเคียง	253	63.25	147	36.75
7. ประโยชน์ที่ได้รับจากการพาสุนัขไปบริจาคเลือด คือ 1) ร่างกายสุนัขจะผลิตเซลล์เม็ดเลือดใหม่ขึ้นมาทดแทนทำให้สุนัขมีสุขภาพแข็งแรง 2) ได้รับการตรวจเลือดและตรวจ เช็คสุขภาพเป็นประจำทุก 4-6 เดือน 3) ได้รับวัคซีนประจำปีฟรี ตลอดระยะเวลาที่เป็นผู้บริจาคเลือด	303	75.75	97	24.25
8. ธนาคารเลือดสุนัข ตั้งอยู่ที่โรงพยาบาลสัตว์ ม.เกษตร	215	53.75	185	46.25
9. การบริจาคเลือดของสุนัข จะทำการเก็บเลือดจากเส้นเลือดใหญ่บริเวณลำคอและขาหน้าของตัวสุนัข	91	22.75	309	77.25
10. ข้อควรปฏิบัติก่อนนำสุนัขมาบริจาคเลือดคือ งดน้ำและอาหาร	201	50.25	199	49.75

\* (n = 400)

จากตารางที่ 6 ผลการตอบข้อคำถามเกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือด พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ตอบถูกในเรื่องสุนัขมีข้อจำกัดในการบริจาคเลือด มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 86.75



รองลงมาเป็นเรื่องของสาเหตุที่สุนัขต้องการรับเลือด คิดเป็นร้อยละ 80.25 และประโยชน์ที่ได้รับจากการพาสุนัขไปบริจาคเลือด กลุ่มตัวอย่างตอบถูก คิดเป็นร้อยละ 75.75 ส่วนเรื่องวิธีการเก็บเลือดจากสุนัขเป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างตอบถูกน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 22.75

### ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์การมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข

การวิเคราะห์การมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข ใช้การวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงผลดังตารางที่ 7

ตาราง 7 แสดงจำนวนและร้อยละของคะแนนการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข จำแนกตามระดับการมีส่วนร่วม

ระดับการมีส่วนร่วม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีส่วนร่วม (0 คะแนน)	11	2.75
ระดับน้อย (1-3 คะแนน)	29	7.25
ระดับปานกลาง (4-7 คะแนน)	167	41.75
ระดับมาก (8-10 คะแนน)	193	48.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 7 ผลการศึกษาระดับการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีคะแนนเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมอยู่ที่ 4.09 คะแนน จัดว่าแสดงออกถึงการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัขอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 48.25 รองลงมาคือ มีส่วนร่วมในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 41.75 มีส่วนร่วมในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 7.25 และไม่มีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข คิดเป็นร้อยละ 2.75

ระดับผลการแสดงออกถึงการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือดแยกคำถามเป็นรายข้อ โดยใช้การวิเคราะห์แบบการแจกแจงความถี่และคิดเป็นร้อยละ แสดงผลดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข จำแนกตามข้อ

การมีส่วนร่วมในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด	มีส่วนร่วม		ไม่มีส่วนร่วม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ท่านพาสุนัขไปบริจาคเลือดเป็นประจำ เพราะต้องการให้สัตวแพทย์ตรวจสุขภาพของสุนัขและยังเป็นการให้สุนัขของท่านได้ช่วยชีวิตสุนัขตัวอื่นๆ	261	65.25	139	34.75
2. ท่านชักชวนเพื่อนๆ ให้พาสุนัขไปบริจาคเลือดเมื่อมีการจัดกิจกรรม หรือได้รับข่าวสารการขอบริจาคเลือด	344	86.00	56	14.00
3. ท่านยินดีที่จะพาสุนัขของท่านไปบริจาคเลือดหากทราบว่าสุนัขต้องการเลือดด่วน พร้อมทั้งขอความช่วยเหลือจากเพื่อนๆ ในเวลาเดียวกัน	352	88.00	48	12.00
4. ท่านมีการประสานงานไปยังกลุ่มเพื่อนสมาชิกในการเผยแพร่ข่าวสารและกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้ประชาชนทั่วไปได้ทราบข้อมูลมากขึ้น	325	81.25	75	18.75
5. หากมีคนเข้าใจผิดเกี่ยวกับการบริจาคเลือดสุนัข ท่านจะอธิบายข้อมูลที่ถูกต้องและประโยชน์ที่จะได้รับมากที่สุดเท่าที่จะทำได้	354	88.50	46	11.50

\* (n = 400)

จากตารางที่ 8 ผลการตอบข้อคำถามของการแสดงออกถึงการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข พบว่า กลุ่มตัวอย่างแสดงออกถึงการมีส่วนร่วมในเรื่องการอธิบายข้อมูลที่ถูกต้องและประโยชน์ที่จะได้รับหากมีคนเข้าใจผิดเกี่ยวกับการบริจาคเลือดสุนัขมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.50 รองลงมาเป็นเรื่องการยินดีพาสุนัขไปบริจาคเลือดหากทราบว่าสุนัขต้องการเลือดด่วน พร้อมทั้งขอความช่วยเหลือจากเพื่อนๆ ในเวลาเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 88.00 และมีส่วนร่วมในเรื่องการพาสุนัขไปบริจาคเลือดเป็นประจำ เพราะต้องการให้สัตวแพทย์ตรวจสุขภาพของสุนัขและเป็นการช่วยชีวิตสุนัขตัวอื่นๆ น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.25

## ส่วนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยหรือปัญหาที่ไม่นำสุนัขไปบริจาคเลือด

การวิเคราะห์ปัจจัยหรือปัญหาที่ไม่นำสุนัขไปบริจาคเลือด ใช้การวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงผลดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด

ปัญหาที่ไม่นำสุนัขไปบริจาคเลือด	ใช่		ไม่ใช่	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ขนาดและจำนวนของสุนัข คือสาเหตุที่ทำให้ท่านไม่สามารถพาสุนัขไปบริจาคเลือดได้	285	71.25	115	28.75
2. เวลาในการเดินทางและยานพาหนะ คือสาเหตุที่ทำให้ท่านไม่สามารถพาสุนัขไปบริจาคเลือดได้	253	63.25	147	36.75
3. วิธีการเก็บเลือดจากบริเวณลำคอของสุนัข คือสาเหตุที่ทำให้ท่านไม่พาสุนัขไปบริจาคเลือด	162	40.50	238	59.50
4. การขาดความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการบริจาคเลือดของสุนัขเป็นปัจจัยที่ทำให้ท่านไม่พาสุนัขไปบริจาคเลือด	259	64.75	141	35.25
5. การขาดการเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการบริจาคเลือดสุนัขที่ไม่เพียงพอ จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ท่านไม่สามารถพาสุนัขไปบริจาคเลือดได้	299	74.75	101	25.25

\* (n = 400)

จากตารางที่ 9 ผลการตอบข้อคำถามเกี่ยวกับปัญหาที่ไม่นำสุนัขไปบริจาคเลือด พบว่า ปัญหาเรื่องการขาดการเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการบริจาคเลือดสุนัขที่ไม่เพียงพอ เป็นสาเหตุที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่สามารถพาสุนัขไปบริจาคเลือดได้เป็นปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.75 รองลงมาเป็นปัญหาในเรื่องขนาดและจำนวนของสุนัข ที่เป็นสาเหตุที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่สามารถพาสุนัขไปบริจาคเลือดได้ คิดเป็นร้อยละ 71.25 และสุดท้ายคือเรื่องวิธีการเก็บเลือดจากบริเวณลำคอของสุนัข ที่เป็นสาเหตุที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่พาสุนัขไปบริจาคเลือดน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.50

## ตอนที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Analysis)

สำหรับการทดสอบสมมติฐานนี้ ใช้สถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Statistic) โดยใช้ในการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายค่าความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานไว้ดังนี้

**สมมติฐานข้อที่ 1** การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความรู้ในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด ผลการทดสอบ แสดงผลในตารางที่ 10

ตารางที่ 10 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับความรู้ในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด

ตัวแปร	ความรู้ในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด	
	ค่าสหสัมพันธ์	ระดับนัยสำคัญ
การเปิดรับข่าวสาร	0.125*	0.012

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 10 พบว่า การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความรู้ในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ยิ่งกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัขมากขึ้นเพียงใด ระดับความรู้ในการนำสุนัขไปบริจาคเลือดเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน แต่เป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

**สมมติฐานข้อที่ 2** การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด ผลการทดสอบแสดงผลในตารางที่ 11

ตารางที่ 11 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับทัศนคติในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด

ตัวแปร	ทัศนคติในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด	
	ค่าสหสัมพันธ์	ระดับนัยสำคัญ
การเปิดรับข่าวสาร	-0.031	0.542

จากตารางที่ 11 พบว่า การเปิดรับข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการนำเสนอข่าวไป  
 ปรึกษาเลือด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า หากกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับ  
 ข่าวสารมากขึ้นเพียงใดก็ไม่สามารถที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติเกี่ยวกับการนำเสนอข่าวไปปรึกษาเลือด  
 ได้ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานข้อที่ 3** การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการปรึกษา  
 เลือดสุนัข ผลจากการทดสอบแสดงในตารางที่ 12

ตารางที่ 12 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการปรึกษา  
 เลือดสุนัข

ตัวแปร	การมีส่วนร่วมในการนำเสนอข่าวไปปรึกษาเลือด	
	ค่าสหสัมพันธ์	ระดับนัยสำคัญ
การเปิดรับข่าวสาร	0.144**	0.004

\*\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 12 พบว่า การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรม  
 การปรึกษาเลือดสุนัข อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01หมายความว่า ยิ่งกลุ่มตัวอย่างมีการ  
 เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมการปรึกษาเลือดสุนัขมากขึ้นเท่าไร จะมีระดับการมีส่วนร่วมในการ  
 นำเสนอข่าวไปปรึกษาเลือดเพิ่มมากขึ้นตามการเปิดรับ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานแต่เป็นความสัมพันธ์  
 ในระดับต่ำ

**สมมติฐานข้อที่ 4** ความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการนำเสนอข่าวไปปรึกษาเลือด ผลจากการ  
 ทดสอบ แสดงในตารางที่ 13

ตารางที่ 13 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้กับทัศนคติในการนำเสนอข่าวไปปรึกษาเลือด

ตัวแปร	ทัศนคติในการนำเสนอข่าวไปปรึกษาเลือด	
	ค่าสหสัมพันธ์	ระดับนัยสำคัญ
ความรู้	0.307**	0.000

\*\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01



จากตารางที่ 13 พบว่า ความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า ยิ่งกลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือดเพิ่มมากขึ้นเท่าไร ก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อการนำสุนัขไปบริจาคเลือดเพิ่มมากขึ้นตามระดับของความรู้ที่ได้รับซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่เป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

**สมมติฐานข้อที่ 5** ความรู้มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข ผลจากการทดสอบแสดงในตารางที่ 14

ตารางที่ 14 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมบริจาคเลือดสุนัข

ตัวแปร	การมีส่วนร่วมในกิจกรรมบริจาคเลือดสุนัข	
	ค่าสหสัมพันธ์	ระดับนัยสำคัญ
ความรู้	0.039	0.437

จากตารางที่ 14 พบว่า ความรู้ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า การที่กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือดเพิ่มมากขึ้น ก็ไม่สามารถทำให้กลุ่มตัวอย่างแสดงออกถึงการมีส่วนร่วมมากขึ้นตามระดับการเพิ่มขึ้นของความรู้ได้ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานข้อที่ 6** ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข ผลจากการทดสอบแสดงในตารางที่ 15

ตารางที่ 15 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมบริจาคเลือดสุนัข

ตัวแปร	การมีส่วนร่วมในกิจกรรมบริจาคเลือดสุนัข	
	ค่าสหสัมพันธ์	ระดับนัยสำคัญ
ทัศนคติ	0.183**	0.000

\*\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 15 พบว่า ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า ยิ่งกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีต่อ

กิจกรรมการบริจาคเลือดสูงขึ้นเท่าไร ก็จะต้องแสดงออกถึงการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดสูงขึ้นเท่านั้น ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานแต่เป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

## ส่วนที่ 2 วิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) ร่วมกับการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participation Observation)

การวิจัยส่วนนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) โดยเป็นการสัมภาษณ์เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาการขาดแคลนเลือด ปัจจัยที่มีผลต่อการนำสุ่มมาบริจาคเลือด รวมทั้งแผนประชาสัมพันธ์และแนวทางการแก้ไขปัญหาของทางโรงพยาบาลสัตว์ทั้ง 2 แห่ง ได้แก่ โรงพยาบาลสัตว์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน โดยนายสัตวแพทย์ เสลภูมิ ไพเราะ หัวหน้าหน่วยธนาคารเลือดสุนัข และสัตวแพทย์หญิง วรวิดี มูลศาสตรสาทร แพทย์ประจำหน่วยฉุกเฉิน โรงพยาบาลสัตว์เล็ก คณะสัตวแพทย์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ส่วนการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participation Observation) นั้น เป็นการศึกษาโดยการสังเกตในเรื่องต่างๆ ในฐานะผู้มาขอใช้บริการ ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพของโรงพยาบาล การบริการ และการอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ ของโรงพยาบาลสัตว์ทั้ง 2 แห่ง ตลอดจนเข้าร่วมสังเกตในกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข

### โรงพยาบาลสัตว์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน

#### สถานการณ์ ปัญหา ข้อจำกัด ในปัจจุบันของการบริจาคเลือดของสุนัข

วัตถุประสงค์หลักของการตั้งธนาคารเลือด คือ เพื่อเก็บเลือดไว้ให้แก่สุนัขที่มีความต้องการเลือดในกรณีฉุกเฉิน เช่น สุนัขถูกรถชน เสียเลือดมาก เป็นพยาธิเม็ดเลือดขั้นรุนแรง โลหิตจางรุนแรง สัตว์ป่วยเรื้อรังและมีความจำเป็นต้องการผ่าตัดด่วน “ในกรณีนี้ สุนัขไม่ได้มีความต้องการเลือด หากแต่ความจำเป็นที่ต้องรับการผ่าตัดเป็นสาเหตุที่ทำให้สุนัขต้องการเลือด ซึ่งเราถือว่าเป็นเหตุฉุกเฉิน” (เสลภูมิ ไพเราะ, สัมภาษณ์, 3 กันยายน 2553) หากสุนัขที่มีความต้องการเลือดแต่สามารถรอรับเลือดได้ ทางธนาคารจำเป็นต้องให้เจ้าของไปหาเลือดมาให้กับสุนัขตัวเองและให้เลือดสำรองที่มีอยู่กับสุนัขที่มีความต้องการก่อน

“ด้านสถานการณ์ความต้องการเลือดสุนัขในปัจจุบันนี้ ถือว่าอยู่ในขั้นวิกฤติ เรียกว่า มีแค่พอใช้แต่ไม่สามารถสำรองเก็บไว้ใช้ในยามฉุกเฉินได้”

(เสถภูมิ ไพเราะ, สัมภาษณ์, 3 กันยายน 2553)

เนื่องจากปริมาณความต้องการใช้เลือดทุกวันนี้มีปริมาณสูงขึ้นอันเนื่องมาจากสาเหตุหลายๆ ประการ ส่วนสาเหตุหลัก 3 ประการ ที่ทำให้สุนัขมีความต้องการเลือด คือ 1.การที่สุนัขป่วยเป็นโรคพยาธิเม็ดเลือดอย่างรุนแรงโดยมีเห็บ หมัด เป็นพาหะในการนำโรค 2.ประสบอุบัติเหตุ และ 3.ภูมิคุ้มกันทำลายเม็ดเลือด ซึ่งเป็นความฉุกเฉินที่ต้องทำการถ่ายเลือดให้แก่สุนัข

“ในปี 2552 มียอดความต้องการเลือดถึง 3,127 ตัว แต่สามารถให้เลือดได้เพียง 1,597 ตัว โดยเฉลี่ยแล้วยอดความต้องการเลือดของสุนัขอยู่ที่ 10 ตัวต่อวัน”

(เสถภูมิ ไพเราะ, สัมภาษณ์, 3 กันยายน 2553)

ในหนึ่งชั่วโมงพบว่าสุนัขต้องการผลิตภัณฑ์ของเลือดถึง 3 ยูนิต (จากการสังเกต) หากพิจารณาถึงปริมาณเลือดที่ได้รับบริจาคกับจำนวนความต้องการแล้วจะพบว่า มีสุนัขประมาณครึ่งหนึ่งที่สามารถมีชีวิตรอดได้จากการได้รับเลือด แต่สำหรับส่วนที่เหลือจะมีจำนวนครึ่งหนึ่งที่ต้องตายจากการรอรับเลือดและเสียโอกาสในการรักษา

“การเสียโอกาสในการรักษาในที่นี้ หมายถึง แทนที่สุนัขจะได้รับการรักษาอย่างทันท่วงที แต่ติดปัญหาที่ไม่สามารถหาเลือดได้ทันสุนัขเหล่านั้นจึงต้องกลายเป็นสุนัขพิการไป”

(เสถภูมิ ไพเราะ, สัมภาษณ์, 3 กันยายน 2553)

นอกจากปัญหาความต้องการเลือดของสุนัขที่เพิ่มมากขึ้นแล้ว ปัจจัยภายในหลายๆ อย่างที่ส่งผลกระทบต่อให้การดำเนินการเป็นไปด้วยความล่าช้า หรือไม่สามารถดำเนินการได้อย่างชัดเจน เช่น การระดมทุน การตั้งชมรมหรือหาหน่วยงานที่สนับสนุนเรื่องการรับหรือขอรับบริจาคเลือดก็เป็นปัจจัยที่ทำให้การเพิ่มปริมาณเลือดสำรองในธนาคารไม่เป็นไปตามเป้าหมาย กอปรกับงบประมาณส่วนกลางและจำนวนบุคลากรที่ไม่เพียงพอที่จะสนับสนุนโครงการนี้เช่นกัน

“ด้วยความที่เป็นหน่วยงานราชการการตั้งชมรมหรือระดมทุนอย่างโจ่งแจ้งนั้นเป็นสิ่งที่ไม่สามารถทำได้ แต่ก็จะมีกลุ่มคนที่เห็นถึงความสำคัญของเรื่องนี้รวมตัวกันตั้งเป็นชมรมสำหรับพาสุนัขมาบริจาคเลือด”

(เสลภูมิ ไพเราะ, สัมภาษณ์, 3 กันยายน 2553)

ยิ่งไปกว่านั้น จากการสำรวจของโรงพยาบาลพบว่า เจ้าของสุนัขส่วนใหญ่มีการรับรู้ถึงการบริจาคเลือดสุนัขแต่ติดปัญหาตรงที่ไม่สามารถพาสุนัขมาได้ ตลอดจนการขาดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องที่ทำให้เจ้าของสุนัขไม่พาสุนัขมาบริจาคเลือด ดังนั้นทางโรงพยาบาลจึงจำเป็นต้องจัดหน่วยเคลื่อนที่ออกไปรับบริจาคเลือดและประชาสัมพันธ์ประโยชน์เกี่ยวกับการบริจาคเลือด เพื่อให้เจ้าของสุนัขเหล่านั้นมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง นอกจากนี้ค่าใช้จ่ายในการออกนอกสถานที่ในแต่ละครั้งก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องพิจารณาในการออกไปรับบริจาคเลือดในแต่ละครั้ง

“แต่ด้วยปัญหาเรื่องจำนวนบุคลากรที่ไม่เพียงพอ การปิดหน่วยเพื่อออกไปรับเลือดแต่ละครั้งจึงต้องประเมินถึงปริมาณเลือดที่จะได้รับกับระยะเวลาและจำนวนของสุนัขป่วยที่รอรับเลือดอยู่ที่โรงพยาบาล ว่าคุ้มค่ากับการปิดหน่วยหรือไม่”

(เสลภูมิ ไพเราะ, สัมภาษณ์, 3 กันยายน 2553)

ปัญหาต่อมาที่ต้องเตรียมวางแผนไว้ป้องกันไว้ในอนาคต คือ ปัญหาจำนวนถดถอยของสุนัข อันเป็นผลมาจากรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไป จากที่เคยอาศัยอยู่ร่วมกันเป็นครอบครัวที่บ้านก็ปรับเปลี่ยนมาอาศัยอยู่คนเดียว ด้วยสภาพสังคมที่เร่งรีบ ทำให้ลักษณะการเลี้ยงสุนัขเปลี่ยนแปลงไป จากที่นิยมเลี้ยงสุนัขพันธุ์ใหญ่ก็หันมาเลี้ยงสุนัขพันธุ์เล็กมากขึ้น ทางโรงพยาบาลเองจึงต้องเตรียมการป้องกันโดยการพัฒนาถุงเก็บเลือดสำหรับสุนัขพันธุ์เล็กโดยเฉพาะ

“เรื่องจำนวนถดถอยของสุนัข เนื่องจากรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนไปจากที่เคยอยู่บ้านก็ย้ายมาอยู่คอนโด ทำให้คนเลี้ยงสุนัขตัวใหญ่น้อยลงหันมาเลี้ยงสุนัขตัวเล็กมากขึ้น ซึ่งทำให้เราต้องมีการพัฒนาการถุงเก็บเลือดสำหรับสุนัขตัวเล็ก เพื่อให้ไว้สำหรับสุนัขตัวเล็กตามความ

เหมาะสม รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่จะนำมาใช้ทดแทนเลือด ไม่ว่าจะ เป็น เลือดเทียม Stem cell หรือแม้แต่อวัยวะเทียม”

(เสลภูมิ ไพเราะ, สัมภาษณ์, 3 กันยายน 2553)

### วิธีการสื่อสารของโรงพยาบาลสัตว์และการวางแผนประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน

การแก้ไขปัญหาในเรื่องการขาดแคลนเลือดนี้ ทางธนาคารเลือดเองได้มีการวางแผนงานเกี่ยวกับการเก็บเลือดเพื่อเพิ่มปริมาณเลือดสำรองในคลัง โดยเพิ่มเวลาในการเก็บเลือดทั้งในเวลาราชการคือที่โรงพยาบาล และนอกเวลาราชการคือ การออกเก็บเลือดนอกสถานที่เมื่อมีผู้แจ้งความประสงค์เข้ามา

“การออกงานกิจกรรมต่างๆ ที่ทางผู้จัดงานเชิญเข้าร่วมงาน และการจัดกิจกรรมเองโดยจัดโครงการ “ให้เลือดให้ชีวิต: 1,200 ยูนิทช่วยเพื่อนสุนัข” เมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2553 ที่ผ่านมา โดยได้รับเลือดทั้งสิ้น 57 ยูนิท ซึ่งโครงการนี้จะจัดขึ้นอีกในอีก 3 เดือนข้างหน้าและถ้าได้รับการตอบรับดีก็จะจัดขึ้นอย่างต่อเนื่องต่อไป”

(เสลภูมิ ไพเราะ, สัมภาษณ์, 3 กันยายน 2553)

“สำหรับหน่วยงานภายนอกที่ติดต่อเข้ามาในปีนี้มี 2 แห่ง ซึ่งทำให้ทางโรงพยาบาลได้รับข้อคิดจากการเข้าร่วมงานทั้ง 2 แห่งอย่างมาก โดยแห่งแรกเป็นงานการประกวดสุนัขสวยงามและการวิ่งแข่งขัน ผลที่ได้กลับมาจากการไปรับบริจาคเลือดนั้น ได้เลือดกลับมาเพียง 1 ยูนิท ตลอดระยะเวลาที่จัดการ ส่วนอีกแห่งนั้นก็เป็นการประกวดสุนัขสวยงามเช่นกัน แต่มีการแบ่งการจัดงานไว้อย่างชัดเจน รวมถึงการทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อแจ้งให้ประชาชนได้ทราบว่า จะมีการรับบริจาคเลือดในวันใดบ้าง ซึ่งทำให้ทางโรงพยาบาลได้เลือดจากกิจกรรมนี้มากกว่างานแรก”

(เสลภูมิ ไพเราะ, สัมภาษณ์, 3 กันยายน 2553)

จากบทเรียนดังกล่าวทำให้ทางเจ้าหน้าที่ได้ตระหนักถึงการเข้าร่วมกิจกรรมภายนอกว่า ต้องพิจารณาถึงจุดประสงค์หลักของงานก่อนแล้วจึงตัดสินใจเข้าไปร่วมงานในรูปแบบใด



“หากภายในงานเน้นการประกวดสุนัขอันเป็นหลักและมีการบริจาคเลือดร่วมด้วยนั้น ทางโรงพยาบาลจะเข้าไปในลักษณะการให้ความรู้และชักชวนให้มาบริจาคที่โรงพยาบาลแทน ในทางกลับกัน หากกิจกรรมของงานเน้นที่การบริจาคเลือดเป็นหลัก ทางโรงพยาบาลก็จะจัดทีมงานเข้าไปเพื่อรับบริจาคเลือด”

(เสลภูมิ ไพเราะ, สัมภาษณ์, 3 กันยายน 2553)

นอกจากการเข้าร่วมกิจกรรมกับทางภาครัฐและเอกชนแล้วทางโรงพยาบาลเคยจัดทำโครงการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับทางเก็บเลือดสุนัขและแมวกับทางมหาวิทยาลัยเชียงใหม่เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ทางวิชาการ

ส่วนงานด้านการประชาสัมพันธ์โครงการหรือการเผยแพร่ข่าวสารการบริจาคเลือดนั้น

“ทางโรงพยาบาลยังไม่ได้มีการวางแผนการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรม ส่วนใหญ่จะเป็นการฝากข่าวไปยังกลุ่มสมาชิกเดิมทางโทรศัพท์ การชักชวนบรรดาเจ้าของสุนัขที่นำสุนัขมารักษาให้นำสุนัขมาบริจาคเลือด ตลอดจนการฝากข่าวผ่านทางหน้าเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยและทางคณะ รวมถึงขอความอนุเคราะห์จากสื่อมวลชนที่เคยเข้ามาทำข่าวเกี่ยวกับเรื่องนี้ให้ช่วยประชาสัมพันธ์”

(เสลภูมิ ไพเราะ, สัมภาษณ์, 3 กันยายน 2553)

ทั้งนี้อันเนื่องมาจากการขาดแคลนบุคลากรที่จะมาบริหารจัดการเกี่ยวกับเรื่องนี้โดยตรง และงบประมาณที่มีจำกัดจึงไม่สามารถรองรับค่าใช้จ่ายส่วนนี้ได้ โดยสื่อที่มีอิทธิพลต่อประชาชนมากที่สุดจากการสำรวจของทางโรงพยาบาลนั้น คือ สื่อโทรทัศน์ โดยเฉพาะรายการข่าว

“ยกตัวอย่างรายการข่าว 3 มิติ ที่ออกอากาศไป วันรุ่งขึ้นก็มีคนที่สนใจโทรเข้าสอบถามและพาสุนัขมาบริจาคเลือดเป็นจำนวนมาก”

(เสลภูมิ ไพเราะ, สัมภาษณ์, 3 กันยายน 2553)



นอกจากนี้ ทางโรงพยาบาลได้จัดทำสื่อต่างๆ เช่น บอร์ดนิทรรศการ แผ่นพับ ป้ายผ้า สำหรับใช้เป็นสื่อในการเผยแพร่ข่าวสารให้กับเจ้าของสัตว์เลี้ยงที่เข้ามาใช้บริการ ตลอดจนการให้บริการของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ที่สามารถแนะนำและความรู้ในเรื่องต่างๆ ได้เป็นอย่างดี สำหรับสัตว์แพทย์เองนอกจากจะทำการรักษาสัตว์ที่ป่วยแล้วยังมีการให้ความรู้กับเจ้าของสัตว์เลี้ยงในขณะทำการรักษาเช่นกัน (จากการสังเกตและเข้าไปพูดคุยกับเจ้าของสุนัขที่นำสุนัขมาบริจาคเลือด)

ส่วนการประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อใหม่นั้น ทางโรงพยาบาลได้จัดทำ Facebook สำหรับเอาไว้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารกับประชาชนทั่วไป ตลอดจนใช้เป็นสื่อกลางในการให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ (จากการสังเกตและเข้าไปเยี่ยมชมเว็บไซต์)

### การตอบรับและการให้ความร่วมมือจากประชาชน

จากการเก็บข้อมูลของโรงพยาบาลเกี่ยวกับจำนวนผู้พาสุนัขมาบริจาคเลือดตั้งแต่ปี 2543-2552 นั้น มีตัวเลขของสุนัขบริจาคเลือดเพิ่มขึ้นจาก 55 ตัวในปี 2543 มาเป็น 1,000 ตัวนั้น ถือได้ว่าเป็นผลของการตอบรับที่ดีมากขึ้นกว่าเดิม ดูได้จากจำนวนสมาชิกที่นำสุนัขมาบริจาคเลือด (จากการสังเกต บอร์ดนิทรรศการ) ตอนนี้มีสมาชิกใหม่มากขึ้น “โดยขอแบ่งผู้บริจาคเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่ม Donor ใหม่ ที่ได้รับข่าวสารการขอรับบริจาคเลือด
2. คนกลุ่มที่ 1 ที่นำสุนัขกลับมาบริจาคเลือดจนกว่าสุนัขตัวเองจะให้ไม่ได้
3. คนที่มาเพราะสุนัขของตัวเองป่วยและมีความต้องการเลือด จึงต้องไปหาสุนัขมาบริจาคเลือดให้กับสุนัขของตัวเอง ส่วนมากจะมาเพียงครั้งเดียวและไม่พามาอีก แต่คนกลุ่มนี้ถือได้ว่าเป็นกลุ่มที่สามารถเพิ่มปริมาณเลือดสำรองในธนาคารได้ ถ้าหากเลือดของสุนัขที่หามาได้นั้นไม่สามารถเข้ากันได้กับสุนัขของตัวเองได้ เลือดนั้นก็จะเป็นไปให้กับสุนัขป่วยตัวอื่นๆ ที่รอความช่วยเหลืออยู่ ซึ่งคนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ทางโรงพยาบาลต้องการ เพราะคนที่มาบริจาคส่วนใหญ่จะเจาะจงว่าเลือดที่ให้นำไปให้กับสุนัขตัวไหนหรือแม่แต่เก็บเอาไว้ให้กับตัวสุนัขผู้บริจาคเองก็ตาม”

(เสลภูมิ ไพเราะ, สัมภาษณ์, 3 กันยายน 2553)

นอกจากนี้ยังมีกลุ่มของผู้เลี้ยงสุนัขอาชีพ ติดต่อเข้ามาให้ทางโรงพยาบาลเข้าไปเก็บเลือดในฟาร์มของตน

“ซึ่งกรณีของ BOWWOW เป็นศูนย์ฝึกสุนัขและ Petshop ที่จังหวัดนครนายก ทางเจ้าของฟาร์มได้เข้ามาสัมผัสและเล็งเห็นถึงความสำคัญตรงนี้ จึงทำการรวมตัวของกลุ่มผู้เลี้ยงสุนัขและติดต่อมาที่โรงพยาบาลเพื่อให้ทางเราเข้าไปเก็บเลือด และอีกกลุ่มที่ติดต่อเข้ามาคือ ชมรมสุนัขกู้ภัย สุนัขส่วนใหญ่เน้นถูกนำไปเทรนดีเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัย ซึ่งจะมีสุนัขที่ผ่านและไม่ผ่านการเทรนดี โดยกลุ่มที่ไม่ผ่านการเทรนดีนั้นเค้ายังเห็นถึงความสำคัญของเรื่องนี้อยู่ แม้ว่าจะไม่สามารถไปกู้ภัยได้แต่เค้าก็ยังอยากที่จะช่วยเหลืออยู่ และด้วยความที่เป็นสุนัขตัวใหญ่จึงสามารถให้เลือดได้ จึงรวมตัวกันตั้งเป็นชมรมรับบริจาคเลือดแทน”

(เสลภูมิ ไพเราะ, สัมภาษณ์, 3 กันยายน 2553)

### สิ่งที่ต้องการความช่วยเหลือหรือเพื่อสนับสนุนอย่างเร่งด่วน

เมื่อความต้องการเลือดยังเป็นปัญหาที่นับวันเริ่มทวีความรุนแรงมากขึ้น และด้วยทางโรงพยาบาลเองยังมิได้มีหน่วยงานที่จะสนับสนุนเรื่องนี้อย่างจริงจัง ดังนั้นประเด็นหลักๆ ที่ต้องการความช่วยเหลืออย่างเร่งด่วนในขณะนี้ สามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วนใหญ่ ได้แก่

1. ความช่วยเหลือจากภายนอก ได้แก่ เรื่องจำนวนบุคลากร และงบประมาณที่นำมาใช้ในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปเก็บเลือดนอกสถานที่ วัสดุอุปกรณ์สำหรับใช้ในการเก็บเลือด หากมีจำนวนผู้มาบริจาคมากขึ้น 2 – 3 เท่าของปัจจุบัน รวมถึงเครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัย ตลอดจนจรรยาบรรณรับบริจาคเลือดที่มีเครื่องมือที่ทันสมัยและครบถ้วนเหมือนกับของสภากาชาดไทย

“ซึ่งรกรับบริจาคเลือดเคลื่อนที่นั้นเป็นสิ่งที่ทางโรงพยาบาลต้องการมากที่สุด”

(เสลภูมิ ไพเราะ สัมภาษณ์, 3 กันยายน 2553)

2. ความช่วยเหลือจากภายนอก ได้แก่ สื่อประชาสัมพันธ์ เพราะทางโรงพยาบาลไม่มีงบประมาณเพียงพอในการจัดทำหรือเผยแพร่สื่อในพื้นที่สาธารณะ

“ทางโรงพยาบาลเองไม่มีเงินพอที่จะรองรับค่าใช้จ่ายส่วนนั้นได้ เพราะเป็นค่าใช้จ่ายที่สูงมากสำหรับเรา”

(เสลภูมิ ไพเราะ, สัมภาษณ์, 3 กันยายน 2553)

ต่อมาเป็นเรื่องของพันธมิตรในด้านการรับบริจาคเลือด “ทางโรงพยาบาลยินดีที่จะเผยแพร่ความรู้และวิธีการต่างๆเกี่ยวกับการรับบริจาคเลือด ไปยังคลินิกเล็กๆ โดยคาดหวังให้คลินิกเล็กๆ เหล่านี้จะสามารถรับบริจาคเลือดเองได้เพื่อเป็นการผ่อนแรงโรงพยาบาล หากมีจำนวนผู้บริจาคเลือดเพิ่มมากขึ้น”

(เสลภูมิ ไพเราะ, สัมภาษณ์, 3 กันยายน 2553)

สุดท้ายพันธมิตรในด้านอาหารและเวชภัณฑ์นั้น

“โรงพยาบาล อยากให้เป็นผู้สนับสนุนเวลาที่มีการจัดกิจกรรม และสุดท้ายเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด คือ ผู้บริจาครายใหม่ๆ ตลอดจนเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย”

(เสลภูมิ ไพเราะ, สัมภาษณ์, 3 กันยายน 2553)

**โรงพยาบาลสัตว์เล็ก คณะสัตวแพทย์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย**

**สถานการณ์ ปัญหา ข้อจำกัด ในปัจจุบันของการบริจาคเลือดของสุนัข**

ด้วยความที่โรงพยาบาลยังอยู่ในระยะเริ่มต้นและกำลังขยายหน่วยงานเพื่อรองรับปัญหาเรื่องการขาดแคลนเลือดสุนัขซึ่ง

“ทางโรงพยาบาลสัตว์เล็ก จุฬาฯ เองก็ประสบปัญหาเช่นเดียวกับที่โรงพยาบาลสัตว์ ม. เกษตร เนื่องจากปัจจุบันกลุ่มผู้เลี้ยงสุนัขมีจำนวนมากขึ้นอีกทั้งยังมีการเอาใจใส่ดูแลสุนัขของตัวเองเป็นอย่างดี เรียกว่า เลี้ยงเป็นลูกก็ว่าได้ เจ็บนิดเจ็บหน่อยก็พามาหาหมอ”

(วรวดี มูลศาสตรสาทร, สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2553)

จึงทำให้ความต้องการเลือดมีปริมาณเพิ่มสูงขึ้น เพราะสัตว์แพทย์สามารถตรวจพบความผิดปกติที่เกิดขึ้นจึงต้องรีบดำเนินการรักษา ยิ่งไปกว่านั้นทางโรงพยาบาลสัตว์เล็ก จุฬาฯ ไม่ได้มีธนาคารเลือดเหมือนทางโรงพยาบาลสัตว์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน

“มีเพียงหน่วยสำรองเลือดไว้สำหรับใช้ในแผนกฉุกเฉินเท่านั้น โดยส่วนใหญ่จะมีผู้มาบริจาคเลือดเฉลี่ยวันละ 1 ตัวเท่านั้น แต่ความต้องการเลือดโดยเฉลี่ยมีถึง 3-5 ตัวต่อวัน”

(วรวดี มูลศาสตรสาทร, สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2553)

ขณะนี้ “ทางโรงพยาบาลเองกำลังมีการขยายหน่วยงาน ตลอดจนก่อสร้างอาคารใหม่เพื่อรองรับหน่วยงานใหม่ๆ คาดว่าจะหน่วยงานนี้จะเป็นรูปธรรมในอีก 2-3 ปีข้างหน้า รวมถึงหน่วยสำรองเลือดก็เช่นกัน โดยระดับหรือขนาดของหน่วยงานนี้จะมีขนาดใกล้เคียงกับของโรงพยาบาลสัตว์ เกษตร”

(วรวดี มูลศาสตรสาทร, สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2553)

ซึ่งทางโรงพยาบาลกำลังเร่งการสร้างและปรับปรุงอาคารที่ใช้ในการรักษาสัตว์ให้มีความทันสมัย เพื่อรองรับกับปริมาณสัตว์ป่วยที่เพิ่มสูงขึ้น (จากการสังเกต)

นอกจากปัญหาความต้องการเลือดของสุนัขที่เพิ่มมากขึ้นแล้ว ขั้นตอนการดำเนินงานภายในหลายๆ อย่างก็ส่งผลกระทบต่อให้การดำเนินการเป็นไปด้วยความล่าช้า หรือไม่สามารถดำเนินการได้อย่างชัดเจน เช่น การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นเกี่ยวกับเรื่องการบริจาคเลือดสุนัข การระดมทุน การตั้งชมรมหรือหาหน่วยงานที่สนับสนุนเรื่องการรับหรือขอรับบริจาคเลือด

“การดำเนินการทุกอย่างจะต้องได้รับการเห็นชอบและอนุมัติจากผู้อำนวยความสะดวกก่อนถึงจะเริ่มดำเนินการได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการจัดงานที่มีบริษัทเอกชนเสนอตัวเป็นผู้สนับสนุนหรือมีเรื่องเงินเข้าไปเกี่ยวข้องจะต้องผ่านการพิจารณาอย่างละเอียดถี่ถ้วน เพราะทางโรงพยาบาลไม่ต้องการเข้าไปมีส่วนได้ส่วนเสียในเชิงพาณิชย์เพราะเราถือว่าเป็นหน่วยงานราชการ แต่สำหรับหน่วยงานภาครัฐนั้น ทางหน่วยเคยไปร่วมกิจกรรมทางโรงพยาบาลสัตว์ ม.เกษตร ที่จัดโครงการบริจาคเลือดสุนัขขึ้น นอกเหนือจากนั้นทางหน่วยยังไม่มีโอกาสคงต้องรอให้มีความพร้อมมากกว่านี้จึงจะสามารถออกไปร่วมโครงการได้”

(วรวดี มูลศาสตรสาทร, สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2553)

ยิ่งไปกว่านั้น “จำนวนบุคลากรที่ไม่เพียงพอก็เป็นหนึ่งในปัจจัยหลักที่ทำให้การดำเนินการหลายๆ อย่างไม่สามารถดำเนินการได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการออกไปรับบริจาคเลือดนอกสถานที่ เพราะจะเป็นการเพิ่มภาระการรักษาสัตว์กรณีฉุกเฉินให้กับสัตวแพทย์คนอื่นๆ ที่เข้าเวรในขณะนั้น”

(วรวดี มูลศาสตรสาทร, สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2553)

ตลอดจนงบประมาณในการดำเนินการและจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์หลายๆ อย่างที่จำเป็นก็ยังไม่เพียงพอกับปริมาณสัตว์ป่วยที่เข้ามาใช้บริการในแต่ละวันที่มีจำนวนมากซึ่งจุดนี้ยังไม่ได้นับรวมกับสัตว์ป่วยที่ไม่ได้ถูกส่งตัวมารักษาที่แผนกฉุกเฉิน

### วิธีการสื่อสารของโรงพยาบาลสัตว์และการวางแผนประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน

ส่วนงานด้านการประชาสัมพันธ์โครงการหรือการเผยแพร่ข่าวสารการบริจาคเลือดนั้น ทางโรงพยาบาลยังไม่ได้มีการวางแผนการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรม

“ส่วนใหญ่จะเป็นการประชาสัมพันธ์ภายในและจากคนที่พาสุนัขมาบริจาคเลือดเป็นประจำเป็นคนกระจายข่าวให้ แต่ก็จะเป็นการกระจายข่าวในวงแคบๆ เท่านั้น อย่างที่บอกไว้ข้างต้นว่าทุกอย่างจะต้องผ่านการเห็นชอบและอนุมัติก่อน”

(วรวดี มูลศาสตรสาทร, สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2553)



ทั้งนี้อันเนื่องมาจากการขาดแคลนบุคลากรทั้งสัตวแพทย์และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ที่คอยทำหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร จนต้องให้สัตวแพทย์ที่ทำการรักษาต้องออกมาให้ข้อมูลด้วยภาวะจำยอมหรือบ้ายเบี่ยงที่จะให้ความร่วมมือ ตัวสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ เช่น บอร์ดนิทรรศการ ป้ายประกาศ แผ่นพับ ตามจุดต่างๆ ที่มีจำนวนน้อยและเก่าเกินกว่าจะศึกษาข้อมูล (จากการสังเกตและประสบการณ์จากตัวเอง) ซึ่งทั้งหมดเป็นผลมาจากการขาดการสนับสนุนเรื่องงบประมาณ

### การตอบรับและการให้ความร่วมมือจากประชาชน

เนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่เริ่มเห็นและตระหนักเกี่ยวกับปัญหาการขาดแคลนเลือดสุนัขมากขึ้น จึงทำให้มีประชาชนจำนวนมากที่ให้การตอบรับมากขึ้นกว่าเดิม ซึ่งจากการสำรวจของโรงพยาบาลเอง พบว่า เจ้าของสุนัขส่วนมากอยากให้ทางโรงพยาบาลออกไปรับเลือดนอกสถานที่

“แต่ติดด้วยเรื่องจำนวนบุคลากรและงบประมาณจึงทำให้ทางโรงพยาบาลไม่สามารถออกไปดำเนินการได้”

(วรวดี มูลศาสตรสาทร, สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2553)

ในที่นี้สื่อที่มีอิทธิพลต่อการการนำสุนัขมาบริจาคเลือดมากที่สุดคือ ตัวสัตวแพทย์ รวมถึงการชักชวนของเจ้าของสุนัขที่เคยพาสุนัขมาบริจาคเลือด

“เวลาที่เจอเจ้าของสุนัขที่สามารถบริจาคเลือดได้มารักษา เราก็จะชักชวนและแนะนำถึงประโยชน์ที่น้องหมาจะได้รับจากการบริจาคเลือด ซึ่งส่วนมากเมื่อน้องหมาเหล่านั้นหายป่วย เจ้าของสุนัขก็จะพามาบริจาคเลือด พอมาหลายๆ ครั้งเข้าก็จะชักชวนเพื่อนๆ ให้มาบริจาคด้วยกัน ซึ่งเพื่อนๆ เค้าก็ยินดีที่จะพามาเพราะเค้าเห็นถึงประโยชน์ที่น้องหมาได้รับจากการมาบริจาคเลือด”

(วรวดี มูลศาสตรสาทร, สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2553)



### สิ่งที่ต้องการความช่วยเหลือหรือเพื่อสนับสนุนอย่างเร่งด่วน

ด้วยปัญหาของการขาดแคลนเลือดที่ยังเป็นปัญหาใหญ่ที่โรงพยาบาลสัตว์และเจ้าของสุนัขต่างต้องเผชิญร่วมกันเมื่อพบว่าสุนัขของตัวเองมีความต้องการเลือดด่วนและโรงพยาบาลไม่สามารถหาเลือดสำรองมาใช้ในการรักษาได้นั้น ปัญหานี้จึงถือว่าเป็นปัญหาสำคัญปัญหาหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อให้กับทางโรงพยาบาลสัตว์เล็ก

“เพราะถือว่กำลังอยู่ในช่วงเริ่มต้น ทางโรงพยาบาลเองจึงมีความต้องการการสนับสนุนในทุกๆ ด้านไม่ว่าจะเป็นเรื่องเงินทุน บุคลากร สื่อประชาสัมพันธ์ อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ ยา และเวชภัณฑ์ ตลอดจนพันธมิตร เพื่อผลักดันให้เกิดโครงการและดำเนินการเป็นผลสำเร็จตามที่วางแผนไว้”

(วรวดี มูลศาสตรสาทร, สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2553)

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข” มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาว่า เจ้าของสุนัขส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือดจากทางสื่อใด อีกทั้งมีความรู้และทักษะเกี่ยวกับเรื่องนี้หรือไม่ โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาวิธีการสื่อสารของโรงพยาบาลสัตว์เกี่ยวกับเรื่องการบริจาคเลือดของสุนัข
2. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของความรู้ ทักษะ และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัขของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

โดยผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานไว้ดังต่อไปนี้

1. การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความรู้ในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด
2. การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับทักษะในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด
3. การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข
4. ความรู้มีความสัมพันธ์กับทักษะในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด
5. ความรู้มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข
6. ทักษะมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา คือ ประชากรที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงสถานที่ (Purposive Sampling) จากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) และนำข้อมูลที่ได้ไปประมวลด้วยโปรแกรมทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนการทดสอบสมมติฐานนั้นใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) สำหรับวิเคราะห์ผลการวิจัย

เพื่อให้ผลการวิจัยมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงเลือกการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) กับผู้ที่ดูแลหรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการการบริจาคเลือดสุนัขของโรงพยาบาลทั้ง 2 แห่ง แห่งละ 1 ท่าน รวม 2 ท่าน ตลอดจนศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร จากเว็บไซต์ทั้งไทยและต่างประเทศ สื่อมวลชนรวมทั้งการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non – Participant Observation) ในโครงการบริจาคเลือดสุนัข

## สรุปผลการวิจัย

### 1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

#### ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะทางประชากร กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษามีจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 26-35 ปี โดยระดับการศึกษาส่วนใหญ่ได้รับการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และส่วนใหญ่เลี้ยงสุนัขอย่างเดียวกว่าแมว

#### การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือด

กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยสื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารมากที่สุดได้แก่ สื่อโทรทัศน์ ส่วนสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจนำสุนัขไปบริจาคเลือดมากที่สุดคือ ประสบการณ์ตรง (จากตัวเองและคนใกล้ตัว)

#### ทัศนคติเกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือด

กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการนำสุนัขไปบริจาคเลือด โดยรวมอยู่ในระดับเชิงบวก โดยกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในเรื่องของการรู้สึกดีใจที่เลือดของสุนัขของตนได้ช่วยเหลือสุนัขตัวอื่นสูงที่สุด

### ความรู้เกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือด

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือด อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ ระดับมาก

### การมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แสดงออกถึงการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข อยู่ในระดับมาก โดยมีส่วนร่วมในการอธิบายข้อมูลที่ถูกต้องและประโยชน์ที่ได้รับจากการพาสุนัขไปบริจาคเลือดมากที่สุด

### ปัจจัยหรือปัญหาในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด

เรื่องการขาดการเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการบริจาคเลือดสุนัขที่ไม่เพียงพอเป็นเหตุให้ไม่สามารถพาสุนัขไปบริจาคเลือดได้ กลุ่มตัวอย่างมีปัญหาเกี่ยวกับเรื่องนี้มากที่สุด ส่วนเรื่องวิธีการเก็บเลือดจากบริเวณลำคอของสุนัขนั้นกลุ่มตัวอย่างมีปัญหากับเรื่องนี้น้อยที่สุด

## 2. การทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing)

**สมมติฐานข้อที่ 1** การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความรู้ในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด

ผลการทดสอบพบว่า การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความรู้ในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

**สมมติฐานข้อที่ 2** การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด

ผลการทดสอบพบว่า การเปิดรับข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

**สมมติฐานข้อที่ 3** การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการ  
บริจาคเลือดสุนัข

ผลการทดสอบพบว่า การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการ  
บริจาคเลือดสุนัข ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

**สมมติฐานข้อที่ 4** ความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด  
ผลการทดสอบพบว่า ความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด ซึ่ง  
เป็นไปตามสมมติฐาน

**สมมติฐานข้อที่ 5** ความรู้มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือด  
สุนัข

ผลการทดสอบพบว่า ความรู้ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาค  
เลือดสุนัข ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

**สมมติฐานข้อที่ 6** ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือด  
สุนัข

ผลการทดสอบพบว่า ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาค  
เลือดสุนัข ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

### 3. วิธีการสื่อสารของโรงพยาบาลสัตว์

#### โรงพยาบาลสัตว์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน

สถานการณ์ ปัญหา ข้อจำกัด ในปัจจุบันของการบริจาคเลือดของสุนัข

สถานการณ์ความต้องการเลือดสุนัขในปัจจุบัน ถือว่าอยู่ในขั้นวิกฤติ เรียกว่า มีแค่พอใช้  
แต่ไม่สามารถสำรองเก็บไว้ใช้ในยามฉุกเฉินได้ เนื่องจากปริมาณความต้องการใช้เลือดทุกวันนี้มี  
ปริมาณสูงขึ้นอันเนื่องมาจากสาเหตุ หลากๆ ประการ โดยในปี 2552 มียอดความต้องการเลือดถึง  
3,127 ตัว แต่สามารถให้เลือดได้เพียง 1,597 ตัว โดยเฉลี่ยแล้วยอดความต้องการเลือดของสุนัข  
อยู่ที่ 10 ตัวต่อวัน หมายความว่า มีสุนัขประมาณครึ่งหนึ่งที่สามารถมีชีวิตรอดได้จากการได้รับ

เลือด แต่สำหรับส่วนที่เหลือจะมีจำนวนครึ่งหนึ่งที่ต้องตายจากการรื้อรับเลือดและเสียโอกาสในการรักษา

ปัจจัยภายในที่ส่งผลกระทบต่อให้การดำเนินการเป็นไปด้วยความล่าช้าหรือไม่สามารถดำเนินการได้อย่างชัดเจน ได้แก่ การระดมทุน การตั้งชมรมหรือหาหน่วยงานที่สนับสนุนเรื่องการรักษาหรือขอรับบริจาคเลือด ตลอดจนงบประมาณส่วนกลางและจำนวนบุคลากรที่ไม่เพียงพอที่ทำให้ไม่สามารถดำเนินการได้

### วิธีการสื่อสารและการวางแผนประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน

งานด้านการประชาสัมพันธ์โครงการหรือการเผยแพร่ข่าวสารการบริจาคเลือดนั้น ทางโรงพยาบาลยังไม่ได้มีการวางแผนการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรม ส่วนใหญ่จะเป็นการฝากข่าวไปทางหน้าเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยและทางคณะ รวมถึงขอความอนุเคราะห์จากสื่อมวลชนที่เคยเข้ามาทำข่าวให้ช่วยประชาสัมพันธ์ให้ เนื่องมาจากการขาดแคลนบุคลากรที่จะมาบริหารจัดการเกี่ยวกับเรื่องนี้โดยตรง และงบประมาณที่มีจำกัดจึงไม่สามารถรองรับค่าใช้จ่ายส่วนนี้ได้ ส่วนสื่อที่ทางโรงพยาบาลสามารถผลิตเองได้นั้นจะเป็นป้ายประชาสัมพันธ์ (Banner) โครงการรับบริจาคเลือดที่ติดอยู่ภายในบริเวณต่างๆ ของโรงพยาบาล

ส่วนการประชาสัมพันธ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตนั้น ทางโรงพยาบาลได้จัดทำ Facebook สำหรับเอาไว้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารกับประชาชนทั่วไป เพื่อใช้เป็นสื่อกลางในการให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ

### การตอบรับและการให้ความร่วมมือจากประชาชน

เนื่องจากประชาชนส่วนมากโดยเฉพาะกลุ่มผู้เลี้ยงสุนัขเริ่มให้ความสำคัญเกี่ยวกับการพาสุนัขไปบริจาคเลือดมากขึ้น ดังนั้นจึงได้รับการตอบรับมากขึ้นกว่าเดิม ขณะนี้มีสมาชิกใหม่ๆ เพิ่มขึ้น โดยทางโรงพยาบาลได้แบ่งผู้บริจาคเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่ม Donor ใหม่ ที่ได้รับข่าวสารการขอรับบริจาคเลือด ถัดมาเป็นคนกลุ่มที่ 1 ที่เคยนำสุนัขมาบริจาคเลือดและนำสุนัขกลับมาบริจาคเลือดเป็นประจำจนกว่าสุนัขตัวเองจะไม่สามารถบริจาคเลือดได้ สุดท้ายคือคนที่มาเพราะสุนัขของตัวเองต้องการเลือด จึงต้องไปหาสุนัขมาบริจาคเลือดให้กับสุนัขของตัวเอง ส่วนมากจะมาเพียงครั้งเดียวและไม่พามาอีก แต่คนกลุ่มนี้ถือได้ว่าเป็นกลุ่มที่สามารถเพิ่มปริมาณเลือดสำรองใน



ธนาคาร และเป็นกลุ่มที่ทางโรงพยาบาลต้องการมากที่สุด นอกจากนี้ยังมีกลุ่มของผู้เลี้ยงสุนัขอาชีพ ที่ติดต่อเข้ามาให้ทางโรงพยาบาลเข้าไปเก็บเลือดในฟาร์มสุนัขของตน

สิ่งที่ต้องการความช่วยเหลือหรือเพื่อสนับสนุนอย่างเร่งด่วน

เมื่อความต้องการเลือดยังเป็นปัญหาที่นับวันเริ่มทวีความรุนแรงมากขึ้น และด้วยทางโรงพยาบาลเองยังมิได้มีหน่วยงานที่จะสนับสนุนเรื่องนี้อย่างจริงจัง ดังนั้นประเด็นหลักๆ ที่ต้องการความช่วยเหลืออย่างเร่งด่วนในขณะนี้ สามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วนใหญ่ ได้แก่

1. ความช่วยเหลือจากภายใน ได้แก่ เรื่องจำนวนบุคลากร และงบประมาณที่นำมาใช้ในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปเก็บเลือดนอกสถานที่ วัสดุอุปกรณ์สำหรับใช้ในการเก็บเลือด รวมถึงเครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัย ตลอดจนรถรับบริจาคเลือดที่มีเครื่องมือที่ทันสมัยและครบถ้วนเหมือนกับของสภาอากาศชาติไทย
2. ความช่วยเหลือจากภายนอก ได้แก่ สื่อประชาสัมพันธ์ เพราะทางโรงพยาบาลไม่มีงบประมาณเพียงพอในการจัดทำหรือเผยแพร่สื่อในพื้นที่สาธารณะ ต่อมาเป็นเรื่องของพันธมิตรในด้านการรับบริจาคเลือด โดยทางโรงพยาบาลคาดหวังให้คลินิกเล็กๆ สามารถรับบริจาคเลือดเองได้เพื่อเป็นการแบ่งเบาภาระของโรงพยาบาล ในด้านอาหารและเวชภัณฑ์เพื่อสำหรับให้เป็นผู้สนับสนุนโรงพยาบาลเวลาที่มีการจัดกิจกรรม และสุดท้าย คือ ผู้บริจาครายใหม่ ตลอดจนเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย

### โรงพยาบาลสัตว์เล็ก คณะสัตวแพทย์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สถานการณ์ ปัญหา ข้อจำกัด ในปัจจุบันของการบริจาคเลือดของสุนัข

ด้วยความที่ยังอยู่ในระยะเริ่มต้นและกำลังขยายหน่วยงานเพื่อรับผิดชอบเกี่ยวกับเรื่องการรักษาแคลนเลือดสุนัขจึงทำให้การดำเนินงานหลายๆ อย่างยังไม่สามารถดำเนินการได้อย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งทางโรงพยาบาลสัตว์เล็ก จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ก็ประสบปัญหาเช่นเดียวกับโรงพยาบาลสัตว์ ม.เกษตร ยิ่งไปกว่านั้นทางโรงพยาบาลสัตว์เล็ก จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ไม่ได้มีธนาคารเลือดเหมือนทางโรงพยาบาลสัตว์ ม.เกษตร แต่มีเพียงหน่วยสำรองเลือดไว้สำหรับใช้ในแผนกฉุกเฉินเท่านั้น โดยส่วนใหญ่จะมีผู้มาบริจาคเลือดเฉลี่ยวันละ 1 ตัวเท่านั้น แต่กลับมีความต้องการเลือดถึง 3-5 ตัวต่อวัน

นอกจากปัญหาความต้องการเลือดของสุนัขที่เพิ่มมากขึ้นแล้ว ปัจจัยภายในของทางโรงพยาบาล อันได้แก่ ระบบการดำเนินการ การขาดแคลนบุคลากร วัสดุอุปกรณ์ ตลอดจนเครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัยและงบประมาณที่มีจำกัด ทำให้ทางโรงพยาบาลไม่สามารถดำเนินการได้อย่างเต็มที่

### วิธีการสื่อสารและการวางแผนประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน

ส่วนงานด้านการประชาสัมพันธ์โครงการหรือการเผยแพร่ข่าวสารการบริจาคเลือดนั้น ทางโรงพยาบาลยังไม่ได้มีการวางแผนการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นรูปธรรม ส่วนใหญ่จะเป็นการประชาสัมพันธ์ภายในและให้คนที่พาสุนัขมาบริจาคเลือดเป็นประจำเป็นคนกระจายข่าวให้ ซึ่งก็จะเป็นการกระจายข่าวในวงแคบๆ เท่านั้น ทั้งนี้อันเนื่องมาจากการขาดแคลนบุคลากรที่จะมาบริหารจัดการตลอดจนประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เรื่องความสำคัญและประโยชน์ของการพาสุนัขมาบริจาคเลือด รวมถึงการสนับสนุนเรื่องงบประมาณในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารสู่ภายนอกพร้อมๆ กับการออกรับบริจาคเลือดภายนอกสถานที่

### การตอบรับและการให้ความร่วมมือจากประชาชน

เนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่เริ่มเห็นและตระหนักเกี่ยวกับปัญหาการขาดแคลนเลือดสุนัขมากขึ้น จึงทำให้มีประชาชนจำนวนมากที่ให้การตอบรับมากขึ้นกว่าเดิม ซึ่งจากการสำรวจของโรงพยาบาลเอง พบว่า เจ้าของสุนัขส่วนมากอยากให้ทางโรงพยาบาลออกไปรับเลือดนอกสถานที่ แต่ติดด้วยเรื่องจำนวนบุคลากรและงบประมาณจึงทำให้ทางโรงพยาบาลไม่สามารถออกไปดำเนินการได้

### สิ่งที่ต้องการความช่วยเหลือหรือเพื่อสนับสนุนอย่างเร่งด่วน

เนื่องจากอยู่ในช่วงเริ่มต้น ทางโรงพยาบาลจึงมีความต้องการการสนับสนุนในทุกๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเงินทุน บุคลากร สื่อประชาสัมพันธ์ อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ ยาและเวชภัณฑ์ ตลอดจนพันธมิตร เพื่อผลักดันให้เกิดโครงการและดำเนินการเป็นผลสำเร็จตามที่วางแผนไว้

## อภิปรายผลการวิจัย

**สมมติฐานข้อที่ 1 การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความรู้ในการนำเสนอไป**  
**บริจาคเลือด** จากผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความรู้ในการนำเสนอไป  
 บริจาคเลือด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ยิ่งกลุ่มตัวอย่าง  
 มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมการบริจาคเลือดสูงขึ้นเพียงใด จะทำให้ระดับความรู้  
 เกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้จากการนำเสนอไปบริจาคเลือดเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ  
 Charles K. Atkin (1973) ที่ได้กล่าวว่า การที่บุคคลมีการเปิดรับข่าวสารมาก ย่อมมีหูตากว้างไกล  
 มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับ  
 ข่าวสารน้อย

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรรณิการ์ เดชะอุดมโกศา (2544) เรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร  
 กับความต้องการบริจาคโลหิตของนักเรียนระดับมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า การ  
 เปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการ  
 บริจาคโลหิต

หากพิจารณาถึงระดับความสัมพันธ์ตามนัยทางสถิตินั้น จะพบว่าเป็นความสัมพันธ์ใน  
 ระดับต่ำ (0.125) แต่ก็ยังคงมีความสัมพันธ์ซึ่งหมายความว่า ถ้ามีการเปิดรับข่าวสารมากก็จะทำ  
 ให้มีความรู้มากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามระดับความสัมพันธ์นี้เป็นผลมาจากการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร  
 เกี่ยวกับการบริจาคเลือดสูงและประโยชน์ที่จะได้รับจากการนำเสนอไปบริจาคเลือดผ่านช่องทาง  
 ต่างๆ นั้นยังไม่เพียงพอ ซึ่งตรงกับข้อมูลที่ได้รับจากทางสัตวแพทย์ทั้ง 2 ท่าน ที่ดูแลเกี่ยวกับเรื่องนี้  
 ว่า

“ส่วนใหญ่จะเป็นการประชาสัมพันธ์ภายในและจากคนที่พาสุนัขมาบริจาคเลือดเป็น  
 ประจำเป็นคนกระจายข่าวให้ แต่ก็จะเป็นการกระจายข่าวในวงแคบๆ เท่านั้น”

(วรวดี มูลศาสตรสาทร, สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2553)

“ทางโรงพยาบาลยังไม่ได้มีการวางแผนการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นทางการ ส่วนใหญ่จะ  
 เป็นการฝากข่าวไปยังกลุ่มสมาชิกเดิมทางโทรศัพท์ การชักชวนบรรดาเจ้าของสุนัขที่นำสุนัขมา  
 รักษาให้นำสุนัขมาบริจาคเลือด ตลอดจนการฝากข่าวผ่านทางหน้าเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยและ

ทางคณะ รวมถึงขอความอนุเคราะห์จากสื่อมวลชนที่เคยเข้ามาทำข่าวเกี่ยวกับเรื่องนี้ให้ช่วยประชาสัมพันธ์”

(เสลภูมิ ไพเราะ, สัมภาษณ์, 3 กันยายน 2553)

จากผลการวิจัยพบว่า สื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารมากที่สุดคือ สื่อโทรทัศน์ โดยเฉพาะรายการข่าว ซึ่งทุกครั้งที่มีการประชาสัมพันธ์เรื่องปัญหาการขาดแคลนเลือดสุนั้นจะมีประชาชนติดต่อเข้ามาเพื่อขอข้อมูลและนำสนั้ขมาบริจาคเลือดมากขึ้นซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ปรมะ สตะเวทิน ที่กล่าวว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาสาระที่เฉพาะเจาะจงและมีจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่มการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจนี้ ผู้รับสารจะได้รับข้อมูลข่าวสารหรือความรู้เฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างเฉพาะเจาะจง สื่อที่ประชาชนเปิดรับรองลงมาคือสื่อใหม่ (Internet/ Social network/ Online Community) และสื่อบุคคลตามลำดับ (ดูตารางที่ 2) ด้วยงบประมาณที่มีจำกัด จำนวนบุคลากรที่ไม่เพียงพอจึงทำให้ไม่สามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตลอดจนความรู้ผ่านทางสื่อต่างๆ นี้ได้มากเท่าที่ควร จึงเป็นผลให้ความสัมพันธ์เรื่องการเปิดรับข่าวสารกับความรู้ของประชาชนทั่วไปอยู่ในระดับต่ำ

**สมมติฐานข้อที่ 2 การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการนำสนั้ขไปบริจาคเลือด** ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการนำสนั้ขไปบริจาคเลือด จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ จากผลการวิจัยพบว่า สื่อที่ประชาชนเปิดรับมากที่สุดได้แก่ สื่อโทรทัศน์ รองลงมาคือสื่อใหม่ (Internet/ Social network/ Online Community) และสื่อบุคคล โดยระดับการเปิดรับสื่อทั้งหมดนี้จัดอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสื่อโทรทัศน์นั้นจัดว่าเป็นสื่อมวลชนที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ ตามที่ Bettinghuas (1968) ได้กล่าวถึงหน้าที่และบทบาทของสื่อมวลชนในสังคมไว้ว่า สื่อมวลชนเป็นตัวเสริมความเชื่อและทัศนคติที่มีอยู่เดิมให้ฝังแน่นมากขึ้น ซึ่งใช้เวลานานกว่าจะเปลี่ยนแปลง แต่อาจเปลี่ยนแปลงการรับรู้ได้บ้าง ในขอบเขตจำกัดของประสบการณ์ แต่สิ่งที่สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงได้มากที่สุดคือ อารมณ์

“ยกตัวอย่างรายการข่าว 3 มิติ ที่ออกอากาศไป วันรุ่งขึ้นก็มีคนที่สนใจโทรเข้าสอบถามและพาสนั้ขมาบริจาคเลือดเป็นจำนวนมาก”

(เสลภูมิ ไพเราะ, สัมภาษณ์, 3 กันยายน 2553)

Rogers (1978) ได้อธิบายเกี่ยวกับ ทักษะคิด ที่เป็นดัชนีที่ใช้ชี้วัดว่าบุคคลนั้นมีความคิด และรู้สึกอย่างไรต่อบุคคล วัตถุประสงค์ สิ่งแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น โดยมีพื้นฐานมาจาก ความเชื่อซึ่งยังอาจส่งผลต่อพฤติกรรมในอนาคตได้อีกด้วย ทักษะคิดที่เกิดขึ้นนี้จึงสามารถนำมาใช้ ในการประเมินได้ว่าบุคคลรู้สึกอย่างไรในประเด็นนั้นๆ ได้เช่นกัน

จากผลการวิจัยที่พบสามารถสนับสนุนแนวคิดของ Rogers ได้อย่างชัดเจนในเรื่องของ ความเชื่อที่เป็นพื้นฐานทางด้านจิตใจของคน (ดูตารางที่ 4) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเชิงบวก ต่อการนำสุนัขไปบริจาคเลือด โดยกลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกดีใจที่เลือดของสุนัขตนได้ช่วยเหลือ สุนัขตัวอื่นมากที่สุดอีกทั้งรู้สึกว่าการบริจาคเลือดนี้แม้เป็นเรื่องใหม่แต่ถือเป็นเรื่องดีควรให้การ สนับสนุน การพาสุนัขไปบริจาคเลือดนี้ยังถือได้ว่าเป็นการทำบุญทางอ้อมและเป็นการต่อชีวิตให้ อีกชีวิตหนึ่งอีกด้วย ยิ่งไปกว่านั้นยังมีทัศนคติเชิงลบเกี่ยวกับความรู้สึกที่ว่า การบริจาคเลือดเป็น เรื่องไร้สาระอีกด้วย

“ด้วยความที่บ้านเมืองเราเป็นเมืองพุทธ คนไทยจึงมักทำบุญกันตามหลักความเชื่อ พอคน รู้ว่าสุนัขบริจาคเลือดได้ก็จะพาน้องหมามาบริจาคเลือด เพราะตัวเจ้าของชอบทำบุญเค้าก็อยากให้ สุนัขของเค้าได้ทำบุญเหมือนกัน”

(วรวดี มูลศาสตรสาทร, สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2553)

“เพราะเค้าเป็นสุนัขทำบุญไม่ได้ เรายกอยากให้เค้าได้ทำบุญเพราะอยากให้ชาติหน้าเค้า เกิดในภพที่ดีๆ”

(เจ้าของสุนัขที่พาสุนัขมาบริจาคเลือด, สัมภาษณ์, 24 กรกฎาคม 2553)

สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทวีป ลิ้มปกรณวัฒน์ (2547) ศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสาร เพื่อโน้มน้าวใจบุคคลให้มาบริจาคอวัยวะ” พบว่า แรงบันดาลใจถือเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจบริจาคอวัยวะ ส่วนปัจจัยด้านความเชื่อเกี่ยวกับบุญกุศล ปัจจัยด้าน บุคคลใกล้ชิดและปัจจัยเกี่ยวกับสื่อต่างก็เป็นปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจบริจาคอวัยวะเช่นกัน

“อย่าไปนับประโยชน์ที่เค้าจะได้รับจากโรงพยาบาลจากการพาสุนัขมาบริจาคเลือดเลย เพราะทางโรงพยาบาลไม่มีอะไรจะให้ นอกจากตรวจสุขภาพฟรี ฉีดวัคซีนฟรี มียาบำรุงเลือดและ



ของฝากเล็กๆ น้อยๆ เท่านั้น หากคิดดูให้ดีตัวเจ้าของสุนัขนั้นแหละจะขาดทุนเองเพราะไหนจะเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เสียเวลามานั่งรอ แถมยังเหนื่อยอีกต่างหาก แต่จริงๆ แล้วต้องนับถือคนพวกนี้แหละเพราะเค้ามาด้วยใจ จิตใจของผู้ที่มีความเป็นผู้นำของเค้ายิ่งใหญ่จริงๆ ก็เหมือนการบริจาคเลือดคนนั้นแหละที่มีข้อห้ามมากมายกว่าจะบริจาคได้สุดท้ายก็ไม่ได้อะไรกลับไปทั้งเสียเงิน เสียเวลา แถมยังเจ็บตัวอีกต่างหาก แต่สุดท้ายแล้วสิ่งที่เค้าได้รับกลับไปเต็มๆ นั่นคือ ความสุขใจจากการได้เป็นผู้ให้มากกว่า”

(เสลภูมิ ไพเราะ, สัมภาษณ์, 3 กันยายน 2553)

ทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของพัชรา ระบบกิจการดี (2545) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาการทารุณกรรมสัตว์ ความรู้ ความตระหนักในการสนับสนุนองค์กรเอกชนที่ช่วยเหลือและสงเคราะห์สัตว์” พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาการทารุณกรรมสัตว์จากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ สื่อบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับความตระหนักต่อปัญหาการทารุณกรรมสัตว์และต่อความสำคัญขององค์กรเอกชนที่ช่วยเหลือและสงเคราะห์สัตว์

งานวิจัยของภิญญาภรณ์ เพ็ญพินันท์ (2544) เรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนักรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ” ก็พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเช่นกัน

งานวิจัยของ นพดล ทองมัน (2540) ที่ศึกษาเรื่อง “การศึกษาความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากรศาสตร์และการเปิดรับสื่อที่มีต่อความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรม ต่อเรื่องการบริจาคอวัยวะ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า การเปิดรับสารเรื่องการบริจาคอวัยวะจากสื่อใบปลิวหรือแผ่นพับ และสื่อบุคคล ไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงด้านทัศนคติเช่นกัน

จากข้อสนับสนุนข้างต้น ผู้วิจัยขอสรุปผลการวิจัยเกี่ยวกับตัวแปรทั้งสองตัวนี้ว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ นั้นเป็นเพียงตัวกระตุ้นให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญของปัญหาตลอดจนการสร้างความรู้สึกร่วมกันทางด้านอารมณ์ร่วมกับประชาชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งกับกลุ่มผู้เลี้ยงและรักสุนัข ซึ่งคนเหล่านี้ล้วนมีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับเรื่องนี้อยู่แล้ว แต่ในทางกลับกันกับกลุ่มคนที่ไม่ได้เลี้ยงและชื่นชอบสุนัขนั้น การเปิดรับข่าวสารดังกล่าวถือว่าไม่สามารถสร้างอารมณ์ร่วมหรือสร้างการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของกลุ่มคนเหล่านี้ได้



**สมมติฐานข้อที่ 3 การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข** จากผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวคือ ยิ่งประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัขมากขึ้นเท่าไร จะมีระดับการมีส่วนร่วมในการนำสุนัขไปบริจาคเลือดเพิ่มมากขึ้นตามการเปิดรับ เพราะธรรมชาติของมนุษย์นั้น เมื่อเกิดความเชื่อมั่นในเรื่องนั้นๆ แล้วก็จะมีความสนใจในสิ่งอื่น ๆ ด้วย

สอดคล้องกับแนวคิดของ McCombs and Becker (1979) ที่ได้ให้แนวคิดไว้ โดยทั่วไปบุคคลแต่ละคนมีการเปิดรับข่าวสารหรือการเปิดรับสื่อ เพื่อตอบสนองของความต้องการมีส่วนร่วม (Participation) เพื่อรับรู้และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ความ เป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมรอบ ๆ ตัว

“ซึ่งกรณีของ BOWWOW ศูนย์ฝึกสุนัขและ Pet Shop ที่จังหวัดนครนายก ทางเจ้าของฟาร์มได้เข้ามาสัมผัสและเล็งเห็นถึงความสำคัญตรงนี้ จึงทำการรวมตัวของกลุ่มผู้เลี้ยงสุนัขและติดต่อมาที่โรงพยาบาลเพื่อให้ทางเราเข้าไปเก็บเลือด และอีกกลุ่มที่ติดต่อเข้ามาคือ ชมรมสุนัขกู้ภัย สุนัขส่วนใหญ่ก็นำไปเทรนเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัย ซึ่งจะมีสุนัขที่ผ่านและไม่ผ่านการเทรน โดยกลุ่มที่ไม่ผ่านการเทรนนั้นเค้ายังเห็นถึงความสำคัญของเรื่องนี้อยู่ แม้ว่าจะไม่สามารถไปกู้ภัยได้แต่เค้าก็ยังอยากที่จะช่วยเหลืออยู่ และด้วยความที่เป็นสุนัขตัวใหญ่จึงสามารถให้เลือดได้ จึงรวมตัวกันตั้งเป็นชมรมรับบริจาคเลือดแทน”

(เสลภูมิ ไพเราะ, สัมภาษณ์, 3 กันยายน 2553)

สอดคล้องกับงานวิจัยของกรรณิการ์ เตชะอุดมโกศา (2544) ที่ทำการศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสารกับความต้องการบริจาคโลหิตของนักเรียนระดับมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับความ ต้องการบริจาคโลหิต

“โดยสื่อที่มีอิทธิพลต่อประชาชนมากที่สุด คือ สื่อโทรทัศน์ โดยเฉพาะรายการข่าว ยกตัวอย่างรายการข่าว 3 มิติ ที่ออกอากาศไป วันรุ่งขึ้นก็มีคนที่สนใจโทรเข้าสอบถามและพาสุนัขมาบริจาคเลือดเป็นจำนวนมาก”

(เสลภูมิ ไพเราะ, สัมภาษณ์, 3 กันยายน 2553)

หากพิจารณาอิทธิพลของสื่อที่สามารถโน้มน้าวให้ประชาชนพาสุนัขมาบริจาคเลือดนั้น สื่อบุคคลที่มีอิทธิพลในการโน้มน้าวใจให้ประชาชนพาสุนัขมาบริจาคเลือดมากที่สุดคือตัวสัตวแพทย์ รองลงมาจะเป็นจากบุคคลใกล้ชิดหรือแม้แต่ประสบการณ์ส่วนตัวที่ทำให้กลุ่มคนเหล่านี้ แสดงออกถึงการมีส่วนร่วมมากขึ้น

“เวลาที่เจอเจ้าของสุนัขที่สามารถบริจาคเลือดได้มารักษา เราก็จะชักชวนและแนะนำถึงประโยชน์ที่น้องหมาจะได้รับจากการบริจาคเลือด ซึ่งส่วนมากเมื่อน้องหมาเหล่านั้นหายป่วย เจ้าของสุนัขก็จะพามาบริจาคเลือด พอมาหลายๆ ครั้งเข้าก็จะชักชวนเพื่อนๆ ให้มาบริจาคด้วยกัน ซึ่งเพื่อนๆ เค้าก็ยินดีที่จะพามาเพราะเค้าเห็นถึงประโยชน์ที่น้องหมาได้รับจากการมาบริจาคเลือด”

(วรวดี มูลศาสตรสาทร, สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2553)

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกรรองทอง เพ็ชรวงศ์ (2544) ที่ศึกษาเรื่อง “ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อโน้มน้าวใจบุคลากรภาครัฐและเอกชนให้มาบริจาคโลหิต” พบว่า การเปิดรับสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมบริจาคโลหิต

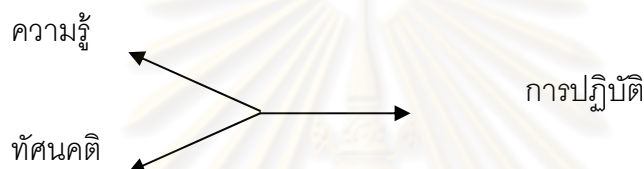
**สมมติฐานข้อที่ 4 ความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด**  
จากผลการวิจัยพบว่า ความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน ทั้งนี้เนื่องมาจากกรที่กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับการบริจาคเลือดสุนัขจึงทำให้เกิดความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการนำสุนัขไปบริจาคเลือด ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการเก็บเลือดสำรองไว้ใช้ในยามฉุกเฉิน หรือใช้เปลี่ยนถ่ายเลือดให้แก่สุนัขที่ต้องการเปลี่ยนถ่ายเลือดและได้ช่วยเหลือเพื่อนสัตว์เลี้ยงด้วยกัน ดังนั้น ความรู้เกี่ยวกับในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด จึงมีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด เพราะยิ่งคนมีความรู้มากขึ้นเท่าใดก็จะมีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับเรื่องนี้มากขึ้น

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Zimbardo Ebbesen and Maelach (1977) ที่ได้กล่าวว่า ทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของคนเราจะเป็นอย่างไรนั้น ขึ้นอยู่กับความรู้ที่มีอยู่ของผู้นั้น กล่าวคือ ถ้าผู้ใดมีความรู้ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นอย่างดี ทัศนคติต่อสิ่งนั้นก็จะดีตามไปด้วย เมื่อมีทัศนคติที่ดีแล้วก็มีแนวโน้มที่จะส่งผลให้ผู้นั้นแสดงพฤติกรรมไปในทางที่ดี ดังนั้น ความรู้ ทัศนคติและการแสดงพฤติกรรมจึงมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน

ยิ่งไปกว่านั้นยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Schwartz (1975) ที่ได้ศึกษาถึงรูปแบบความสัมพันธ์ของพฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้ทั้ง 3 ด้าน คือ ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และ การปฏิบัติ ดังรูปแบบต่อไปนี้



จากรูปแบบนี้จะพบว่า ทักษะเป็นตัวกลางที่ทำให้เกิดความรู้และการปฏิบัติ ดังนั้นความรู้จึงมีความสัมพันธ์กับทักษะและทักษะก็ส่งผลต่อการปฏิบัติเช่นกัน



รูปแบบนี้ก็เช่นกัน ความรู้และทักษะมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน จึงทำให้เกิดการปฏิบัติตามมา

ซึ่งงานวิจัยของ พัชรา ระบบกิจการดี (2545) ก็พบความสอดคล้องกับแนวคิดของ Schwartz เช่นกัน โดยได้ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาการทารุณกรรมสัตว์ ความรู้ ความตระหนักในการสนับสนุนองค์กรเอกชนที่ช่วยเหลือและสงเคราะห์สัตว์” พบว่า ความรู้เกี่ยวกับปัญหาการทารุณกรรมสัตว์และบทบาทหน้าที่ขององค์กรเอกชนที่ช่วยเหลือและสงเคราะห์สัตว์มีความสัมพันธ์ทางบวกต่อความตระหนักต่อปัญหาการทารุณกรรมสัตว์และต่อความสำคัญขององค์กรเอกชนที่ช่วยเหลือและสงเคราะห์สัตว์

งานวิจัยของ สุกัญญา อามีน (2539) เรื่อง “การศึกษาความรู้และทัศนคติที่มีต่อการปลูกถ่ายอวัยวะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ความรู้เกี่ยวกับการปลูกถ่ายอวัยวะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติเกี่ยวกับการปลูกถ่ายอวัยวะเช่นกัน

“เจ้าของสุนัขส่วนมากมีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับการบริจาคเลือดสุนัขแต่ยังขาดความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับเรื่องนี้ พอเราให้ความรู้และประโยชน์ที่จะได้รับจากการพาสุนัขมาบริจาคเลือด

เจ้าของสุนัขก็จะพาสุนัขมาบริจาคเลือดและชักชวนคนอื่น ๆ ให้มาร่วมบริจาคเลือดเช่นกัน เพราะผลลัพธ์ที่ได้ก็จะเกิดขึ้นกับตัวสุนัขและทางเจ้าของเองก็รับรู้ได้ถึงประโยชน์ที่เกิดขึ้น”

(เสลภูมิ ไพเราะ, สัมภาษณ์, 3 กันยายน 2553)

“เจ้าของสุนัขที่พาสุนัขมาบริจาคเลือดเป็นประจำ ก็จะชักชวนเพื่อนๆ หรือญาติสนิทที่เลี้ยงสุนัขให้มาบริจาคเลือด เพราะเห็นประโยชน์ที่สุนัขของตนได้รับจากการบริจาคเลือด”

(วรวดี มุลศาสตร์สาทร, สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2553)

กล่าวได้ว่า ความรู้เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในเรื่องการตอกย้ำและสร้างความน่าเชื่อถือให้กับเจ้าของสุนัขให้มีความรู้สึกนึกคิดและทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับจากการพาสุนัขไปบริจาคเลือด เพราะเมื่อเจ้าของสุนัขมีความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับจากการพาสุนัขไปบริจาคเลือดมากขึ้น ก็จะทำให้มีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับเรื่องนี้มากยิ่งขึ้น

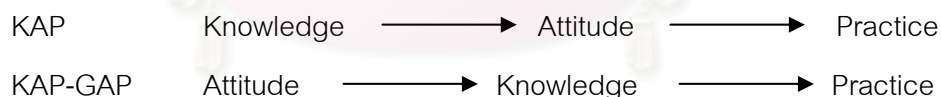
**สมมติฐานข้อที่ 5 ความรู้มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข** จากผลการวิจัยพบว่า ความรู้ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะความรู้นั้นเป็นข้อเท็จจริง (Fact) เป็นสิ่งที่บุคคลได้รับเข้ามาสู่ระบบความคิด ซึ่งต้องผ่านกระบวนการกลั่นกรองทางความคิดหลายอย่าง ซึ่งแต่ละบุคคลก็มีความแตกต่างกันในรูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความเชื่อ ค่านิยมต่าง ๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เองที่ทำให้แต่ละคนมีความรู้ในเรื่องหนึ่ง ๆ แตกต่างกันไป กลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจก็เช่นกัน มีความรู้ในการบริจาคเลือดสุนัขแตกต่างกันออกไป ส่วนพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัขนั้นถือเป็นการกระทำที่ปรากฏออกมา ซึ่งอาจเป็นผลพวงมาจากความรู้และทัศนคติของบุคคล ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520) กล่าวว่า ความรู้ (Knowledge) เป็นพฤติกรรมขั้นต้นซึ่งผู้เรียนเพียงแต่จำได้ อาจจะได้โดยการนึกได้หรือโดยการมองเห็นหรือได้ยิน จำได้ ความรู้นี้ ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับคำจำกัดความ ความหมาย ข้อเท็จจริง ทฤษฎี กฎ โครงสร้าง และวิธีการแก้ปัญหาเหล่านี้

ส่วน เบนจามิน เอส บลูม (Benjamin S.Bloom: 1967) ได้ให้ความหมายของความรู้ (Knowledge) ว่า เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการระลึกถึงเฉพาะเรื่องหรือเรื่องทั่วไป ระลึกถึงวิธีขั้นตอนกระบวนการหรือสถานการณ์ต่างๆโดยเน้นความจำ กล่าวโดยสรุปแล้ว ความรู้ ส่งผล

กระทบให้กับผู้รับสารเชิงความรู้เพื่อ การตอบข้อสงสัย (Ambiguity Resolution) การสร้างทัศนคติ (Attitude Formation) การกำหนดวาระ (Agenda Setting) และการพอกพูนระบบความเชื่อ (Expansion of Belief System) ไม่ได้ส่งผลถึงการกระทำแต่อย่างใด

ซึ่งเหตุผลดังกล่าวส่งผลให้ความรู้ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการ บริจาคเลือดสุนัข สอดคล้องกับแนวคิดของ Rogers ที่อธิบายเกี่ยวกับช่องว่างของความรู้ ทัศนคติ และการยอมรับปฏิบัติ หรือ KAP – GAP ที่ว่า ทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลนั้นไม่สัมพันธ์กัน อย่างต่อเนื่องเสมอไป เพราะในขั้นตอนการยอมรับปฏิบัติอาจมีผลในทางตรงกันข้ามก็ได้ แม้ว่า ส่วนใหญ่เมื่อบุคคลมีทัศนคติอย่างไรแล้ว ก็มักจะมีแนวโน้มเอียงที่จะปฏิบัติตามทัศนคติของตน ก็ตาม แต่พฤติกรรมเช่นนี้จะไม่เกิดขึ้นเสมอไป เพราะในบางกรณีอาจเกิด KAP – GAP ได้

แต่สำหรับในกรณีนี้ผลการวิจัยทำให้ทราบว่ามีการเกิด KAP – GAP อย่างชัดเจน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีต่อการบริจาคเลือดสุนัขซึ่งอาจจะเป็นประสบการณ์ตรงกับ ตัวเองหรือกับบุคคลใกล้ชิด บวกกับความเชื่อด้านบุญกุศลและด้วยความมีจิตอาสาที่จะช่วยเหลือ เพื่อนมนุษย์และสัตว์เลี้ยงเป็นพื้นฐานก่อน เมื่อมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการบริจาคเลือด สุนัขจากสื่อต่างๆ จนเกิดความมั่นใจและเห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการพาสุนัขไปบริจาคเลือด สุดท้ายจึงนำสุนัขของตนไปบริจาคเลือด กล่าวโดยสรุปคือ เกิด A (Attitude), K (Knowledge) และ P (Practice) ไม่ใช่ K (Knowledge), A (Attitude) และ P (Practice) มีรูปแบบดังนี้



สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุกัญญา อามีน (2539) เรื่อง “การศึกษาความรู้และทัศนคติที่มีต่อการปลูกถ่ายอวัยวะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ความรู้เกี่ยวกับการปลูกถ่ายอวัยวะไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในโครงการเกี่ยวกับการปลูกถ่ายอวัยวะ และงานวิจัยของนพดล ทองมัน (2540) ที่ศึกษาเรื่อง “การศึกษาความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากรศาสตร์และการเปิดรับสื่อที่มีต่อความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม ต่อเรื่องการบริจาคอวัยวะ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลวิจัยพบว่าความแตกต่างด้านความรู้ในเรื่องการบริจาคอวัยวะ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเรื่องการบริจาคอวัยวะเช่นกัน



นอกจากปัจจัยภายในตัวบุคคลแล้ว ปัจจัยภายนอกหลาย ๆ ปัจจัยก็เป็นอุปสรรคที่ทำให้บุคคลไม่สามารถแสดงออกถึงการมีส่วนร่วมได้ ทั้งที่กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับการนำเสนอไปปรึกษาเลือด โดยจากผลการวิจัยพบว่า (ดูตารางที่ 9) ซึ่งปัญหาเรื่องการขาดการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ปัญหาเรื่องขนาดและจำนวนของศูนย์และการขาดความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับการปรึกษาเลือดศูนย์ ล้วนเป็นปัญหาหลักที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่สามารถนำเสนอไปปรึกษาเลือดได้ เพราะเมื่อเจ้าของศูนย์ไม่มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการนำเสนอไปปรึกษาเลือด ก็จะไม่ให้ความร่วมมือเพราะไม่รู้ถึงผลที่ได้ว่า จะเป็นประโยชน์หรือเป็นผลเสียกับศูนย์ของตน ดังนั้นจึงไม่ให้ความร่วมมือนั่นเอง

**สมมติฐานข้อที่ 6 ทักษะคนมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการปรึกษาเลือดศูนย์** จากผลการวิจัยพบว่า ทักษะคนมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการปรึกษาเลือดศูนย์ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องมาจากการที่บุคคลมีทัศนคติที่ดีต่อการปรึกษาเลือดศูนย์ มีความตระหนักถึงความสำคัญของการปรึกษาเลือดศูนย์ ย่อมก่อให้เกิดความต้องการอยากเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมการปรึกษาเลือดศูนย์ เพราะได้พบเห็นหรือประสบมาด้วยตนเองว่า การปรึกษาเลือดมีข้อดีต่อสุขภาพของศูนย์ตนเองและยังเป็นประโยชน์ต่อศูนย์ของผู้อื่น ซึ่งเหตุผลดังกล่าวส่งผลให้ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการปรึกษาเลือดศูนย์

ซึ่งแนวคิดของสุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533) ที่ได้กล่าวว่า พฤติกรรมเป็นการแสดงออกของบุคคลโดยมีพื้นฐานมาจากความรู้และทัศนคติที่แตกต่างกัน ความแตกต่างของความรู้และทัศนคติเกิดขึ้นเพราะความแตกต่างกันในเรื่องการเปิดรับสื่อและความแตกต่างในการแปลความสารที่ตนได้รับ จึงทำให้เกิดประสบการณ์ที่แตกต่างกันออกไป ทำให้มีผลต่อพฤติกรรมของบุคคลที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งสอดคล้องกับ Wilbur Schramm (1973) ที่กล่าวว่า ทัศนคติ เป็นตัวกำหนดท่าทีในการรับและตอบสนองต่อสารนั้น

ซึ่ง Rogers (1978) ได้อธิบายความหมายของ ทัศนคติ ว่าเป็นดัชนีที่ใช้ชี้วัดว่าบุคคลนั้นมีความคิดและรู้สึกอย่างไรต่อบุคคลวัตถุรอบข้าง สิ่งแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น โดยทัศนคติที่เกิดขึ้นนั้นมีพื้นฐานมาจากความเชื่อ ซึ่งยังอาจส่งผลต่อพฤติกรรมในอนาคตได้อีกด้วย ทัศนคติที่เกิดขึ้นนี้จึงสามารถนำมาใช้ในการประเมินได้ว่าบุคคลรู้สึกอย่างไรในประเด็นนั้นๆ ซึ่งเป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล (Intrapersonal Communication) ซึ่งเป็นผลมาจากการได้รับสารซึ่งจะมีผลต่อการแสดงออกทางพฤติกรรมต่อไป



“คนเหล่านี้ไม่ได้ต้องการอะไรจากการพาสุนัขมาบริจาคเลือด แต่เค้ารู้ว่าเค้ากำลังทำประโยชน์อะไรให้กับสุนัขของตนและผู้อื่น เพราะเค้ารู้ดีว่าการมองเพื่อนที่เรารักมากที่สุดตายไปต่อหน้าต่อตาโดยที่ไม่สามารถทำอะไรได้เลย มันทรมานมากแค่ไหน”

(เสถภูมิ ไพเราะ, สัมภาษณ์, 3 กันยายน 2553)

“เพราะเค้าเป็นสุนัขทำบุญไม่ได้ เราก็อยากให้เค้าได้ทำบุญเพราะอยากให้ชาติหน้าเค้าเกิดในภพที่ดีๆ” เจ้าของสุนัขที่พาสุนัขมาบริจาคเลือด

(เจ้าของสุนัขที่พาสุนัขมาบริจาคเลือด, สัมภาษณ์, 24 กรกฎาคม 2553)

“คนที่เคยพาสุนัขมาบริจาคเลือดก็จะพากลับมาอีก เพราะการบริจาคเลือดมีประโยชน์กับตัวสุนัขของเค้าและตัวเค้า เพราะทุกครั้งที่มาบริจาคเลือดเราจะตรวจสอบสุขภาพของน้องเค้าก่อนที่จะเก็บเลือด ก็จะทำให้เจ้าของได้รู้ว่าสุนัขของตนแข็งแรงหรือป่วยเป็นโรคอะไร ซึ่งเป็นการดีกับทุกๆ ฝ่าย”

(วรวดี มูลศาสตร์สาทร, สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2553)

ผลงานวิจัยที่สอดคล้องและสนับสนุนสมมติฐานในข้อนี้ ได้แก่ งานวิจัยของ กรองทอง เพ็ชรวงษ์ (2544) ที่ศึกษาเรื่อง “ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อโน้มน้าวใจบุคลากรภาครัฐและเอกชนให้มาบริจาคโลหิต” พบว่า ทักษะคติต่อการบริจาคโลหิตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมบริจาคโลหิต

กรรณิการ์ เตชะอุดมโภคา (2544) ที่ทำการศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสารกับความต้องการบริจาคโลหิตของนักเรียนระดับมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ทักษะคติเกี่ยวกับการบริจาคโลหิตมีความสัมพันธ์กับความต้องการบริจาคโลหิตเช่นกัน

สิริอร สังข์ทอง (2550) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และการมีส่วนร่วมในโครงการ “ยึดอก พกถุง” ของนิสิต นักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ทักษะคติ เกี่ยวข้องกับโครงการ “ยึดอก พกถุง” มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในโครงการ “ยึดอก พกถุง”

นารีگانต์ พรามหมนง (2544) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนักของผู้บริหารและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของผู้บริหารมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของโรงแรม

ภิญญาภรณ์ เพ็ญพินันท์ (2544) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนักทัศนคติและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ” พบว่า ทัศนคติต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

กล่าวได้ว่า ทัศนคติเป็นปัจจัยพื้นฐานของแต่ละบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการแสดงออกในเรื่องต่างๆ ที่แตกต่างกันออกไป หากเจ้าของสุนัขมีความรักในตัวสุนัขและมีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับการพาสุนัขไปบริจาคเลือดแล้ว การแสดงออกถึงการมีส่วนร่วมจึงไม่เป็นการยากที่กลุ่มเจ้าของสุนัขเหล่านี้จะให้ความร่วมมือเพราะการแสดงออกดังกล่าวมาจากความรู้สึกซึ่งหมายถึงทัศนคตินั่นเอง

### ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากผลการวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข” ในครั้งนี้ สามารถนำไปเป็นข้อมูลประกอบการวางแผนสำหรับกำหนดแนวทางในการวางแผนงานหรือการรณรงค์และประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้มีความรู้ ความเข้าใจ และมีทัศนคติที่ดีตลอดจนเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัข ทางผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อใช้เป็นข้อมูลให้การดำเนินงานในขั้นตอนต่างๆ ของโรงพยาบาลมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ดังนี้

1. สื่อที่ประชาชนมีการเปิดรับมากที่สุดคือ สื่อโทรทัศน์ ดังนั้นในการรณรงค์และประชาสัมพันธ์ควรใช้สื่อโทรทัศน์เป็นหลัก เนื่องจากสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้มากกว่าสื่ออื่น ๆ รวมทั้งสามารถจดจำได้ง่าย เพราะมีทั้งภาพและเสียง ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จึงควรมีการวางแผนรณรงค์และประชาสัมพันธ์ในเรื่องต่างๆ เกี่ยวกับโครงการให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุดจากสื่อนี้ โดยอาจจะผลิตเป็นสื่อสารคดี สอดแทรกอารมณ์ขัน และความน่ารักของสุนัข หรือเป็นสปอตโทรทัศน์สำหรับให้ความรู้

เกี่ยวกับการบริจาคเลือดสุนัข นอกจากจะทำให้กลุ่มเป้าหมายมีความรู้มากขึ้นแล้ว ยังเป็นการปลูกฝังทัศนคติที่ดีให้กับเด็กๆ ให้มีความรักและเอื้ออาทรต่อสัตว์

2. สื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจนำสุนัขไปบริจาคเลือดของประชาชนมากที่สุดคือ ประสพการณ์ตรง (จากตัวเองและคนใกล้ชิด) ดังนั้นในการชักชวนให้ประชาชนนำสุนัขไปบริจาคเลือด จึงควรใช้สื่อบุคคลในการโน้มน้าวหรือชักจูงกลุ่มผู้เลี้ยงสุนัขให้นำสุนัขไปบริจาคเลือดในระยะเริ่มแรก เพราะประสพการณ์โดยตรงจากผู้ที่เคยนำสุนัขไปบริจาคเลือด (Word of Mouth) เป็นสิ่งที่สร้างความน่าเชื่อถือให้กับเจ้าของสุนัขคนอื่นๆ ได้เป็นอย่างดี จากนั้นจึงค่อยๆ ใช้สื่อมวลชนในการตอกย้ำหรือสร้างความตระหนักรู้ (Awareness) ในปัญหาต่อไป
3. ปัญหาหลักของการนำสุนัขไปบริจาคเลือดคือ เรื่องของการเดินทาง เนื่องจากสุนัขที่บริจาคเลือดได้ต้องเป็นสุนัขใหญ่ ซึ่งเป็นเรื่องยุ่งยากสำหรับเจ้าของสุนัข ซึ่งทางภาครัฐควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องนี้ ด้วยการจัดสรรงบประมาณในเรื่องรถรับบริจาคเลือด สัตว์เคลื่อนที่เหมือนรถของสภาอากาศไทย เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ที่ต้องการนำสุนัขไปบริจาคเลือดแต่ไม่มีเวลาหรือการเดินทางลำบากได้มีโอกาสให้สุนัขของตัวเองได้บริจาคเลือด เหมือนที่หลายๆ ประเทศได้ปฏิบัติ อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มปริมาณเลือดสำรองในธนาคารให้มีปริมาณเพียงพอสำหรับความต้องการ
4. ปัญหาที่ประชาชนพบมากที่สุดในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด คือ การขาดการเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการบริจาคเลือดสุนัข จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ประชาชนไม่พาสุนัขไปบริจาคเลือด ดังนั้นทางผู้ที่เกี่ยวข้องจึงควรวางแผนการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลและประโยชน์ที่ถูกต้องเกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือดให้เข้าถึงประชาชนหรือผู้ที่เลี้ยงสุนัขให้มากที่สุด
5. ทางโรงพยาบาลควรปรับเปลี่ยนแผนการประชาสัมพันธ์ จากแผนเชิงรับให้เป็นเชิงรุกในลักษณะการผนวกรวม (Synergy) กับสมาคม องค์กร หรือแม้แต่มหาวิทยาลัยและมูลนิธิต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศที่ทำหน้าที่ดูแลเกี่ยวกับเรื่องนี้เหมือนกับกาชาดสากล เพราะปัญหานี้ไม่ใช่ประเทศไทยประเทศเดียวที่ประสบอยู่ ทั้งอังกฤษ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และอีกหลายๆ ประเทศก็กำลังเผชิญปัญหานี้เช่นกัน เพื่อเพิ่มอำนาจในการต่อรองกับบริษัทเอกชนในเรื่องการระดมทุนหรือสนับสนุนด้านอุปกรณ์ และเพื่อนำหลักและวิธีการ

ของต่างประเทศมาปรับใช้ให้เหมาะสมในมุมมองหรือด้านที่ไม่เชี่ยวชาญ อีกทั้งยังเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการรักษาด้วยการถ่ายเลือด

6. ควรหาพันธมิตรเพื่อเป็นแรงสนับสนุนในด้านที่ขาดแคลนอันเนื่องมาจากระบบงานราชการและร่วมมือกับหน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องรวมตัวเพื่อทำกิจกรรม หรือโครงการรณรงค์ หรือแม้แต่ขอความช่วยเหลือจากสื่อมวลชนในการกำหนดวาระทางสังคม (Agenda Setting)
7. ทางโรงพยาบาลควรใช้ทรัพยากรบุคคลที่มีอยู่ทั้งหมดในมหาวิทยาลัยให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยขอความร่วมมือจากเหล่าอาจารย์หรือผู้ทรงคุณวุฒิในการวางแผนประชาสัมพันธ์รวมทั้งศิษย์เก่าที่มีชื่อเสียงในสังคมในด้านต่างๆ ให้มาช่วยประชาสัมพันธ์ข่าวสาร รวมถึงการเพิ่มช่องทางการสื่อสารและพันธมิตรในด้านที่เกี่ยวข้องเพื่อมาสนับสนุนกิจกรรมของโรงพยาบาล
8. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุนัขและแมวควรจัดสรรออกมาให้ความช่วยเหลือโรงพยาบาล โดยเข้าไปช่วยเหลือกลุ่มคนหรือมูลนิธิสงเคราะห์สัตว์ต่างๆ ให้มีความสามารถในการรับเลี้ยงสุนัขและแมวจัดให้มีสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เพื่อใช้เป็นแหล่งเลือดสำรองที่ทางโรงพยาบาลสามารถเข้ามาเก็บเลือดได้ตลอดเวลา โดยไม่ต้องกังวลว่าจะหาเลือดไม่ได้

### ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับงานวิจัย

1. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริจาคเลือดสุนัขเท่านั้น สำหรับการศึกษาครั้งหน้าควรศึกษาเรื่องการบริจาคเลือดแมว เพราะแมวเองก็เป็นสัตว์ที่นิยมเลี้ยงและกำลังประสบปัญหาการขาดแคลนเลือดเช่นกัน ยิ่งไปกว่านั้นข้อจำกัดของการเก็บเลือดแมวมียากกว่าเลือดสุนัข
2. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีการจำเพาะเจาะจงสถานที่ในการเก็บข้อมูล ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป จึงควรเปลี่ยนสถานที่ในการเก็บข้อมูลไม่ว่าจะเป็นทั้งโรงพยาบาล งานกิจกรรม หรือแม้แต่จังหวัด ทั้งนี้เพื่อให้ทราบว่าเขตที่อยู่อาศัยหรือแม้แต่โรงพยาบาลมีผลต่อการมีส่วนร่วมในการบริจาคเลือดหรือไม่

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

- กรรถนิการ์ เตชะอุดมโกคา. การเปิดรับข่าวสารกับความต้องการบริโภคโลหิตของนักเรียนระดับมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- กรองทอง เพ็ชรวงศ์. ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อนำมาปรับแนวคิดบุคลากรภาครัฐและเอกชนให้มาบริโภคโลหิต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- กิติมา สุรสนธิ. ความรู้ทางการสื่อสาร. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร .คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 2548.
- ขวัญเรือน กิติวัฒน์. แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร. เอกสารการสอนชุดวิชาพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร หน่วยที่ 1-8. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2546.
- คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน. ธนาคารเลือดสุนัข แหล่งที่มา <http://www.vet.ku.ac.th>, 22 กุมภาพันธ์ 2553.
- คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. เอกสารเผยแพร่ทางวิชาการ. 2550
- จุมพล รอดคำดี. สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532
- ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับเพศศึกษาของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- ดารารวรรณ ศรีสุกใส. การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์โครงการรถไฟฟ้าบีทีเอส ที่มีผลต่อความรู้ ทัศนคติ และการใช้รถไฟฟ้าบีทีเอส ของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- ทวีป ลิ้มปกรณวัฒน์. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อนำมาปรับแนวคิดให้มาบริโภคอวัยวะ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.
- เทคโนโลยีชาวบ้าน. รายงานพิเศษ:ธนาคารเลือดสุนัข. ปีที่ 17, ฉบับที่ 352, หน้า 53 กรุงเทพมหานคร, 2548
- ไทยทีวีสีช่อง 3. รายการข่าว 3 มิติ. วิถีปฏิบัติเลือดสุนัข. ออกอากาศวันที่ 14 พฤษภาคม. 2553



นพดล ทองมัน. การศึกษาความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากรศาสตร์และการเปิดรับสื่อที่มีต่อ  
ความรู้,ทัศนคติ และพฤติกรรมต่อเรื่องการบริโภควัยวะของประชาชนในเขต  
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต สาขาวิชาวารสารศาสตร์  
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 2540

นารีگانต์ พรหมนง. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนักของผู้บริหารและการมีส่วนร่วม  
ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย, 2544.

ปกิจ พรหมยาน. ความรู้และการปฏิบัติตนในการป้องกันอุบัติเหตุจากการจราจรของผู้ขับขี่รถยนต์  
ส่วนบุคคลในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต สาขาวิชาสิ่งแวดล้อม  
คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2530.

ประมะ สตะเวทิน. หลักนิติศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดการพิมพ์, 2540

ประภาเพ็ญ สุวรรณ. ทัศนคติ : การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย.

กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2520.

พายุ ศรีสุภกร, นายสัตวแพทย์. ช่วยหมาเจ็บหนักกันครับ. คมชัดลึก (20 พฤษภาคม 2550):1,3

พัชรา ระบบกิจการดี. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาการทารุณกรรมสัตว์ ความรู้ ความ  
ตระหนักในการสนับสนุนองค์กรเอกชนที่ช่วยเหลือและสงเคราะห์สัตว์. วิทยานิพนธ์  
ปริญญาโทบริหารบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย, 2545.

ภิญญาภรณ์ เพ็ญพินันท์. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก ทัศนคติ และการมี  
ส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัด  
สมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ คณะ  
นิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

เมตตา กฤตวิทย์ และคณะ. แนวคิดหลักนิติศาสตร์ พิมพ์ครั้งที่ 1, ชมรมวิจัยและ  
พัฒนา นิเทศศาสตร์, 2530.

รวีกร หัสบำเรอ. ทำไมต้องบริโภคเลือด สุนัข และ แมว. ศูนย์ข้อมูลผู้บริโภคเลือดสุนัขและแมว.

แหล่งที่มา <http://leocenter.makewebez.com>. เข้าถึงข้อมูล 22 กุมภาพันธ์ 2553.

รวรวดี มูลศาสตร์สาทร, สัตวแพทย์หญิง, สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2553

สิริอร สังข์ทอง. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในโครงการ "ยึดอก พกถุง"



ของนิสิต นักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศพัฒนการ ภาควิชาประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย, 2550.

สุกัญญา อามีน. การศึกษาคำรู้และทัศนคติที่มีต่อการปลูกถ่ายอวัยวะของประชาชนในเขต  
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศพัฒนการ  
ภาควิชาประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539

สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร. การสื่อสารกับสังคม. กรุงเทพมหานคร. โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,  
 2533.

เสถณุมิ ไพเราะ, นายสัตวแพทย์, สัมภาษณ์, 3 กันยายน 2553

เสถียร เศษประทับ. การสื่อสารงานวรรณกรรม. กรุงเทพมหานคร. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย, 2525

เสรี วงษ์มณฑา. เมื่อมองสองแว่นขยาย. กรุงเทพมหานคร, โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
 , 2523.

อภิชาติ จิรัฐติกาลกิจ. นายสัตวแพทย์. การถ่ายเลือดสุนัข แหล่งข้อมูล <http://variety.teenee.com>,  
 เข้าถึงข้อมูล 22 กุมภาพันธ์ 2553.

สิโรยูกิ โอกาวะ: ญี่ปุ่นชนเจ้าของน้องหมาบริจาคเลือด, Japan Animal Referral Medical  
 Center, Kawasaki, Japan, 2009. อ้างอิงจากผู้จัดการออนไลน์, แหล่งข้อมูล  
[www.manageronline.com](http://www.manageronline.com), เข้าถึงข้อมูลวันที่ 31 มีนาคม 2553.

### **ภาษาอังกฤษ**

Allport, Gordon W. "Attitudes". Readings in Attitude Theory and Measurement. In Marin  
 A Department of Harper & Row Publishers Inc., 1973.

Atkin, Charles K. 1973. "Instrumental utilities and Information Seeking." Peter Clark  
 (Ed.), New Model for Mass Communication Research, Beverly Hill: SAGE  
 Publication Bloom,

Benjamin S, Thomas J, and Madaus George F. Handbook on Formative and  
Summative Evaluation of Learning. New York : MacGraw-Hill Book Company  
 1971.

Breckler, S. W. Attitude Structure and Function. NJ : Erlbaum Association, 1986.

Carter Good, V. Dictionary of Education. New York : McGraw-Hill Book Company, 1973.

Cronbach, L., & Snow, R. (1975). Aptitudes-treatment interaction. Available from:

<http://tip.psychology.org/cronbach.html>, Retrieved May 30, 2005 ,

- Katz, Elihu and Paul F. Lazarsfeld. Personal Influence: The Part Played by People in The Flow of Communication. Glencoe, Illinois : The Free Press. 1955.
- Klapper, Joseph T. The Effects of Mass Communication. New York, The Free Press, 1960
- Lazarsfeld,P.F. and Manzel,H. Mass Media and Personal Influence. In the Science of Human Communication. New York. Basic Book. 1968.
- Likert, Rensis. New Patterns of Management. New York : McGraw-Hill Book Company, 1961
- Lori Moak-Kean: แหล่งข้อมูล <http://www.deltasociety.org>.วันที่ 25 กรกฎาคม 2010
- Martin Fackler: New York Times Newspaper.New York. 28 December 2006.
- McComb, M.E. and Becker, L.B. Using Mass Communication Theory. Englewood Cliffs N. J. Princtice Hall 1979.
- McGuire, W.J. Handbook of Personality Theory and Research. Chicago, Rand McNally,1968.
- McQuail, D. Mass Communication Theory 3rd Edition. London: SAGE Publications. 1944.
- Merill,C.J. and Lowenstein L.R. Media Message and Men : New Perspective in Communication. New York: David Mckay, 1971
- Meredith, Patrick. Learning, Remembering and Knowing. London: The English University Press, 1966.
- Pete Wedderburn. 10 best ways to get pet.แหล่งที่มา [www.peata.org](http://www.peata.org). 22 กุมภาพันธ์ 2553
- Reiley and Flowerman. Group Relations as a Variable in Communications Research. Sociology Review, 1951.
- Rogers, E.M. and Svinging, L. Modernization among Peasants : The Impact of Communication.New York. Holt Rinehart and Winston. 1969.
- Roger Everett M. Communication of Innovations : A Cross-Cultural Approach. New York : The Free Press, 1971.
- Rogers Everett M. Traditional Midwives as Family Planning Communication in Asia. Honolulu: The East West Communication Institute, 1978.
- Rogers Everett M. Diffusion of Innovation. New York: The Free Press, 1983
- Roger, E.M. and Svenning Lynne. Modrenization among Peasants : The Impact of

- Communication. New York: Holt Rinehart and Winston, 1969
- Samuel, L. Becker. Discovering Mass Communication. Illinois :Scott Foresman and Company Glenvie, 1972.
- Schramm, Wilbur. Men Messages and Media : A Look at Mass Communication. New York : Harper and Row Publish, 1973.
- Schramm, W. Mass Media and National Development. California : Stanford University. Press. 1964.
- Schwartz, N. E.. Nutrition Knowledge, attitude and practice of high school Graduates. Journal of The American Dietetic Association. January, 1996.
- Wilbur Schramm (ed). The Science of Human Communication. New York , Basic Books.
- Zimbardo Ebbesen and Maelach Theories of Attitude and Behavior Change.1977.



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## แบบสอบถาม

### เรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิดและการมีส่วนร่วมในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด”

**คำชี้แจง** แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อนำข้อมูลไปใช้ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตรพัฒนการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ข้อมูลที่ได้จากท่าน ผู้วิจัยจะนำมาประมวลผลและนำเสนอในภาพรวมเพื่อประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น ทั้งนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณที่ท่านให้ความกรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถามชุดนี้

#### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย  ลงใน  หน้าข้อความที่ถูกต้อง

##### 1. เพศ

- ชาย  หญิง

##### 2. อายุ

- 15-25 ปี  26-35 ปี  36-45 ปี  46 ปีขึ้นไป

##### 3. ระดับการศึกษาสูงสุด

- มัธยมศึกษา/ปวช/ปวส  ปริญญาตรี  ปริญญาโท  ปริญญาเอก

##### 4. อาชีพ

- นักเรียน/นิสิต นักศึกษา  รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ  
 พนักงานบริษัทเอกชน  ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย  
 รับจ้าง  พ่อบ้าน/แม่บ้าน  
 อื่นๆ .....

##### 5. ชนิดของสัตว์เลี้ยง

- สุนัข  แมว  อื่นๆโปรดระบุ .....

ตอนที่ 2 คำถามสำหรับวัดการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่เป็นคำตอบที่ท่านต้องการ

2.1 ท่านรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือดผ่านทางสื่อใดบ่อยครั้งมากที่สุดเพียงใด

ข้อ	ประเภทสื่อที่ได้รับข่าวสาร	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	ไม่เคย 1
6	วิทยุ					
7	โทรทัศน์					
8	หนังสือพิมพ์ (ข่าว, บทความ, สกู๊ปพิเศษ)					
9	นิตยสาร					
10	โปสเตอร์, ป้ายประกาศ					
11	จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Email)					
12	สื่อใหม่ (Internet/ Social network/ Online community)					
13	เพื่อน (เพื่อนร่วมงาน, เพื่อนบ้าน, เพื่อนนักเรียน)					
14	สมาชิกในครอบครัว /ญาติ					
15	เจ้าหน้าที่ในโรงพยาบาลสัตว์					

2.2 ถ้าท่านจะนำสุนัขไปบริจาคเลือด ท่านคิดว่าสื่อใดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของท่านมากที่สุด (โปรดเรียงลำดับ (1-5))

16. \_\_\_ สื่อบุคคล (เพื่อน,ญาติพี่น้อง, ดาราหรือบุคคลที่มีชื่อเสียง)
17. \_\_\_ สื่อมวลชน (วิทยุ, โทรทัศน์, นิตยสาร)
18. \_\_\_ สื่อใหม่ (Internet/ Social network/Online community)
19. \_\_\_ สื่อเฉพาะกิจ (โปสเตอร์, แผ่นพับ, นิทรรศการ, โปปลิว)
20. \_\_\_ ประสบการณ์ตรง (จากตัวเองและคนใกล้ชิด)



ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการวัดทัศนคติเกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่เป็นคำตอบที่ท่านต้องการ

ข้อ	ทัศนคติต่อการนำสุนัขไปบริจาคเลือด	เห็นด้วย อย่างยิ่ง 5	เห็น ด้วย 4	ปาน กลาง 3	ไม่เห็น ด้วย 2	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง 1
21	การบริจาคเลือดของสุนัขแม้ว่าเป็นเรื่องใหม่แต่ถือเป็น เรื่องที่ดี ควรให้การสนับสนุน					
22	การพาสุนัขไปบริจาคเลือดถือเป็นการทำบุญทางอ้อม และเป็นการต่อชีวิตให้อีกชีวิตหนึ่ง					
23	ปัญหาการขาดแคลนเลือดของสุนัขเป็นปัญหาที่ต้องรีบ ดำเนินการป้องกันและแก้ไข					
24	หากสุนัขของท่านไม่สามารถบริจาคเลือดได้ ท่านยินดีที่ ช่วยเหลือโดยชักชวนบุคคลที่รู้จักให้นำสุนัขมาบริจาค เลือดให้กับผู้ที่กำลังเดือดร้อน					
25	การมีรรับบริจาคเลือดเคลื่อนที่เหมือนสภากาชาดไทย จะช่วยแก้ไขปัญหาการขาดแคลนเลือดสุนัขได้					
26	ท่านรู้สึกดีใจที่เลือดของสุนัขของท่านได้ช่วยเหลือสุนัข ตัวอื่น					
27	การพาสุนัขขนาดใหญ่ไปบริจาคเลือดยังเป็นเรื่องยุ่งยาก สำหรับท่าน (เรื่องเป็นเวลา การเดินทาง ยานพาหนะและ ค่าใช้จ่าย)					
28	หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรรีบดำเนินการประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับประโยชน์ของการบริจาคเลือดเพื่อให้คนพา สุนัขมาบริจาคเลือดมากขึ้น					
29	การซื้อเลือดของผู้ที่เลี้ยงสุนัขไว้เพื่อขายเลือด โดยเฉพาะ เป็นวิธีการแก้ปัญหการขาดแคลนเลือดที่ดีที่สุด					
30	ท่านรู้สึกอย่างไรกับคำว่า “การบริจาคเลือดสุนัขเป็น เรื่องไร้สาระ”					

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการวัดความรู้เกี่ยวกับการนำสุนัขไปบริจาคเลือด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่เป็นคำตอบที่ท่านต้องการ

31. ท่านทราบหรือไม่ว่าสุนัขสามารถบริจาคเลือดได้

ทราบ       ไม่ทราบ

32. ท่านคิดว่าการบริจาคเลือดของสุณั้มีข้อจำกัดหรือไม่
- มี  ไม่มี
33. ข้อใดคือคุณสมบัติของสุณั้ที่สามารถบริจาคเลือดเลือดได้
- อายุระหว่าง 1-6 ปี ไม่จำกัดเพศ พันธุ์ น้ำหนักไม่น้อยกว่า 20 กิโลกรัม
- มีสุขภาพแข็งแรงไม่มีโรคประจำตัวร้ายแรง
- ได้รับวัคซีนครบ  ถูกทุกข้อ
34. ท่านคิดว่าสุณั้ทุกสายพันธุ์สามารถบริจาคเลือดได้หรือไม่
- ได้  ไม่ได้
35. เหตุใดสุณั้จึงจำเป็นต้องรับเลือด
- การผ่าตัดที่มีภาวะเสียเลือดมากหรือประสบอุบัติเหตุ  เป็นโรคทางพันธุกรรม
- กรณีที่เป็นพยาธิเม็ดเลือดอย่างรุนแรง  ถูกทุกข้อ
36. ท่านคิดว่าการถ่ายเลือดให้สุณั้ป่วยมีผลข้างเคียงหรือไม่
- ไม่มี  มี
37. ข้อใดเป็นประโยชน์ที่ได้รับจากการพาสุณั้ไปบริจาคเลือด
- ร่างกายสุณั้จะผลิตเซลล์เม็ดเลือดใหม่ขึ้นมาทดแทนทำให้สุณั้มีสุขภาพแข็งแรง
- ได้รับการตรวจเลือดและตรวจเช็คสุขภาพเป็นประจำทุก 4-6 เดือน
- ได้รับวัคซีนประจำปีฟรี ตลอดระยะเวลาที่เป็นผู้บริจาคเลือด
- ถูกทุกข้อ
38. ธนาคารเลือดสุณั้ ตั้งอยู่ที่ใด
- สภากาชาดไทย  โรงพยาบาลสัตว์เล็ก จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย
- โรงพยาบาลสัตว์ ม.เกษตร  โรงพยาบาลสัตว์ทุกแห่ง
39. การบริจาคเลือดของสุณั้ จะทำการเก็บเลือดจากส่วนใดของตัวสุณั้
- สะโพกและขาหลัง  เส้นเลือดใหญ่บริเวณขาหน้า
- เส้นเลือดใหญ่บริเวณลำคอและขาหน้า  ถูกทุกข้อ
40. ข้อใดคือข้อควรปฏิบัติก่อนนำสุณั้มาบริจาคเลือด
- ให้กินอาหารและน้ำ  ให้ออกกำลังกายอย่างหนัก
- งดน้ำและอาหาร  อาบน้ำให้สะอาด

**ตอนที่ 5** คำถามวัดการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับการนำสุณั้ไปบริจาคเลือด โดยการมีส่วนร่วมในที่นี้ยังหมายถึงถึงการเผยแพร่ข่าวสารไปยังผู้อื่นเพื่อให้รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการบริจาคเลือดสุณั้และความคิดที่จะนำสุณั้ไปบริจาคเลือด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่เป็นคำตอบที่ท่านต้องการ

ข้อ	การมีส่วนร่วมในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด	ใช่ 1	ไม่ใช่ 0
41	ท่านพาสุนัขไปบริจาคเลือดเป็นประจำ เพราะต้องการให้สัตวแพทย์ตรวจสุขภาพของสุนัขและยังเป็นการให้สุนัขของท่านได้ช่วยชีวิตสุนัขตัวอื่นๆ		
42	ท่านจะชักชวนเพื่อนๆ ให้พาสุนัขไปบริจาคเลือดเมื่อมีการจัดกิจกรรม หรือได้รับข่าวสารการขอบริจาคเลือด		
43	ท่านยินดีที่จะพาสุนัขของท่านไปบริจาคเลือดหากทราบว่าสุนัขต้องการเลือดด่วนพร้อมทั้งขอความช่วยเหลือจากเพื่อนๆ ในเวลาเดียวกัน		
44	ท่านมีการประสานงานไปยังกลุ่มเพื่อนสมาชิกในการเผยแพร่ข่าวสารและกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้ประชาชนทั่วไปได้ทราบข้อมูลมากขึ้น		
45	หากมีคนเข้าใจผิดเกี่ยวกับการบริจาคเลือดสุนัข ท่านจะอธิบายข้อมูลที่ถูกต้องและประโยชน์ที่จะได้รับมากที่สุดเท่าที่จะทำได้		

#### 5.1 ปัจจัยหรือปัญหาในเรื่องใดที่ทำให้ท่านไม่สามารถพาสุนัขไปบริจาคเลือดได้

ข้อ	ปัจจัยหรือปัญหาในการนำสุนัขไปบริจาคเลือด	ใช่ 1	ไม่ใช่ 0
46	ขนาดและจำนวนของสุนัข คือสาเหตุที่ทำให้ท่านไม่สามารถพาสุนัขไปบริจาคเลือดได้		
47	เวลาในการเดินทางและยานพาหนะ คือสาเหตุที่ทำให้ท่านไม่สามารถพาสุนัขไปบริจาคเลือดได้		
48	วิธีการเก็บเลือดจากบริเวณลำคอของสุนัข คือสาเหตุที่ทำให้ท่านไม่พาสุนัขไปบริจาคเลือด		
49	การขาดความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการบริจาคเลือดของสุนัขเป็นปัจจัยที่ทำให้ท่านไม่พาสุนัขไปบริจาคเลือด		
50	การขาดการเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการบริจาคเลือดสุนัขที่ไม่เพียงพอ จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ท่านไม่สามารถพาสุนัขไปบริจาคเลือดได้		

จบแบบสอบถาม และขอขอบพระคุณที่ท่านให้ความกรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถามชุดนี้

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลสำรวจของท่านในครั้งนี้จะเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้วิจัยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาเครื่องมือในการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อให้ประชาชนทั่วไปมีความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการบริจาคเลือดของสุนัข

ภาคผนวก ก



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## ข้อมูลพื้นฐานของหน่วยธนาคารเลือด รพ.ส.มก.บางเขน

### ประวัติ

หน่วยธนาคารเลือด โรงพยาบาลสัตว์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน เป็นหน่วยธนาคารเลือดสำหรับสัตว์เลี้ยงแห่งแรกของประเทศไทย เริ่มก่อตั้งและเปิดดำเนินการอย่างเป็นทางการมาตั้งแต่ปี พ.ศ .2543 ในสมัยที่ รศ.สพ.ญ.พรรณจิตต์ นิลกำแหง เป็นผู้อำนวยการโรงพยาบาลฯ โดยมี น.สพ.บดินทร์ ตีระพัฒน์ เป็นผู้ริเริ่มในการก่อตั้ง

โดย น.สพ.บดินทร์ ตีระพัฒน์ กล่าวถึงสาเหตุของการก่อตั้งธนาคารเลือดว่า ในช่วงปี พ.ศ. 2543 ความต้องการใช้เลือดสำหรับรักษาสุนัขมีมากขึ้นเนื่องจากการระบาดของโรคพยาธิในเม็ดเลือด แต่เนื่องจากการรักษาโดยการให้เลือดถือเป็นของใหม่สำหรับสัตวแพทย์ไทยในขณะนั้น ทำให้ยังไม่มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการเก็บสำรองเลือดสุนัขไว้ใช้ได้ จึงทำให้มีความขาดแคลนเลือดสำหรับใช้ในการรักษาเป็นอย่างมาก

นายสัตวแพทย์บดินทร์ จึงได้คิดริเริ่มก่อตั้งหน่วยธนาคารเลือดขึ้นครั้งแรก ณ อาคารหลังเดิมของ รพ.ส.มก.บางเขน โดยอาศัยความรู้จากการศึกษาดูงานซึ่งได้รับถ่ายทอดจาก Professor Dr. K. Jane Wardrop ผู้เชี่ยวชาญทางด้านโรคเลือดและการถ่ายเลือด มหาวิทยาลัย Washington State University ประเทศสหรัฐอเมริกา

ในยุคเริ่มแรกนอกจาก น.สพ.บดินทร์ ตีระพัฒน์ แล้ว ยังมีผู้ที่เกี่ยวข้องในการร่วมก่อตั้งธนาคารเลือดอีก ได้แก่ น.สพ.นพกฤษณ์ จันทิก, อ.สพ.ญ.ดร.มล.นฤดี เกษมสันต์, น.สพ.พายุ ศรีสุกร และ น.สพ.เกษตร สุตะจนตั้งวันนี้ หน่วยธนาคารเลือดเปิดดำเนินการมาแล้ว 10 ปี โดยมี อ.สพ.ญ.หม่อมหลวงนฤดี เกษมสันต์ ดำรงตำแหน่งเป็นประธานกรรมการหน่วยธนาคารเลือด และ น.สพ.เสลภูมิ ไพเราะ เป็นหัวหน้าหน่วยธนาคารเลือดคนปัจจุบัน

### การดำเนินงาน

ตลอดหนึ่งทศวรรษที่ผ่านมา หน่วยธนาคารเลือด โรงพยาบาลสัตว์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ได้มีการพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีความทันสมัยสามารถรองรับสนับสนุนการตรวจรักษาโรคในปัจจุบันได้อย่างเหมาะสม ปัจจุบันนี้ หน่วยธนาคารเลือด โรงพยาบาลสัตว์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มีความสามารถในการรับการบริจาคเลือดจากสุนัขและแมวได้ไม่น้อยกว่า 800 ตัวต่อปี และมีศักยภาพมากเพียงพอที่เก็บสำรองเลือดเหล่านี้ไว้สำหรับใช้เพื่อรักษาหรือช่วยชีวิตสุนัขหรือแมวที่ป่วยด้วยภาวะขาดเลือดซึ่งมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทุกๆ ปี

นอกจากหน้าที่ในการรับบริจาคเลือดและเก็บสำรองเลือดแล้ว หน่วยธนาคารเลือดโรงพยาบาลสัตว์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ยังได้มีการพัฒนาขีดความสามารถและศักยภาพในการผลิตและเก็บสำรองผลิตภัณฑ์เลือดชนิดต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นพลาสมาที่มีเกล็ดเลือด (Platelet rich plasma) เกล็ดเลือดเข้มข้น (Platelet concentrate) พลาสมาสดแช่แข็ง (Fresh frozen plasma) พลาสมาแช่แข็ง (Frozen plasma) ครายโอพรีซิพิเตท (Cryoprecipitate) โดยการการผลิตและการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์เหล่านี้มีความถูกต้องตามหลักวิชาการ และมีความทันสมัยไม่แพ้ธนาคารเลือดของคน ทำให้สามารถสนับสนุนการพัฒนาการรักษาภายในโรงพยาบาลได้อย่างดี

นอกจากนี้แล้ว หน่วยธนาคารเลือดยังทำหน้าที่ ศึกษา ค้นคว้า พัฒนาและเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับงานทางด้านธนาคารเลือดสำหรับสัตว์ และเป็นหน่วยสนับสนุนที่สำคัญทั้งในด้านการเรียนการสอนและการศึกษาวิจัยของคณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์เช่นกัน จากการพัฒนาอย่างต่อเนื่องนี้เอง ทำให้หน่วยธนาคารเลือด โรงพยาบาลสัตว์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้ก้าวขึ้นมาอยู่ในฐานะของธนาคารเลือดต้นแบบสำหรับสัตว์เลี้ยงซึ่งมีความพร้อมมากที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศไทยในปัจจุบัน

### ภาวะความขาดแคลนเลือดในปัจจุบัน และจำนวนผู้บริจาคเลือด

ในปี พ.ศ. 2552 มีเจ้าของสุนัขที่อนุญาตให้สุนัขบริจาคเลือดทั้งสิ้น 815 ราย (ได้เลือด 925 ยูนิต) ขณะที่ปี พ.ศ. 2551 มีเจ้าของสุนัขที่อนุญาตให้สุนัขบริจาคเลือดทั้งสิ้น 654 ราย แบ่งเป็น เป็นเจ้าของสุนัขรายใหม่ จำนวน 404 ราย เจ้าของสุนัขที่เคยพาสุนัขมาบริจาคเลือด ครั้งที่ 2-5 จำนวน 326 ราย เจ้าของสุนัขที่เคยพาสุนัขมาบริจาคเลือด เป็นครั้งที่ 6 ขึ้นไป จำนวน 85 ราย

ในปี พ.ศ. 2552 มีจำนวนการร้องขอใช้เลือดและผลิตภัณฑ์เลือดทั้งสิ้น 3,127 ราย (100%) ขณะที่ปี พ.ศ. 2551 มีจำนวนการร้องขอใช้เลือดและผลิตภัณฑ์เลือด 2,764 ราย โดยมาจากหน่วยต่างๆ ทั้งสิ้น 6 หน่วย ได้แก่ มาจากหน่วยผู้ป่วยนอก 917 ราย (29.32 %) มาจากหน่วยผู้ป่วยใน 129 ราย (4.12 %) มาจากหน่วยฉุกเฉินและสัตว์ป่วยวิกฤติ 1,622 ราย (51.87 %) มาจากหน่วยคลินิกพิเศษ 52 ราย (1.66 %) มาจากหน่วยสุนัขทรงเลี้ยง 5 ราย (0.16 %) และสุดท้ายมาจากหน่วยศัลยกรรม 402 ราย (12.85 %)

ในปี พ.ศ. 2552 หน่วยธนาคารเลือดสามารถจ่ายแจกเลือดตามคำขอได้ 1,597 ราย จำนวนสัตว์ป่วยที่ได้รับเลือด ต่อจำนวนสัตว์ป่วยที่ขอใช้เลือดทั้งหมด คิดเป็น 51% จำนวนสัตว์ป่วยที่ได้รับเลือด ต่อจำนวนสัตว์ป่วยที่ไม่ได้รับเลือด คิดเป็น 1 ต่อ 0.95

ข้อมูลในปี พ.ศ.2553 (เดือน ม.ค. – มิ.ย. 2553) เป็นดังนี้

ในปีครึ่งปีแรก พ.ศ. 2553 มีเจ้าของสุนัขที่อนุญาตให้สุนัขบริจาคเลือดทั้งสิ้น 582 ราย (ได้เลือด 602 ยูนิต) เป็นเจ้าของสุนัขรายใหม่ จำนวน 283 ราย เป็นเจ้าของสุนัขที่เคยพาสุนัขมาบริจาคเลือด ครั้งที่ 2-5 จำนวน



200 ราย เป็นเจ้าของสุนัขที่เคยพาสุนัขมาบริจาคเลือด เป็นครั้งที่ 6 ขึ้นไป จำนวน 99 ราย โดยในครึ่งปีแรกมีจำนวนการร้องขอใช้เลือดและผลิตภัณฑ์เลือด 1,582 ราย ส่วนในปี พ.ศ. 2552 หน่วยธนาคารเลือดสามารถจ่ายแจกเลือดตามคำขอได้ 980 ราย

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และพระบรมวงศานุวงศ์ ทรงมีพระมหากรุณาธิคุณต่องานธนาคารเลือดสำหรับสัตว์เลี้ยง ทรงพระมหากรุณาธิคุณโปรดเกล้าฯ พระราชทานพระบรมราชวโรกาสให้หน่วยธนาคารเลือดเข้ารับบริจาคเลือดจากสุนัขหลวง เพื่อนำมาเก็บสำรองไว้สำหรับช่วยสุนัขป่วย พระบรมวงศานุวงศ์ อาทิ สมเด็จพระบรมโอรสาธิราชฯ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สมเด็จพระเจ้าลูกเธอเจ้าฟ้าจุฬาภรณวลัยลักษณ์ฯ พระเจ้าหลานเธอ พระองค์เจ้าพัชรกิติยาภา เป็นต้น ทรงพระมหากรุณาธิคุณโปรดเกล้าฯ พระราชทานพระบรมราชวโรกาสให้หน่วยธนาคารเลือดเข้ารับบริจาคเลือดจากสุนัขทรงเลี้ยง เพื่อนำมาเก็บสำรองไว้สำหรับช่วยสุนัขป่วย

### คุณสมบัติของสุนัขและแมวที่สามารถบริจาคเลือดได้

1. เป็นสุนัขและแมวที่มีอายุตั้งแต่ 1-7 ปี ไม่จำกัดเพศและพันธุ์ น้ำหนักประมาณ 17 กิโลกรัมขึ้นไป สำหรับสุนัข และประมาณ 4 กิโลกรัมขึ้นไปในแมว สุนัขสามารถบริจาคเลือดได้ครั้งละ 350-450 มิลลิลิตร ส่วนแมวบริจาคเลือดได้ประมาณ 40-50 มิลลิลิตรต่อตัวต่อครั้ง
2. เป็นสุนัขและแมวที่มีสุขภาพดี ไม่มีโรคประจำตัวหรือโรคติดต่อใดๆ ได้รับการป้องกันเห็บหมัดและพยาธิหนอนหัวใจเป็นประจำ ได้รับการฉีดวัคซีนครบถ้วน โดยควรเว้นระยะอย่างน้อย 3 สัปดาห์หลังจากทำวัคซีน ก่อนนำสุนัขและแมวมาบริจาคเลือด
3. ไม่เคยได้รับการผ่าตัดใหญ่ในระยะ 1-2 เดือน ก่อนมาบริจาคเลือด
4. ไม่เคยได้รับผลิตภัณฑ์เลือดใดๆ มาก่อน
5. กรณีทานยาปฏิชีวนะ ยาลดอักเสบ หรือสเตียรอยด์ ควรดยาก่อนมาบริจาคเลือด อย่างน้อย 14 วัน กรณีทานยาอื่นอยู่ควรแจ้งให้สัตวแพทย์ทราบทุกครั้ง

### ขั้นตอนในการนำสุนัขและแมวมาบริจาคเลือด

สุนัขและแมวที่มาบริจาคเลือด ต้องได้รับการตรวจร่างกายว่าแข็งแรงสมบูรณ์ดี มีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ และได้รับการตรวจเลือดเพื่อประเมินความสมบูรณ์ของร่างกาย

ถ้าตรวจประเมินว่าร่างกายสมบูรณ์ดี และมีค่าเลือดดีตามที่กำหนด จึงจะสามารถบริจาคเลือดได้ โดยในแมวจะได้รับการให้น้ำเกลือและวางยาซึมก่อนบริจาคเลือด ส่วนในสุนัขนั้นถ้าสามารถควบคุมได้ไม่จำเป็นต้องวางยาซึม แต่ถ้าหากตื่นรนมากควรได้รับการวางยาซึมก่อนบริจาคเลือด

หลังจากบริจาคเลือดแล้ว สุนัขสามารถกลับบ้านได้เลย ส่วนแมวควรรอให้พ้นจากยาซึม และได้รับน้ำเกลือในปริมาณที่เหมาะสมแล้วจึงค่อยกลับบ้าน โดยก่อนกลับ ทางธนาคารเลือดจะจ่ายยาบำรุงเลือดและอาหารให้กลับไปบำรุงร่างกาย

### กิจกรรมของหน่วยธนาคารเลือด

เนื่องจากความต้องการเลือดของสุนัขและแมวป่วยในปัจจุบันมีมากขึ้นหน่วยธนาคารเลือดจึงได้เพิ่มการดำเนินการเชิงรุก เพื่อเพิ่มปริมาณเลือดสำรองให้มีมากขึ้น โดยกิจกรรมที่จะดำเนินการในปี พ.ศ. 2553 นี้ ได้แก่

1. โครงการรับบริจาคเลือด ณ หน่วยธนาคารเลือด : เปิดทำการทุกวัน ทั้งวันทำการและวันหยุดราชการ ทั้งนี้เพื่อรับบริจาคเลือดจากสุนัขและแมวที่เจ้าของตั้งใจพามาบริจาคเลือด ตามเวลาต่อไปนี้  
วันจันทร์ – วันพฤหัสบดี เวลา 8.30 – 15.30 น. วันศุกร์ เวลา 8.30 – 11.00 น.  
วันเสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดราชการ เวลา 8.30 – 14.00 น.
2. โครงการรับบริจาคเลือดนอกสถานที่ (ปีที่ 2) : ทางหน่วยธนาคารเลือดได้จัดชุดอุปกรณ์สำหรับรับบริจาคเลือดนอกสถานที่ เพื่อออกมารับบริจาคเลือดจากผู้เลี้ยงสุนัขที่มีความประสงค์จะให้สุนัขบริจาคเลือด แต่ไม่สะดวกในการเดินทาง ปัจจุบันมีผู้แจ้งความจำนงเข้ามามากขึ้น โดยเฉพาะจากฟาร์มเลี้ยงสุนัข และสถานฝึกสุนัข ฯลฯ
3. โครงการให้เลือดให้ชีวิต : 1,200 ยูนิต ช่วยชีวิตเพื่อนสุนัขจัด 2 ครั้ง คือ วันที่ 24 ก.ค. 2553 และอีกครั้งวันที่ 27 เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2553

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวอุทุมพร นำเจริญวุฒิ เกิดเมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม 2521 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ เอกนิเทศศาสตร์ สถาบันราชภัฏสวนดุสิต เมื่อปี 2544 จากนั้นได้เข้ามาศึกษาต่อที่คณะนิเทศศาสตร์ สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปี 2552



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย