

**แนวทางการส่งเสริมการบริจาคอวัยวะให้แก่สภากาชาดไทยของประชาชน
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น**
**THE GUIDELINE OF ORGAN DONATION ENHANCING OF PEOPLE
IN MUENG KHON KAEN FOR THAI RED CROSS**

ฐปกรณ์ กิติรัตน์ตระการ¹
อารมย์ ตัดตะวะศาสตร์²

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดแนวทางการส่งเสริมการบริจาคอวัยวะให้แก่สภากาชาดไทยของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 200 ชุดจากผู้ที่มีความจำนนบริจาคอวัยวะแล้ว 100 ราย และผู้ที่ยังไม่ได้แสดงความจำนนบริจาคอีก 100 ราย ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี นับถือศาสนาพุทธ สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี โดยผู้ที่มีความจำนนในการบริจาคอวัยวะส่วนมากมีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ในขณะที่ผู้ที่ไม่แสดงความจำนนในการบริจาคอวัยวะส่วนมากเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้ 30,001 – 40,000 บาท โดยทำการศึกษาจากทัศนคติทั้ง 3 ด้าน พบว่าในกลุ่มของผู้ที่ยังไม่มีความจำนนในการบริจาคอวัยวะนั้นยังมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการบริจาคอวัยวะในระดับน้อยแม้กระทั่งผู้ที่มีความจำนนแล้วก็ตามก็ยังมีบางประเด็นที่ยังอาจเข้าใจไม่ถูกต้อง ดังนั้นทางสภากาชาดไทยควรที่จะมุ่งเน้นการสร้างความรู้ความเข้าใจก่อนในด้านต่างๆดังนี้ การบริจาคอวัยวะนั้นทางศูนย์รับบริจาคจะจัดสรรให้กับผู้ที่รอรับบริจาคด้วยความเป็นธรรม เสมอภาค และปฏิบัติตามเกณฑ์การจัดสรรอวัยวะทุกประการ สามารถทำได้โดยง่ายไม่มีขั้นตอนที่ยุ่งยาก อีกทั้งยังสามารถสมัครได้ด้วยตัวเองตั้งแต่อายุ 20 ปีขึ้นไป โดยไม่ต้องตรวจร่างกายแต่อย่างใด โดยใช้กลยุทธ์การสื่อสารด้วยสื่อต่างๆ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ รวมถึงประชาสัมพันธ์ผ่านทางสถานที่ที่เป็นพันธมิตร

คำสำคัญ: แนวทางการส่งเสริม การบริจาคอวัยวะ สภากาชาดไทย

Abstract

The purpose of this study was to specify the guideline of organ donation enhancing of people in Muang Khon Kaen to Thai Red Cross. The researcher collected the data by distributing questionnaires to the 200 participants, one hundreds of them were the organs donors to Thai Red Cross and the other one hundreds were non-donors in a community in Muang Khon Kaen district. The result was that most participants were female, age 20-30 years, Buddhists, Single, Bachelor's Degrees. Most organ donors were public officer at average monthly income below 10,000 baht and most non-donors were government officers/ state enterprise employees at average monthly income between 30,001-40,000 baht. The study conducted using Attitude of people about organ donation. The result showed that a number of non-donors had little knowledge and understanding. Even donors did not have proper knowledge also. Therefore Thai Red Cross has to be accelerated to provide the correct knowledge and information as the equity of donation and also the convenience of applicant donors group. At least 20 years of age and physical check up are not required. It is recommended that mass media campaigns to build reliability of organ donation and public relation through organization partner should be encouraged.

Keywords: Enhancing Guideline Organ Donation Thai Red Cross

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วิทยาลัยบัณฑิต คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทนำ

ปัจจุบันคนไทยมีปัญหาเจ็บป่วยทั้งจากอุบัติเหตุและโรคเรื้อรังมากขึ้น โดยโรคที่พบมากได้แก่ เบาหวาน ความดันโลหิตสูง โรคหัวใจ และโรคที่เกิดจากการเสื่อมของถุงลมปอด โรคดังกล่าวนอกจากรักษาไม่หายขาดแล้วยังส่งผลให้อวัยวะภายในเช่น หัวใจ ไต ปอด ตับ เสียการทำงานอย่างถาวรด้วย การรักษาจะต้องใช้การผ่าตัดเปลี่ยนอวัยวะใหม่เพื่อไปทดแทนหรือที่เรียกว่าการผ่าตัดปลูกถ่ายอวัยวะซึ่งได้ผลคุ้มค่ามาก เป็นการชุบชีวิตใหม่ให้แก่ผู้ป่วยที่หมดหวังที่จะรักษาด้วยวิธีการอื่น ๆ ให้สามารถกลับมาใช้ชีวิตใกล้เคียงปกติได้ อย่างไรก็ตามขณะที่วงการแพทย์ไทยในปัจจุบันสามารถปลูกถ่ายอวัยวะให้แก่ผู้ป่วยได้ แต่ปัญหาใหญ่คือการขาดแคลนอวัยวะที่จะนำมาผ่าตัดปลูกถ่ายเป็นอย่างมาก [1]

ในส่วนของ การรับบริจาคอวัยวะนั้นมีศูนย์รับบริจาคอวัยวะสภากาชาดไทย เป็นศูนย์กลางที่รับผิดชอบดูแลด้านการรับบริจาค เริ่มปฏิบัติงานเมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2537 [2] โดยมีนโยบายส่งเสริมสนับสนุนให้มีการบริจาคอวัยวะให้มากขึ้น เพื่อต่อการปลูกถ่ายอวัยวะ จากยอดสถิติผู้บริจาคอวัยวะตั้งแต่ 1 กุมภาพันธ์ 2537 – 31 ธันวาคม 2555 จำนวนตามปี ใน พ.ศ.2555 มีผู้บริจาคอวัยวะจากผู้ป่วยที่มีภาวะสมองตายจำนวน 136 คน รวมผู้บริจาคทั้งหมดตั้งแต่ พ.ศ.2537 มีจำนวน 1,309 คน ในขณะที่มีผู้ป่วยโรคเรื้อรังระยะสุดท้ายที่รออวัยวะบริจาคจากผู้ป่วยภาวะสมองตายอยู่ถึง 3,516 ราย โดยสามารถนำอวัยวะไปปลูกถ่ายช่วยเหลือผู้ป่วยได้เพียง 334 ราย

ด้วยเหตุผลดังกล่าวผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาถึงแนวทางการส่งเสริมการบริจาคอวัยวะให้แก่สภากาชาดไทยของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยทำการศึกษาทัศนคติต่อของประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่นต่อการบริจาคอวัยวะให้แก่สภากาชาดไทย เพื่อใช้ข้อมูลเป็นแนวทางที่ถูกต้องในการวางแผนส่งเสริมให้มีการบริจาคอวัยวะเพิ่มขึ้น อันจะเป็นประโยชน์ต่อวงการแพทย์ในการผ่าตัดปลูกถ่ายอวัยวะรักษาผู้ป่วยต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาถึงทัศนคติของประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ต่อการบริจาคอวัยวะให้แก่สภากาชาดไทย
2. เพื่อกำหนดแนวทางการส่งเสริมการบริจาคอวัยวะให้แก่สภากาชาดไทยของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษานี้อันดับแรกศึกษาทัศนคติของประชาชนในอำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่นต่อการบริจาคอวัยวะให้แก่สภากาชาดไทยโดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) [3] ที่เน้นการศึกษารวบรวมข้อมูลต่างๆ ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันการดำเนินการวิจัยไม่มีการสร้างสถานการณ์ เพื่อศึกษาผลที่ตามมาแต่เป็นการค้นหาข้อเท็จจริงหรือเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นอยู่แล้ว นักวิจัยไม่สามารถกำหนดค่าของตัวแปรต้นได้ตามใจชอบ โดยมีประชากรและกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ราย แบ่งเป็นผู้ที่แสดงความจำนงบริจาคอวัยวะแล้ว 100 ราย และผู้ที่ยังไม่ได้แสดงความจำนงบริจาค 100 ราย [4] เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่นต่อการบริจาคอวัยวะให้แก่สภากาชาดไทย

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ และเก็บข้อมูลโดย 1.นำแบบสอบถามไปตั้งไว้ที่ศูนย์บริจาคอวัยวะที่โรงพยาบาลศรีนครินทร์ 2. เก็บจากงานบริจาคอวัยวะของสภากาชาดไทยจังหวัดที่ทางศูนย์บริจาคอวัยวะโรงพยาบาลศรีนครินทร์

ได้ไปออกหน่วย 3. ส่งไฟล์ข้อมูลผ่าน Line ของกลุ่มเพื่อนในจังหวัดขอนแก่น 4. ไปแจกแบบสอบถามที่คอมเพล็กซ์ในมหาวิทยาลัยขอนแก่น หลังจากนั้นข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์แบบ มาตรฐานค่า (Rating Scale) โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการอธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไป ซึ่งค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) นำข้อมูลที่ได้จากส่วนที่ 2 มาหาค่าเฉลี่ยเลขคณิตของทัศนคติที่มีต่อการบริการอวัยวะกำหนดให้แต่ละระดับในความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง, เห็นด้วย, ไม่แน่ใจ, ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยเกณฑ์ในการแปลความหมายได้กำหนดไว้โดยใช้มาตรฐานตัวแปรที่ต้องการวิเคราะห์มาแบ่งเป็นช่วงเท่าๆกันตั้งแต่ 1-5 คะแนน โดยให้คะแนนหรือน้ำหนักจากเห็นด้วยอย่างยิ่งไปหาไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งเป็น 5 ถึง 1 ตามลำดับซึ่งเป็นมาตราส่วนของลิเคิร์ต (Likert scale) [5] ซึ่งความกว้างของอันตรภาคชั้นสามารถคำนวณได้จากสูตรดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} = 0.80 \end{aligned}$$

จากการศึกษาทัศนคติของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ต่อการบริการอวัยวะแล้ว ก็ศึกษาหาข้อมูลสิ่งแวดล้อมภายนอกและภายในของสภาอากาศไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่นเพื่อกำหนดแนวทางการส่งเสริมการบริการอวัยวะโดยใช้เครื่องมือ SWOT Analysis มาทำการวิเคราะห์ เพื่อจะได้ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด สภาอากาศไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

หลังจากที่ได้ ทั้งจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดมาแล้ว ทางผู้ศึกษาจะใช้ข้อมูลดังกล่าวนำมาใช้เพื่อกำหนดกลยุทธ์โดยใช้หลักการ TOWS Matrix

ผลการศึกษา

จากการศึกษาทัศนคติในการบริการอวัยวะ

ความรู้ความเข้าใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่แสดงความจำนงในการบริการอวัยวะ มีคะแนนความคิดเห็นในด้านความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับไม่แน่ใจถึง 7 ข้อ และไม่เห็นด้วย 2 ข้อ ในขณะที่ผู้ที่แสดงความจำนงในการบริการอวัยวะ มีคะแนนความคิดเห็นในด้านความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 ข้อ เห็นด้วย 3 ข้อ และไม่แน่ใจ 4 ข้อ

ความรู้สึกและด้านความเชื่อ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่แสดงความจำนงในการบริการอวัยวะ มีคะแนนความคิดเห็นในด้านความรู้สึกและความเชื่ออยู่ในระดับเห็นด้วย 7 ข้อ ไม่แน่ใจ 1 ข้อ และไม่เห็นด้วย 2 ข้อ ในขณะที่ผู้ที่แสดงความจำนงในการบริการอวัยวะ มีคะแนนความคิดเห็นในด้านความรู้สึกและความเชื่ออยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 ข้อ และเห็นด้วย 8 ข้อ

พฤติกรรม แนวโน้ม และความตั้งใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่แสดงความจำนงในการบริการอวัยวะ มีคะแนนความคิดเห็นในด้านพฤติกรรม แนวโน้ม และความตั้งใจอยู่ในระดับเห็นด้วย 3 ข้อ ในขณะที่ผู้ที่แสดงความจำนงในการบริการอวัยวะ

มีคะแนนความคิดเห็นในด้านพฤติกรรม แนวโน้ม และความตั้งใจอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 ข้อ และเห็นด้วย 1 ข้อ

จากการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางการตลาดด้วย เครื่องมือ SWOT Analysis ประกอบกับการศึกษาวิจัย เรื่องทัศนคติของประชาชนในอำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่นต่อการบริจาคอวัยวะให้แก่สภากาชาดไทยในครั้งนี้ทำให้สามารถกำหนดกลยุทธ์ด้วยเครื่องมือ Tows Matrix ดังต่อไปนี้

1. กลยุทธ์การใช้สื่อออนไลน์ หรือใช้สื่อบุคคล ได้แก่ การใช้บุคคลที่น่าเชื่อถือและการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง และการใช้สื่อมวลชน (S(1,2,5,6)O(4,5)), (W(1)O(4,5))

ควรทำการตลาดผ่านสื่อออนไลน์เป็นสิ่งสำคัญ ทั้งเว็บไซต์สภากาชาด เว็บไซต์พันธมิตร ต่างๆ รวมถึงสื่อสังคมออนไลน์ที่มีความน่าเชื่อถือ ทำให้เกิดความสนใจขึ้นทั้งนี้ควรและที่สำคัญควรใช้กลยุทธ์การสื่อสารโดยใช้สื่อบุคคล และการใช้สื่อมวลชนเข้ามาช่วยในการสื่อสารให้กับประชาชนได้รับทราบเห็นถึงประโยชน์ในการบริจาคอวัยวะ นอกจากนี้จะใช้สื่อต่างๆ เชิญชวนในด้านความรู้ความเข้าใจแล้ว ก็ใช้สื่อต่างๆ ให้ข้อมูลในเรื่องช่องทางการบริจาคด้วย เนื่องจากช่องทางของการบริจาคของเรานั้นมีมาก ประชาชนจะได้รับการรู้ถึงสถานที่ในการบริจาคได้ด้วยซึ่งไม่จำเป็นต้องมาโรงพยาบาล

2. กลยุทธ์การจัดอบรม/สัมมนา (W1O4)

การบริจาคอวัยวะจะทำได้ก็ ต่อเมื่อสมาชิกในครอบครัวเห็นชอบ อวัยวะที่ได้รับการบริจาคจะถูกนำไปใช้ให้ เกิดประโยชน์สูงสุด ดังนั้นศูนย์รับบริจาคอวัยวะจึงควรจะมีการประชาสัมพันธ์ จัดอบรมสัมมนาตามหมู่บ้าน เน้นข่าวที่ออกมาให้เป็นผลดี ได้บุญกุศลและได้ช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์คนอื่นที่หมดหวังจากการรักษาด้วยวิธีอื่นๆ

3. กลยุทธ์การบรรยายให้ความรู้ตามโรงพยาบาลต่างๆ ในขอนแก่น (S3T4)

การมุ่งเน้นในเรื่องการบรรยายให้ความรู้ ในโรงพยาบาล ก็เป็นอีก 1 กลยุทธ์ที่จะสามารถช่วยให้คนสนใจและสามารถสร้างความรู้ความเข้าใจให้เกิดขึ้นได้ เนื่องจากทางโรงพยาบาลในจังหวัดขอนแก่นนั้นชื่อเสียงในหลายโรงพยาบาลและประชาชนที่มาในโรงพยาบาลในแต่ละวันก็มีมากเพราะฉะนั้น เช่น บรรยายตามแหล่งโรงพยาบาลตรงที่มีคนไข้ที่นั้นรอตรวจอยู่แล้ว หรือประชาสัมพันธ์ติดโปสเตอร์ เชิญชวนมีกิจกรรมให้เข้าฟังบรรยายในห้องของโรงพยาบาลต่างๆ เป็นต้น

4. กลยุทธ์การหาพันธมิตร (S(3,4) T4)

ควรใช้กลยุทธ์การหาพันธมิตรด้านการประชาสัมพันธ์ ให้ข้อมูลการบริจาคอวัยวะหรือการแจ้งความจำนงบริจาคกับโรงพยาบาลที่เป็นพันธมิตร โดยทำการรณรงค์สร้างแรงจูงใจและปลูกฝังจิตสำนึกให้ประชาชนทุกคนได้ตระหนักถึงความสำคัญและประโยชน์ของการบริจาคอวัยวะ ผ่านทางสถานที่สำคัญต่างๆ ที่เป็นพันธมิตร เช่น บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น 7-Eleven โรงพยาบาล หน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ร้านอาหาร สถานประกอบพิธีกรรมทางศาสนา เป็นต้น

5. กลยุทธ์การใช้หน่วยรับบริจาคเคลื่อนที่ (S3T4)

ควรใช้กลยุทธ์การใช้หน่วยรับบริจาคเคลื่อนที่ โดยเป็นการออกนอกสถานที่เพื่อให้ข้อมูลต่างๆ อาจใช้ดาราทหรือบุคคลที่น่าเชื่อถือออกไปร่วมทำกิจกรรมนี้ด้วยเพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจของประชาชน รวมถึงการรับบริจาคเคลื่อนที่ซึ่งเพิ่มความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น และยังรวมถึงการจัดกิจกรรมเพื่อรณรงค์ในการบริจาคอวัยวะอีกด้วย

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ (ด้านความรู้ ความเข้าใจ ความรู้สึกและความเชื่อ พฤติกรรมแนวโน้มและความตั้งใจ)

ด้านความรู้ความเข้าใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่แสดงความจำนงในการบริจาคอวัยวะ มีความคิดเห็นในด้านความรู้ความเข้าใจ โดยรวมมีความคิดเห็นในระดับไม่แน่ใจ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.98 ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่แสดงความจำนงในการบริจาคอวัยวะมีความคิดเห็น โดยรวมในระดับ เห็นด้วย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.68 ซึ่งแสดงให้เห็นผู้ที่แสดงความจำนง มีความรู้ความเข้าใจด้านการบริจาคอวัยวะสูงกว่าผู้ที่ไม่แสดงความจำนง โดยประเด็นที่มีระดับความคิดเห็นต่างกันมีถึง 7 ข้อ จากทั้งหมด 9 ข้อ

ด้านความรู้สึกและความเชื่อ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่แสดงความจำนงในการบริจาคอวัยวะมีความคิดเห็น โดยรวมความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.46 ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่แสดงความจำนงในการบริจาคอวัยวะมีความคิดเห็น โดยรวมในระดับ เห็นด้วย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.07 โดยประเด็นที่มีระดับความคิดเห็นต่างกันมี 4 ข้อ จากทั้งหมด 10 ข้อ

ด้านพฤติกรรม แนวโน้มและความตั้งใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่แสดงความจำนงในการบริจาคอวัยวะมีความคิดเห็น โดยรวมในระดับเห็นด้วย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.93 ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่แสดงความจำนงในการบริจาคอวัยวะมีความคิดเห็น โดยรวมในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 4.16 โดยประเด็นที่มีระดับ ความคิดเห็นต่างกันมี 2 ข้อ จากทั้งหมด 3 ข้อ

เพราะฉะนั้นด้านทัศนคติทั้ง 3 ด้าน แสดงให้เห็นว่าผู้ที่มีความจำนงบริจาคอวัยวะมีคะแนนค่าเฉลี่ยดีกว่าผู้ที่ไม่มีความจำนงในการบริจาคอวัยวะ โดยเฉพาะด้านความรู้ความเข้าใจ

แนวทางการส่งเสริมการบริจาคอวัยวะให้แก่สภาอากาศไทยของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

ควรเน้นให้มีการจัดประชาสัมพันธ์และรณรงค์โดยวิธีการจัดอบรม สัมมนา หรือบรรยายให้ความรู้ หรือใช้สื่อต่างๆ เป็นตัวช่วยเพื่อให้ประชาชนได้มีความรู้ ความเข้าใจ ในการบริจาคอวัยวะให้มากขึ้น รัฐบาลและสถานที่ในการบริจาคอวัยวะว่าไม่ยุ่งยากในการบริจาค และลบความเชื่อที่ผิดในการบริจาคอวัยวะ และให้เห็นถึงความสำคัญของการบริจาคอวัยวะให้มากกว่านั้น นอกจากนี้ยังควรใช้กลยุทธ์การหาพันธมิตรในด้านการประชาสัมพันธ์ โดยให้ข้อมูลในการบริจาคอวัยวะหรือการแจ้งความจำนงในการบริจาคอวัยวะให้กับโรงพยาบาลที่เป็นพันธมิตรโดยผ่านทางสถานที่สำคัญต่างๆที่เป็นพันธมิตร เช่น บมจ.ทรู คอร์ปอเรชั่น 7-Eleven สถาบันศึกษา ห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล หน่วยงานต่างๆทั้งภาครัฐและเอกชน ร้านอาหาร สถานประกอบการพิธีกรรมทางศาสนา เป็นต้น เนื่องจากเหตุผลสำคัญที่คนยังไม่มีความจำนงในการบริจาคอวัยวะ นั้นเพราะยังไม่มีการประชาสัมพันธ์ที่ดีพอทั้งด้านความรู้ ความเข้าใจ และด้านการรณรงค์แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการบริจาคอวัยวะ

ข้อเสนอแนะ

ขอแนะนำให้สภาอากาศไทยให้รณรงค์การบริจาคอวัยวะให้แก่คนที่นับถือศาสนาคริสต์และอิสลาม เนื่องจากหลักคำสอนของศาสนาคริสต์และอิสลามเกิดเป็นคนชาติเดียว ไม่มีการเวียนว่ายตายเกิด เพราะฉะนั้นถ้า

ประชาสัมพันธ์กับคนที่นับถือคริสต์และอิสลามน่าจะมีคนที่สนใจแสดงความจำนงในการบริจาคอวัยวะมากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษานี้สละปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีโดยได้รับความกรุณาอย่างสูงจากอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อารมย์ ตัดตะวะศาสตร์ และอาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ศักดิ์ชัย เจริญศิริพรกุล ที่ได้สละเวลาอันมีค่าของท่าน เพื่อการแนะนำ อธิบายไขข้อสงสัย ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ และให้แนวคิดที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาให้กับผู้ศึกษาด้วยความเอาใจใส่ตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนกระทั่งแล้วเสร็จ จึงใคร่ขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

เอกสารอ้างอิง

- [1] คมชัดลีก. (2553). **สธ. เร่งเดินหน้าโครงการบริจาคอวัยวะ**. ค้นเมื่อ 26 มกราคม 2558, จาก <http://www.komchadleuk.net>
- [2] ศูนย์รับบริจาคอวัยวะ สภากาชาดไทย. (2555). **รายงานประจำปี 2555**. ค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2557, จาก <http://www.organdonate.in.th>.
- [3] นิตiphong ส่งศรีโรจน์. (2552). **การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research)**. ค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2557, จาก http://www.nitiphong.com/paper_pdf/master/businessresearch/explore_research.pdf
- [4] กุณชลี รื่นรมย์. (2545). **การวิจัยการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [5] ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ