



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 5
วันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2566

การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับโรคที่เกิดในสัตว์เลี้ยงให้แก่คลินิกรักษาสัตว์โชคชัยสี่
เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร
Production of Public Relations Media to Educate about Diseases in Pets for Chokchaisi
Veterinary Clinic, Lat Phrao District, Bangkok

ธนพร งามกนก¹

นนทพัทธ์ ฝาแก้ว²

ดลฤดี ศรีมันตะ³

กำพล ดวงพรประเสริฐ⁴

Email Tangmo1121@gmail.com

¹²³⁴สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก เขตพื้นที่จักรพงษ์ภูวนารถ

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับโรคที่เกิดในสัตว์เลี้ยง 2. ศึกษาความรู้เกี่ยวกับโรคที่เกิดในสัตว์เลี้ยง และ 3. ศึกษาความพึงพอใจเกี่ยวกับการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผู้วิจัยแบ่งวิธีดำเนินการวิจัยออกเป็น 2 ขั้นตอน ได้แก่ 1. ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับโรคที่เกิดในสัตว์เลี้ยง โดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตลอดจนการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการผลิต และ 2. ศึกษาความรู้เกี่ยวกับโรคที่เกิดในสัตว์เลี้ยงและความพึงพอใจเกี่ยวกับการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเจ้าของสัตว์เลี้ยงที่มาใช้บริการคลินิกรักษาสัตว์โชคชัยสี่ เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร จำนวน 100 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1. การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับโรคที่เกิดในสัตว์เลี้ยงแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน 2. เจ้าของสัตว์เลี้ยงที่มาใช้บริการคลินิกรักษาสัตว์โชคชัยสี่ เขตลาดพร้าวกรุงเทพมหานคร มีความรู้เกี่ยวกับโรคที่เกิดในสัตว์เลี้ยงอยู่ในระดับมาก และ 3. เจ้าของสัตว์เลี้ยงที่มาใช้บริการคลินิกรักษาสัตว์โชคชัยสี่ เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: สื่อประชาสัมพันธ์, ความรู้เกี่ยวกับโรคที่เกิดในสัตว์เลี้ยง, คลินิกรักษาสัตว์

Abstract

The objectives of this research are 1. to create public relations media to educate about diseases in pets, 2. to study on diseases in pets, and 3. to study satisfaction to the created public relations media. The research process is divided into 2 steps. Step 1: the production of public relations media to educate about diseases in pets. The knowledge gained from approaches, theories and other research in the field, together with how to create the medias



with computer programs. Step 2: to study on diseases in pets, and satisfaction to the created public relations media. A questionnaire was utilized to collect data from 100 participant customers who are the owners of the sick pets at Chokchaisi Veterinary Clinic, Lat Phrao District, Bangkok. The findings in frequencies, percentages, means, and standard deviations are statistically reported. The findings show that 1. the creation of public relations media to educate about diseases in pets can be divided into 3 steps. 2. the participants gained knowledge of diseases in pets after seeing the media at a high level; and 3. the participants are satisfied with the created public relations media in a very high level.

Keywords: Public Relations Media, Knowledge of Diseases, Veterinary Clinic

บทนำ

ในปัจจุบันความรับผิดชอบต่อสัตว์เลี้ยงของเจ้าของสัตว์เลี้ยงเป็นสิ่งที่สำคัญ กล่าวคือ เจ้าของสัตว์เลี้ยงต้องจัดหาอาหารและน้ำดื่มให้แก่สัตว์เลี้ยงอย่างเหมาะสม คอยทำความสะอาดสถานที่เลี้ยง ดูแลสัตว์เลี้ยงของตนไม่ให้ไปสร้างความเดือนร้อนให้แก่เพื่อนบ้าน และต้องมีความรู้เกี่ยวกับโรคที่เกิดขึ้นในสัตว์เลี้ยง เช่น โรคผิวหนัง โรคระบบทางเดินหายใจ โรคพยาธิหนอนหัวใจ เป็นต้น (กรุงเทพธุรกิจออนไลน์, 2563)

โดยสัตวแพทย์หญิงสุธีรา สร้อยสังวาลย์ เจ้าของคลินิกกรักษาสัตว์โชคชัยสี่ เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร ระบุว่า เจ้าของสัตว์เลี้ยงต้องมีความรู้เกี่ยวกับโรคที่เกิดขึ้นในสัตว์เลี้ยงเพื่อจะได้ดูแลรักษาสัตว์เลี้ยงของตนเองได้อย่างถูกต้อง ซึ่งทางคลินิกฯ มีความต้องการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับโรคที่เกิดขึ้นในสัตว์เลี้ยงให้แก่เจ้าของสัตว์เลี้ยงที่มาใช้บริการ อีกทั้งยังสามารถนำสื่อดังกล่าวไปใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ให้แก่บุคคลภายนอกในการดูแลสัตว์เลี้ยงของตนเองได้อีกด้วย (สุธีรา สร้อยสังวาลย์, 2565)

ดังนั้นจึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งได้แก่วีดิทัศน์และโปสเตอร์เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับโรคที่เกิดขึ้นในสัตว์เลี้ยง โดยผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการผลิตวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ (สำราญ แสงเดือนฉาย, 2555) แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตโปสเตอร์ (อรุณรัตน์ ชินวรรณ, 2553) และแนวคิดเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับโรคที่เกิดขึ้นในสัตว์เลี้ยง (นพพร อภิวัฒนากุล, 2562) ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดในการผลิตสื่อ นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาความรู้เกี่ยวกับโรคที่เกิดขึ้นในสัตว์เลี้ยง และความพึงพอใจเกี่ยวกับการผลิตวีดิทัศน์และโปสเตอร์จากเจ้าของสัตว์เลี้ยงที่มาใช้บริการเพื่อให้คลินิกดังกล่าวนำสื่อที่ผลิตขึ้นไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับโรคที่เกิดขึ้นในสัตว์เลี้ยง ให้แก่คลินิกกรักษาสัตว์โชคชัยสี่ เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับโรคที่เกิดขึ้นในสัตว์เลี้ยงของเจ้าของสัตว์เลี้ยงที่มาใช้บริการคลินิกกรักษาสัตว์โชคชัยสี่ เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานครภายหลังจากการเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตขึ้น



3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจเกี่ยวกับการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ของเจ้าของสัตว์เลี้ยงที่มาใช้บริการ
คลินิกรักษาสัตว์โชคชัยสี่ เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตประชากร ได้แก่ เจ้าของสัตว์เลี้ยงที่มาใช้บริการ 2. ขอบเขตตัวแปร แบ่งออกเป็นตัวแปร
ต้น ได้แก่ สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับโรคที่เกิดในสัตว์เลี้ยง ตัวแปรตาม ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับโรค
ที่เกิดในสัตว์เลี้ยงและความพึงพอใจเกี่ยวกับการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ และ 3. ขอบเขตเวลา ได้แก่ ระหว่าง
เดือนกรกฎาคม 2565 – พฤศจิกายน 2565

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ระเบียบวิธีวิจัย ผู้วิจัยใช้แนวทางการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งมีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ แบบเก็บ
ข้อมูล ณ ช่วงเวลาหนึ่งและวัดผลเพียงครั้งเดียว โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2. ขั้นตอนการวิจัย ผู้วิจัยได้แบ่งการดำเนินการวิจัยเป็น 2 ระยะ คือ ระยะที่ 1 ได้แก่ การผลิตสื่อ
ประชาสัมพันธ์เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับโรคที่เกิดในสัตว์เลี้ยง โดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ และ
ระยะที่ 2 ได้แก่ การศึกษาความรู้เกี่ยวกับโรคที่เกิดในสัตว์เลี้ยงและความพึงพอใจเกี่ยวกับการผลิตสื่อ
ประชาสัมพันธ์ของเจ้าของสัตว์เลี้ยงที่มาใช้บริการโดยใช้แบบสอบถาม

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดประชากร ซึ่งได้แก่ เจ้าของสัตว์เลี้ยงที่มาใช้บริการซึ่งไม่
ทราบจำนวนที่แน่นอนจึงใช้การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของคอคแรน (Cochran, 1977 อ้างถึง
ใน ธีรวิทย์ เอกะกุล, 2543) ที่ระดับความเชื่อมั่น 90% จึงได้กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมจำนวน 69 คน แต่เพื่อ
ความน่าเชื่อถือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจึงเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็น 100 คน จากนั้นใช้สุ่มตัวอย่างแบบ
เจาะจงกับเจ้าของสัตว์เลี้ยงที่มาใช้บริการและเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวม
ข้อมูล ซึ่งแบ่งออกเป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำนวน 5 ข้อ คำถามเกี่ยวกับความรู้
เกี่ยวกับโรคที่เกิดในสัตว์เลี้ยง จำนวน 10 ข้อ คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจเกี่ยวกับการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์
จำนวน 16 ข้อ โดยผู้วิจัยได้นำสื่อประชาสัมพันธ์และแบบสอบถามไปตรวจสอบความเหมาะสมและปรับปรุง
แก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญก่อนนำไปเผยแพร่และใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย
เลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบตารางประกอบการบรรยาย

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับโรคที่เกิดในสัตว์เลี้ยง แบ่งออกเป็น 3
ขั้นตอน ดังนี้ 1. ขั้นตอนการผลิต ได้แก่ การรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาใช้ผลิตสื่อ 2. ขั้นตอนการผลิต ได้แก่ การผลิต
วีดิทัศน์และโปสเตอร์จนเสร็จสมบูรณ์ และ 3. ขั้นตอนหลังการผลิต ได้แก่ การนำวีดิทัศน์และโปสเตอร์ไปตรวจสอบ
ความถูกต้องจากผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 5
วันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2566



ภาพที่ 1 แสดงขั้นตอนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของเจ้าของสัตว์เลี้ยงที่มาใช้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง (ร้อยละ 60) มีอายุ 21-30 ปี (ร้อยละ 42) มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 61) มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 38) และมีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท (ร้อยละ 31) ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของเจ้าของสัตว์เลี้ยงที่มาใช้บริการ

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของเจ้าของสัตว์เลี้ยงที่มาใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	40	40.0
หญิง	60	60.0
2. อายุ		
15-20 ปี	10	10.0
21-30 ปี	42	42.0
31-40 ปี	40	40.0
41 ปีขึ้นไป	8	8.0
3. การศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	61	61.0
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	32	32.0
สูงกว่าปริญญาตรี	7	7.0
4. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	38	38.0
รับจ้างทั่วไป	12	12.0
ค้าขาย	19	19.0
ธุรกิจส่วนตัว	8	8.0
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	15	15.0



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 5
วันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2566

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของเจ้าของสัตว์เลี้ยงที่มาใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
อื่นๆ	8	8.0
5. รายได้ต่อเดือน		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	30	30.0
5,001 - 10,000 บาท	16	16.0
10,001 - 15,000 บาท	31	31.0
15,001 - 20,000 บาท	12	12.0
มากกว่าหรือเท่ากับ 20,001 บาทขึ้นไป	11	11.0

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาความรู้เกี่ยวกับโรคที่เกิดในสัตว์เลี้ยงของเจ้าของสัตว์เลี้ยงที่มาใช้บริการ ภายหลังจากการเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตขึ้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ว่าสุนัขต้องฉีดวัคซีนโรคพิษสุนัขบ้าทุกตัวมากที่สุด (ร้อยละ 95) ดังแสดงในตารางที่ 2 และกลุ่มตัวอย่างมีระดับความรู้อยู่ในระดับได้ความรู้มาก (ร้อยละ 100) ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับโรคที่เกิดในสัตว์เลี้ยงของเจ้าของสัตว์เลี้ยงที่มาใช้บริการ ภายหลังจากการเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตขึ้น

ความรู้เกี่ยวกับโรคที่เกิดในสัตว์เลี้ยงของเจ้าของสัตว์เลี้ยงที่มาใช้บริการ ภายหลังจากการเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตขึ้น	ตอบถูก		ตอบผิด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. โรคพิษสุนัขบ้าสามารถติดต่อจากสัตว์สู่คน	87	87.0	13	13.0
2. สุนัขต้องฉีดวัคซีนโรคพิษสุนัขบ้าทุกตัว	95	95.0	5	5.0
3. สุนัขต้องฉีดวัคซีนโรคพิษสุนัขบ้าอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	90	90.0	10	10.0
4. โรคเห็บหมัดเป็นโรคที่หลีกเลี่ยงไม่ได้	75	75.0	25	25.0
5. เห็บคือพาหะของโรคพยาธิเม็ดเลือด	89	89.0	11	11.0
6. โรคเห็บหมัดเกิดขึ้นได้ทั้งหมาและแมว	90	90.0	10	10.0
7. โรคเห็บหมัดส่วนใหญ่เกิดจากช่วงหน้าฝน	80	80.0	20	20.0
8. โรคข้ออักเสบส่วนมากพบในสุนัขที่อายุมาก	92	92.0	8	8.0
9. โรคข้ออักเสบเกิดจากอาหารของสุนัขด้วย	78	78.0	22	22.0
10. โรคเบาหวานส่วนใหญ่พบในสุนัขเพศเมีย	69	69.0	31	31.0



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 5
วันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2566

ตารางที่ 3 แสดงระดับความรู้เกี่ยวกับโรคที่เกิดในสัตว์เลี้ยงของเจ้าของสัตว์เลี้ยงที่มาใช้บริการภายหลังจาก
การเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตขึ้น

ระดับความรู้เกี่ยวกับโรคที่เกิดในสัตว์เลี้ยงของเจ้าของสัตว์เลี้ยงที่มาใช้บริการ ภายหลังจากการเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตขึ้น	จำนวน	ร้อยละ
1. 6.01 – 10.00 คะแนน หมายถึง ได้ความรู้มาก	100	100.0

ตอนที่ 4 ผลการศึกษาความพึงพอใจเกี่ยวกับการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ของเจ้าของสัตว์เลี้ยงที่มาใช้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 โดยมีความพึงพอใจวิดิทัศน์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 โดยมีความพึงพอใจวิดิทัศน์สามารถให้ความรู้เกี่ยวกับโรคที่เกิดในสัตว์เลี้ยงได้เป็นอย่างดีมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.78 นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโปสเตอร์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 โดยมีความพึงพอใจโปสเตอร์สามารถให้ความรู้เกี่ยวกับโรคที่เกิดในสัตว์เลี้ยงได้เป็นอย่างดีมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงความพึงพอใจเกี่ยวกับการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ของเจ้าของสัตว์เลี้ยงที่มาใช้บริการ

ความพึงพอใจเกี่ยวกับการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ของเจ้าของสัตว์เลี้ยง ที่มาใช้บริการ	ค่า เฉลี่ยเลขคณิต	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความพึง พอใจ
โปสเตอร์	4.54	0.70	มากที่สุด
1. หัวเรื่องสะดุดตาดึงดูดให้น่าอ่าน	4.58	0.68	มากที่สุด
2. หัวเรื่องรองสวยงาม	4.05	0.92	มากที่สุด
3. ข้อความโฆษณาเนื้อหาอ่านเข้าใจได้ง่าย	4.46	0.76	มากที่สุด
4. ภาพประกอบที่ใช้เหมาะกับเนื้อหาที่สวยงาม	4.37	0.82	มากที่สุด
5. ผู้พิมพ์โฆษณาอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม	4.33	0.83	มากที่สุด
6. ตราสัญลักษณ์การจัดวางเหมาะสม	4.09	0.90	มากที่สุด
7. สามารถให้ความรู้เกี่ยวกับโรคที่เกิดในสัตว์เลี้ยงได้เป็นอย่างดี	4.63	0.58	มากที่สุด
8. สามารถใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ได้	4.54	0.58	มากที่สุด
วิดิทัศน์	4.55	0.60	มากที่สุด
1. เนื้อหาของวิดิทัศน์ให้ข้อคิดดี	4.38	0.75	มากที่สุด
2. มีความเหมาะสม	4.42	0.65	มากที่สุด
3. การเคลื่อนไหวของวิดิทัศน์สมดุลต่อเนื่อง	4.58	0.52	มากที่สุด
4. การเคลื่อนไหวของวิดิทัศน์มีความน่าสนใจ	4.02	0.95	มากที่สุด
5. เสียงพูดประกอบวิดิทัศน์ชัดเจน	4.47	0.62	มากที่สุด
6. เสียงดนตรีประกอบชัดเจน	4.52	0.60	มากที่สุด
7. สามารถให้ความรู้เกี่ยวกับโรคที่เกิดในสัตว์เลี้ยงได้เป็นอย่างดี	4.78	0.40	มากที่สุด
8. สามารถใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ได้	4.53	0.58	มากที่สุด
รวมทั้งหมด	4.42	0.46	มากที่สุด



อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่าเจ้าของสัตว์เลี้ยงที่มาใช้บริการได้รับความรู้เกี่ยวกับโรคที่เกิดในสัตว์เลี้ยงและมีระดับความรู้อยู่ในระดับมากภายหลังจากเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตขึ้น สะท้อนให้เห็นว่าคลินิกรักษาสัตว์โชคชัยสามารถนำสื่อดังกล่าวไปใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับโรคที่เกิดในสัตว์เลี้ยงให้แก่เจ้าของสัตว์เลี้ยงที่มาใช้บริการได้ เนื่องจากสื่อดังกล่าวมีเนื้อหาที่กระชับ ทำให้เข้าใจเนื้อหาได้อย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับอรุณรัตน์ ชินวรรณ (2553) ที่ระบุถึงความสำคัญของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อองค์การไว้ว่า สื่อประชาสัมพันธ์จะช่วยให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง อีกทั้งการเผยแพร่ข่าวสารเป็นไปด้วยความรวดเร็วและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับการศึกษาของกมลพร แดงจันทา และคณะ (2559) พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น จังหวัดสมุทรปราการที่รับชมชมวีดิทัศน์ด้วยฉากรูปภาพฟิกแบบ 2 มิติ เพื่อป้องกันโรคไข้เลือดออก มีความรู้เกี่ยวกับการป้องกันโรคไข้เลือดออกอยู่ในระดับมาก

นอกจากนั้น เจ้าของสัตว์เลี้ยงที่มาใช้บริการมีความพึงพอใจวีดิทัศน์และโปสเตอร์ว่าสามารถให้ความรู้เกี่ยวกับโรคที่เกิดในสัตว์เลี้ยงอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอดิศักดิ์ โคตรชุม (2562) พบว่า นักศึกษาชั้นปีที่ 2 มีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนโดยใช้สื่อวีดิทัศน์เพื่อประกอบการเรียนรู้รายวิชาการงานอาชีพและเทคโนโลยี เรื่อง การจัดและตกแต่งสวน โดยรวมอยู่ในระดับมาก และผลการศึกษาของทิวดี ประทุมนา และพจนันธรรม ณรงค์วิทย์ (2564) พบว่า ประชาชนทั่วไปมีความพึงพอใจโปสเตอร์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมวิถีชีวิตปกติใหม่ หลังภัยโรค covid-19 ในด้านเนื้อหา มีความดึงดูดน่าสนใจมากที่สุด เนื่องจากวีดิทัศน์นำเสนอเนื้อหาด้วยเสียงและภาพเคลื่อนไหวจึงสามารถกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดความประทับใจและความทรงจำได้ดี ส่วนโปสเตอร์นำเสนอเฉพาะภาพและตัวอักษรขนาดใหญ่ที่เป็นข้อความสำคัญๆ เพื่อย้ำเตือนความทรงจำ จึงทำให้เจ้าของสัตว์เลี้ยงที่มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจที่สามารถนำความรู้เกี่ยวกับโรคที่เกิดในสัตว์เลี้ยงไปใช้ได้อย่างถูกต้อง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้งาน

1.1 คลินิกรักษาสัตว์โชคชัย ควรเผยแพร่วีดิทัศน์ผ่านโทรศัพท์มือถือเพื่อความสะดวกในการเข้าชม รวมถึงนำไปสเตอร์ไปติดกับผนังในบริเวณที่เจ้าของสัตว์เลี้ยงที่มาใช้บริการสามารถเห็นอย่างชัดเจน

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

2.1 ควรให้ความรู้เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงในประเด็นอื่นๆ เช่น วิธีการเลี้ยงสัตว์ในหอพัก รวมถึงควรผลิตเนื้อหาผ่านยูทูป (Youtube) หรือติ๊กต็อก (TikTok) เพื่อเข้าถึงเจ้าของสัตว์เลี้ยงที่เป็นคนรุ่นใหม่ให้มากยิ่งขึ้น



เอกสารอ้างอิง

- กมลพร แดงจันทา, ธิติรัตน์ หอชัยเฉลิมศักดิ์, เพ็ญจันทร์ เชิงหอม, กำพล ดวงพรประเสริฐ, ขวัญชีวา ไตรพิริยะ, ดลฤดี ศรีมันตะ, อุไรวรรณ ชาญชุลยทุธ และนันท์ธนะดี อรุณพัฒน์พล. (2559). การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ด้วยฉากรูปฟิกแบบ 2 มิติ เพื่อการป้องกันโรคไข้เลือดออก สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น จังหวัดสมุทรปราการ. ใน *การประชุมวิชาการครุศาสตร์อุตสาหกรรมระดับชาติ ครั้งที่ 9. (น.251-256) วันที่ 24-25 พฤศจิกายน 2559*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. (2563). *โรคฮิตในสัตว์เลี้ยงที่เจ้าของต้องรู้*. สืบค้นเมื่อ กรกฎาคม 29, 2565, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/911820>.
- ทิวดี ประทุมภาค และพจน์ธรรม ณรงค์วิทย์. (2564). การออกแบบโปสเตอร์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมวิถีชีวิตปกติใหม่ หลังภัยโรค covid – 19. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติสำหรับนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ครั้งที่ 1 (น. 481-429) วันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2564*. กำแพงเพชร: มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- ธีรวุฒิ เอกกะกุล. (2543). *ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- นพพร อภิวัฒนากุล. (2562). โรคติดเชื่อที่พบบ่อย จากสัตว์เลี้ยง. *นิตยสารวารไรดีเพื่อสุขภาพ@ราม่า*, (33), 38-39.
- สำราญ แสงเดือนฉาย. (2555). การสร้างสรรค์และผลิตสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการสร้างสรรค์และผลิตงานประชาสัมพันธ์ (ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 1, หน่วยที่ 7, น. 7-1 – 7-74)*. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- สุธีรา สร้อยสังวาลย์. (2565). *สัตว์แพทย์ เจ้าของคลินิกรักษาสัตว์โชคชัยสี่*. สัมภาษณ์, 31 กรกฎาคม 2565.
- อดิศักดิ์ โคตรชุม. (2562). การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ เพื่อประกอบการเรียนรู้รายวิชาการงานอาชีพและเทคโนโลยี เรื่อง การจัดและตกแต่งสวน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2. *วารสารโครงการนวิทยาการคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ*, 5(2), 67-76.
- อรุณรัตน์ ชินวรรณ. (2553). *สื่อประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.