

นิพนธ์ต้นฉบับ

ผลของสื่อเพลงป้องกันมะเร็งเต้านมต่อความรู้และความพึงพอใจ ในผู้รับบริการ โรงพยาบาลมะเร็งอุบลราชธานี

สายรุ้ง ประกอบจิตต์^{*}, โสภิต ทับทิมหิน*, ชลียา วามะสุน*

*โรงพยาบาลมะเร็งอุบลราชธานี

^{*}Sairungpra1234@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยกึ่งทดลอง แบบเปรียบเทียบ 2 กลุ่มวัดผลก่อนและหลัง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของสื่อเพลงป้องกันมะเร็งเต้านมต่อความรู้และความพึงพอใจของผู้รับบริการสตรีโรงพยาบาลมะเร็งอุบลราชธานี ทำการศึกษาในผู้มารับบริการในโรงพยาบาลมะเร็งอุบลราชธานี จำนวน 56 คน โดยแบ่งเป็นกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมกลุ่มละ 28 คน และทำการสุ่มอย่างง่ายโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปเพื่อคัดเลือกเข้าเป็นกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) เครื่องมือที่ใช้ในการทดลองคือ สื่อเพลงป้องกันมะเร็งเต้านมที่พัฒนาขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม โดยเลือกเฉพาะประเด็นสำคัญซึ่งครอบคลุมแนวทางการป้องกันมะเร็งเต้านมขององค์การอนามัยโลกครบทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ การเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ การจัดการความเครียดที่เหมาะสมและการตรวจเต้านมด้วยตนเอง มาประยุกต์ขับร้องร่วมกับดนตรีที่มีความทันสมัย 2) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย แบบประเมินความรู้เรื่องโรคมะเร็งเต้านมและแบบประเมินความพึงพอใจ โดยเครื่องมือทั้งหมดได้ผ่านการประเมินคุณภาพของเครื่องมือมีค่าความตรงเชิงเนื้อหา CVI เท่ากับ .95 .90 และ .97 ตามลำดับ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบที่คู่และทีอิสระ กำหนดนัยสำคัญที่ ระดับ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มทดลองมีคะแนนเฉลี่ยความรู้เกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมเพิ่มขึ้นจาก 7.96 (SD=1.89) เป็น 11.89 (SD=1.55) ซึ่งสูงกว่าก่อนทดลองและสูงกว่ากลุ่มควบคุมที่มีคะแนนเฉลี่ย 8.04 (SD=0.33) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p<.001$) ในด้านความพึงพอใจ กลุ่มทดลองมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.25 (SD=0.52) สูงกว่ากลุ่มควบคุมที่มีค่าเฉลี่ย 2.15 (SD=0.48) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p<.001$) เมื่อพิจารณาความพึงพอใจรายด้านในกลุ่มทดลอง พบว่าด้านที่มีความพึงพอใจสูงสุดคือโดยรวมทั้งเนื้อหาและทำนองเพลง (Mean=4.65, SD=0.47) รองลงมาคือด้านความง่ายในการทำความเข้าใจ (Mean=4.46, SD=0.49) ส่วนด้านที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือความครอบคลุมของเนื้อหาเกี่ยวกับการป้องกันมะเร็งเต้านม (Mean=3.84, SD=1.02)

ดังนั้นผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าการให้สุขศึกษาผ่านสื่อเพลงป้องกันมะเร็งเต้านมที่พัฒนาขึ้นมีคุณภาพ ช่วยให้ผู้รับบริการสตรีสามารถเข้าใจข้อมูลเกี่ยวกับการป้องกันโรคมะเร็งเต้านมได้ง่ายขึ้น อีกทั้งยังเพิ่มความน่าสนใจได้มากกว่าการให้ข้อมูลในรูปแบบเอกสาร ซึ่งหน่วยงานได้มีการนำสื่อจากการวิจัยนี้มาใช้จริงโดยประชาสัมพันธ์ผ่านเสียงตามสายทุกวันและจัดทำเป็นวิดีโอต้นแบบเผยแพร่ลงโซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มยูทูบ จึงควรประยุกต์วิธีการให้สุขศึกษาผ่านสื่อเพลงไปใช้ในการให้ข้อมูลในโรคอื่นๆต่อไป

คำสำคัญ: มะเร็งเต้านม, สื่อเพลง, ความรู้

Article info:

Received: Sep 30, 2024

Revised: Dec 14, 2024

Accepted: Dec 16, 2024

Original article

The effect of music media on breast cancer prevention on knowledge and satisfaction among female service recipients at Ubon Ratchathani Cancer Hospital

Sairung Prakobchit*, Sopit Tubtimhin*, Chaliya Wamalun*

*Ubonratchathani Cancer Hospital, Ubon Ratchathani

Sairungpra1234@gmail.com

Abstract

This quasi-experimental study with a two-group comparison aimed to investigate the effects of breast cancer prevention music media on the knowledge and satisfaction of female service recipients at Ubon Ratchathani Cancer Hospital. The study was conducted with 56 female participants, divided into an experimental group and a control group of 28 each, randomly assigned using computer software.

The research instruments included: (1) the experimental tool, breast cancer prevention music media developed from a literature review and adapted to modern music. The content was based on the World Health Organization's breast cancer prevention guidelines, covering four aspects: healthy eating, physical exercise, stress management, and self-breast examination; and (2) the data collection tools, comprising a breast cancer knowledge assessment and a satisfaction assessment. The tools demonstrated strong quality, with content validity indices (CVI) of .95, .90, and .97, respectively. Data were analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation, paired t-test, and independent t-test, with a significance level set at 0.05.

The results showed that the experimental group's mean knowledge score increased significantly from 7.96 (SD = 1.89) to 11.89 (SD = 1.55), higher than both their pre-test scores and the control group's mean score of 8.04 (SD = 0.33) ($p < .001$). Regarding satisfaction, the experimental group reported a significantly higher mean satisfaction score (Mean = 4.25, SD = 0.52) compared with the control group (Mean = 2.15, SD = 0.48) ($p < .001$). Analysis of satisfaction dimensions in the experimental group indicated that overall content and melody received the highest ratings (Mean = 4.65, SD = 0.47), followed by ease of understanding (Mean = 4.46, SD = 0.49), while comprehensiveness of breast cancer prevention content received the lowest rating (Mean = 3.84, SD = 1.02).

In conclusion, the findings suggest that breast cancer prevention music media is effective in enhancing knowledge and increasing engagement among female service recipients compared with traditional document-based information. The hospital has implemented this innovation by broadcasting the music daily through its PA system and producing videos for dissemination on social media platforms such as YouTube. It is recommended that this music-based health education approach be expanded to other diseases in the future.

Keywords: Breast cancer, music media, knowledge

บทนำ

โรคมะเร็งเต้านมพบได้บ่อยและเป็นสาเหตุของการเสียชีวิตอันดับต้นๆ ในผู้หญิงโดยในปี ค.ศ. 2020 มีผู้หญิง 2.3 ล้านคนที่ได้รับการวินิจฉัยว่าเป็นมะเร็งเต้านมและมีผู้เสียชีวิต 685,000 รายทั่วโลก อีกทั้งยังมีผู้หญิงอีกกว่า 7.8 ล้านคนที่ยังมีชีวิตอยู่ที่ได้รับการวินิจฉัยว่าเป็นมะเร็งเต้านมในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา รวมทั้งโรคมะเร็งเต้านมยังเป็นสาเหตุของการเสียชีวิตด้วยโรคมะเร็งที่พบบ่อยที่สุดในผู้หญิงและเป็นอันดับที่ 5 ของการเสียชีวิตด้วยโรคมะเร็งทั้งหมด มะเร็งเต้านมเกิดขึ้นในทุกประเทศทั่วโลกในผู้หญิงทุกช่วงวัย แต่มีอัตราการเพิ่มขึ้นในทุกช่วงอายุที่เพิ่มขึ้น (World Health Organization, 2023) สำหรับประเทศไทยจากรายงานของ Cancer in Thailand ฉบับที่ 10 ปี 2559-2561 พบว่าโรคมะเร็งเต้านมมีอัตราการเกิดเป็นอันดับหนึ่งในเพศหญิงของมะเร็งทั้งหมดในอัตรา 34.2 คนต่อแสนประชากรและเสียชีวิตในอัตรา 11 คนต่อแสนประชากร (J. Rojanamatin et al., 2021)

สำหรับโรคมะเร็งเต้านมนั้นสามารถป้องกันและควบคุมการเกิดโรคได้ด้วยการหลีกเลี่ยงหรือลดปัจจัยเสี่ยงในการเกิดโรคมะเร็งเต้านม ซึ่งปัจจัยเสี่ยงนั้นได้แก่ การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การใช้ฮอร์โมนเพศหญิงทดแทนเป็นเวลานาน การสูบบุหรี่ การรับประทานอาหารปิ้งย่าง ร่มควัน การไม่ออกกำลังกาย มีภาวะอ้วน เป็นต้น อีกทั้งสิ่งสำคัญคือการตรวจค้นหามะเร็งเต้านมในระยะเริ่มแรกถือเป็นหัวใจสำคัญเพื่อผลการรักษาที่หายขาดและลดหรือชะลออัตราการสูญเสียชีวิต โดยการณรงค์ ส่งเสริมให้สตรีที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป ตรวจเต้านมด้วยตนเอง (Breast Self- Examination) โดยในแผนการป้องกันและควบคุมโรคมะเร็งแห่งชาติ พ.ศ. 2561-2565 ได้แนะนำแนวทางที่สำคัญคือ การพัฒนาเทคนิคและรูปแบบการสร้างความรู้ความตระหนักรู้เพื่อโน้มน้าวในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเสี่ยงต่อการเกิดโรคที่เป็นรูปธรรมง่ายต่อการปฏิบัติและสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง ตัวอย่างเช่น การใช้สื่อดิจิทัลในการนำเสนอองค์ความรู้วิธีการ วิธีปฏิบัติในการป้องกันโรคมะเร็งเต้านมให้กับประชาชน เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายขึ้น (คณะกรรมการจัดทำแผนการป้องกันและควบคุมโรคมะเร็งแห่งชาติ, 2565; National Cancer Institute, 2023)

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่าได้มีการนำเพลงมาใช้ในการสนับสนุนในการให้คำแนะนำด้านสาธารณสุขในหลายประเทศทั่วโลก เช่น การนำบทเพลงมาใช้ในการรณรงค์ในช่วงที่มีการระบาดของโรคไวรัส

COVID-19 (The Guardian, 2020; United Nations Development Programme, 2020; World Health Organization, 2020) รวมถึงการสร้างความรู้ความตระหนักรู้ในประเด็นด้านสาธารณสุขที่สำคัญต่างๆ เช่น การรณรงค์ในด้านเอชไอวี/เอดส์ (Bastien S., 2009; Boutin-Foster C. et al., 2010) การป้องกันและส่งเสริมการรับรู้ด้านโรคมาลาเรีย (Anderson CM, McCrindle CME, Kruger T, McNeill F., 2018) เป็นต้น ซึ่งเพลงสามารถเพิ่มการเข้าถึงข้อมูลด้านสุขภาพแก่ประชาชนทั่วไป อีกทั้งในผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำ ผู้พิการหรือผู้ที่มีปัญหาด้านความจำให้สามารถเข้าใจข้อมูลด้านสุขภาพและนำไปปรับใช้กับตนเองได้ง่ายขึ้น (Margulis EH, 2014) โดยลักษณะเด่นของเพลงนั้นมักมีขนาดสั้น มีทำนอง หรือดนตรีเฉพาะของแต่ละเพลง ทำให้จดจำได้ง่าย เนื่องจากเพลงมีการเลือกใช้คำ การใช้สัมผัสคำ วลี หรือประโยคให้เหมาะสมกับความยาวของจังหวะเพลง เพื่อสื่อความหมายให้ผู้รับสารเข้าใจได้ ติดหูง่าย จนเกิดการจดจำ เข้าใจ และปฏิบัติได้รวมถึงมีความสำคัญต่อจิตใจของผู้ฟัง อีกทั้งยังให้ความบันเทิงและลดความเครียด ผ่อนคลายอารมณ์ได้อีกด้วย (World Health Organization, 2020) โดยสื่อเพลงนั้นยังสามารถเผยแพร่ในช่องทางต่าง ๆ ได้อย่างกว้างขวาง เช่น โทรศัพท์มือถือและโซเชียลมีเดีย (Bahri S, et al., 2016) การใช้สื่อเพลงในการให้ความรู้ทางสุขภาพมีพื้นฐานมาจากทฤษฎีทางจิตวิทยาการเรียนรู้หลายประการ โดยเฉพาะทฤษฎีพหุปัญญา (Theory of Multiple Intelligences) ของ Gardner (2014) ที่อธิบายว่ามนุษย์มีความสามารถในการเรียนรู้หลากหลายรูปแบบ โดยปัญญาด้านดนตรี (Musical Intelligence) เป็นหนึ่งในความสามารถพื้นฐานที่ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้และความจำ นอกจากนี้ ทฤษฎีการประมวลผลข้อมูลแบบคู่ขนาน (Dual-Coding Theory) ของ Paivio (2014) ยังอธิบายว่าการรับรู้ผ่านหลายช่องทางพร้อมกัน เช่น การฟังเพลงที่มีทั้งเสียงและจังหวะประกอบกับเนื้อหาความรู้ จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการประมวลผลและจดจำข้อมูลได้ดีกว่าการรับรู้ผ่านช่องทางเดียว ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory) ของ Bandura (2019) ยังสนับสนุนว่าการเรียนรู้ผ่านสื่อที่สร้างความเพลิดเพลินและมีความหมายต่อผู้เรียน จะช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมและความสนใจในการเรียนรู้ ซึ่งเพลงถือเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการสร้างความผูกพันทางอารมณ์และความทรงจำระยะยาว จึงนับได้ว่าเพลงเป็นกลยุทธ์ด้านสาธารณสุขที่สำคัญในการสร้างความรู้ความตระหนักรู้และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะนำเพลงมาประยุกต์เป็นสื่อในการนำประเด็นการสื่อสารหลักที่สำคัญ (Key Message) ในการส่งเสริม ป้องกันโรคมะเร็งเต้านม ซึ่งการพัฒนาเนื้อหาของเพลงเกิดจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ โดยครอบคลุมประเด็นเกี่ยวกับการป้องกันมะเร็งเต้านม ได้แก่ การเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ การจัดการความเครียดที่เหมาะสม การหลีกเลี่ยงแอลกอฮอล์และบุหรี่ และการตรวจเต้านมด้วยตนเอง (National Cancer Institute, 2023) แล้วนำมาปรับปรุงร่วมกับดนตรีที่ทันสมัย เหมาะสมกับบริบททางสังคมในปัจจุบัน โดยสื่อประชาสัมพันธ์เพลงป้องกันมะเร็งเต้านมที่พัฒนาขึ้น สามารถนำไปใช้ประกอบการสอนรณรงค์ ให้ความรู้กับบุคลากร ผู้รับบริการในหน่วยงาน รวมถึงขยายผลการใช้งานให้ครอบคลุมประชาชนทุกช่วงวัย เพื่อให้เกิดความรอบรู้สุขภาพและพฤติกรรมการป้องกันมะเร็งเต้านมที่ถูกต้อง เกิดระบบสุขภาพที่ยั่งยืน ส่งผลให้ประชาชนมีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี (Good Health and well-Being) ต่อไป

วัตถุประสงค์วิจัย

เพื่อศึกษาผลของสื่อเพลงป้องกันมะเร็งเต้านมต่อความรู้และความพึงพอใจ ในผู้รับบริการโรงพยาบาลมะเร็งอุบลราชธานี

สมมติฐานการวิจัย

ค่าเฉลี่ยของความรู้เรื่องโรคมะเร็งเต้านมและความพึงพอใจสูงขึ้นหลังจากเข้าร่วมวิจัย ในกลุ่มทดลอง

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการวิจัยกึ่งทดลองครั้งนี้ผู้วิจัยได้พัฒนาสื่อเพลงป้องกันมะเร็งเต้านมขึ้น โดยศึกษาจากตำรา เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านโรคมะเร็งเต้านม มากำหนดเป็นเนื้อหาเพลงเกี่ยวกับการป้องกันมะเร็งเต้านมที่ต้องการถ่ายทอด ซึ่งครอบคลุมประเด็นเกี่ยวกับการป้องกันมะเร็งเต้านม ได้แก่ การเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ การจัดการความเครียดที่เหมาะสม การหลีกเลี่ยง

แอลกอฮอล์และบุหรี่ และการตรวจเต้านมด้วยตนเอง (National Cancer Institute, 2023) โดยประยุกต์ใช้ทฤษฎีแรงจูงใจในการป้องกันโรค (Motivation Prevention Theory) (W Rogers R, Cacioppo J, Petty R, 1983) ในการส่งเสริมให้ผู้รับบริการในโรงพยาบาลมะเร็งอุบลราชธานี มีความรู้ โดยการใช้สื่อนวัตกรรมเพลงป้องกันมะเร็งเต้านม ที่จะช่วยให้ผู้รับบริการสามารถเข้าใจ และจดจำเนื้อหาซึ่งเป็นข้อมูลความรู้ที่สำคัญเกี่ยวกับการป้องกันมะเร็งเต้านมได้ (ภาพที่ 1)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยกึ่งทดลอง (Quasi Experimental Research Design) เพื่อศึกษาผลของการใช้นวัตกรรมสื่อเพลงป้องกันมะเร็งเต้านมในผู้รับบริการโรงพยาบาลมะเร็งอุบลราชธานี กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มทดลอง (Experimental Group) และกลุ่มควบคุม (Control Group) โดยทำการวัดผลก่อนและหลังการทดลอง (Two Groups Pretest-Posttest Design) (Stratton, S. J., 2019) โดยกลุ่มทดลองจะได้รับการให้ศึกษาผ่านสื่อเพลงป้องกันมะเร็งเต้านมกลุ่มควบคุมได้รับการให้ศึกษาผ่านแผ่นพับ ทำการศึกษาในช่วง ระหว่างวันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2565 ถึงวันที่ 31 มิถุนายน พ.ศ. 2565

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง สื่อเพลงป้องกันมะเร็งเต้านม
2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ความรู้เรื่องการป้องกันโรคมะเร็งเต้านมและ ความพึงพอใจ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้มารับบริการในโรงพยาบาลมะเร็งอุบลราชธานี

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้มารับบริการในโรงพยาบาลมะเร็งอุบลราชธานี ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2565 ถึงวันที่ 31 มิถุนายน พ.ศ. 2565 ทำการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ตามเกณฑ์คัดเข้าจากฐานข้อมูลในระบบสารสนเทศโรงพยาบาล (Hospital Information Systems: HIS) จากนั้นใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยการสุ่มผ่านโปรแกรม

Research Randomizer เพื่อจัดสรรผู้เข้าร่วมวิจัยเป็นกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม กลุ่มละ 28 คน รวมเป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 56 คน ซึ่งมีคุณสมบัติตามเกณฑ์คัดเข้า (inclusion criteria) ดังนี้

- 1) มีอายุระหว่าง 18 - 59 ปี
- 2) มีการรับรู้และสติสัมปชัญญะดี
- 3) สามารถสื่อสารภาษาไทยได้
- 4) ยินยอมและเต็มใจให้ความร่วมมือในการวิจัย

โดยมีเกณฑ์ในการคัดออกของกลุ่มตัวอย่าง (exclusion criteria) คือ ได้รับการวินิจฉัยเป็นมะเร็งเต้านมหรือ มีภาวะเจ็บป่วยที่รุนแรงจนไม่สามารถเข้าร่วมการวิจัยได้ตามกำหนดครบทุกขั้นตอน

กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของ 2 กลุ่มประชากรที่เป็นอิสระต่อกัน (อรุณ จิรวรรณกุล, 2553)

$$n/\text{group} = \frac{2\sigma^2(Z_\alpha + Z_\beta)^2}{(\mu_1 - \mu_2)^2}$$

เมื่อ Z_α = ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนด

Z_β = อำนาจการทดสอบ

σ^2 = ความแปรปรวน

$\mu_1 - \mu_2$ = ค่าเฉลี่ยกลุ่มศึกษา 1, กลุ่มศึกษา 2

โดยผู้วิจัยหาข้อมูลจากงานวิจัยที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน คือการศึกษาของ กนกวรรณ จันทนะและคณะ (2561) ทำการศึกษาผลของสื่อการสอนวิดีโอเพลง ถ่ายนักรัก ชื่นต่อความรู้เรื่อง วัคซีนของนักเรียนพยาบาลทหารอากาศ ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2562 ในกลุ่มตัวอย่างนักเรียนพยาบาลทหารอากาศชั้นปีที่ 1 โดยแบ่งเป็นกลุ่มทดลอง 30 คนและกลุ่มควบคุม 30 คน โดยพบว่าหลังการทดลองกลุ่มทดลองมีค่าเฉลี่ยความรู้ เท่ากับ 16.10 (SD = 2.31) และกลุ่มควบคุมมีคะแนนเฉลี่ยด้านความรู้เท่ากับ 14.30 (SD = 2.26) จากการศึกษาดังกล่าวสามารถนำมาใช้ในการคำนวณขนาดตัวอย่างได้กลุ่มตัวอย่างกลุ่มละประมาณ 19.82 เพื่อป้องกันการสูญหายของกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยจึงพิจารณาเพิ่มกลุ่มตัวอย่างอีกร้อยละ 30 (Polit & Beck, 2004) ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้กลุ่มละ 28 รายโดยแบ่งเป็นกลุ่ม

ทดลอง 28 คนและกลุ่มควบคุม 28 คน รวมเป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 56 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้สำหรับการทำวิจัยในครั้งนี้ประกอบด้วย เครื่องมือ 2 ประเภท ได้แก่ เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และเครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง มีรายละเอียดดังนี้

1. เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน มีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ โรคที่มารับการรักษา การรักษาที่ได้รับ สิทธิการรักษา ซึ่งลักษณะคำถามจะเป็นคำถามปลายเปิด-ปิด (Open-end) และคำถามประเภทเลือกตอบ (Check list)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความรู้เรื่องการป้องกันมะเร็งเต้านม มีจำนวน 15 ข้อ คะแนนเต็ม 15 คะแนน เกณฑ์การให้คะแนนลักษณะคำตอบ มีคำตอบให้เลือก 3 คำตอบ คือ ใช่, ไม่ใช่, ไม่ทราบ ตอบถูกได้ 1 คะแนน ตอบผิดและไม่ทราบได้ 0 คะแนน การคิดคะแนนทำโดย คิดคะแนนรวมทุกข้อคำถามแล้วนำคะแนนรวมมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อสื่อเพลงป้องกันมะเร็งเต้านมที่พัฒนาขึ้นจำนวน 15 ข้อ ครอบคลุมประเด็นที่ต้องการ ประเมินด้านเนื้อหาความรู้ นำไปใช้ประโยชน์ได้จริง การเข้าถึงง่าย ความน่าสนใจเหมาะสมกับบริบทของยุคสมัย และความพึงพอใจในภาพรวม มี 5 ระดับ 5 คะแนน ได้แก่ มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด (5 คะแนน) มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด (1 คะแนน)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง ได้แก่ สื่อเพลงป้องกันมะเร็งเต้านม ผู้วิจัยเป็นผู้เขียนเนื้อหาเพลงป้องกันมะเร็งเต้านม โดยศึกษาจากตำรา เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ด้านโรคมะเร็งเต้านม มากำหนดเนื้อหาเพลงเกี่ยวกับการป้องกันมะเร็งเต้านมที่เป็นประเด็นสำคัญที่ต้องการถ่ายทอด โดยครอบคลุมประเด็นเกี่ยวกับการป้องกันมะเร็งเต้านม ได้แก่ การเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพการจัดการความเครียดที่เหมาะสม การหลีกเลี่ยงแอลกอฮอล์และบุหรี่และการตรวจเต้านมด้วยตนเอง (National Cancer Institute, 2023) แล้วนำมาขับร้องร่วมกับดนตรีที่ทันสมัย เหมาะสมกับบริบททางสังคมในปัจจุบัน

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. การออกแบบเนื้อหาเพลงป้องกันมะเร็งเต้านม ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมและสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญจากนั้นนำไปจัดทำเป็นสื่อโดยผู้วิจัยนำรายละเอียดของโปรแกรมทุกขั้นตอนที่สร้างขึ้น รวมทั้งเกณฑ์ในการตรวจสอบความตรงของเนื้อหา ให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา ความถูกต้องชัดเจน ครอบคลุมและเหมาะสมของภาษาที่ใช้ รูปแบบความเหมาะสมของลำดับเนื้อหา ความเหมาะสมของเวลาที่ใช้ โดยผู้ทรงคุณวุฒิมีความเห็นตรงกันทั้ง 2 ท่านจากทั้งหมด 3 ท่าน ได้ค่าดัชนีความตรงตามเนื้อหาเท่ากับ 0.95

2. แบบสอบถามความรู้เรื่องการป้องกันมะเร็งเต้านม และแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อสื่อเพลงป้องกันมะเร็งเต้านม แบบสอบถามมีค่าความตรงตามเนื้อหา (Content validity index: CVI) เท่ากับ .90 และ .97 ตามลำดับ จากนั้นผู้วิจัยนำแบบสอบถามความรู้และความพึงพอใจไปทดลองใช้กับผู้รับบริการที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.90 และ 0.85 ตามลำดับ

การพิทักษ์สิทธิกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยนี้ได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ โรงพยาบาลมะเร็งอุบลราชธานี เลขที่รับรอง EC 004/2022 ลงวันที่ 1 มีนาคม 2565 โดยผู้วิจัยแนะนำตัว ซึ่งแจ้งวัตถุประสงค์ ขั้นตอนการศึกษา และประโยชน์ของการศึกษา การรักษาความลับของกลุ่มตัวอย่าง การนำเสนอผลการศึกษาในลักษณะภาพรวม ตลอดจนสิทธิของผู้เข้าร่วมศึกษาให้ทราบถึงการมีอิสระในการที่จะเข้าร่วมศึกษาและสามารถออกจากการศึกษาได้ตลอดเวลา โดยไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อการรักษา

การเก็บรวบรวมข้อมูลและการดำเนินการทดลอง

ระยะก่อนทดลอง

1. ผู้วิจัยติดต่อประสานงานกับเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อขอความร่วมมือในการทำวิจัย

2. ผู้วิจัยดำเนินการทำการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ตามเกณฑ์คัดเข้าจากฐานข้อมูลในระบบสารสนเทศโรงพยาบาล (Hospital Information Systems: HIS) จากนั้นใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยการสุ่มผ่านโปรแกรม Research Randomizer เพื่อจัดสรรผู้เข้าร่วมวิจัยเป็นกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม จนครบตามจำนวน

3. ผู้วิจัยดำเนินการชี้แจงวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยและรายละเอียดขั้นตอนการดำเนินการวิจัยกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งแจ้งข้อมูลจะเก็บเป็นความลับ พร้อมให้กลุ่มตัวอย่างเห็นดียินยอมเข้าร่วมงานวิจัย

ระยะทดลอง

กลุ่มทดลอง

1. สร้างสัมพันธภาพและขอความร่วมมือในการวิจัย
2. ประเมินกลุ่มทดลองก่อนทำการทดลอง (Pretest) โดยใช้แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล แบบสอบถามความรู้เรื่องการป้องกันมะเร็งเต้านม และแบบประเมินความพึงพอใจ
3. ให้สุศึกษาเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านม โดยใช้สื่อเพลงป้องกันมะเร็งเต้านม โดยให้กลุ่มทดลองรับฟังสื่อเพลงป้องกันมะเร็งเต้านม 3 รอบ ใช้เวลาประมาณ 15 นาที
4. หลังการทดลองเสร็จสิ้นทันที ประเมินความรู้เรื่องการป้องกันมะเร็งเต้านม และแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อสื่อเพลงป้องกันมะเร็งเต้านม (Posttest) ของกลุ่มทดลอง โดยใช้แบบสอบถามชุดเดียวกันกับการสัมภาษณ์ก่อนการทดลอง

กลุ่มควบคุม

1. สร้างสัมพันธภาพและขอความร่วมมือในการวิจัย
2. ประเมินกลุ่มควบคุมก่อนทำการทดลอง (Pretest) โดยใช้แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล แบบสอบถามความรู้เรื่องการป้องกันมะเร็งเต้านม และแบบประเมินความพึงพอใจ
3. ให้สุศึกษาเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านม โดยการใช้สื่อความรู้ที่เป็นแผ่นพับ ใช้เวลาประมาณ 15 นาที
4. ประเมินความรู้เรื่องการป้องกันมะเร็งเต้านม และแบบสอบถามความพึงพอใจ (Posttest) ของกลุ่มควบคุม โดยใช้แบบสอบถามชุดเดียวกันกับการสัมภาษณ์ก่อนการทดลอง

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป และมีขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. คะแนนแบบทดสอบความรู้ ความพึงพอใจก่อนและหลังได้รับความรู้ของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Shapiro-wilk พบว่ามีการกระจายของข้อมูลปกติจึงวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติที่ Dependent t-test เปรียบเทียบคะแนนก่อนและหลังได้รับความรู้ผ่านสื่อเพลงป้องกันมะเร็งเต้านม ระหว่างกลุ่มควบคุมกับกลุ่มทดลอง โดยใช้สถิติ Independent t-test

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมโครงการวิจัยทั้งหมด 56 คน โดยเป็นอาสาสมัครกลุ่มทดลอง 28 คนและกลุ่มควบคุม 28 คน อายุเฉลี่ยของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมทั้งสองกลุ่มใกล้เคียงกัน คือ 38.46 ปี (SD = 7.96) และ 38.93 ปี (SD = 9.20) ทั้งสองกลุ่มส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสคู่ ร้อยละ 50.00 และร้อยละ 53.57 ได้รับการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 85.71 ทั้งสองกลุ่ม โดยใช้สิทธิการรักษาในกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมใช้สิทธิข้าราชการจ่ายตรงเป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 42.86 และ 35.71 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ทั้งสองกลุ่มยังไม่มีโรคประจำตัว ร้อยละ 46.43 และ 42.86 ตามลำดับ การรักษาที่ได้รับคือ ตรวจสุขภาพประจำปี ร้อยละ 42.86 และ 35.71 ส่วนรายได้มีค่าเฉลี่ยต่อเดือนทั้งสองกลุ่มใกล้เคียงกัน กลุ่มทดลอง 10,428 บาท (SD = 4,439) กลุ่มควบคุม 10,350 บาท (SD = 4,880) ซึ่งเมื่อทดสอบความแตกต่างของข้อมูลทั่วไปของทั้งสองกลุ่มด้วยการทดสอบไคสแควร์และสถิติฟิชเชอร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างในกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม มีคุณลักษณะที่ไม่แตกต่างกัน ($P > .05$) ดังตารางที่ 1

2. ค่าเฉลี่ยคะแนนความรู้เกี่ยวกับการป้องกันมะเร็งเต้านมก่อนและหลังการทดลองภายในกลุ่มทดลอง

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคะแนนความรู้เกี่ยวกับการป้องกันมะเร็งเต้านมก่อนและหลังการทดลองภายในกลุ่มทดลอง พบว่า ก่อนการทดลองกลุ่มทดลองมีคะแนนเฉลี่ยความรู้เกี่ยวกับการป้องกันมะเร็งเต้านม เท่ากับ 7.96 (SD = 1.89) และภายหลังได้รับการให้สุศึกษาความรู้เกี่ยวกับการป้องกันมะเร็งเต้านมผ่านสื่อเพลงป้องกันมะเร็งเต้านม พบว่ามีคะแนนเฉลี่ยความรู้เกี่ยวกับการป้องกันมะเร็งเต้านม

เท่ากับ 11.89 (SD = 1.55) โดยเพิ่มขึ้น 3.92 คะแนน และเมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยความรู้เกี่ยวกับการป้องกันมะเร็งเต้านม พบว่าหลังการทดลองมีคะแนนเฉลี่ยความรู้เกี่ยวกับการป้องกันมะเร็งเต้านมสูงกว่าก่อนทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Mean difference = 3.92; 95%CI: -4.57, -3.27; $p < .001$) ดังตารางที่ 2

3. ค่าเฉลี่ยคะแนนความรู้เกี่ยวกับการป้องกันมะเร็งเต้านม ระหว่างกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ภายหลังการทดลอง

ผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยความรู้เกี่ยวกับการป้องกันมะเร็งเต้านม ระหว่างกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ภายหลังการทดลอง พบว่า กลุ่มควบคุมมีคะแนนเฉลี่ยความรู้เกี่ยวกับการป้องกันมะเร็งเต้านม เท่ากับ 8.04 (SD = 0.33) กลุ่มทดลองมีคะแนนเฉลี่ยความรู้เกี่ยวกับการป้องกันมะเร็งเต้านม เท่ากับ 11.89 (SD = 1.55) โดยกลุ่มทดลองมีคะแนนเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มควบคุม 3.84 คะแนน และเมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยพบว่ากลุ่มทดลองมีคะแนนเฉลี่ยความรู้เกี่ยวกับการป้องกันมะเร็งเต้านมสูงกว่ากลุ่มควบคุม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Mean difference = 3.84; 95%CI: -4.74, -2.95; $p < .001$) ดังตารางที่ 3

4. ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ก่อนและหลังการทดลอง

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจรายข้อของกลุ่มทดลองหลังได้รับสุศึกษาผ่านสื่อเพลงป้องกันมะเร็งเต้านม พบว่า กลุ่มทดลองมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจรายข้อโดยรวมของทั้งเนื้อหาและทำนองเพลงรวมมากที่สุด (Mean = 4.65, SD = 0.47) รองลงมาคือ เนื้อหาเพลงมีความง่ายในการทำ ความเข้าใจ (Mean = 4.46, SD = 0.49) และเนื้อหาเพลงมีความน่าสนใจ ชวนติดตามรับฟัง (Mean = 4.34, SD = 0.61) ตามลำดับ และเมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระหว่างกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมภายหลังได้รับสุศึกษา พบว่า กลุ่มทดลองมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 4.25 (SD = 0.52) กลุ่มควบคุมมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 2.15 (SD = 0.48) โดยกลุ่มทดลองมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงกว่ากลุ่มควบคุมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Mean difference = 2.10, 95%CI: 1.85-2.35, $p < 0.001$)

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการทดลองกลุ่มตัวอย่างผู้รับบริการที่ได้รับการให้สุศึกษาโดยใช้สื่อเพลงป้องกันมะเร็งเต้านม สามารถอภิปรายผลในประเด็นที่สำคัญ ดังนี้

1. ผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยความรู้เกี่ยวกับการป้องกันมะเร็งเต้านมของกลุ่มทดลองก่อนและหลังการทดลอง ผลการวิจัย พบว่ากลุ่มทดลองมีค่าเฉลี่ยคะแนน

ความรู้เกี่ยวกับการป้องกันมะเร็งเต้านมสูงกว่าก่อนทดลองอธิบายได้ว่าการให้ศึกษาในรูปแบบเพลงนั้นสามารถเพิ่มการเรียนรู้ การเข้าใจและจดจำเนื้อหาที่ต้องการสอนง่ายขึ้น อีกทั้งการใช้เสียงเพลงยังช่วยดึงดูดการเรียนรู้จากผู้เรียนได้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของคลอสเมียร์ (Klausmeier HJ., 1985) โดยได้กล่าวถึงองค์ประกอบสำคัญของการรู้คิดที่ใช้ในการประมวลผลข้อมูล ประกอบด้วย แรงจูงใจ ความตั้งใจ และความมุ่งมั่นต่าง ๆ รวมทั้งเทคนิคและกลวิธีต่าง ๆ ซึ่งกระบวนการรู้คิด ประกอบด้วย ความใส่ใจ (Attention) การรับรู้ (Perception) กลวิธีต่าง ๆ (Strategies) เช่น รู้ว่าตนเองไม่สามารถจดจำสิ่งที่ครูสอนได้ จึงคิดหาวิธีที่จะมาช่วยให้จดจำสิ่งที่เรียนได้มากขึ้น อาจใช้วิธีการท่อง การจดบันทึก การท่องจำเป็นกลอน การท่องตัวย่อ การทำรหัสการเชื่อมโยงในสิ่งที่สัมพันธ์กัน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Sharma และคณะ (2018) โดยนำวิธีการร้องเพลงมาให้ความรู้เกี่ยวกับการฝากครรภ์เพื่อลดอัตราการเสียชีวิตของมารดา ได้ทำการศึกษาในบริบทสภาพแวดล้อมของประชากรที่มีการรู้หนังสือต่ำ ในเขตชนบทของประเทศเนปาล ผลการวิจัย พบว่าการให้ความรู้ผ่านเพลงโดยประยุกต์ให้เหมาะสมกับบริบทของสังคมและวัฒนธรรมเป็นวิธีการให้ศึกษาที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งสามารถเพิ่มความรู้อย่างมีประสิทธิภาพที่ไม่รู้หนังสือ นอกจากนั้นสื่อเพลงป้องกันมะเร็งเต้านมทำให้ผู้รับบริการสามารถเรียนรู้เกี่ยวกับเนื้อหา ความรู้ทางสุขภาพ และจดจำประเด็นที่สำคัญได้อย่างแม่นยำ โดยเนื้อเพลงและทำนองเพลงสร้างความประทับใจให้กับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Cognitive Theory) ของ Albert Bandura (2004) ได้กล่าวถึงความสำคัญของสื่อที่สามารถเป็นเครื่องมือสำคัญในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมส่วนบุคคลและสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อใช้ในการให้ความรู้และสร้างแรงบันดาลใจ สร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกในสังคม เช่น การใช้ละครวิทยุและโทรทัศน์ในประเทศต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมสุขภาพ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Yoshida และคณะ (2012) ซึ่งได้ใช้เพลงพื้นบ้าน “ลำ” ในการส่งข้อความด้านสุขภาพในการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในชุมชน ซึ่งผลการศึกษาพบว่า การใช้เพลงลำในการเผยแพร่ข้อความด้านสุขภาพสามารถเพิ่มความเข้าใจและความตระหนักรู้ในเรื่องสุขภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ ชาวบ้านมีความสนใจและมีส่วนร่วมมากขึ้น ในการรับฟังและปฏิบัติตามคำแนะนำด้านสุขภาพที่ได้รับจากเพลงลำ ทั้งนี้สื่อเพลงที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพในการส่งเสริมความรู้มากกว่าสื่อเอกสาร

เนื่องจากกระตุ้นการประมวลผลข้อมูลผ่านหลายช่องทางพร้อมกัน ทั้งการฟัง การอ่าน และจังหวะ ส่งผลให้สมองเกิดการเชื่อมโยงข้อมูลได้ดีกว่า (Moreno & Bidelman, 2014) นอกจากนี้เสียงดนตรียังกระตุ้นการหลั่งสารสื่อประสาทที่เกี่ยวข้องกับความสุขและความพึงพอใจ ทำให้ผู้เรียนมีความสนใจและแรงจูงใจในการเรียนรู้อย่างมากขึ้น (Salimpoor et al., 2015) อีกทั้งยังช่วยสร้างความจำระยะยาวผ่านการเชื่อมโยงระหว่างท่วงทำนองและเนื้อหา ทำให้จดจำข้อมูลได้นานและแม่นยำกว่า รวมถึงการเข้าถึงที่ยืดหยุ่นกว่าผ่านหลายช่องทาง เช่น วิทยุ โทรศัพท์ และสื่อออนไลน์ ตลอดจนเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมและชีวิตประจำวัน ทำให้ผู้รับสารรู้สึกคุ้นเคยและเปิดรับข้อมูลได้ง่ายกว่าการอ่านเอกสาร

2. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม พบว่าหลังการทดลองกลุ่มทดลองมีระดับความพึงพอใจส่วนใหญ่อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจรายข้อ พบว่า โดยรวมทั้งเนื้อหาและทำนองเพลงมีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือ เนื้อหาเพลงมีความง่ายในการทำความเข้าใจ และเนื้อหาเพลงมีความน่าสนใจ ชวนติดตามรับฟัง ตามลำดับ สามารถอธิบายได้ว่า เพลงป้องกันมะเร็งเต้านมที่พัฒนาขึ้นนั้นเป็นการนำข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการป้องกันมะเร็งเต้านมมาประยุกต์ใช้ร่วมกับดนตรีที่มีความเหมาะสมกับยุคสมัยและบริบทของพื้นที่ ทำให้เพิ่มความน่าสนใจ สนุกสนาน ดึงดูดให้น่าติดตามแก่ผู้ที่ได้รับฟัง การพัฒนาสื่อเพลงที่ผสมผสานระหว่างเนื้อหาความรู้ทางสุขภาพกับดนตรีที่มีความทันสมัย เหมาะสมกับบริบทของผู้รับบริการ ช่วยสร้างความน่าสนใจและความเพลิดเพลินในการเรียนรู้ สอดคล้องกับการศึกษาของ Yoshida และคณะ (2012) ที่ใช้เพลงพื้นบ้าน “ลำ” ในการสื่อสารข้อมูลด้านสุขภาพในประเทศลาว พบว่าการผสมผสานเนื้อหาความรู้เข้ากับทำนองเพลงที่คุ้นเคยช่วยเพิ่มความเข้าใจและการจดจำข้อมูลสุขภาพได้ดีขึ้น อีกทั้งยังสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับสารมากกว่าการให้ความรู้แบบดั้งเดิม นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Sharma และคณะ (2018) ที่ใช้เพลงในการให้ความรู้เรื่องการฝากครรภ์ในพื้นที่ชนบทของเนปาล พบว่าการใช้เพลงที่มีเนื้อหาเข้าใจง่าย ประยุกต์เข้ากับวัฒนธรรมท้องถิ่น ช่วยเพิ่มความพึงพอใจและการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ของกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะในกลุ่มที่มีข้อจำกัดด้านการอ่าน

เขียน เช่นเดียวกับการศึกษาของ Anderson และคณะ (2018) ที่พัฒนาเพลงให้ความรู้เรื่องมาลาเรียสำหรับเด็กในแอฟริกาใต้ พบว่าการออกแบบเนื้อหาและทำนองเพลงให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ช่วยสร้างความพึงพอใจและกระตุ้นการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการศึกษาของ Smith และคณะ (2009) โดยได้ศึกษาการให้ความรู้ผสมผสานกับดนตรีในผู้ป่วยโรคหุดหทัยใจ ขณะหลับจากการอุดกั้นเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมในการใช้เครื่องอัดแรงดันอากาศแรงดันบวก ซึ่งผลการศึกษาพบว่าเสียงดนตรีช่วยให้ผู้ป่วยผ่อนคลาย ส่งเสริมพฤติกรรมการใช้ปฏิบัติตามแนวทางมาตรฐานในการใช้เครื่อง CPAP (Continuous Positive Airway Pressure) ช่วยให้ผู้ป่วยผ่อนคลายและเพิ่มความพึงพอใจในกลุ่มทดลอง ซึ่งความพึงพอใจที่พบนี้อาจเป็นผลมาจากการที่ดนตรีมีคุณสมบัติในการกระตุ้นอารมณ์ทางบวก สร้างความผ่อนคลาย และเพิ่มความสนใจในการเรียนรู้ ประกอบกับการออกแบบเนื้อหาที่เข้าใจง่าย ตรงประเด็น และการเลือกใช้ทำนองที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ทำให้สื่อเพลงที่พัฒนาขึ้นสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจในระดับสูง

สรุปผลการวิจัย

สื่อเพลงป้องกันมะเร็งเต้านมที่พัฒนาขึ้นมีคุณภาพในการเพิ่มพูนความรู้ ส่งเสริมให้สามารถเข้าใจ จดจำข้อมูลทางสุขภาพได้ง่ายยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเพิ่มความสนุกสนานเพลิดเพลินจึงส่งผลให้ผู้รับบริการมีความพึงพอใจในสื่อเพลง ดังนั้น จึงควรนำไปใช้ในการรณรงค์และให้ความรู้เกี่ยวกับการป้องกันมะเร็งเต้านมในวงกว้าง ไม่ว่าจะเป็นในโรงพยาบาล โรงเรียน หรือชุมชน เพื่อส่งเสริมการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพของประชาชนให้ดีขึ้นอย่างยั่งยืนผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญและประสิทธิภาพของสื่อเพลงในการใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารข้อมูลด้านสุขภาพที่มีประสิทธิภาพ และสามารถนำไปปรับใช้ในการส่งเสริมสุขภาพในประเด็นต่างๆ ได้

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. สื่อเพลงป้องกันมะเร็งเต้านมที่พัฒนาขึ้นนี้ควรถูกนำไปใช้เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสุศึกษาในการให้ความรู้เพื่อการส่งเสริมและป้องกันโรคมะเร็งเต้านม โดยสามารถนำไปปรับใช้ในกิจกรรมต่างๆ ของโรงพยาบาล โรงเรียน และชุมชน เพื่อเพิ่มความเข้าใจและการจดจำเนื้อหาสำคัญเกี่ยวกับการป้องกันมะเร็งเต้านม ซึ่งจะช่วยให้ประชาชนปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. ควรนำสื่อเพลงป้องกันมะเร็งเต้านมไปเผยแพร่ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น สื่อวิทยุ โทรทัศน์ หรือสื่อออนไลน์ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขวางขึ้น โดยเฉพาะในพื้นที่ที่ประชาชนมีการรับรู้ต่ำหรือเข้าถึงข้อมูลได้ยาก
3. ประยุกต์ใช้สื่อเพลงในการให้ความรู้ไปยังโรคอื่นๆ โดยเฉพาะในบริบทที่การเข้าถึงข้อมูลสาธารณสุขทำได้ยาก เช่น ในพื้นที่ชนบท หรือกลุ่มที่มีการรับรู้ต่ำในสื่อรูปแบบอื่น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. แนะนำให้มีการพัฒนาสื่อเพลงสำหรับโรคหรือปัญหาสุขภาพอื่นๆ เพื่อศึกษาประสิทธิภาพในการเพิ่มความรู้และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพในกลุ่มประชาชนที่หลากหลายมากขึ้น
2. ควรมีการวิจัยเพื่อติดตามผลกระทบระยะยาวของการใช้สื่อเพลงป้องกันมะเร็งเต้านมต่อพฤติกรรม การดูแลสุขภาพของผู้รับบริการ เพื่อประเมินถึงความยั่งยืนของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหลังจากได้รับความรู้ผ่านสื่อเพลง
3. แนะนำให้มีการขยายขนาดของกลุ่มตัวอย่างและทำการศึกษาในบริบทที่หลากหลาย เช่น ในชุมชนเมืองและชนบท เพื่อเปรียบเทียบผลลัพธ์และเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย
4. ควรมีการวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับความเหมาะสมของท่วงทำนองและเนื้อหาในสื่อเพลง เพื่อปรับปรุงให้สอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของกลุ่มเป้าหมายในแต่ละช่วงวัยและวัฒนธรรม

เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ จันทนะ, กนกอร รักมิตร, กนกอร สายโสม, กรรณิการ์ กันยะมี, กรรณิการ์ จินดาภัณฑ์, อินทรีปัญญา มาศสุภา, ผ่องอุดม นาดยา, พิงส์วาท , & ทิพย์เกษร วรรณภักตร์. (2020). ผลของสื่อการสอนวิดีโอเพลง “จ่ายนั้ก วัคซึน” ต่อความรู้เรื่องวัคซึนของนักเรียนพยาบาลทหารอากาศ ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2562. *Royal Thai Air Force Medical Gazette*, 66(3), 12–23. <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/rtafmg/article/view/251005/170719>
- คณะกรรมการจัดทำแผนการป้องกันและควบคุมโรคเอดส์แห่งชาติ กรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข. (2565). *แผนการป้องกันและควบคุมโรคเอดส์แห่งชาติ พ.ศ. 2561-2565*. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2023, จาก https://www.nci.go.th/th/New_web/officer/of3.html
- อรุณ จิรวัฒน์กุล, และคณะ. (2553). *สถิติทางวิทยาศาสตร์สุขภาพเพื่อการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 2). ขอนแก่น: คลังนาวิทยาศาสตร์.
- Anderson, C. M., McCrindle, C. M. E., Kruger, T., & McNeill, F. (2018). Using participatory risk analysis to develop a song about malaria for young children in Limpopo Province, South Africa. *Malaria Journal*, 17, 181.
- Bahri, S., Lee, K. S., Adenan, M. A., Murugiah, M. K., Khan, T. M., & Neoh, C. F. (2016). Dikir Farmasi: Folk songs for health education. *Arts & Health: International Journal of Research, Policy & Practice*, 8, 272–278.
- Bandura, A. (2004). Social cognitive theory for personal and social change by enabling media. In A. Singhal, M. J. Cody, E. M. Rogers, & M. Sabido (Eds.), *Entertainment-education and social change: History, research, and practice* (pp. 75–96). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Bandura, A. (2019). Applying theory for human betterment. *Perspectives on Psychological Science*, 14(1), 12–15.
- Bastien, S. (2009). Reflecting and shaping the discourse: The role of music in AIDS communication in Tanzania. *Social Science & Medicine*, 68(7), 1357–1360. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2009.01.039>
- Boutin-Foster, C., McLaughlin, N., Gray, A., Ogedegbe, A., Hageman, I., Knowlton, C., et al. (2010). Reducing HIV and AIDS through Prevention (RHAP): A theoretically based approach for teaching HIV prevention to adolescents through an exploration of popular music. *Journal of Urban Health*, 87(3), 440–451. <https://doi.org/10.1007/s11524-010-9444-2>
- Gardner, H. (2011). Multiple intelligences: Reflections after thirty years. *National Association of Gifted Children Parent and Community Network Newsletter*.
- Klausmeier, H. J. (1985). *Educational psychology* (5th ed.). Harper & Row.
- Margulis, E. H. (2014). *On repeat: How music plays the mind*. Oxford University Press.
- National Cancer Institute. (2023). *Breast cancer prevention*. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2023, จาก <https://www.cancer.gov/types/breast/patient/breast-prevention-pdq>
- Paivio, A. (2014). *Mind and its evolution: A dual coding theoretical approach*. Psychology Press.
- Polit, D. F., & Beck, C. T. (2004). *Nursing research: Principles and methods* (7th ed.). Lippincott Williams & Wilkins.
- Rojanamat, J., Ukranun, W., Supaattagorn, P., Chaiwiriabunya, I., Wongsena, M., Chaiwerawattana, A., et al. (2021). *Cancer in Thailand volume X 2016-2018*. National Cancer Institute, Ministry of Public Health.
- Sharma, B. B., Loxton, D. J., Murray, H., Angeli, G. L., Oldmeadow, C., Chiu, S., & Smith, R. (2018). A first step to improving maternal mortality in a low-literacy setting: The successful use of singing to improve knowledge regarding antenatal care. *American Journal of Obstetrics and Gynecology*, 219(6), 615.e1–615.e11.
- Smith, C. E., Dauz, E., Clements, F., Werkowitch, M., & Whitman, R. (2009). Patient education combined in a music and habit-forming intervention for adherence to continuous positive airway (CPAP) prescribed for sleep apnea. *Patient Education and Counseling*, 74(2), 184–190. <https://doi.org/10.1016/j.pec.2008.08.008>
- Stratton, S. J. (2019). Quasi-experimental design (Pre-test and post-test studies) in prehospital and disaster research. *Prehospital and Disaster Medicine*, 34(6), 573–574. <https://doi.org/10.1017/S1049023X19005053>
- The Guardian. (2020, March 31). Sensitise to sanitise: Bobi Wine uses song to fight coronavirus across Africa. *The Guardian*. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2023, จาก <https://www.theguardian.com/global-development/2020/mar/31/sensitise-to-sanitise-bobi-wine-uses-song-to-fight-coronavirus-across-africa>

- UNDP. (2020). UNDP and Aar Maanta release new song warning COVID-19 still threat to Somalia. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2023, จาก <https://www.arabstates.undp.org/content/rbas/en/home/presscenter/pressreleases/2020/undp-and-aar-maanta-release-new-song-warning-covid-19-still-thre.html>
- World Health Organization. (2020). *Overview of public health and social measures in the context of COVID-19*. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2023, จาก <https://www.who.int/publications/item/overview-of-public-health-and-social-measures-in-the-context-of-covid-19>
- World Health Organization. (2023). *Breast cancer*. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2023, จาก <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/breast-cancer>
- W. Rogers, R., Cacioppo, J., & Petty, R. (1983). Cognitive and physiological processes in fear appeals and attitude change: A revised theory of protection motivation. In *Proceedings of the Conference on Communication and Social Cognition* (pp. 153–177).
- Yoshida, I., Kobayashi, T., Sapkota, S., & Akkhavong, K. (2012). Evaluating educational media using traditional folk songs ("lam") in Laos: A health message combined with oral tradition. *Health Promotion International*, 27(1), 52–62. <https://doi.org/10.1093/heapro/dar086>



ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไป	กลุ่มทดลอง (N=28)		กลุ่มควบคุม (N=28)		χ^2 / Fisher's exact test	P-Value
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
อายุ					2.843	0.724
น้อยกว่า 30 ปี	7	25.0	7	25.00		
31 – 35 ปี	7	25.0	4	14.29		
36 – 40 ปี	4	14.29	5	17.86		
41 – 45 ปี	3	10.71	7	25.00		
46 – 50 ปี	7	25.00	2	7.14		
มากกว่า 50 ปี	0	0	3	10.71		
	Mean = 38.46 SD= 7.96 Max= 52 Min= 23		Mean = 38.93 SD= 9.20 Max= 52 Min= 23			
สถานภาพสมรส					0.189	0.910
โสด	10	35.71	10	35.71		
สมรส/คู่	14	50.00	15	53.57		
หม้าย	4	14.29	3	10.71		
ระดับการศึกษา					0.000	1.000
มัธยมศึกษา	2	7.14	2	7.14		
ปริญญาตรี	24	85.71	24	85.7		
สูงกว่าปริญญาตรี	2	7.14	2	7.14		
สิทธิการรักษา					0.396	0.820
หลักประกันสุขภาพ 30 บาท	9	32.14	11	39.29		
ข้าราชการจ่ายตรง	12	42.86	10	35.71		
ประกันสังคม	7	25.00	7	25.00		
โรคที่มารับบริการ					0.145	0.703
ผลการตรวจคัดกรอง	5	17.86	10	35.71		
มะเร็งผิดปกติ						
ไม่มีโรค	13	46.43	12	42.86		
มะเร็งปากมดลูก	6	21.43	3	10.71		
มะเร็งรังไข่	4	14.29	3	10.71		
การรักษาที่ได้รับ					2.638	0.451
ตรวจสุขภาพ	12	42.86	10	35.71		
เคมีบำบัด	9	32.14	7	25.00		
รังสีรักษา	6	21.43	7	25.00		
ผ่าตัด	1	3.57	4	14.29		
รายได้ (บาทต่อเดือน)					0.789	0.940
ต่ำกว่า 5,000 บาท	2	7.14	3	10.71		
5,001-10,000 บาท	14	50.00	13	46.43		
10,001 – 15,000 บาท	10	35.71	9	32.14		
15,001 – 20,000 บาท	1	3.57	2	7.14		
มากกว่า 20,000 บาท	1	3.57	1	3.57		
	Mean = 10,428 SD= 4,439 Max= 22,000 Min= 3,500		Mean = 10,350 SD= 4,880 Max= 25,000 Min= 3,000			

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยความรู้เกี่ยวกับการป้องกันมะเร็งเต้านมภายในกลุ่ม ของกลุ่มทดลองภายหลังได้รับรู้ศึกษาลักษณะเพลงป้องกันมะเร็งเต้านม (N=28)

ระยะการทดลอง	คะแนนเฉลี่ยความรู้เกี่ยวกับการป้องกันมะเร็งเต้านม		Mean Difference	95%CI	t	P-Value
	Mean	SD				
ก่อนทดลอง	7.96	1.89	-3.92	-4.57,-3.27	-12.40	<0.001*
หลังทดลอง	11.89	1.55				

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยความรู้ ระหว่างกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ภายหลังได้รับรู้ศึกษาลักษณะเพลงป้องกันมะเร็งเต้านม (N = 56)

ตัวแปรที่ศึกษา	Mean	SD	Mean Difference	t-test	95%CI	P-value
ความรู้						
กลุ่มทดลอง	11.89	1.55	-3.84	-8.61	-4.74,-2.95	<0.001*
กลุ่มควบคุม	8.04	0.33				

* P value < 0.05

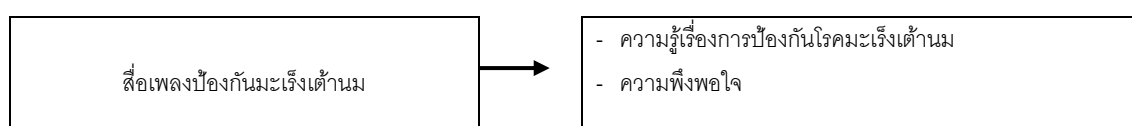
ตารางที่ 4 ความพึงพอใจเฉลี่ยรายข้อ ของกลุ่มทดลองหลังได้รับรู้ศึกษาลักษณะเพลงป้องกันมะเร็งเต้านม (n = 28)

หัวข้อประเมิน	Mean	SD
1. เนื้อหาเพลงมีความง่ายในการทำความเข้าใจ	4.46	0.49
2. เนื้อหาเพลงมีความครอบคลุมประเด็นเกี่ยวกับการป้องกันมะเร็งเต้านม	3.84	1.02
3. เนื้อหาเพลงมีความน่าสนใจ ชวนติดตามรับฟัง	4.34	0.61
4. เนื้อหาเพลง เหมาะสม สอดคล้องกับทำนองเพลง	4.04	0.89
5. เนื้อหาเพลงสามารถจดจำได้ง่าย	4.08	0.77
6. เพลงเพิ่มความสนุกสนาน เพลิดเพลิน ไม่น่าเบื่อ	4.30	0.77
7. เพลงเพิ่มความรู้เกี่ยวกับการป้องกันมะเร็งเต้านม	4.30	0.95
8. นำความรู้ที่ได้จากเพลงมาปฏิบัติตาม	4.15	1.13
9. เพลงทำให้เพิ่มพฤติกรรมการป้องกันมะเร็งเต้านม	4.27	0.81
10. ความพึงพอใจโดยรวมทั้งเนื้อหาและทำนองเพลง	4.65	0.47

ตารางที่ 5 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจระหว่างกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ภายหลังได้รับรู้ศึกษาลักษณะเพลงป้องกันมะเร็งเต้านม (N = 56)

ตัวแปรที่ศึกษา	Mean	SD	Mean Difference	t-test	95%CI	P-value
ความพึงพอใจ						
กลุ่มทดลอง	4.25	0.52	2.10	12.45	1.85-2.35	<0.001*
กลุ่มควบคุม	2.15	0.48				

* P value < 0.05



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย