

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการประกันสุขภาพถ้วนหน้าของประชาชน ในเขตตำบลหนองหอย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (2) เจตคติของประชาชนต่อสื่อประชาสัมพันธ์โครงการประกันสุขภาพถ้วนหน้า และ (3) แนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการประกันสุขภาพถ้วนหน้า

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยได้จากการรวบรวมด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ (systematic sampling) จำนวน 353 ราย จากประชาชน 6 หมู่บ้านในตำบลหนองหอย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์สถิติหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์โครงการประกันสุขภาพถ้วนหน้าระดับต่ำจากสื่อทุกประเภท เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย คือ จากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล

ประชาชนมีเจตคติต่อสื่อประเภทสื่อบุคคลระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย คือ อเสาศัมภรรยารณสุข เจ้าหน้าที่สาธารณสุข และเจ้าหน้าที่อนามัย มีเจตคติต่อสื่อประเภทสื่อมวลชนระดับดี เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย คือ กับโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และวิทยุกระจายเสียง และมีเจตคติต่อสื่อประเภทสื่อเฉพาะกิจระดับดีกับสื่อโปสเตอร์ และคู่มือประชาชน แต่มีเจตคติระดับปานกลางกับสื่อป้ายผ้า และบอร์ดประชาสัมพันธ์ในหมู่บ้าน

แนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการประกันสุขภาพถ้วนหน้า คือ สื่อประเภทบุคคล ควรกำหนดบุคคลรับผิดชอบการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งเตรียมความพร้อมทั้งความรู้เกี่ยวกับโครงการและวิธีการให้ความรู้แก่ประชาชนกับบุคคลที่ปฏิบัติหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ควรนำเสนอข่าวในช่วงเวลาที่มีคนดูหรือรับฟังมากที่สุด กำหนดวันเวลาสำหรับการประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน และผู้ประกาศหรือผู้อ่านข่าวควรมีความเป็นกันเองกับผู้ชมหรือผู้รับฟัง และสื่อประเภทสื่อเฉพาะกิจ ควรติดตั้งหรือปิดประกาศในจุดที่มีประชาชนเป็นจำนวนมากใช้ภาษาเขียนที่เข้าใจง่าย ส่วนหนังสือคู่มือประชาชนควรใช้ภาพประกอบคำอธิบาย

This research was conducted to find out 1) behavior of receiving public relation media in the universal coverage project of Nong-Hoi residents, Amphur Muang, Chiangmai; 2) their attitudes towards public relation media in such project; and 3) guidelines for developing and improving public relation media in such project.

The data was collected from questionnaires distributed to 353 samples of Nong-Hoi residents selected by systematic random sampling from 6 villages in Tambon Nong-Hoi, Amphur Muang, Chiangmai and analyzed for percentage, mean, and standard deviation.

The results revealed that the respondents' behavior of receiving public relation media in the universal coverage project was at a low level for all media, ranking from the highest mean scores to the lowest: mass media, temporary media, and personal media.

The respondents had a moderate level of attitudes towards personal media, ranking from public health volunteer, public health personnel, to health care giver; a high level of attitudes towards mass media ranking from television, newspaper, to radio; and a high level of attitudes towards temporary media, i.e. posters and handbooks, and a moderate level of attitudes towards cloth banners and community bulletin boards.

To improve personal media, certain people should be assigned to be responsible for public relations and information about the project should be provided to them. Information should be disseminated at a suitable time, when it's convenient for most people to receive it. Time and date for public relations should be set beforehand and broadcasters should be friendly to the audience. To improve contemporary media, announcements should be placed clearly where a lot of people can see them, the language used should be simple and easy to understand, and explanations in handbooks should be accompanied by illustrations.