

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์กับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม
การใช้บริการสุขภาพตามโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าในโรงพยาบาลวชิรพยาบาล
จังหวัดมหาสารคาม เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน
นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา
สถานภาพ อาชีพ รายได้ และสิทธิการรักษา

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า ได้แก่
สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ

ตอนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า

ตอนที่ 4 ทักษะต่อโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า

ตอนที่ 5 พฤติกรรมการใช้บริการสุขภาพในโรงพยาบาลวชิรพยาบาล

ตอนที่ 6 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนการสุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้
สามารถสรุปลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างได้ตามตารางที่ 4.1 – 4.7 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	120	30.0
หญิง	280	70.0
รวม	400	100

การวิจัยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง นั่นเป็นเพราะว่าผู้หญิงมาใช้บริการโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าในโรงพยาบาลวาปีปทุม ในช่วงที่ผ่านมามากกว่าผู้ชาย

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
15 – 25 ปี	123	30.8
26 – 35 ปี	144	36.0
36 – 45 ปี	62	15.5
46 – 55 ปี	38	9.5
56 – 65 ปี	24	6.0
มากกว่า 65 ปีขึ้นไป	9	2.2
รวม	400	100

การวิจัยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมาคือมีอายุ 15 – 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.8 และอายุ 36 – 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	176	44.0
มัธยมศึกษาตอนต้น	65	16.2
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	76	19.0
อนุปริญญาตรี / ปวส.	21	5.2
ปริญญาตรี	58	14.5
ปริญญาโท	3	0.8
อื่นๆ	1	0.3
รวม	400	100

การวิจัยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 19.0 และระดับมัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 16.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	122	30.5
สมรส	237	59.2
หย่า	12	3.0
หม้าย	19	4.8
แยกกันอยู่	10	2.5
รวม	400	100

การวิจัยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 59.2 รองลงมาคือสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 30.5 และมีสถานภาพหม้าย คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	90	22.5
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	63	15.8
เกษตรกร	139	34.8
รับจ้าง	67	16.8
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	17	4.3
บริษัทเอกชน	14	3.5
อื่นๆ	9	2.3
รวม	399	100

การวิจัยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมาคืออาชีพนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 22.5 และอาชีพรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 16.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	268	67.0
5,001 – 10,000 บาท	72	18.0
10,001 – 15,000 บาท	46	11.5
15,001 – 20,000 บาท	7	1.8
20,001 – 25,000 บาท	3	0.7
มากกว่า 25,000 บาท ขึ้นไป	4	1.0
รวม	400	100

การวิจัยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเกินกว่าครึ่งมีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 67.0 รองลงมามีรายได้ระหว่าง 5,001 - 10,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 18.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสิทธิการรักษา

สิทธิการรักษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บัตรทอง (จ่าย 30 บาท)	253	63.2
บัตรทอง ท. (ไม่เสียค่าธรรมเนียม)	147	36.8
รวม	400	100

การวิจัยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเกินกว่าครึ่งมีสิทธิรักษาบัตรทอง (จ่าย 30 บาท) คิดเป็นร้อยละ 63.2 และสิทธิบัตรทอง ท. (ไม่เสียค่าธรรมเนียม) คิดเป็นร้อยละ 36.8

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า

ในส่วนพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าผ่านสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจของกลุ่มตัวอย่างนั้น ผู้วิจัยได้ให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามในข้อที่ 1 เป็นการวัดความถี่ในการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าผ่านสื่อต่างๆดังกล่าว ซึ่งแบ่งตามเกณฑ์ที่ได้ระบุไว้ในระเบียบวิธีวิจัยในบทที่ 3 ส่วนข้อที่ 2 เป็นการเรียงลำดับประสิทธิภาพของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ประเภทต่างๆของโครงการตามทัศนะของผู้ตอบแบบสอบถาม ปรากฏผลดังที่แสดงในตารางที่ 4.8 – 4.12

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปริมาณการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ

ประเภทสื่อ	มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย	ไม่เปิดรับ	รวม
	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	
โทรทัศน์	34.0 (136)	27.4 (110)	28.8 (115)	4.0 (16)	3.8 (15)	2.0 (8)	100 (400)
วิทยุ	17.2 (69)	18.8 (75)	38.0 (152)	12.5 (50)	8.0 (32)	5.5 (22)	100 (400)

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ประเภทสื่อ	มาก ร้อยละ (จำนวน)	ค่อนข้าง มาก ร้อยละ (จำนวน)	ปาน กลาง ร้อยละ (จำนวน)	ค่อนข้าง น้อย ร้อยละ (จำนวน)	น้อย ร้อยละ (จำนวน)	ไม่ เปิดรับ ร้อยละ (จำนวน)	รวม
หนังสือพิมพ์	13.0 (52)	16.0 (64)	28.0 (112)	12.5 (50)	15.5 (62)	15.0 (60)	100 (400)
นิตยสาร	6.7 (27)	13.8 (55)	18.5 (74)	17.0 (68)	16.5 (66)	27.5 (110)	100 (400)
ครู อาจารย์	7.5 (30)	15.0 (60)	18.8 (75)	15.5 (62)	21.6 (86)	21.6 (86)	100 (399)
กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน	14.8 (59)	20.6 (82)	29.6 (118)	18.3 (73)	10.5 (42)	6.2 (25)	100 (399)
อสม.	15.7 (62)	32.8 (130)	29.3 (116)	12.1 (48)	6.1 (24)	4.0 (16)	100 (396)
เจ้าหน้าที่ สาธารณสุข แพทย์ พยาบาล	18.8 (75)	38.8 (155)	25.7 (103)	6.5 (26)	7.5 (30)	2.7 (11)	100 (400)
ญาติ เพื่อน บ้าน	8.5 (34)	16.0 (64)	28.8 (115)	23.8 (95)	15.4 (61)	7.5 (30)	100 (399)

การวิจัยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์โครงการ
หลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า (30 บาทรักษาทุกโรค) ผ่านสื่อต่างๆ โดยมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ
ในระดับมาก มากที่สุด คือโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 34.0

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในระดับค่อนข้างมาก มากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่สาธารณสุข
แพทย์ พยาบาล ร้อยละ 38.8 รองลงมา คือ อาสาสมัครสาธารณสุข (อสม.) ร้อยละ 32.8

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในระดับปานกลาง มากที่สุด คือ วิทยุ ร้อยละ 38.0 รองลงมา
คือ เสียงตามสายในโรงพยาบาล ร้อยละ 32.2 และหอกระจายข่าวในชุมชน ร้อยละ 31.0 ตามลำดับ

พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อในระดับค่อนข้างน้อย มากที่สุด คือ ญาติ เพื่อนบ้าน ร้อยละ

23.8 รองลงมา คือ คำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ร้อยละ 18.3

พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อในระดับน้อย มากที่สุด คือ ครู อาจารย์ ร้อยละ 21.6

รองลงมา คือ นิติสาร ร้อยละ 16.5

พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อในระดับไม่เปิดรับ มากที่สุด คือ นิติสาร ร้อยละ 27.5

รองลงมา คือ ครู อาจารย์ ร้อยละ 21.6

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อ
เพื่อการประชาสัมพันธ์ของโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า

ระดับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อ เพื่อการประชาสัมพันธ์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มีการเปิดรับสื่อ	17	4.25
มีการเปิดรับสื่อน้อย	55	13.75
มีการเปิดรับสื่อค่อนข้างน้อย	102	25.50
มีการเปิดรับสื่อปานกลาง	127	31.75
มีการเปิดรับสื่อค่อนข้างมาก	82	20.50
มีการเปิดรับสื่อมาก	17	4.25
รวม	400	100

การวิจัยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อเพื่อ
การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ของโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าในระดับปานกลาง
คิดเป็นร้อยละ 31.75 ระดับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อที่รองลงมาคือ ระดับค่อนข้างน้อย และ
ระดับค่อนข้างมาก คิดเป็นร้อยละ 25.5 และ 20.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเรียงลำดับประสิทธิภาพของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ประเภทสื่อมวลชนของโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า

ประเภทของสื่อ	ลำดับที่ 1 ร้อยละ (จำนวน)	ลำดับที่ 2 ร้อยละ (จำนวน)	ลำดับที่ 3 ร้อยละ (จำนวน)	ไม่ได้เลือก ร้อยละ (จำนวน)	รวม
โทรทัศน์	76.0 (304)	13.0 (52)	3.8 (15)	7.2 (29)	100 (400)
วิทยุ	16.2 (65)	60.8 (243)	14.0 (56)	9.0 (36)	100 (400)
หนังสือพิมพ์	6.5 (26)	23.5 (94)	58.0 (232)	12.0 (48)	100 (400)
นิตยสาร	1.2 (5)	2.8 (11)	24.2 (97)	71.8 (287)	100 (400)

การวิจัยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างจัดลำดับประสิทธิภาพของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ประเภทสื่อมวลชน ของโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า (30 บาท รักษาทุกโรค) ตามสื่อประเภทต่างๆ ที่ได้เปิดรับ โดยสื่อที่ได้รับการจัดให้อยู่ในลำดับที่ 1 มากที่สุด คือ โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 76.0 รองลงมาคือวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 16.2 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

สื่อที่ได้รับการจัดให้อยู่ในลำดับที่ 2 มากที่สุด คือ วิทยุ คิดเป็นร้อยละ 60.8 รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 23.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และถัดมาคือโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 13.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

สื่อที่ได้รับการจัดให้อยู่ในลำดับที่ 3 มากที่สุด คือ หนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 58.0 รองลงมาคือ นิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 24.2 และวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 14.0 ตามลำดับ

สำหรับสื่อที่ไม่ได้รับการเลือกในการจัดลำดับประสิทธิภาพของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ พบว่า นิตยสาร เป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างไม่เลือกในการจัดอันดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.8 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเรียงลำดับประสิทธิภาพของ
สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ประเภทสื่อบุคคล ของโครงการหลักประกันสุขภาพ
ถ้วนหน้า

ประเภทของสื่อ	ลำดับที่ 1 ร้อยละ (จำนวน)	ลำดับที่ 2 ร้อยละ (จำนวน)	ลำดับที่ 3 ร้อยละ (จำนวน)	ไม่ได้เลือก ร้อยละ (จำนวน)	รวม
ครู อาจารย์	15.0 (60)	8.2 (33)	12.3 (49)	64.5 (258)	100 (400)
กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน	23.3 (93)	26.4 (106)	27.0 (108)	23.3 (93)	100 (400)
อาสาสมัครสาธารณสุข (อสม.)	29.3 (117)	40.5 (162)	19.2 (77)	11.0 (44)	100 (400)
เจ้าหน้าที่สาธารณสุข แพทย์ พยาบาล	30.5 (122)	19.8 (79)	20.5 (82)	29.2 (117)	100 (400)
ญาติ เพื่อนบ้าน	2.0 (8)	5.7 (23)	20.5 (82)	71.8 (287)	100 (400)

การวิจัยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างจัดลำดับประสิทธิภาพของสื่อเพื่อ
การประชาสัมพันธ์ ประเภทสื่อบุคคล ของโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า (30 บาทรักษา
ทุกโรค)ตามสื่อประเภทต่างๆ ที่ได้เปิดรับโดยสื่อที่ได้รับการจัดให้อยู่ในลำดับที่ 1 มากที่สุด คือ
เจ้าหน้าที่สาธารณสุข แพทย์ พยาบาล คิดเป็นร้อยละ 30.5 รองลงมาคือ อาสาสมัครสาธารณสุข
(อสม.) คิดเป็นร้อยละ 29.3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

สื่อที่ได้รับการจัดให้อยู่ในลำดับที่ 2 มากที่สุด คือ อาสาสมัครสาธารณสุข (อสม.)
คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมา คือ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 26.4 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

สื่อที่ได้รับการจัดให้อยู่ในลำดับที่ 3 มากที่สุด คือ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน คิดเป็นร้อยละ
27.0 รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่สาธารณสุข แพทย์ พยาบาล และญาติ เพื่อนบ้าน คิดเป็นร้อยละ 20.5
อย่างละเท่าๆกัน และครู อาจารย์ คิดเป็นร้อยละ 12.3 ตามลำดับ

สำหรับสื่อที่ไม่ได้รับการเลือกในการจัดลำดับประสิทธิภาพของสื่อเพื่อ
การประชาสัมพันธ์ พบว่า ญาติ เพื่อนบ้าน เป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างไม่เลือกในการจัดอันดับมากที่สุด

คิดเป็นร้อยละ 71.8 รองลงมา คือ ครู อาจารย์ คิดเป็นร้อยละ 64.5 และ ถัดมาคือ เจ้าหน้าที่
สาธารณสุข แพทย์ พยาบาล คิดเป็นร้อยละ 29.2 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเรียงลำดับประสิทธิภาพของ
สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ประเภทสื่อเฉพาะกิจ ของโครงการหลักประกันสุขภาพ
ถ้วนหน้า

ประเภทของสื่อ	ลำดับที่ 1	ลำดับที่ 2	ลำดับที่ 3	ไม่ได้เลือก	รวม
	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	
แผ่นพับ คู่มือ	31.5 (126)	18.0 (72)	13.5 (54)	37.0 (148)	100 (400)
ป้ายโฆษณา โปสเตอร์	20.7 (83)	32.0 (128)	22.5 (90)	24.8 (99)	100 (400)
นิทรรศการ	5.5 (22)	8.2 (33)	27.3 (109)	59.0 (236)	100 (400)
เสียงตามสายในโรงพยาบาล	12.0 (48)	25.5 (102)	17.2 (69)	45.3 (181)	100 (400)
หออกระจายข่าวในชุมชน	30.8 (123)	16.0 (64)	19.2 (77)	34.0 (136)	100 (400)

การวิจัยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างจัดลำดับประสิทธิภาพของสื่อเพื่อ
การประชาสัมพันธ์ ประเภท สื่อเฉพาะกิจ ของโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า (30 บาท รักษา
ทุกโรค)ตามสื่อประเภทต่างๆ ที่ได้เปิดรับ โดยสื่อที่ได้รับการจัดให้อยู่ในลำดับที่ 1 มากที่สุด คือ
แผ่นพับ คู่มือ คิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมา คือ หออกระจายข่าวในชุมชน คิดเป็นร้อยละ 30.8
ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

สื่อที่ได้รับการจัดให้อยู่ในลำดับที่ 2 มากที่สุด คือ ป้ายโฆษณา โปสเตอร์ คิดเป็น
ร้อยละ 32.0 รองลงมา คือ เสียงตามสายในโรงพยาบาล คิดเป็นร้อยละ 25.5 และถัดมา คือ แผ่นพับ
คู่มือ คิดเป็นร้อยละ 18.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

สื่อที่ได้รับการจัดให้อยู่ในลำดับที่ 3 มากที่สุด คือ นิทรรศการ คิดเป็นร้อยละ 27.3 รองลงมา คือ ป้ายโฆษณา โปสเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 22.5 และหอกระจายข่าวในชุมชน คิดเป็นร้อยละ 19.2 ตามลำดับ

สำหรับสื่อที่ไม่ได้รับการเลือกในการจัดลำดับประสิทธิภาพของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ พบว่า นิทรรศการ เป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างไม่เลือกในการจัดอันดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.0 รองลงมาคือ เสียงตามสายในโรงพยาบาล คิดเป็นร้อยละ 45.3 และถัดมา คือ แผ่นพับ คู่มือ คิดเป็นร้อยละ 37.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตอนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า

การวิเคราะห์ระดับความรู้เกี่ยวกับโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า (30 บาท รักษาทุกโรค) โดยแสดงเป็นค่าความถี่และร้อยละของระดับความรู้ นำเสนอในรูปตาราง ดังนี้

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนที่ตอบถูกและตอบผิด ความรู้เกี่ยวกับโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า (30 บาทรักษาทุกโรค)

ข้อความ	ตอบถูก		ตอบผิด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
วัตถุประสงค์				
1.โครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า หมายถึง โครงการดูแลและรักษาสุขภาพโดยเสียค่าธรรมเนียม 30 บาทต่อครั้ง	51	12.8	349	87.2
2.ประชาชนในเขตชนบทมีสิทธิในการใช้บริการโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า	342	85.5	58	14.5
3.วิธีการขอใช้บริการขึ้นทะเบียนบัตรทอง คือ นำสำเนาทะเบียนบ้านและบัตรประชาชนไปขึ้นทะเบียนที่โรงพยาบาลที่เราจะเป็นสมาชิก	338	84.5	62	15.5
4.เป้าหมาย หลักการสร้างหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า คือ การให้ประชาชนมีสุขภาพดี	336	84.0	64	16.0

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

ข้อความ	ตอบถูก		ตอบผิด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สิทธิประโยชน์				
5. บัตรทองมี 2 ประเภท คือ บัตรทอง ท. ไม่เสียค่าธรรมเนียม และบัตรทอง 30 บาท	345	86.2	55	13.8
6. กรณีเกิดอุบัติเหตุผู้ที่มีสิทธิ์สามารถเข้ารับบริการรักษาจากหน่วยงานบริการอื่นนอกเหนือจากหน่วยบริการประจำครอบครัวได้	239	59.8	161	40.2
7. บัตรทองมีสิทธิ์อยู่ห้องพิเศษได้ โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ	227	56.8	173	43.2
8. การตรวจสอบภาพของหญิงตั้งครรภ์ จะต้องเสียค่าบริการทางการแพทย์	174	43.5	226	56.5
9. การเยี่ยมบ้านและการดูแลผู้ป่วยที่บ้านต้องเสียค่าบริการทางการแพทย์	179	44.8	221	55.2
10. เด็กถูกเศษแก้วบาด สถานพยาบาลให้การรักษา และต้องล้างแผลทุกวันจนกว่าตัดไหม โรงพยาบาลจะเรียกเก็บค่าบริการพยาบาลจากผู้ปกครองเด็กทุกครั้ง	206	51.5	194	48.5
11. กรณีมีการย้ายที่อยู่อาศัยหรือสำเนาทะเบียนบ้าน สามารถขอเปลี่ยนบัตรทอง เพื่อเปลี่ยนสถานพยาบาลประจำครอบครัวได้	285	71.2	115	28.8
การรับบริการสุขภาพ				
12. การฉีดวัคซีนโปลิโอ ไอกรณ บาดทะยัก ไม่ต้องเสียค่าบริการ 30 บาท	269	67.2	131	32.8
13. การผ่าตัดเสริมสวย มีสิทธิ์ใช้บริการ 30 บาทได้	227	56.8	173	43.2
14. การถอนฟัน อุดฟัน มีสิทธิ์ใช้บริการ 30 บาท ได้	310	77.5	90	22.5

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

ข้อความ	ตอบถูก		ตอบผิด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การรับบริการสุขภาพ (ต่อ)				
15. การล้างแผล เย็บแผล มีสิทธิใช้บริการ 30 บาท ได้	288	72.0	112	28.0

จากข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบคำถามด้านวัตถุประสงค์ ตอบอย่างถูกต้อง มากที่สุดในข้อที่ 2 ประชาชนในเขตชนบทมีสิทธิในการใช้บริการ โครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า คิดเป็นร้อยละ 85.5 รองลงมา คือ ข้อที่ 3 วิธีการขอใช้บริการขึ้นทะเบียนบัตรทอง คือ นำสำเนาทะเบียนบ้านและบัตรประชาชน ไปขึ้นทะเบียนที่โรงพยาบาลที่เราจะเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 84.5 และตอบคำถามผิดมากที่สุด คือข้อที่ 1 โครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า หมายถึง โครงการดูแลรักษาสุขภาพโดยเสียค่าธรรมเนียม 30 บาทต่อครั้ง ร้อยละ 87.2

การตอบคำถามด้านสิทธิประโยชน์ ส่วนใหญ่ตอบคำถามอย่างถูกต้อง มากที่สุด คือ ข้อที่ 5 บัตรทองมี 2 ประเภท คือ บัตรทอง ท. ไม่เสียค่าธรรมเนียมและบัตรทอง 30 บาท คิดเป็นร้อยละ 86.2 รองลงมา คือข้อที่ 11 กรณีมีการย้ายที่อยู่อาศัยหรือสำเนาทะเบียนสามารถขอเปลี่ยนบัตรทอง เพื่อเปลี่ยนสถานพยาบาลประจำครอบครัวได้ คิดเป็นร้อยละ 71.2 และตอบคำถามผิดมากที่สุด คือข้อที่ 8 การตรวจสุขภาพของหญิงตั้งครรภ์ จะต้องเสียค่าบริการทางการแพทย์ คิดเป็นร้อยละ 56.5

การตอบคำถามด้านการรับบริการสุขภาพ ส่วนใหญ่ตอบคำถามอย่างถูกต้อง มากที่สุด คือข้อที่ 14 การถอนฟัน อุดฟัน มีสิทธิใช้บริการ 30 บาทได้ คิดเป็นร้อยละ 77.5 รองลงมา คือข้อที่ 15 การล้างแผล เย็บแผล มีสิทธิใช้บริการ 30 บาทได้ คิดเป็นร้อยละ 72.0 และตอบคำถามผิดมากที่สุด คือข้อที่ 13 การผ่าตัดเสริมสวย มีสิทธิใช้บริการ 30 บาทได้ คิดเป็นร้อยละ 43.2 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาการตอบคำถามถูกมากที่สุด ด้านสิทธิประโยชน์ ในข้อที่ 5 บัตรทองมี 2 ประเภท คือ บัตรทอง ท. ไม่เสียค่าธรรมเนียม และบัตรทอง 30 บาท คิดเป็นร้อยละ 86.2 รองลงมาคือข้อที่ 2 ประชาชนในเขตชนบทมีสิทธิในการใช้บริการ โครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า คิดเป็นร้อยละ 85.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ส่วนด้านวัตถุประสงค์ตอบได้น้อยที่สุด คือ ข้อที่ 1 โครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า หมายถึง โครงการดูแลและรักษาสุขภาพโดยเสียค่าธรรมเนียม 30 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.8 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า

ระดับความรู้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ความรู้น้อย (0 – 7 คะแนน)	127	31.7
ความรู้ปานกลาง (8 – 11 คะแนน)	174	43.5
ความรู้มาก (12 – 15 คะแนน)	99	24.8
รวม	400	100

การวิจัยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 43.5 มีความรู้เกี่ยวกับโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าในระดับปานกลาง รองลงมา มีความรู้ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 31.7 และสุดท้ายคือมีความรู้ระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 24.8 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดตามลำดับ

ตอนที่ 4 ทศนคติต่อโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า

การวิเคราะห์ทัศนคติต่อโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า (30 บาท รักษาทุกโรค) โดยแสดงเป็นค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำเสนอในรูปตาราง ดังนี้

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามทัศนคติต่อโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า (30 บาท รักษาทุกโรค)

ข้อความ	$\bar{X}$	SD	ระดับทัศนคติ
ด้านความรู้ลึก			
1. โครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าเป็นโครงการที่ดีสำหรับประชาชนที่มีรายได้น้อย	4.70	0.58	ดี
ด้านความรู้ลึก (ต่อ)			
2. ประชาชนได้รับยาที่มีคุณภาพ	4.24	0.80	ดี
3. ขั้นตอนระบบส่งต่อไปทำให้เสียเวลามาก	2.60	0.98	ปานกลาง

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

ข้อความ	$\bar{X}$	SD	ระดับทัศนคติ
ด้านความรู้สึก (ต่อ)			
4. โครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าทำให้ประชาชนมีสุขภาพดี	4.22	0.79	ดี
5. การให้บริการแก่ประชาชนไม่ครอบคลุม	2.69	1.08	ดี
รวม	3.69	0.63	ดี
ด้านความรู้			
6. ประชาชนมีสิทธิเท่าเทียมกันในการรักษาพยาบาล	4.44	0.75	ดี
7. โครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าช่วยลดค่าใช้จ่ายในการรักษา	4.39	0.79	ดี
รวม	4.41	0.77	ดี
ด้านพฤติกรรม			
8. ประชาชนได้รับการที่ดีจากแพทย์ พยาบาลและเจ้าหน้าที่ของสถานพยาบาล	4.24	0.73	ดี
9. ได้รับการบริการที่ล่าช้า มีขึ้นตอนมาก	2.77	1.01	ปานกลาง
10. ประชาชนมีความรู้ในการป้องกันและดูแลสุขภาพตนเอง	4.00	0.89	ดี
รวม	3.67	0.87	ดี
รวมทั้งสิ้น	4.01	0.84	ดี

การวิจัยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับทัศนคติต่อโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า (30 บาท รักษาทุกโรค) ผ่านสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ทัศนคติด้านความรู้สึก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีทัศนคติในข้อที่ 1 โครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าเป็นโครงการที่ดีสำหรับประชาชนที่มีรายได้น้อย ในระดับดี โดยทัศนคติต่อโครงการหลักประกันสุขภาพด้านความรู้สึก ในระดับดี

ทัศนคติด้านความรู้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีทัศนคติในข้อที่ 6 ประชาชนมีสิทธิเท่าเทียมกันในการรักษาพยาบาล ในระดับดี โดยทัศนคติต่อโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าด้านความรู้ ในระดับดี

ทัศนคติด้านพฤติกรรม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีทัศนคติในข้อที่ 8 ประชาชนได้รับการที่ดีจากแพทย์ พยาบาล และเจ้าหน้าที่ของสถานพยาบาล ในระดับดี โดยทัศนคติต่อโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าด้านพฤติกรรม ในระดับดี

เมื่อพิจารณาระดับทัศนคติที่ดีคือ ข้อที่ 1 โครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าเป็นโครงการที่ดีสำหรับประชาชนที่มีรายได้น้อย โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.70 รองลงมาคือข้อที่ 6 ประชาชนมีสิทธิเท่าเทียมกันในการรักษาพยาบาล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 และมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ 2.59 อยู่ในระดับปานกลางคือข้อที่ 3 ขั้นตอนระบบส่งต่อไปทำให้เสียเวลามาก และพบว่าค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมดเท่ากับ 4.01 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.84 และมีทัศนคติรวมอยู่ในระดับดี

ตอนที่ 5 พฤติกรรมการใช้บริการสุขภาพตามโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า

ในส่วนพฤติกรรมการใช้บริการสุขภาพโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นคำถามถึงพฤติกรรมการใช้บริการสุขภาพ โดยกลุ่มตัวอย่างจะทำการเลือกคำตอบที่ตรงกับพฤติกรรมการใช้บริการสุขภาพ ในทางปฏิบัติของตนเองและเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ในแต่ละคำถาม

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานที่ใช้บริการสุขภาพ

สถานที่ใช้บริการสุขภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โรงพยาบาลรัฐบาล	311	41.46
โรงพยาบาลเอกชน	67	8.94
คลินิกเอกชน	147	19.60
สถานีนอนมัย	188	25.06
หมอพื้นบ้าน หมอสมุนไพร	37	4.94
รวม	750	100

n = 750

การวิจัยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการสุขภาพ ที่โรงพยาบาลรัฐบาล คิดเป็นร้อยละ 41.46 รองลงมาคือ สถานีนอนมัย คิดเป็นร้อยละ 25.06 และคลินิกเอกชน คิดเป็นร้อยละ 19.60 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทการใช้บริการ
สุขภาพในโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า (30 บาทรักษาทุกโรค)

ประเภทการใช้บริการสุขภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รักษาโรค	370	59.77
การป้องกันโรค เช่น ฉีดวัคซีน	80	12.93
การส่งเสริมสุขภาพ เช่น ฝากครรภ์	120	19.38
วางแผนครอบครัว		
การฟื้นฟูสมรรถภาพ เช่น	43	6.95
กายภาพบำบัด การให้บริการต่างๆ		
แก่ผู้พิการ		
อื่นๆ	6	0.97
รวม	619	100

n = 619

การวิจัยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการสุขภาพในการรักษาโรค คิดเป็นร้อยละ 59.77 รองลงมาคือ การส่งเสริมสุขภาพ เช่น ฝากครรภ์ วางแผนครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 19.38 และการป้องกันโรค เช่น ฉีดวัคซีน คิดเป็นร้อยละ 12.93 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปลี่ยนแปลง
พฤติกรรมการใช้บัตรประกันสุขภาพในโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า
(30 บาทรักษาทุกโรค)

พฤติกรรมการใช้บัตรประกันสุขภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มีการเปลี่ยนแปลง	157	39.30
มีการเปลี่ยนแปลง	242	60.70
รวม	399	100

การวิจัยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้บัตรประกันสุขภาพในโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า (30 บาทรักษาทุกโรค) คิดเป็นร้อยละ 60.70 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และกลุ่มตัวอย่างไม่มีการเปลี่ยนแปลง คิดเป็นร้อยละ 39.30 เพราะเป็นโครงการของรัฐบาลจำเป็นต้องใช้บริการอยู่แล้วเป็นประจำ

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้บัตรประกันสุขภาพในโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า (30 บาทรักษาทุกโรค)

พฤติกรรมกรรมการเปลี่ยนแปลง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ใช้บริการต่างๆถูกต้องตามขั้นตอน และตามสิทธิหลักของบัตรประกันสุขภาพ	126	52.06
ใช้บริการสุขภาพ ตรวจรักษาโรคอย่างสม่ำเสมอเมื่อเจ็บป่วย	87	35.95
ใช้บริการสุขภาพ ปรีกษาการป้องกันโรค ส่งเสริมสุขภาพและฟื้นฟูสมรรถภาพ	28	11.57
อื่นๆ	1	0.42
รวม	242	100

การวิจัยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้บัตรประกันสุขภาพคือ ใช้บริการต่างๆถูกต้องตามขั้นตอน และตามสิทธิหลักของบัตรประกันสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 52.06 รองลงมาคือ ใช้บริการสุขภาพ ตรวจรักษาโรคอย่างสม่ำเสมอเมื่อเจ็บป่วย คิดเป็นร้อยละ 35.95 และใช้บริการสุขภาพ ปรีกษาการป้องกันโรค ส่งเสริมสุขภาพและฟื้นฟูสมรรถภาพ คิดเป็นร้อยละ 11.57 ตามลำดับ

ตอนที่ 6 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์กับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการใช้บริการสุขภาพตามโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าในโรงพยาบาลวชิรพยาบาล จังหวัดมหาสารคาม” มีสมมติฐานที่กำหนดไว้จำนวน 4 ข้อ ในการทดสอบสมมติฐานนี้ได้กำหนดให้มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ดังตารางที่ 4.20 – 4.30 ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ประชาชนที่มีลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพและสิทธิการรักษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรม的开รับสื่อของโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.1 : ประชาชนที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรม的开รับสื่อของโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรม的开รับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	ระดับพฤติกรรม的开รับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์						รวม
	มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย	ไม่เปิดรับ	
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)
ชาย	3(2.50)	14(11.67)	49(40.83)	28(23.33)	21(17.50)	5(4.17)	120(100)
หญิง	14(5.00)	68(24.29)	78(27.86)	74(26.42)	34(12.14)	12(4.29)	280(100)
Chi-square = 14.287 D.F. = 5 significance = 0.014							

ผลการทดสอบ พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรม的开รับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั่นคือเพศมีผลกระทบต่อพฤติกรรม的开รับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยเพศชาย เปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.83 และเพศหญิง เปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.86

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.2 : ประชาชนที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ
ของโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์
ผ่านสื่อต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	ระดับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์						รวม (ร้อยละ)
	มาก (ร้อยละ)	ค่อนข้าง มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	ค่อนข้าง น้อย (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	ไม่เปิดรับ (ร้อยละ)	
15 - 25	6(4.87)	33(26.82)	40(32.52)	23(18.69)	16(13.00)	5(4.06)	123(100)
26 - 35	7(4.86)	27(18.75)	44(30.55)	37(25.69)	22(15.27)	7(4.86)	144(100)
36 - 45	1(1.61)	11(17.74)	20(32.25)	19(30.64)	9(14.51)	2(3.22)	62(100)
46 - 55	2(5.26)	7(18.42)	11(28.94)	12(31.57)	4(10.52)	2(5.26)	38(100)
56 - 65	1(4.16)	2(8.33)	9(37.50)	9(37.50)	3(12.50)	-	24(100)
มากกว่า 65	-	2(22.22)	3(33.33)	2(22.22)	1(11.11)	1(11.11)	9(100)
Chi-square = 14.747 D.F. = 25 significance = 0.947							

ผลการทดสอบ พบว่า อายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อ
การประชาสัมพันธ์จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจต่างๆ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ .05 นั่นคืออายุไม่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์
โดยอายุ 15 – 25 ปี เปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ
32.52 อายุ 26 – 35 ปี เปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ
30.55 อายุ 36 – 45 ปี เปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ
32.25 ตามลำดับ

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.3 : ประชาชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรม
การเปิดรับสื่อของโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรม的开รับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์
ผ่านสื่อต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับ การศึกษา	ระดับพฤติกรรม的开รับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์						รวม (ร้อยละ)
	มาก (ร้อยละ)	ค่อนข้าง มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	ค่อนข้าง น้อย (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	ไม่ เปิดรับ (ร้อยละ)	
ประถมศึกษา	4(2.27)	43(24.43)	52(29.54)	46(26.13)	23(13.06)	8(4.54)	176(100)
ม.ต้น	5(7.69)	10(15.38)	22(33.84)	15(23.07)	9(13.84)	4(6.15)	65(100)
ม.ปลาย/ปวช.	5(6.57)	13(17.10)	24(31.57)	20(26.31)	12(15.78)	2(2.63)	76(100)
อนุปริญญา/ ปวส.	1(4.76)	3(14.28)	8(38.09)	4(19.04)	2(9.52)	3(14.28)	21(100)
ปริญญาตรี	2(3.44)	11(18.96)	20(34.48)	16(27.58)	9(15.51)	-	58(100)
ปริญญาโท	-	1(33.33)	1(33.33)	1(33.33)	-	-	3(100)
อื่นๆ	-	1(100)	-	-	-	-	1(100)

Chi-square = 23.006

D.F. = 30

significance = 0.815

ผลการทดสอบ พบว่า การศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรม的开รับสื่อเพื่อ
การประชาสัมพันธ์จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจต่างๆ กับระดับการศึกษาไม่แตกต่าง
กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั่นคือการศึกษามีผลกระทบต่อพฤติกรรม的开รับ
สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยการศึกษาในระดับประถมศึกษาเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ใน
ระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.54 ม.ต้น เปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ในระดับ
ปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.84 และ ม.ปลาย/ปวช. เปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ใน
ระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.57 ตามลำดับ

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.4 : ประชาชนที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับ
สื่อของโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์
ผ่านสื่อต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพ สมรส	ระดับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์						รวม (ร้อยละ)
	มาก (ร้อยละ)	ค่อนข้าง มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	ค่อนข้าง น้อย (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	ไม่ เปิดรับ (ร้อยละ)	
โสด	4(3.27)	32(26.22)	36(29.50)	28(22.95)	17(13.93)	5(4.09)	122(100)
สมรส	13(5.48)	41(17.29)	78(32.91)	65(27.42)	31(13.08)	9(3.79)	237(100)
หย่า	-	3(25.00)	6(50.00)	1(8.33)	2(16.66)	-	12(100)
หม้าย	-	4(21.05)	5(26.31)	6(31.57)	2(10.52)	2(10.52)	19(100)
แยก	-	2(20.00)	2(20.00)	2(20.00)	3(30.00)	1(10.00)	10(100)

Chi-square = 20.885

D.F. = 25

significance = 0.699

ผลการทดสอบ พบว่า สถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อ
การประชาสัมพันธ์จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจต่างๆ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ .05 นั่นคือสถานภาพสมรสไม่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อ
การประชาสัมพันธ์ โดยสถานภาพโสด เปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.50 สถานภาพสมรส เปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ในระดับ
ปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.91 และสถานภาพหย่า เปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ใน
ระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.00 ตามลำดับ

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.5 : ประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ
ของโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์
ผ่านสื่อต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ระดับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์						รวม (ร้อยละ)
	มาก (ร้อยละ)	ค่อนข้าง มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	ค่อนข้าง น้อย (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	ไม่ เปิดรับ (ร้อยละ)	
นักเรียน/ นักศึกษา	3(3.33)	23(25.55)	28(31.11)	22(24.44)	11(12.22)	3(3.33)	90(100)
ค้าขาย/ธุรกิจ ส่วนตัว	1(1.58)	13(20.63)	25(39.68)	11(17.46)	10(15.87)	3(4.76)	63(100)
เกษตรกร	7(5.03)	24(17.26)	45(32.37)	39(28.05)	19(13.66)	5(3.59)	139(100)
รับจ้าง	4(5.97)	11(16.41)	13(19.40)	22(32.83)	13(19.40)	4(5.97)	67(100)
ไม่ได้ประกอบ อาชีพ	1(5.88)	5(29.41)	6(35.29)	4(23.52)	-	1(5.88)	17(100)
บริษัทเอกชน	1(7.14)	4(28.57)	5(35.71)	3(21.42)	1(7.14)	-	14(100)
อื่นๆ	-	2(22.22)	4(44.44)	1(11.11)	1(11.11)	1(11.11)	9(100)
Chi-square = 22.741 D.F. = 30 significance = 0.826							

ผลการทดสอบ พบว่า อาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อ
การประชาสัมพันธ์จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจต่างๆ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ .05 นั่นคืออาชีพไม่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์
โดยอาชีพนักเรียน/นักศึกษา เปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็น
ร้อยละ 31.11 อาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว เปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.68 และอาชีพเกษตรกร เปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ในระดับ
ปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.37 ตามลำดับ

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.6 : ประชาชนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน (บาท)	ระดับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์						รวม (ร้อยละ)
	มาก (ร้อยละ)	ค่อนข้างมาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	ค่อนข้างน้อย (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	ไม่เปิดรับ (ร้อยละ)	
ต่ำกว่า 5,000	14(5.22)	60(22.38)	79(29.47)	67(25.00)	33(12.31)	15(5.59)	268(100)
5,000-10,000	2(2.77)	10(13.88)	25(34.72)	26(36.11)	8(11.11)	1(1.38)	72(100)
10,001-15,000	1(2.17)	8(17.39)	18(39.13)	8(17.39)	11(23.91)	-	46(100)
15,001-20,000	-	2(28.57)	3(42.85)	1(14.28)	1(14.28)	-	7(100)
20,001-25,000	-	1(33.33)	1(33.33)	-	1(33.33)	-	3(100)
มากกว่า 25,000	-	1(25.00)	1(25.00)	-	1(25.00)	1(25.00)	4(100)

Chi-square = 27.419 D.F. = 25 significance = 0.335

ผลการทดสอบ พบว่า รายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจต่างๆ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั่นคือรายได้ต่อเดือนไม่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท เปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.47 รายได้ต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท เปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างน้อย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.11 และรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท เปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.13 ตามลำดับ

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.7 : ประชาชนที่มีสิทธิการรักษาแตกต่างกันมีพฤติกรรม
การเปิดรับสื่อของโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.26 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์
ผ่านสื่อต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสิทธิการรักษา

สิทธิการรักษา	ระดับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์						รวม (ร้อยละ)
	มาก	ค่อนข้าง	ปานกลาง	ค่อนข้าง	น้อย	ไม่เปิดรับ	
	(ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	(ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	
บัตรทองจ่าย 30 บาท	9(3.55)	54(21.34)	79(31.22)	64(25.29)	37(14.62)	10(3.95)	253(100)
บัตรทองไม่เสีย ค่าธรรมเนียม	8(5.44)	28(19.04)	48(32.65)	38(25.85)	18(12.24)	7(4.76)	147(100)
Chi-square = 1.613 D.F. = 5 significance = 0.900							

ผลการทดสอบ พบว่า สิทธิการรักษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อ
การประชาสัมพันธ์จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจต่างๆ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ .05 นั่นคือสิทธิการรักษาไม่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อ
การประชาสัมพันธ์ โดยบัตรทองจ่าย 30 บาท เปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.22 และบัตรทองไม่เสียค่าธรรมเนียม เปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์
ในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.65 ตามลำดับ

สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ มีความสัมพันธ์กับความรู้ของผู้ใช้บริการ
สุขภาพเกี่ยวกับโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า

ตารางที่ 4.27 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์
ผ่านสื่อต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่างกับระดับความรู้

ระดับ ความรู้	ระดับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์						รวม (ร้อยละ)
	มาก	ค่อนข้าง	ปานกลาง	ค่อนข้าง	น้อย	ไม่เปิดรับ	
	(ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	(ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	
มาก	11(8.66)	17(13.38)	49(38.58)	34(26.77)	13(10.23)	3(2.36)	127(100)
ปานกลาง	4(2.29)	39(22.41)	50(28.73)	48(27.58)	25(14.36)	8(4.59)	174(100)
น้อย	2(2.02)	26(26.26)	28(28.28)	20(20.20)	17(17.17)	6(6.06)	99(100)
Chi-square = 21.699 D.F. = 10 significance = 0.017							

ผลการทดสอบ พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์จากสื่อมวลชน
สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจต่างๆ กับความรู้เกี่ยวกับโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้ามี
ความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั่นคือเมื่อเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์
ในระดับมาก ระดับความรู้จะมากตามไปด้วย

สมมติฐานข้อที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของ
ผู้ใช้บริการสุขภาพต่อโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า

ตารางที่ 4.28 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์
ผ่านสื่อต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่างกับระดับทัศนคติ

	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า t	2 - tailed
พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ	400	3.63	1.20	36.232	.000*
ระดับทัศนคติ		1.37	0.48		

*ที่ระดับนัยสำคัญ .05

ผลการทดสอบ พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์จากสื่อมวลชน
สื่อบุคคล และสื่อ เฉพาะกิจต่างๆ กับทัศนคติต่อโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้ามี
ความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั่นคือพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อ
การประชาสัมพันธ์ยังเปิดรับสื่อมาก ระดับทัศนคติจะอยู่ในระดับดี มากตามไปด้วย

สมมติฐานข้อที่ 4 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อจากโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสุขภาพของผู้ใช้บริการ

ตารางที่ 4.29 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่างกับพฤติกรรมการใช้บริการสุขภาพ

ระดับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ผ่านสื่อต่างๆ	พฤติกรรมการใช้บริการสุขภาพ		รวม
	ไม่มีการเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมการใช้บริการ สุขภาพ	มีการเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมการใช้ บริการสุขภาพ	
ไม่มีการเปิดรับสื่อ	9(52.94)	8(47.05)	17(4.26)
มีการเปิดรับสื่อน้อย	19(34.54)	36(65.45)	55(13.78)
มีการเปิดรับสื่อค่อนข้างน้อย	41(40.19)	61(59.80)	102(25.56)
มีการเปิดรับสื่อปานกลาง	42(33.07)	85(66.92)	127(31.82)
มีการเปิดรับสื่อค่อนข้างมาก	39(48.14)	42(51.85)	81(20.30)
มีการเปิดรับสื่อมาก	6(35.29)	11(64.70)	17(4.26)

Chi-square = 6.726 D.F. = 5 significance = 0.242

ผลการทดสอบ พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ กับพฤติกรรมการใช้บริการสุขภาพ ในโรงพยาบาลวชิรพยาบาลไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั่นคือพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสุขภาพในโรงพยาบาลวชิรพยาบาล

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานทางการวิจัยทั้ง 4 ข้อ ปรากฏว่ามีสมมติฐานที่ได้ออมรับและปฏิเสธ ดังที่ได้แสดงผลสรุปในตารางที่ 4.30

ตารางที่ 4.30 แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐานทางการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ
1. ประชาชนที่มีลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพและสิทธิการรักษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรม的开รับสื่อของโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าแตกต่างกัน	
1.1 ประชาชนที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรม的开รับสื่อของโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าแตกต่างกัน	ยอมรับ
1.2 ประชาชนที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรม的开รับสื่อของโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
1.3 ประชาชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรม的开รับสื่อของโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
1.4 ประชาชนที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีพฤติกรรม的开รับสื่อของโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
1.5 ประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรม的开รับสื่อของโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
1.6 ประชาชนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรม的开รับสื่อของโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
1.7 ประชาชนที่มีสิทธิการรักษาแตกต่างกันมีพฤติกรรม的开รับสื่อของโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
2. พฤติกรรม的开รับสื่อ มีความสัมพันธ์กับความรู้ของผู้ใช้บริการสุขภาพเกี่ยวกับโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า	ยอมรับ
3. พฤติกรรม的开รับสื่อ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ใช้บริการสุขภาพต่อโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า	ยอมรับ
4. พฤติกรรม的开รับสื่อจากโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมใช้บริการสุขภาพของผู้ใช้บริการ	ปฏิเสธ