

บทที่ 5

สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์กับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม
การใช้บริการสุขภาพ ตามโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าในโรงพยาบาลวชิรพยาบาล
จังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยสนใจศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม
การใช้บริการสุขภาพของผู้ใช้บริการในโรงพยาบาลวชิรพยาบาล ซึ่งมีความสำคัญต่อการพัฒนา
คุณภาพบริการตามโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า

1. สรุปการวิจัย

1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะ
พฤติกรรมการใช้บริการสุขภาพและศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อกับ ความรู้
ทักษะ และพฤติกรรมการใช้บริการสุขภาพตามโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าของ
ผู้ให้บริการในโรงพยาบาลวชิรพยาบาล

1.2 วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบของการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยทำการวัด
ตัวแปรเพียงครั้งเดียว (One-shot Descriptive Study) และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บ
รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุปจากการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป ที่ขึ้น
ทะเบียนบัตรประกันสุขภาพถ้วนหน้า (บัตรทอง) ตามโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าที่มา
ใช้บริการสุขภาพในโรงพยาบาลวชิรพยาบาล ปีงบประมาณ 2549 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้
คือ ประชาชนที่มาใช้บริการสุขภาพโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า จำนวน 400 คน
ซึ่งได้มาจากการเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยติดต่อประสานงานกับผู้รับผิดชอบงาน
โครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า ผู้เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ หัวหน้าแผนกต่างๆ และ
เจ้าหน้าที่พยาบาลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการรวบรวมข้อมูล เพื่อขอความอนุเคราะห์และอำนวยความสะดวก

สะดวกในการแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ผู้วิจัยดำเนินการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเองและผู้ช่วยวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) คือสถิติพื้นฐานเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการแจกแจง หรืออธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลหรือตัวแปรในการวิจัย โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ แสดงค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง ข้อมูลด้านประชากร พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ โครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการใช้บริการสุขภาพ

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยใช้สถิติ t-test และไคสแควร์ (Chi-square) เพื่อทดสอบความแตกต่างและความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม

1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา จำนวน 400 คน แบ่งเป็นเพศชาย 120 คน (ร้อยละ 30.0) เพศหญิง 280 คน (ร้อยละ 70.0) ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี จำนวน 144 คน (ร้อยละ 36.0) ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา จำนวน 176 คน (ร้อยละ 44.0) ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 237 คน (ร้อยละ 59.2) ส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกร จำนวน 139 คน (ร้อยละ 34.8) ส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 268 คน (ร้อยละ 67.0) และส่วนใหญ่มีสิทธิการรักษาบัตรทอง (จ่าย 30 บาท) จำนวน 253 คน (ร้อยละ 63.2)

ส่วนที่ 2 การเปิดรับสื่อโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า จากสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ

ก. การเปิดรับสื่อโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าจากสื่อมวลชน

สื่อมวลชนที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเรื่องโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า คือ โทรทัศน์ จำนวน 136 คน (ร้อยละ 34.0) อยู่ในระดับมาก

วิทยุ จำนวน 152 คน (ร้อยละ 38.0) อยู่ในระดับปานกลาง

หนังสือพิมพ์ จำนวน 112 คน (ร้อยละ 28.0) อยู่ในระดับปานกลาง

ข. การเปิดรับสื่อโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าจากสื่อบุคคล

สื่อบุคคลที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเรื่องโครงการหลักประกันสุขภาพ

ถ้วนหน้า คือ เจ้าหน้าที่สาธารณสุข แพทย์ พยาบาล จำนวน 155 คน (ร้อยละ 38.8) อยู่ในระดับค่อนข้างมาก

อาสาสมัครสาธารณสุข (อสม.) จำนวน 130 คน (ร้อยละ 32.8) อยู่ในระดับ
ค่อนข้างมาก

กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน จำนวน 118 คน (ร้อยละ 29.6) อยู่ในระดับปานกลาง และญาติ
เพื่อนบ้าน จำนวน 115 คน (ร้อยละ 28.8) ตามลำดับแต่อยู่ในระดับปานกลาง

ค. การเปิดรับสื่อโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าจากสื่อเฉพาะกิจ

สื่อเฉพาะกิจที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเรื่องโครงการหลักประกันสุขภาพ
ถ้วนหน้า คือ เสียงตามสายในโรงพยาบาล จำนวน 129 คน (ร้อยละ 32.2) อยู่ในระดับปานกลาง
หอกระจายข่าวในชุมชน จำนวน 58 คน (ร้อยละ 14.5) อยู่ในระดับปานกลาง
รองลงมาคือ ป้ายโฆษณา ไปสเตอร์ จำนวน 124 คน (ร้อยละ 31.0) อยู่ในระดับ
ปานกลาง

รองลงมาคือ และแผ่นพับ คู่มือ จำนวน 105 คน (ร้อยละ 26.4) ตามลำดับแต่อยู่
ในระดับปานกลาง

ส่วนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า

จากการวัดความรู้เกี่ยวกับโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า ด้วยคำถามให้
เลือกตอบถูก ผิด ไม่ทราบ จำนวน 15 ข้อ โดยผู้ที่ตอบถูกต้องได้ 1 คะแนน ตอบผิดและตอบไม่
ทราบได้ 0 คะแนน จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

โดยสรุป พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีความรู้ในระดับปานกลาง ร้อยละ 43.5

ส่วนที่ 4 ทักษะติดต่อโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า

ในการวัดทักษะติดต่อโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า ทั้งหมด 10 ข้อ
ผลปรากฏว่าได้ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.01 ซึ่งหมายความว่า กลุ่มตัวอย่างโดยรวมมีทักษะติดต่อ
โครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าในระดับดี โดยเฉพาะประเด็นที่ว่า โครงการหลักประกัน
สุขภาพถ้วนหน้าเป็นโครงการที่ดีสำหรับประชาชนที่มีรายได้น้อย เป็นเรื่องที่กลุ่มตัวอย่างมี
ทัศนคติด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด

ส่วนที่ 5 พฤติกรรมการใช้บริการสุขภาพ

สำหรับพฤติกรรมการใช้บริการสุขภาพของกลุ่มตัวอย่าง ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่าง
ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการสุขภาพจากโรงพยาบาลรัฐบาล คิดเป็นร้อยละ 41.46 และกลุ่ม
ตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการสุขภาพด้านการรักษาโรค ร้อยละ 59.77 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการ
เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้บริการสุขภาพ คือ ใช้บริการต่างๆถูกต้องตามขั้นตอน และสิทธิหลัก
ของบัตรประกันสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 52.06

1.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ประชาชนที่มีลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพและสิทธิการรักษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.1 : ประชาชนที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าแตกต่างกัน จากผลการวิจัย พบว่า เพศที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจต่างๆ แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานย่อยข้อที่ 1.1

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.2 : ประชาชนที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าแตกต่างกัน จากผลการวิจัย พบว่า อายุที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจต่างๆ ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานย่อยข้อที่ 1.2

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.3 : ประชาชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าแตกต่างกัน จากผลการวิจัย พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจต่างๆ ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานย่อยข้อที่ 1.3

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.4 : ประชาชนที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าแตกต่างกัน จากผลการวิจัย พบว่า สถานภาพที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจต่างๆ ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานย่อยข้อที่ 1.4

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.5 : ประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าแตกต่างกัน จากผลการวิจัย พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจต่างๆ ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานย่อยข้อที่ 1.5

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.6 : ประชาชนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าแตกต่างกัน จากผลการวิจัย พบว่า รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจต่างๆ ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานย่อยข้อที่ 1.6

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.7 : ประชาชนที่มีสิทธิการรักษาแตกต่างกันมีพฤติกรรม การเปิดรับสื่อของโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าแตกต่างกัน จากผลการวิจัย พบว่า สิทธิ การรักษาที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรม的开รับสื่อจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ต่างๆ ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานย่อยข้อที่ 1.7

สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ มี ความสัมพันธ์กับความรู้ของผู้ใช้บริการสุขภาพเกี่ยวกับโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า จากผลการวิจัย พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และ สื่อเฉพาะกิจต่างๆ กับความรู้เกี่ยวกับโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้ามีความสัมพันธ์กัน จึงยอมรับสมมติฐาน ข้อที่ 2

สมมติฐานข้อที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของ ผู้ใช้บริการสุขภาพต่อโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า จากผลการวิจัย พบว่า พฤติกรรม การเปิดรับสื่อจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และ สื่อเฉพาะกิจต่างๆ กับทัศนคติต่อโครงการ หลักประกันสุขภาพถ้วนหน้ามีความสัมพันธ์กันโดยเป็นความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน หมายความว่า ถ้าพฤติกรรมการเปิดรับสื่อผ่านสื่อต่างๆ เพิ่มขึ้น ทัศนคติต่อโครงการหลักประกัน สุขภาพถ้วนหน้าจะเพิ่มขึ้นด้วย จึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 3

สมมติฐานข้อที่ 4 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อจากโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วน หน้า มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสุขภาพของผู้ใช้บริการ จากผลการวิจัย พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อผ่านสื่อต่างๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสุขภาพของ ประชาชน จึงปฏิเสธสมมติฐานข้อที่ 4

2. อภิปรายผล

ข้อมูลด้านประชากร

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 26 -35 ปี มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส มีอาชีพเกษตรกร โดยรายได้ ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท นอกจากนี้มากกว่าครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีสิทธิการรักษา บัตรทอง (จ่าย 30 บาท) ซึ่งผลจากการศึกษาในครั้งนี้ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างงานศึกษา เรื่อง ศึกษาระดับความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมอันเป็นผลมาจากการเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์ในโครงการ 30 บาท รักษาทุกโรคของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ของ สมชาย สุกใส โดยลักษณะทาง ประชากรของงานศึกษาดังกล่าว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง

26–35 ปี สถานภาพโสด มีอาชีพรับจ้าง รายได้ต่อเดือน 5,000–10,000 บาท โดยสรุปแล้ว ลักษณะทางประชากรของกลุ่มผู้รับสารที่พบจากการศึกษาด้านโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า จะมีลักษณะประชากรที่คล้ายคลึงกันบางอย่าง จะแตกต่างในเรื่องอาชีพ และรายได้จากการศึกษาในครั้งนี้ลักษณะทางประชากรมีลักษณะที่ใกล้เคียง และคล้ายคลึงกันตามภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่าง

2.2 การเปิดรับสื่อโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า จากสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ

กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าผ่านสื่อต่างๆ ซึ่งแตกต่างกันไปแต่ละสื่อ โดยเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาสื่อบุคคลประเภทเจ้าหน้าที่สาธารณสุข แพทย์ และพยาบาล เปิดรับน้อยที่สุด คือ สื่อเฉพาะกิจ เป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับน้อย ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับ ไพรด์สัน ไรเลย์ และฟลาวเวอร์แมน (Friedson, Riley & Flowermen อ้างถึงแล้วใน อลิสา วิวัฒนกุล 2540: 60) มีความเห็นว่า แรงจูงใจที่ต้องการเป็นที่ยอมรับของสมาชิกภายในสังคม จะเป็นสิ่งที่ช่วยกำหนดความสนใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ ก็เพื่อสนองความต้องการของตน ปรากฏการณ์เช่นนี้ เมอร์ตัน (Merton) ไรท์ (Wright) และวาบเลต (Waples) เรียกว่า “พฤติกรรมในการแสวงหาข่าวสาร” นักวิชาการเหล่านี้มีความคิดเห็นตรงกันว่า ผู้รับข่าวสารจะเลือกรับข่าวสารจากสื่อใดนั้น ย่อมเป็นไปตามบทบาท และสถานภาพในสังคมของผู้รับสารและเหตุผลในการรับข่าวสาร ก็เพื่อนำไปเป็นหัวข้อในการสนทนา ซึ่งจะทำให้ผู้รับสารรู้สึกว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของสังคม และสอดคล้องกับ Cutlip และคณะ (1994) กล่าวว่า ในการดำเนินกิจกรรมทางการประชาสัมพันธ์ต่างๆ สามารถทำได้หลายวิธีขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ และกลุ่มเป้าหมายขององค์การ เพื่อเสริมสร้างและรักษาความสัมพันธ์ซึ่งมีความสำคัญต่อความอยู่รอดและการเติบโตขององค์การ

2.3 ความรู้เกี่ยวกับโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า

จากผลการศึกษาพบว่า ประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าในระดับปานกลาง นอกจากนี้เมื่อพิจารณาแต่ละข้อคำถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบถูกต้องในเรื่องของบัตรทองมี 2 ประเภท คือ บัตรทอง ท. ไม่เสียค่าธรรมเนียม และบัตรทอง 30 บาท ขณะที่คำถามในเรื่องโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า หมายถึง โครงการดูแลและรักษาสุขภาพโดยเสียค่าธรรมเนียม 30 บาทต่อครั้ง กลุ่มตัวอย่างส่วนมากตอบผิด นั่นแสดงว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าแบบกว้างๆ ซึ่งเป็นความรู้พื้นฐานของโครงการ และมีความรู้ย่อยหรือไม่มีเลยในส่วนของรายละเอียดเชิงลึกของโครงการ สิ่งที่พบบ่อยอธิบายตามแนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อได้ว่า สื่อที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับ

ข่าวสารเกี่ยวกับโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้านั้นเป็นสื่อมวลชน ซึ่งแม้จะมีประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ครอบคลุมมากกว่าสื่อประเภทอื่น และคุณสมบัติที่สามารถเผยแพร่ข่าวสารความรู้ที่ถูกต้องไปสู่ประชาชนผู้รับสารจำนวนมากในเวลาอันสั้น แต่ก็มีข้อจำกัดในแง่ของเวลาในการเผยแพร่แต่ละครั้ง จึงไม่สามารถถ่ายทอดเนื้อหารายละเอียดหรือข้อมูลเชิงลึกได้มากนัก ตรงกันข้ามกับสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ ซึ่งเป็นสื่อที่สามารถถ่ายทอดเนื้อหารายละเอียดเฉพาะและเน้นสำหรับผู้รับสารโดยเฉพาะกลุ่ม สามารถให้ความรู้ความเข้าใจข้อมูลเชิงลึกได้ดีกว่าสื่อมวลชน ดังนั้น การที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อมวลชนมากกว่าสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ ส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าเพียงผิวเผิน โดยไม่มีความรู้ในเนื้อหารายละเอียดของโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า เพราะไม่สามารถเข้าถึงสื่อที่ให้ข้อมูลรายละเอียดต่างๆ ได้

2.4 ทศนคติต่อโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า

ในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ประชาชนมีทัศนคติที่ดีต่อโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า ที่เป็นเช่นนี้ ส่วนหนึ่งเป็นเพราะโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าเป็นโครงการที่มีการรณรงค์อย่างต่อเนื่องเป็นเวลาหลายปีตั้งแต่ พ.ศ.2544 ประกอบกับรัฐบาลมีนโยบายเรื่องสุขภาพให้ประชาชนมีหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า โดยมีการรณรงค์ส่งเสริมสุขภาพ และทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า จากการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีผลในการสร้างทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าของประชาชนตามหลักการเกิดทัศนคติที่ได้กล่าวว่า ทัศนคติของบุคคลส่วนหนึ่งนั้นเกิดจากการเรียนรู้ ประสบการณ์ ความเชื่อ ค่านิยม ทัศนคติที่มีอยู่เดิม รวมทั้งสื่อมวลชน ประชาชนที่มีทัศนคติที่ดีต่อโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าอยู่แล้ว เมื่อได้รับข่าวสารการรณรงค์โครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า จึงเป็นการเสริมย้ำทัศนคติที่ดีของประชาชนให้มากยิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2.5 พฤติกรรมการใช้บริการสุขภาพ

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ เมื่อมีพฤติกรรม的开รับสื่อของโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าแล้วมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้บริการสุขภาพถึงร้อยละ 60.70 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยมีการเปลี่ยนแปลงในลักษณะใช้บริการต่างๆถูกต้องตามขั้นตอน และตามสิทธิหลักของบัตรประกันสุขภาพ สิ่งนี้อาจชี้ให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า

2.6 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ประชาชนที่มีลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพและสิทธิการรักษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของโครงการ

หลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าแตกต่างกัน จากผลการวิจัย พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจต่างๆ กับลักษณะประชากร ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงปฏิเสธสมมติฐานข้อที่ 1 ยกเว้น พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้ากับเพศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการศึกษาที่สอดคล้องกับทฤษฎีด้านประชากร ซึ่งมีแนวคิดที่เชื่อว่า บุคคลหรือผู้รับสารที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันนั้นจะมีพฤติกรรมการสื่อสารที่แตกต่างกันด้วย ซึ่งในกระบวนการสื่อสารนั้น ความแตกต่างของผู้รับสารในเรื่องภูมิหลังและสภาพแวดล้อม เป็นสาเหตุพื้นฐานที่สำคัญและมีอิทธิพลทำให้พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและข่าวสารแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ดังเช่น แชรรมม์ (Schramm อ้างถึงใน สมภพ ตรีตนประคม 2542: 17) ได้กล่าวไว้ดังนี้

1. ประสบการณ์ทำให้การแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน
2. การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสาร เพื่อสนองจุดประสงค์ของตน
3. ภูมิหลังแตกต่างกัน ทำให้ความสนใจแตกต่างกัน

ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะลักษณะด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่างมีลักษณะภูมิหลัง บทบาท สถานภาพในสังคมและสภาพแวดล้อมที่ใกล้เคียงหรือเหมือนกัน จึงทำให้มีการเปิดรับสื่อและข่าวสารจากโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าไม่แตกต่างกัน ยกเว้น เพศ มีการเปิดรับสื่อแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับลาซาเฟล เบเรลสันและกอดेट (Lazarsfeld, Berelson and Gaudet 1944) ศึกษาตัวแปรที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกประธานาธิบดีของสหรัฐอเมริกา พบว่า ตัวแปรที่เป็นตัวกำหนดความสนใจและนำไปสู่การตัดสินใจ คือ ตัวแปรลักษณะของกลุ่มประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ที่อยู่อาศัย สถานภาพทางเศรษฐกิจ และการศึกษา และฟรีดแมน (Freedman 1961) ศึกษาความแตกต่างของบุคคลที่ระดับอายุต่างกัน พบว่า คนที่มีอายุน้อยจะมีการเรียนรู้และทัศนคติในระดับสูงกว่าผู้ที่มีอายุมาก กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ อายุของผู้รับสารจะมีอิทธิพลต่อการสื่อสารแตกต่างกันไป ซึ่งจะออกมาในรูปของความสนใจ ความเชื่อหรือพฤติกรรมการรับข่าวสารของผู้รับสาร

สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ มีความสัมพันธ์กับความรู้ของผู้ใช้บริการสุขภาพเกี่ยวกับโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า จากผลการวิจัย พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และ สื่อเฉพาะกิจต่างๆ กับความรู้เกี่ยวกับโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้ามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 2

นั่นหมายความว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าผ่านสื่อต่างๆ ในระดับที่มาก ส่งผลต่อความรู้เกี่ยวกับโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า โดยกลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับโครงการแตกต่างกัน ผลการศึกษาเป็นไปตาม

สมมติฐานที่คาดไว้ อธิบายได้ตามหลักทฤษฎีการเปิดรับสื่อและข่าวสาร ซึ่ง แคลปเปอร์ (Klapper 1960: 5) กล่าวว่า ทฤษฎีทางการสื่อสารเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร คือกระบวนการในการเลือกรับข่าว (Selective Process) ซึ่งมีขั้นตอนต่างๆ คือ 1. การเลือกรับหรือการเลือกใช้ (Selective Exposure) 2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) 3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and interpretation) 4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) อธิบายได้ว่า หลังจากผู้รับสารทำการเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารเลือกสนใจ และเลือกรับรู้/ตีความหมายของข้อมูลข่าวสาร โครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าที่ได้รับมาแล้ว และได้เลือกที่จะจดจำข้อมูลข่าวสาร โครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าไว้ทั้งหมด กลุ่มตัวอย่างจะเลือกจดจำข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ และทัศนคติของตนเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมชาย สุกใส (2545) ซึ่งศึกษาระดับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมอันเป็นผลมาจากการเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์ในโครงการ 30 บาทรักษาทุกโรคของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 30 บาทรักษาทุกโรคในระดับปานกลาง

สมมติฐานข้อที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ใช้บริการสุขภาพต่อโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า จากผลการวิจัย พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และ สื่อเฉพาะกิจต่างๆ กับทัศนคติต่อโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้ามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หมายความว่า ถ้าพฤติกรรมการเปิดรับสื่อผ่านสื่อต่างๆ เพิ่มขึ้น ทัศนคติต่อโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าจะเพิ่มขึ้นด้วย จึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 3 กล่าวคือ ยิ่งประชาชนมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าผ่านสื่อต่างๆ มากเท่าใด ก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อโครงการมากขึ้นเท่านั้น

นอกจากนี้ เชลลี ไชเคน และ อลิซ อิกลิ (Shelly Chaiken and Alice H. Eagly 1976) พบว่า ทัศนคติของคนจะแตกต่างกันต่อเมื่อข่าวสารนั้นยากต่อการเข้าใจ เขาศึกษาโดยเปรียบเทียบสื่อวิทยุกับสื่อสิ่งพิมพ์ พบว่า สื่อวิทยุสามารถสร้างทัศนคติเชิงบวกได้มากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ และแคลปเปอร์ (Klapper 1960) ได้ทำการศึกษาและสรุปงานวิจัยที่เกี่ยวกับอิทธิพลของการสื่อสารมวลชน และสรุปให้เห็นความสามารถของสื่อมวลชนในการที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลว่า โดยปกติการสื่อสารมวลชนนั้น ไม่ใช่สาเหตุสำคัญเพียงประการเดียวที่จะทำให้เกิดผลในผู้รับสาร และทำหน้าที่ร่วมกันหรือมีปัจจัย อิทธิพลที่เป็นตัวกลางอื่นๆมากกว่า และประสิทธิภาพของการสื่อสารมวลชนขึ้นอยู่กับลักษณะต่างๆของการสื่อสาร แหล่งสาร หรือสถานการณ์ต่างๆของการสื่อสารด้วย ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีนยา จิตชัยโกคา (2545) ซึ่งศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการยอมรับนโยบายจัด

ระเบียบสังคมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายจัดระเบียบสังคมจากโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติต่อนโยบายจัดระเบียบสังคม สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิพย์มณี ไชยไพฑูรย์วงศ์ (2545) ซึ่งศึกษาเรื่องการประชาสัมพันธ์กับการยอมรับโครงการ 30 บาทรักษาทุกโรค พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ 30 บาทรักษาทุกโรค จากสื่อมวลชนและสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อโครงการ เช่นเดียวกับกับงานวิจัยของ ศันสนีย์ ฤทธิ์ทองพิทักษ์ (2546) ซึ่งศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการใช้สมุนไพรไทยของคนกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับข่าวสารความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรไทย

สมมติฐานข้อที่ 4 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อจากโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสุขภาพของผู้ใช้บริการ จากผลการวิจัย พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อผ่านสื่อต่างๆ กับพฤติกรรมการใช้บริการสุขภาพในโรงพยาบาลลาปีปทุม ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงปฏิเสธสมมติฐานข้อที่ 4

ดังเช่น ประมะ สตะเวทิน (2540: 61-63) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการสื่อสาร อันได้แก่ แหล่งสาร สาร ช่องสาร และผู้รับสาร ว่าเป็นตัวกำหนดหรือบ่งชี้ถึงประสิทธิผลของการสื่อสาร กล่าวคือ หากองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารมีประสิทธิภาพสูง ประสิทธิผลของการสื่อสารก็จะมีมากเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ในทางตรงกันข้ามหากองค์ประกอบมีประสิทธิภาพต่ำ การสื่อสารก็จะมีประสิทธิผลน้อยลง ในกระบวนการสื่อสารนั้น องค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบจะมีผลกระทบซึ่งกันและกันรวมทั้งยังส่งผลต่อการสื่อสารด้วย ดังนั้นประสิทธิผลของการสื่อสารจะมีมากที่สุดก็ต่อเมื่อทุกองค์ประกอบมีประสิทธิภาพสูงที่สุด นอกจากนี้ยังกล่าวด้วยว่าปัจจัยทางด้านทัศนคติของผู้รับสารทั้งต่อตนเอง ต่อสาร และผู้ส่งสาร ก็เป็นปัจจัยอีกประการหนึ่งที่ สามารถเพิ่มหรือลดประสิทธิผลของการสื่อสารได้ ในบรรดาองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการของการสื่อสาร ได้แก่ ผู้ส่งสาร (sender) ข่าวสาร (message) ช่องทางในการสื่อสารหรือสื่อ (channel/medium) และผู้รับข่าวสาร (receiver) นั้น สื่อนับว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างยิ่งและมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการสื่อสารในการที่จะทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้ เกิดทัศนคติ ตลอดจนพฤติกรรมไปในแนวทางที่ผู้ส่งสารต้องการได้

ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากองค์ประกอบของการสื่อสาร 4 ประการข้างต้น จำเป็นต้องพิจารณาในองค์ประกอบของการสื่อสารต่างๆอย่างละเอียด ว่าสาเหตุดังกล่าวเกิดขึ้นที่องค์ประกอบใด แล้วจึงนำองค์ประกอบดังกล่าวมาพิจารณา ปรับปรุง แก้ไขให้มีประสิทธิภาพ

จากผลการศึกษาอาจเป็นเพราะการให้บริการสุขภาพของประชาชนกลุ่มตัวอย่างเป็นการใช้บริการตามความจำเป็นพื้นฐานและเป็นนโยบายการให้บริการจากภาครัฐ ซึ่งจำเป็น

จะต้องใช้บริการอยู่แล้ว สืบเนื่องจากเป็นโรงพยาบาลชุมชนของรัฐประจำอำเภอเพียงแห่งเดียวเท่านั้น จึงไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อ

3. ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการนำไปประยุกต์ใช้สู่การปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานสาธารณสุข รวมทั้งแนวทางในการศึกษาเพิ่มเติมเป็นการขยายผลต่อยอดให้ได้องค์ความรู้ที่ลุ่มลึกและกว้างขวางยิ่งขึ้น ดังนี้

3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

3.1.1 ควรกำหนดนโยบายเชิงรุกในการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า โดยเน้นที่กลุ่มประชาชนที่มารับบริการ ประชาชนทั่วไป ด้วยการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้ สร้างความเข้าใจอย่างต่อเนื่อง

3.1.2 จากการเปิดรับสื่อมวลชนของผู้ใช้บริการ โดยเปิดรับสื่อโทรทัศน์ มากที่สุด รองลงมาคือสื่อวิทยุ เพราะสื่อมวลชนสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้จำนวนมากและครอบคลุมทุกพื้นที่ หน่วยงาน องค์กรและผู้ที่เกี่ยวข้องกับโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าควรพิจารณาเลือกใช้สื่อมวลชนดังกล่าวในการนำเสนอข้อเท็จจริง เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจในรูปแบบต่างๆ เช่น ข่าว บทความ สารคดี การตอบปัญหาชิงรางวัล เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วม เช่น การใช้สื่อวิทยุชุมชน ที่มีอยู่ในชุมชน เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ เพราะกลุ่มเป้าหมายส่วนมากเป็นเกษตรกร การใช้สื่อวิทยุจึงเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม ภูมิหลัง จึงควรมีการพัฒนาจัดรูปแบบการจัดรายการผ่านวิทยุชุมชนให้ตรงกับความต้องการ ความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย

3.1.3 จากการเปิดรับสื่อนุคคลจากผู้ใช้บริการ พบว่า เปิดรับสื่อนุคคลที่เป็นเจ้าหน้าที่สาธารณสุข แพทย์ พยาบาล มากที่สุด รองลงมา คือ อาสาสมัครสาธารณสุข (อสม.) เพราะสื่อนุคคลเหล่านี้สามารถเข้าถึงกลุ่มบุคคล โดยการสื่อสารระหว่างบุคคลในการให้ความรู้ ความเข้าใจ และสามารถโน้มน้าวใจได้ดี หน่วยงาน องค์กร และผู้ที่เกี่ยวข้องกับโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าควรมีการพัฒนาสื่อนุคคลเหล่านี้ให้มีความรู้ ความเข้าใจในโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า สามารถสื่อสารแก่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การจัดการอบรมพัฒนาความรู้เจ้าหน้าที่สาธารณสุข อาสาสมัครสาธารณสุข

3.1.4 จากการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจของผู้ใช้บริการ พบว่า เปิดรับเสียงตามสายในโรงพยาบาล หอกระจายข่าวในชุมชน และแผ่นพับ คู่มือ อยู่ในระดับปานกลาง เพราะสื่อเหล่านี้

สามารถใช้เป็นสื่อกระตุ้นเตือนกลุ่มเป้าหมาย หน่วยงาน องค์กรและผู้ที่เกี่ยวข้องควรมีการพัฒนาการใช้สื่อดังกล่าว โดยการพัฒนารูปแบบ เทคนิค วิธีการ และพัฒนาการใช้เสียงตามสายในโรงพยาบาล และหอกระจายข่าวในหมู่บ้าน โดยการส่งเสริมสื่อสนับสนุนต่างๆ ข่าว บทความ

3.1.5 ควรจัดตั้งหน่วยงานประชาสัมพันธ์ มีผู้รับผิดชอบที่มีความรู้ กำหนดแผนเพื่อการประชาสัมพันธ์ในหน่วยงาน องค์กร และมีการประเมินแผนงานการประชาสัมพันธ์ทุกระดับ เพื่อทบทวน ปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

3.2.1 ควรศึกษาเพิ่มเติมในรายละเอียดเกี่ยวกับตัวแปรอื่นๆ ในองค์ประกอบการสื่อสาร เช่น เนื้อหาของสาร สื่อประชาสัมพันธ์ วิธีการนำเสนอสาร ผู้ส่งสาร เป็นต้น

3.2.2 ควรศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อประเภทต่างๆ โดยการแยกศึกษาประเภทของสื่อเพื่อการพัฒนาสื่อและการเลือกใช้สื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

3.2.3 ควรศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ปฏิบัติงานด้านสาธารณสุข เพื่อประเมินระดับความรู้ ทักษะที่มีต่อโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า

3.2.4 ควรศึกษาในเชิงคุณภาพ เพื่อให้ทราบข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า