

**ชื่อวิทยานิพนธ์** ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการมาพบแพทย์ของผู้ป่วยที่มีก้อนที่เต้านม  
ในโรงพยาบาลสระบุรี

**ผู้วิจัย** นายสุรกิจ พรชัย **รหัสนักศึกษา** 2565000243 **ปริญญา** สาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต  
**อาจารย์ที่ปรึกษา** (1) รองศาสตราจารย์ ดร.นิตยา เพ็ญศิริินภา (2) รองศาสตราจารย์ ดร.พาณีสี ตกะลิน **ปีการศึกษา** 2561

### บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงสำรวจนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) พฤติกรรมการมาพบแพทย์ของผู้ป่วยที่มีก้อนที่เต้านมในโรงพยาบาลสระบุรี (2) ความรู้การรับรู้เกี่ยวกับก้อนและโรคมะเร็งเต้านม ความสนใจในการตรวจเต้านมของตนเองและสิ่งชักนำให้มาพบแพทย์ (3) ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้การรับรู้เกี่ยวกับก้อนและโรคมะเร็งเต้านม ความสนใจในการตรวจเต้านมของตนเองและสิ่งชักนำให้มาพบแพทย์ กับพฤติกรรมการมาพบแพทย์ และ (4) อิทธิพลของความรู้การรับรู้ ความสนใจในการตรวจเต้านมของตนเองและสิ่งชักนำให้มาพบแพทย์ ต่อพฤติกรรมการมาพบแพทย์

ประชากร คือ ผู้ป่วยที่มีอาการก้อนที่เต้านม ที่มาตรวจที่แผนกผู้ป่วยนอกศัลยกรรมโรงพยาบาลสระบุรีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 128 คน ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบกับผู้ป่วยที่มาพบแพทย์ระหว่าง 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2558 เครื่องมือเก็บข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามที่มีความเที่ยงอยู่ระหว่าง 0.73-0.81 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ไคสแควร์ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันและการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติก

ผลการวิจัยพบว่า (1) ผู้ป่วยมีพฤติกรรมการมาพบแพทย์เร็วหรือภายใน 1 เดือนหลังพบก้อนที่เต้านมคิดเป็นร้อยละ 61.7 และมีระยะเวลามาพบแพทย์เฉลี่ย 145.09 วัน (2) ผู้ป่วยมีความรู้อยู่ในระดับต่ำร้อยละ 50 การรับรู้อยู่ในระดับปานกลางร้อยละ 61.7 มีความสนใจในการตรวจเต้านมของตนเองในระดับมากร้อยละ 63.3 มีสิ่งชักนำให้มาพบแพทย์ในระดับมากร้อยละ 54.7 (3) ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่ามีความรู้เท่านั้นที่ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมาพบแพทย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ (4) ผลการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการมาพบแพทย์เร็วอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติคือความรู้ที่ลดโอกาสการมีพฤติกรรมมาพบแพทย์เร็ว และสิ่งชักนำให้มาพบแพทย์ที่เพิ่มโอกาสการมีพฤติกรรมมาพบแพทย์เร็ว

**คำสำคัญ** พฤติกรรมการมาพบแพทย์ ก้อนที่เต้านม ความรู้ สิ่งชักนำ

**Thesis title:** Factors Affecting Doctor-Visit Behaviors among Patients with Breast Tumor at Saraburi Hospital

**Researcher:** Mr.Suragit Pornchai; **ID:** 2565000243; **Degree:** Master of Public Health;

**Thesis advisors:** (1) Dr.Nittaya Pensirinapa, Associate Professor; (2) Dr. Panee Sitakalin, Associate Professor; **Academic year:** 2018

### Abstract

This research aimed to study: (1) doctor-visit behaviors; (2) knowledge and perception of breast tumor/cancer, interest in breast self-examination and cues to action for doctor visits; (3) relationships between knowledge and perception of breast tumor/cancer, interest in breast self-examination and cues to action for doctor visits; and (4) influence of knowledge and perception, interest in breast self-examination and cues to action for doctor visits, all among patients with breast tumor at Saraburi Hospital.

The study was conducted in 128 breast tumor patients selected using the systemic random sampling from those who attended the Surgical Outpatient Department at Saraburi Hospital, from 1 January through 31 December 2015. Data were collected using a questionnaire with reliability values of 0.73–0.81. Statistics used for data analysis included descriptive statistics, chi-square, Pearson product-moment correlation, and multiple logistic regression.

The results showed that: (1) of all respondents, 61.7% visited the doctor early or within 1 month after their breast tumor was detected, or 145.09 days on average; (2) as for tumor/cancer knowledge and perception, 50% of them had a low level of knowledge and 61.7% had a moderate level of perception, 63.3% had a high level of interest in breast self-examination, and 54.7% had a high level of cues to action for doctor visits; (3) only their tumor/cancer knowledge was significantly associated with doctor-visit behaviors; and (4) based on a logistic regression analysis, their levels of tumor/cancer knowledge significantly decreased the chance of early doctor visits and the cues to action significantly increased the chance of early doctor visits.

**Keywords:** Doctor-visit behavior, Breast tumor, Knowledge, Cues to action