

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ผลของการฝึกอบรมการตลาดเชิงสังคมในโครงการ  
บัตรประกันสุขภาพ จังหวัดอ่างทอง

ชื่อผู้เขียน นางสาวกัญญา ศรีประยูร

สาขารณศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ:

รองศาสตราจารย์ชุนนุม	พรหมขัติแก้ว	ประธานกรรมการ
อาจารย์รังสรรค์	วรวงศ์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุษยมาส	สินธุประมา	กรรมการ
อาจารย์จิราพร	สุวรรณธีรวงูร	กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษานี้เป็นการศึกษาแบบกึ่งทดลอง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของการฝึกอบรมการตลาดเชิงสังคมในโครงการบัตรประกันสุขภาพ จังหวัดอ่างทอง ในด้านอัตราเพิ่มของบัตรประกันสุขภาพ และเปรียบเทียบความแตกต่างในด้านความรู้ด้านสิทธิประโยชน์และการใช้บัตรประกันสุขภาพ ทศนคติต่อบัตรประกันสุขภาพ และการปฏิบัติในการใช้บัตรประกันสุขภาพ รับบริการรักษาพยาบาล กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 61 คน ที่เลือกแบบเจาะจง เป็นผู้ที่ซื้อบัตรประกันสุขภาพ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มศึกษา จำนวน 48 คน ที่ซื้อบัตรประกันสุขภาพในพื้นที่ที่ผู้นำชุมชนอาสาได้รับการฝึกอบรม และกลุ่มเปรียบเทียบ จำนวน 13 คน ที่ซื้อบัตรประกันสุขภาพด้วยตนเองในพื้นที่ที่ไม่ได้รับการฝึกอบรม เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์และแบบตรวจรายการการจำหน่ายบัตรประกันสุขภาพ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ทดสอบสมมติฐานโดยใช้ แมน วิทนี ยู

ผลการศึกษา พบว่า ในกลุ่มศึกษามีอัตราการจำหน่ายบัตรประกันสุขภาพเพิ่มขึ้นร้อยละ 63.33 กลุ่มเปรียบเทียบมีอัตราเพิ่มร้อยละ 7.69 ความรู้ด้านสิทธิประโยชน์และการใช้บัตรประกันสุขภาพ กลุ่มศึกษามีความรู้มากกว่ากลุ่มเปรียบเทียบ ร้อยละ 100 และร้อยละ 84.6 ตามลำดับ ด้านทัศนคติต่อบัตรประกันสุขภาพ พบว่า กลุ่มศึกษาเห็นด้วยในด้านวัตถุประสงค์ของการซื้อบัตรประกันสุขภาพ ราคา และคุณภาพบริการ น้อยกว่ากลุ่มเปรียบเทียบ ร้อยละ 95.8 และร้อยละ 100 ตามลำดับ การปฏิบัติในการใช้บัตรประกันสุขภาพรับบริการรักษาพยาบาล ถูกต้องทั้งหมดทั้ง 2 กลุ่ม โดยกลุ่มศึกษา ร้อยละ 96 กลุ่มเปรียบเทียบร้อยละ 77.8

การทดสอบสมมติฐานพบว่า กลุ่มศึกษาและกลุ่มเปรียบเทียบ มีความรู้ด้านสิทธิประโยชน์และการใช้บัตรประกันสุขภาพ แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p < 0.05$ ) ในด้านทัศนคติต่อบัตรประกันสุขภาพ และการปฏิบัติในการใช้บัตรประกันสุขภาพรับบริการรักษาพยาบาล ของกลุ่มศึกษาและกลุ่มเปรียบเทียบ พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

การศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า การฝึกอบรมการตลาดเชิงสังคมมีความสำคัญทำให้ประชาชนซื้อบัตรประกันสุขภาพเพิ่มขึ้น และจากการที่เจ้าหน้าที่สาธารณสุขยังมีบทบาทสำคัญในการแนะนำให้ประชาชนซื้อบัตรประกันสุขภาพ จึงควรนำการฝึกอบรมการตลาดเชิงสังคมไปประยุกต์ใช้ในการฝึกอบรมร่วมกันระหว่างเจ้าหน้าที่สาธารณสุข ผู้นำชุมชนและอาสาสมัครในพื้นที่อื่นๆ เพื่อให้การจำหน่ายบัตรประกันสุขภาพเพิ่มมากขึ้น และเพื่อให้ประชาชนมีความรู้ ทัศนคติ การปฏิบัติเกี่ยวกับใช้บัตรประกันสุขภาพที่ถูกต้องเป็นไปในแนวทางเดียวกัน

**Independent Study Title** The Effects of Training Social Marketing in Health Insurance Program Ang Thong Province.

**Author** Miss Kanya Sriprayoon.

**Master of Public Health**

**Examining Committee:**

Assoc. Prof. Choomnoom Promkutkao	Chairman
Lecturer Rangsan Voravong	Member
Asst. Prof. Busayamas Sindhuprama	Member
Lecturer Jiraporn Suwanteerangkul	Member

### **Abstract**

This quasi experimental study was designed to study the effects of social marketing training in health insurance program, in Ang Thong, on an increasing participation rate of health insurance card and to compare the difference in the knowledge pertaining the privilege and use, an attitude toward health cards and the practice in health insurance card utilization to obtain health care service. A total of 61 health insurance card holders were selected by purposive sampling. Subjects in the study area comprised 48 individuals who bought health insurance card in area where social marketing training had been provided to community leaders/village health volunteers and the control area, 13 card holders in area where such training had not been provided. Data were collected using an interview and a check list. Descriptive and Mann-Whitney *U* test were used in data analysis.

The results of the study showed that the increase of health insurance card participation in the subdistrict where social marketing training had been provided to community leaders/village health volunteers was higher than the control area (63.33% and 7.69%). The knowledge on privilege and use of health insurance card among subjects in the study area were higher than the control (scoring 100% and 84.6%). The subjects in the study area agreed upon the purpose of buying the card, the price and

the quality of service, less than the control (95.8% and 100%). On the practice of card utilization, both groups did correctly (96% and 77.8% respectively). The knowledge on health insurance card in both groups were statistically different ( $p < 0.05$ ), while an attitude and utilization of health insurance card were not.

The results indicated that social marketing training was important in health insurance card participation and that public health officers are still the key person to persuade people to buy health insurance cards. Therefore, social marketing training should be introduced to public health officers, community leaders, and village health volunteers, in order to promote the use of and to increase people's knowledge, attitude, and practice in health insurance card.