

การรับรู้การรณรงค์ “30 บาทรักษาทุกโรค”



นางสาวนุญธิดา บุญญธัญญกุล

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2546

ISBN 974-17-5556-2

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

I 21939457

1 3 0.8 2549

THE PERCEPTION OF “30 BAHTS RAK SA TOOK ROK” CAMPAIGN

Miss Boontida Boonyathanyakul

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts in Mass Communication

Department of Mass Communication

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2003

ISBN 974-17-5556-2

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การรับรู้การรณรงค์ “30 บาทรักษาทุกโรค”

โดย

นางสาวบุญธิดา บุญธัญญกุล

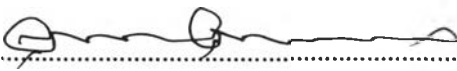
สาขาวิชา

การสื่อสารมวลชน

อาจารย์ที่ปรึกษา

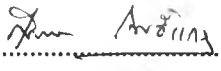
อาจารย์สุภาพร โพธิ์แก้ว

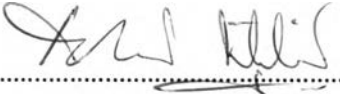
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัย  
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท

  
.....คณบดีคณะนิเทศศาสตร์  
(ศาสตราจารย์ ดร. สุรพล วิบุษย์รักษ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

  
.....ประธานกรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จัญญะเรียม กิติวัฒน์)

  
.....อาจารย์ที่ปรึกษา  
(อาจารย์สุภาพร โพธิ์แก้ว)

  
.....กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เกริกเกียรติ พันธุ์พิพัฒน์)

บุญธิดา บุญญธัญญกุล : การรับรู้การณรงค์ “30 บาทรักษาทุกโรค”. (THE PERCEPTION OF “30 BAHTS RAK SA TOOK ROK” CAMPAIGN) อ. ที่ปรึกษา : อาจารย์สุภาพร โพธิ์แก้ว, 148 หน้า. ISBN 974-175-556-2.

การวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบการตระหนักรู้และเข้าใจของประชาชนตอนโยบาย 30 บาท รักษาทุกโรค และเพื่อเข้าใจการรับรู้และการตีความของประชาชนต่อการบริการสาธารณสุขตามโครงการ 30 บาทรักษาทุกโรค ใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เจาะลึกประชาชนที่รับบริการจำนวน 114 คน และเจ้าหน้าที่สาธารณสุขจำนวน 17 คน จากสถานพยาบาลในจังหวัดพะเยา ยโสธร นครสวรรค์ สมุทรสาคร ปทุมธานี ยะลา นนทบุรี สมุทรปราการ และกรุงเทพมหานคร มีขอบเขตการวิจัยตั้งแต่นโยบาย 30 บาทรักษาทุกโรคมี่พื้นที่ปรากฏผ่านสื่อมวลชนในช่วงที่พรรคไทยรักไทยได้รับการเลือกตั้ง คือตั้งแต่วันที่ 6 มกราคม 2544 จนถึงวันที่ 1 กรกฎาคม 2545 โดยใช้แนวคิดเรื่องการวิเคราะห์ผู้รับสารกับการรับรู้ ทฤษฎีการเลือกและการแสวงหาข่าวสาร แนวคิดเรื่องการกำหนดประเด็นวาระของข่าวสาร แนวคิดเรื่องการณรงค์เพื่อการสื่อสารประเด็นสาธารณะ และแนวคิดเรื่องการตลาดทางสังคม มาเป็นแนวทางในการศึกษาและวิเคราะห์

สรุปผลการศึกษาพบประเด็นการสื่อสารสาธารณะนโยบาย 30 บาทรักษาทุกโรคที่ปรากฏในสื่อมวลชนครอบคลุม 3 ประเด็นหลักที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกันคือ 1.แนวคิดด้านสาธารณสุข ระหว่างการมุ่งเน้นที่การป้องกันและสร้างเสริมสุขภาพหรือการรักษาโรค, 2.การบริหารจัดการงบประมาณ ให้สถานพยาบาลดำเนินโครงการได้อย่างยั่งยืน และ 3. สิทธิประโยชน์ที่ประชาชนควรได้รับ โดยพบว่าการณรงค์ด้วยข้อความ “30 บาทรักษาทุกโรค” เป็นการมุ่งเน้นสื่อความหมายที่ให้ความสำคัญต่อการรักษาความเจ็บป่วย และประชาชนก็รับรู้่นโยบายดังกล่าวไปในลักษณะเดียวกันคือเมื่อเจ็บป่วยสามารถรักษาด้วยเงิน 30 บาท อีกทั้งเกิดความคาดหวังว่าจะได้รับการรักษาที่มีคุณภาพโดยไม่มีเงื่อนไข และไม่มีข้อจำกัด แต่ในทางปฏิบัติ นโยบายดังกล่าวขาดความชัดเจนในแผนดำเนินงานที่ปฏิบัติได้จริง จึงเกิดเป็นประเด็นขัดแย้งระหว่างความพยายามที่จะบริหารเงิน บริหารคนเพื่อความอยู่รอดในการดำเนินโครงการของฝ่ายผู้ให้บริการกับการรับรู้และความคาดหวังสิทธิต่าง ๆ พร้อมคุณภาพที่จะได้รับของฝ่ายผู้รับบริการ ทั้งนี้สื่อมวลชนซึ่งมีส่วนในการสร้างการรับรู้ทั้งในแง่การสร้าง ความเข้าใจและการติดตามตรวจสอบการดำเนินงานตามนโยบายโดยมุ่งเน้นที่ประเด็นการบริหารจัดการงบประมาณและสิทธิประโยชน์ของประชาชน จึงเป็นผลให้การสื่อสารสาธารณะในประเด็นแนวคิดด้านสาธารณสุข โดยเฉพาะการป้องกันและสร้างเสริมสุขภาพถูกลดความสำคัญไป

ภาควิชาการสื่อสารมวลชน  
สาขาวิชาการศึกษาสื่อสารมวลชน  
ปีการศึกษา 2546

ลายมือชื่อนิติ.....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

## 4385091528 : MAJOR MASS COMMUNICATION

KEY WORD: PERCEPTION / 30 BAHTS / CAMPAIGN / HEALTH / POLICY

BOONTIDA BOONYATHANYAKUL : THE PERCEPTION OF "30 BAHTS RAK SA TOOK ROK" CAMPAIGN. THESIS ADVISOR : SUPAPORN PHOKAEW, 148 pp. ISBN 974-17-5556-2.

This qualitative research aims to find out public awareness and understanding of the "30 Bahts Rak Sa Took Rok" policy ("30 Bahts cure all" policy), as well as their perception and interpretation of the healthcare services. This research covers the period from 6 January 2001 to 1 July 2002. In depth interview was conducted among 114 patients and 17 hospital staffs from Bangkok and 8 other provinces. Theoretical frameworks used in the analysis include the concept of Audience Analysis and Perception, Agenda Setting, Public Communication Campaign and Social Marketing.

It is found that the public communication issues of the "30 Bahts Rak Sa Took Rok" relate to 3 aspects : 1) the concept of public health, 2) budgeting and management, and 3) the benefit. It can be said that the use of the phrases "30 Bahts Rak Sa Took Rok", meaning "30 Bahts for the cure of all illnesses", inevitably places the emphasis on the curative treatment. The perception among the public is that the treatment for any illness costs only 30 bahts without any restriction or conditions. In practice, the execution plan is not clear enough, leading to the conflicts between the need to manage the money and the manpower on the part of the service providers and the expectation on the part of the clients. It is also found that mass media largely focus on the aspects of management and services, resulting in further lessening the important of the preventive measures.

Department MASS COMMUNICATION  
Field of study MASS COMMUNICATION  
Academic year 2003

Student's signature.....  
Advisor's signature.....  
Co-advisor's signature.....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจากอาจารย์สุภาพร โพธิ์แก้ว อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่คอยเอาใจใส่ ให้คำปรึกษาชี้แนะแนวทางการทำวิจัย และให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยตลอดมา รวมทั้งด้วยความเมตตาจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ขวัญเรือน กิติวัฒน์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์เกริกเกียรติ พันธุ์พิพัฒน์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ที่ได้สละเวลาในการรับฟังและให้คำแนะนำแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ในงานวิจัย ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณในความกรุณาของอาจารย์ทุกท่านอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบคุณพี่ๆ เจ้าหน้าที่ ณ สถานพยาบาลต่าง ๆ ที่ให้ความเป็นกันเองและให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ แก่ผู้วิจัย และที่ขาดไม่ได้คือขอขอบคุณประชาชนที่สละเวลาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งแก่ผู้วิจัย

ที่สำคัญขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อคุณแม่ที่ให้ความรัก ความห่วงใย เสียสละเวลาเดินทางไปเก็บข้อมูลกับผู้วิจัยเกือบทุกภาคของประเทศ และคอยเป็นกำลังใจแก่ลูกตลอดมา ท้ายสุดนี้ ขอขอบคุณคุณนรินทร์ แสงสวัสดิกุลที่ให้ความช่วยเหลือในด้านการเดินทางและเป็นกำลังใจแก่ผู้วิจัยเสมอมา

บุญธิดา บุญญรัญญกุล

# สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฅ

## บทที่

1.	บทนำ.....	1
	ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
	ปัญหาคำวิจัย.....	10
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	10
	ข้อสันนิษฐานเบื้องต้น.....	10
	ขอบเขตการวิจัย.....	11
	นิยามศัพท์.....	11
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	12
2	แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13
	แนวคิดเรื่องการวิเคราะห์ผู้รับสารกับการรับรู้.....	13
	ทฤษฎีการเลือกและการแสวงหาข่าวสาร.....	22
	แนวคิดเรื่องการกำหนดประเด็นวาระของข่าวสาร.....	26
	แนวคิดเรื่องการรณรงค์เพื่อการสื่อสารในประเด็นสาธารณะ และแนวคิดเรื่องการตลาดทางสังคม.....	28
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	37

## สารบัญ (ต่อ)

หน้า

3	ระเบียบวิธีวิจัย.....	39
	แหล่งข้อมูลการวิจัย.....	39
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	41
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	43
	การนำเสนอข้อมูล.....	44
4.	ภาพรวมการสื่อสารสาธารณะในประเด็นนโยบาย 30 บาทรักษาทุกโรค ภายหลังจากพรรคไทยรักไทยได้รับการเลือกตั้ง.....	45
5.	การตระหนักรู้และความเข้าใจของประชาชนที่มีต่อนโยบาย 30 บาท รักษาทุกโรค.....	88
6.	การรับรู้และการตีความของประชาชนต่อการบริการสาธารณสุข ตามโครงการ 30 บาทรักษาทุกโรค.....	99
7.	การรับรู้ของประชาชนต่อรายละเอียดของโครงการ 30 บาทรักษาทุกโรค.....	112
	7.1 การรับรู้ที่ผิดพลาดไปจากข้อมูลที่เป็นจริง.....	117
	7.2 การรับรู้ที่บิดเบือนไปจากข้อมูลที่เป็นจริง.....	120
	7.3 การรับรู้ที่ถูกต้องสมบูรณ์.....	126
8.	สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	133
	อภิปรายผล.....	134
	ข้อเสนอแนะ.....	139
	รายการอ้างอิง.....	140
	ภาคผนวก.....	143
	ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	148



## สารบัญภาพ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แบบจำลองการณรงค์เพื่อการสื่อสาร.....	31
2 บทความวิพากษ์วิจารณ์ของนักวิชาการตอน โยบาย 30 บาท.....	47
3 โปสเตอร์โครงการ 30 บาทรักษาทุกโรค.....	51
4 สถานการณ์ความตึบหน้าหลังจากเริ่มโครงการนำร่อง 30 บาทรักษาทุกโรค.....	52
5 ทิศนะความคิดเห็นของคณะแพทย์โรงพยาบาลพระจอมเกล้าเพชรบุรีต่อ โครงการ 30 บาทฯ.....	53
6 สถานการณ์ความตึบหน้าหลังจากนำร่องโครงการ 30 บาทรักษาทุกโรค.....	54
7 สื่อเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจโครงการ 30 บาทรักษาทุกโรค.....	57
8 สื่อเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจโครงการ 30 บาทรักษาทุกโรค.....	57
9 สื่อเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจโครงการ 30 บาทรักษาทุกโรค.....	58
10 เอกสารแผ่นพับของโรงพยาบาลสมุทรปราการจัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจโครงการ 30 บาทรักษาทุกโรค.....	59
11 เอกสารแผ่นพับของโรงพยาบาลยะลาจัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจ โครงการ 30 บาทฯ.....	59
12 สื่อเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจในงานตลาดนัดสุขภาพที่จัดขึ้น โดยกระทรวง สาธารณสุข.....	62
13 จดหมายข่าวของกระทรวงสาธารณสุข-เปิดศูนย์บริการประกันสุขภาพ และสายด่วนสุขภาพ.....	63
14 เอกสารเผยแพร่ของกระทรวงสาธารณสุขสายด่วน 1330 ในโครงการ 30 บาทฯ.....	64
15 ปัญหาการร้องเรียนของประชาชนจากการบริการตามโครงการ 30 บาทฯ.....	67
16 บทความวิพากษ์วิจารณ์ของสื่อมวลชนต่อโครงการ 30 บาทฯ.....	68
17 ปัญหาการร้องเรียนของประชาชนจากการบริการตามโครงการ 30 บาทฯ.....	69
18 บทความวิพากษ์วิจารณ์ของนักวิชาการนายอัมมาร สยามวาลาต่อโครงการ 30 บาทฯ.....	69
19 บทความวิพากษ์วิจารณ์ของผศ.ทวีศักดิ์ เสวตเสริมดีต่อโครงการ 30 บาทฯ.....	70

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพประกอบ	หน้า
20	ประเด็นข่าวปัญหาการจัดสรรงบประมาณโครงการ 30 บาทฯ.....71
21	บทความวิพากษ์วิจารณ์ของสื่อมวลชนต่อโครงการ 30 บาทฯ.....72
22	ความคืบหน้าและให้ความรู้ในส่วนรายละเอียดและปัญหาของโครงการ 30 บาทฯ.....73
23	ประเด็นข่าวงบประมาณจัดการโครงการ 30 บาทฯในรอบ 1 ปี.....74
24	ประเด็นข่าวงบประมาณโครงการ 30 บาทฯ.....75
25	ผลการดำเนินโครงการ 30 บาทรักษาทุกโรค.....76
26	ปัญหาการร้องเรียนของโรงพยาบาลในการเรียกเก็บเงิน.....76
27	ข่าวความเป็นไปของโครงการ 30 บาทรักษาทุกโรค.....77
28	บทความวิพากษ์วิจารณ์รศ.นพ.สังคม จงพิพัฒน์วณิชย์ต่อโครงการ 30 บาทฯ.....78
29	ปัญหาการร้องเรียนของแพทย์.....79
30	ความคืบหน้าในส่วนรายละเอียดของโครงการ 30 บาทฯ.....80
31	โครงการ 30 บาทฯส่งผลต่อจริยธรรมแพทย์.....81
32	ลงคะแนนเลือกโครงการ 30 บาทฯ.....82
33	ภาพรวมการสื่อสาร “30 บาทรักษาทุกโรค” ที่มีผลต่อประชาชนและ บุคลากรในสถานพยาบาลตามโครงการ 30 บาทรักษาทุกโรค.....138