

บทความการวิจัย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ชุดตรวจการติดเชื้อโควิด-2019 ในน้ำลาย
ของผู้บริโภคในเขตบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

FACTORS AFFECTING THE DECISION TO USE THE COVID-2019 SALIVA TEST
KIT PRODUCT OF CONSUMERS IN BANG PHLI DISTRICT SAMUT PRAKAN
PROVINCE

ธัญชนก โทนแก้ว
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะของผู้บริโภค ส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ชุดตรวจการติดเชื้อโควิด-2019 ในน้ำลาย ของผู้บริโภคในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 2) เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ชุดตรวจการติดเชื้อโควิด-2019 ในน้ำลาย ของผู้บริโภคในเขตบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ กับลักษณะของผู้บริโภค 3) เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ชุดตรวจการติดเชื้อโควิด-2019 ในน้ำลาย ของผู้บริโภคในเขตบางพลี จังหวัดสมุทรปราการกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภค จำนวน 385 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน Independent t-test ค่าความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นชาย อายุ 26-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท 2) ส่วนประสมทางการตลาด 4P's ในภาพรวมและรายด้าน มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด โดยเรียงจากมากไปหาน้อย คือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ 3) การตัดสินใจการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ชุดตรวจการติดเชื้อโควิด-2019 ในน้ำลาย ของผู้บริโภคในเขตบางพลี จังหวัดสมุทรปราการในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด 4) ผู้บริโภคที่มีสถานภาพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ชุดตรวจการติดเชื้อโควิด-2019 ในน้ำลาย ของผู้บริโภคในเขตบางพลี จังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 5) ส่วนประสมทางการตลาดได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ด้านการส่งเสริมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ชุดตรวจการติดเชื้อโควิด-2019 ในน้ำลาย ของผู้บริโภคในเขตบางพลี จังหวัดสมุทรปราการที่ระดับนัยสำคัญ .05 ซึ่งตัว

แปรทั้ง 4 ตัวสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ชุดตรวจการติดเชื้อโควิด-2019 ใน น้ำลาย ของผู้บริโภคในเขตบางพลี จังหวัดสมุทรปราการได้ร้อยละ 28.20

คำสำคัญ: ชุดตรวจน้ำลาย, โควิดโควิด-2019, ส่วนผสมทางการตลาด

ABSTRACT

The objectives of this research are 1) to examine the characteristics of consumers, marketing mix and the decision to use the COVID-2019 saliva test kit product of consumers in Bang Phli District Samut Prakan Province 2) To compare the decision to use saliva COVID-2019 infection testing kit product of consumers in Bang Phli District Samut Prakan Province with the characteristics of consumers 3) To study the marketing mix that affects the decision to use the COVID-2019 saliva test kit product of consumers in Bang Phli District Samut Prakan Province, the sample group consisted of 385 consumers. The questionnaire was used as a tool to collect data. Statistics used in the data analysis include frequency, percentage, mean, standard deviation, independent t-test, one-way ANOVA. and multiple regression analysis.

The results of the research revealed that 1) Most of the respondents were male, aged 26-30 years, a bachelor's degree, marital status married, and an average monthly income of 20,001 - 30,000 baht. 2) Marketing mix 4P's overall and each aspect had the highest level of average, and each aspect in descending order from product, price, location, and marketing promotion, respectively. 3) Deciding on the use of saliva COVID-2019 infection testing kit product of consumers in Bang Phli District Samut Prakan Province, had the highest average level. 4) Consumers with different marital status and average monthly income, there was statistically significant difference of mean of the decision to use COVID-2019 saliva test kit product of consumers in Bang Phli District Samut Prakan Province at the level 0.05. 5) The marketing mix includes Product aspect, price aspect, location aspect, and marketing promotion aspect affect the decision to choose the product of the COVID-2019 infection testing kit in saliva. of consumers in Bang Phli District

Samut Prakan Province at the significance level 0.05, all 4 variables can explain the variation in the selection of saliva COVID-2019 infection test products of consumers in Bang Phli District Samut Prakan Province got 28.20 percent.

Keywords: Saliva testing kit, COVID-2019, marketing mix

ภูมิหลัง

โรคติดต่ออุบัติใหม่ ซึ่งเริ่มมีการระบาดจากเมืองอู่ฮั่น ในประเทศจีน ที่ลุกลามขยายการระบาดไปทั่วโลก หรือโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-2019 หรือโรคโควิด-2019 (COVID -2019) หนึ่งในตระกูลโคโรนาไวรัส เช่น ซาร์ส (Severe Acute Respiratory Syndrome: SARS) ที่เคยเกิดการระบาดในเอเชียปี ค.ศ. 2002 และเมอร์ส (Middle East Respiratory Syndrome: MERS) ที่เคยเกิดระบาดในตะวันออกกลางเมื่อปี ค.ศ. 2012 ซึ่งทั้งซาร์ส และเมอร์สเป็นโรคที่ส่งผลกระทบต่อระบบทางเดินหายใจ ที่ทำให้มีผู้เสียชีวิตจำนวนมาก โดยเชื้อที่เป็นสาเหตุ คือ เชื้อไวรัสโคโรนา ซึ่งเป็นเชื้อตระกูลเดียวกับกับโควิด-2019 ที่สามารถติดต่อเข้าสู่คน ผ่านทางการไอ จาม สัมผัสโดยตรงกับสารคัดหลั่ง เช่น น้ำมูก น้ำลาย จากการศึกษาการติดเชื้อจากไวรัส พบว่า คนติดเชื้อคนหนึ่งจะสามารถแพร่เชื้อไปให้คนอื่นได้ประมาณ 2-6 คน (ธีระ วรธนารัตน์, 2563)

ในประเทศไทยโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-2019 ยังคงแพร่ระบาดอย่างต่อเนื่องทั้งในชุมชนและสถานประกอบการหลายแห่งการควบคุมการระบาดของโรคที่สำคัญคือ การตรวจเชิงรุกให้ได้มากที่สุด เพื่อแยกผู้ที่ติดเชื้อเข้ารับการรักษาพยาบาล อันเป็นการตัดวงจรการแพร่ระบาดของโรค กระทรวงสาธารณสุขจึงมีนโยบายใช้ชุดตรวจคัดกรองแบบรวดเร็ว เพื่อให้การเฝ้าระวัง สอบสวนและควบคุมโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-2019 ดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ไมลา อิศระสงคราม, 2565)

ปัจจุบันเทคนิคทางห้องปฏิบัติการที่ใช้เป็นมาตรฐานในตรวจยืนยันโรคโควิด-2019 คือ การตรวจหาสารพันธุกรรมของเชื้อไวรัสด้วย real-time reverse transcription polymerase chain reaction (real-time RT-PCR หรือ rRT-PCR) ข้อจำกัดของวิธีข้างต้นคือจะต้องใช้ระยะเวลานานในการวิเคราะห์ในห้องปฏิบัติการทาง เทคนิคการแพทย์ โดยทั่วไปแต่ละรอบของการตรวจวิเคราะห์จะใช้เวลาประมาณ 3-5 ชั่วโมง และสามารถออกรายงานผลการตรวจได้ภายใน 24 ชั่วโมง อย่างไรก็ตาม ในกรณีที่มีการส่งตัวอย่างตรวจวิเคราะห์เป็นจำนวนมาก อาจทำให้ระยะเวลาในการออกรายงานผลการตรวจงานขึ้น จึงมีการเสนอให้ใช้ชุดตรวจคัดกรองแบบรวดเร็วหรือ Rapid test เพื่อช่วยในการคัดกรองโรคดังกล่าว ร่วมกับการตรวจด้วยวิธี Real-Time RT-PCR โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้ในสถานการณ์ที่มีการระบาดของ

โรโควิด-2019 ในชุมชนเป็นวงกว้าง ซึ่งชุดตรวจคัดกรองดังกล่าวมีชื่อว่า “แอนติเจน เทสต์ คิท” (Antigen test kit, ATK, Rapid antigen test) ชุดตรวจนี้ใช้เวลาตรวจ อ่านผลการตรวจด้วยตาเปล่า และออกผลการตรวจได้ในระยะเวลา 15-30 นาที “แอนติเจน เทสต์ คิท” เป็นชุดตรวจที่ใช้ตรวจหาโปรตีนหรือแอนติเจนของเชื้อไวรัส SARS-CoV-2 ส่วนมากจะเป็นการตรวจหาโปรตีนชนิด Nucleocapsid หรือ N-protein วิธีการสังเกตชุดตรวจประเภทนี้คือ ตัวชุดตรวจ (ทั้งช่องบรรจุและชุดตรวจ) จะเขียนข้อมูลชัดเจนว่าเป็นชุดตรวจแอนติเจน (Ag) และเมื่อดูที่ตัวชุดตรวจจะเห็นตัวอักษรภาษาอังกฤษที่สำคัญในส่วนที่ใช้อ่านผลคือ “T” (T คือ Test line สำหรับอ่านผลการทดสอบในตัวอย่างตรวจว่าเป็นบวกหรือลบ) และ “C” (C คือ Control line หรือแถบควบคุมที่จะบอกว่าผลการทดสอบน่าเชื่อถือหรือไม่) ในขณะที่ชุดตรวจอีกประเภทหนึ่งคือ “แอนติบอดี เทสต์ คิท” (Antibody test kit) ที่ใช้ตรวจภูมิคุ้มกันต่อโรโควิด-2019 จะแสดงอักษรภาษาอังกฤษที่สำคัญในส่วนที่ใช้อ่านผลในชุดตรวจคือ “M”, “G” และ “C” ตามลำดับ (M แสดงถึงแถบสีของแอนติบอดีชนิด M หรือ IgM, G แสดงถึงแถบสีของแอนติบอดีชนิด G หรือ IgG) ชุดตรวจที่ใช้จะขึ้นอยู่กับชุดตรวจแต่ละยี่ห้อ โดยทั่วไปจะนิยมใช้ตัวอย่างจากระบบทางเดินหายใจได้แก่ ตัวอย่างการป้ายหลังโพรงจมูก (Nasopharyngeal Swab หรือ NPS) และป้ายจากลำคอ (Throat Swab หรือ TS) นอกจากนี้ยังสามารถใช้ตัวอย่างตรวจอื่น ๆ ได้เช่น ตัวอย่างตรวจจากการป้ายในโพรงจมูก (Nasal Swab) หรือน้ำลาย (Saliva) เป็นต้น ทั้งนี้การใช้ตัวอย่างตรวจอื่น ๆ ให้ปฏิบัติตามคำแนะนำที่ระบุในคู่มือการใช้ของชุดตรวจแต่ละยี่ห้อ การตรวจการติดเชื้อไวรัสก่อโรโควิด-2019 ด้วยวิธี “แอนติเจน เทสต์ คิท” สามารถเก็บตัวอย่างเพื่อตรวจหลังสงสัยว่า สัมผัสเชื้อหรือมีความเสี่ยงต่อการรับเชื้อตั้งแต่ 3-5 วันเป็นต้นไปจนถึง 14 วัน ส่วนใหญ่จะเก็บตัวอย่างตรวจในช่วง 3-7 วัน โดยค่าเฉลี่ยวันแรกที่สามารถตรวจพบเชื้อได้จะอยู่ที่วันที่ 5 หลังสัมผัสเชื้อหรือมีความเสี่ยง นอกจากนี้ไม่แนะนำให้เก็บตัวอย่างหลังวันที่ 14 มาตรวจด้วย “แอนติเจน เทสต์ คิท” เนื่องจากปริมาณของไวรัสอาจลดลงและทำให้ผลการทดสอบไม่แม่นยำได้ (อาจต้องตรวจด้วยวิธีอื่น ๆ ทดแทน) นอกจากนี้ ควรเริ่มเก็บตัวอย่างตรวจครั้งแรกในช่วงวันแรกที่มีอาการทางระบบทางเดินหายใจหรือมีอาการสงสัยและเข้ากันได้กับโรโควิด-2019 และอาจต้องตรวจซ้ำอีกครั้งในช่วงระยะเวลาที่เหมาะสมเช่น 3-5 วันหลังจากการตรวจครั้งแรกเพื่อให้ผลการตรวจมีความแม่นยำและน่าเชื่อถือมากขึ้น (เมธี ศรีประพันธ์, 2564)

วิธีการตรวจหาเชื้อไวรัสโคโรนา-2019 เป็นวิธีการที่จะทำให้กลับไปใช้ชีวิตได้เหมือนช่วงก่อนที่จะมีการระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ ไม่ต้องเว้นระยะห่างทางสังคม ไม่ต้องสวมผ้าปิดปากและจมูก ไม่ต้องกลัวเชื้อโคโรนา-2019 เหตุผลที่ต้องมีข้อจำกัดต่าง ๆ ก็เพื่อพยายามจะเอาชนะไวรัสนี้ให้ได้ และลดการแพร่กระจายให้น้อยที่สุด สิ่งที่เราจำเป็นต้องมีคือ วิธีการที่น่าเชื่อถือและรวดเร็วในการตรวจสอบว่าคนที่อยู่รอบตัวเรามีใครที่ติดเชื้อบ้าง ปัญหาแรกคือ มีผู้ติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่น้อยกว่า 1 ใน 4 ที่มีอาการป่วยในวันที่เข้ารับการตรวจ ทำให้มีความเสี่ยงที่จะแพร่เชื้อไวรัสโดยไม่รู้ตัวว่าตัวเองติดเชื้ออยู่

และปัญหาการตรวจหาเชื้อ โดยมาตรฐานที่ใช้ในปัจจุบันคือ การเก็บตัวอย่างจากหลังช่องคอและในโพรงจมูก บางทีอาจทำให้รู้สึกไม่ดีกับการแหย่ไม้พันสำลีกันยาว ๆ เข้าไปแถว ๆ ต่อมทอนซิล และจมูก ทำให้รู้สึกอยากจะอาเจียน แม้ว่าจะกินเวลาแค่ไม่กี่วินาที ทำให้ไม่อยากตรวจหาเชื้อบ่อย ทำให้มีการหาวิธีที่จะทำการตรวจใหม่ ๆ (บีบีซีดอทคอม, 2563)

ต่อมามีการวิจัยในหลายสถาบันทางการแพทย์ พบผลการวิจัยของโรงพยาบาลรามามาธิบดินทร์มีส่วนสำคัญในการผลักดันให้เกิดนโยบายการตรวจน้ำลาย งานวิจัยนี้ทำการศึกษาจากผู้มารับการตรวจที่คลินิกโรคทางเดินหายใจจำนวน 200 ราย พบว่าการใช้ตัวอย่าง NP+throat swab samples สามารถพบผู้ติดเชื้อได้ ร้อยละ 9.50 และตรวจจากน้ำลายได้ร้อยละ 8.00 และพบว่าการตรวจจากน้ำลายมีความไวสูงถึงร้อยละ 84.20 และมีความจำเพาะร้อยละ 98.90 แต่มีผลแตกต่างจากการศึกษาของ สปคม. ที่ศึกษาในผู้ที่ถูกกักตัวอยู่ใน State _Quarantine โดยมีการเก็บด้วย NP+ throat swab และตรวจด้วยน้ำลายที่เก็บได้ในเวลาใกล้เคียงกัน ซึ่งอาจเกิดจากการตรวจสอบจากตัวอาสาสมัครและความเป็น Hospital setting (Pasomsub, et al., 2020) การเก็บ NP Swab ผู้เก็บต้องเป็นบุคลากรทางการแพทย์ที่ได้รับการฝึกฝนมาแล้วเท่านั้น ส่วนการเก็บน้ำลายผู้ป่วยสามารถบ้วนหรือขากน้ำลายได้ด้วยตนเอง และการเก็บน้ำลายยังไม่ก่อให้เกิดการระคายเคืองต่อผู้ป่วย โดยเฉพาะรายที่ต้องเก็บตัวอย่างวันละหลายครั้ง (พิไลพันธ์ พุธรวัตนะ, 2564)

การเลือกใช้ชุดตรวจเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-2019 ที่ มีผลกระทบต่อการใช้ชีวิตประจำวันของประชาชนเป็นอย่างมาก จากสาเหตุดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ชุดตรวจน้ำลายป้องกันการติดเชื้อโควิด-2019 ของผู้บริโภคนในเขตบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ” เพื่อทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ชุดตรวจน้ำลายในการป้องกันการติดเชื้อโควิด-2019 และเป็นประโยชน์และความรู้แก่ผู้บริโภคนในการเลือกใช้ชุดตรวจน้ำลายในการป้องกันการติดเชื้อโควิด-2019 ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1 เพื่อศึกษาลักษณะของผู้บริโภค ส่วนประสมทางการตลาด 4P's และการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ชุดตรวจน้ำลายป้องกันการติดเชื้อโควิด-2019 ของผู้บริโภคนในเขตบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ชุดตรวจน้ำลายป้องกันการติดเชื้อโควิด-2019 ของผู้บริโภคนในเขตบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ กับลักษณะของผู้บริโภค
3. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาด 4P's ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ชุดตรวจน้ำลายป้องกันการติดเชื้อโควิด-2019 ของผู้บริโภคนในเขตบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากร คือ ผู้บริโภคในเขตบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริโภคในเขตบางพลี จังหวัดสมุทรปราการที่เลือกใช้ชุดตรวจน้ำลายป้องกันโรคโควิด-2019 ขนาดตัวอย่างคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran (1953) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชขันธ์บัญชา, 2560) ได้กลุ่มตัวอย่าง 385 คน โดยการสุ่มแบบเจาะจงจากผู้บริโภคในเขตบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ที่เลือกใช้ชุดตรวจน้ำลายป้องกันโรคโควิด-2019

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษารุ่นนี้มุ่งเน้นถึง ศึกษาเอกสาร ตำรา บทความ เกี่ยวกับทฤษฎี แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด 4P's ข้อมูลเกี่ยวกับโรคโควิด-2019 และชุดตรวจน้ำลายป้องกันโควิด-2019

3. ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1) ลักษณะของผู้บริโภค ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2) ส่วนประสมทางการตลาด 4P's ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ชุดตรวจน้ำลายป้องกันการติดเชื้อโควิด-2019 ของผู้บริโภคในเขตบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

4. ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการศึกษาวิจัย ตั้งแต่เดือน กันยายน - ธันวาคม 2566

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษารุ่นนี้ ผู้วิจัยกำหนดให้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ลักษณะของแบบสอบถาม มี 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะของผู้บริโภค ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่ (Place) ด้านส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) รวม 12 ข้อ แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert's Five Rating Scale)

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ชุดตรวจน้ำลายป้องกันการติดเชื้อ โควิด-2019 ของผู้บริโภคในเขตบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert's Five Rating Scale) จำนวน 5 ข้อ

เกณฑ์การให้คะแนนในส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 มีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

คะแนน

5 คะแนน	หมายถึง	มากที่สุด
4 คะแนน	หมายถึง	มาก
3 คะแนน	หมายถึง	ปานกลาง
2 คะแนน	หมายถึง	น้อย
1 คะแนน	หมายถึง	น้อยที่สุด

การแปลความหมายโดยเทียบค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์ของเบสท์ (Best, 1981)

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00	หมายถึง	มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20	หมายถึง	มาก
คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40	หมายถึง	ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60	หมายถึง	น้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80	หมายถึง	น้อยที่สุด

2. ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือดังนี้

1. ศึกษาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ และแนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด 4P's ข้อมูลเกี่ยวกับโรคโควิด-2019 และชุดตรวจน้ำลายป้องกันโรคโควิด-2019 และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาทำการสร้างเป็นแบบสอบถามให้ครอบคลุมเนื้อหาที่จะศึกษา

2. ทำการสร้างแบบสอบถามที่เกี่ยวกับลักษณะของผู้บริโภค ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P's และการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ชุดตรวจน้ำลายป้องกันการติดเชื้อโควิด-2019 ของผู้บริโภคในเขตบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อทำการตรวจสอบ ข้อบกพร่อง และนำข้อเสนอแนะมาทำการปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์และเที่ยงตรงมากยิ่งขึ้น แล้วนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านตรวจสอบความสอดคล้องของแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย

4. การหาค่าความเที่ยงตรงของเครื่องมือ นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่านทดสอบหาความสอดคล้องของแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย โดยใช้วิธีการคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC : Index of Item Objective Congruence) โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

+1 หมายถึง ผู้ทรงคุณวุฒิแน่ใจว่าคำถามนั้นสอดคล้องกับเนื้อหา สามารถนำไปวัดได้อย่างแน่นอน

0 หมายถึง ผู้ทรงคุณวุฒิไม่แน่ใจว่าคำถามนั้นสอดคล้องกับเนื้อหา ไม่แน่ใจว่าจะนำไปวัดได้

-1 หมายถึง ผู้ทรงคุณวุฒิแน่ใจว่าคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับเนื้อหา ไม่สามารถนำไปวัดได้อย่างแน่นอน

5. การหาค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม (IOC) โดยใช้สูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC หมายถึง ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence)

R หมายถึง ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมด

N หมายถึง จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

ค่าดัชนี IOC ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 1 ซึ่งมากกว่า 0.50 ถือว่าข้อคำถามนั้นใช้ได้ สามารถนำไปใช้วัดได้ ถ้าข้อคำถามใดมีค่าน้อยกว่า 0.50 ข้อคำถามนั้นก็ถูกตัดออกไป หรือนำไปปรับปรุงแก้ไขใหม่ให้ดีขึ้น

6. ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อทำการตรวจสอบอีกครั้งแล้วนำมาแก้ไขให้สมบูรณ์ก่อนนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

7. หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิเสนอแนะแล้วไปทดลองใช้ กับกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ของแบบสอบถาม และทำการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ด้วยวิธี Cronbach's Alpha coefficient ของ Cronbach (1974) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.934 ถ้าความเชื่อมั่นมีค่าตั้งแต่ 0.71 – 1.00 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสูง) (Garrett, 1965) สามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยสุ่มแบบเจาะจงจากผู้บริโภคที่เลือกซื้อชุดตรวจน้ำลายป้องกันโรคโควิด-2019 ในเขตบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อตอบแบบสอบถาม จำนวน 385 คนเมื่อรับคืนมา จนครบตามจำนวน และนำแบบสอบถามมาแยกเฉพาะฉบับที่สมบูรณ์ ให้ได้ตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูล

สรุปผล

1. ผลการวิเคราะห์ลักษณะของผู้บริโภค พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นชาย ร้อยละ 57.92 อายุ 26-30 ปี ร้อยละ 55.84 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 83.12 สถานภาพ สมรส ร้อยละ 90.39 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท ร้อยละ 38.40

2. ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด 4P's พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด 4P's ในภาพรวม ค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.38$) เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยแต่ละด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดทุกด้าน โดยเรียงจากมากไปหาน้อย คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 4.41$) รองลงมาคือ ด้านราคา ($\bar{x} = 4.40$) ด้านสถานที่ ($\bar{x} = 4.38$) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ($\bar{x} = 4.34$) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ชุดตรวจน้ำลายป้องกันการติดเชื้อโควิด-2019 ของผู้บริโภคในเขตบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า การตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ชุดตรวจน้ำลายป้องกันการติดเชื้อโควิด-2019 ของผู้บริโภคในเขตบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.29$) เมื่อทำการวิเคราะห์รายข้อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย 3 อันดับ ได้แก่ อันดับ 1 คือ ท่านเลือกชุดตรวจน้ำลายป้องกันการติดเชื้อโควิด-2019 เพราะใช้ง่ายและผลตรวจมีความน่าเชื่อถือ ($\bar{x} = 4.32$) อันดับ 2 คือ ท่านเลือกชุดตรวจน้ำลายป้องกันการติดเชื้อโควิด-2019 เพราะใช้แล้วไม่ระคายเคือง ($\bar{x} = 4.30$) และอันดับ 3 คือท่านเลือกชุดตรวจน้ำลายป้องกันการติดเชื้อโควิด-

2019 เพราะต้องการนำมาทดลองใช้ท่านเลือกชุดตรวจน้ำลายป้องกันการติดเชื้อโควิด-2019 เพราะต้องการนำมาทดลองใช้แทนชุดตรวจแบบอื่น ($\bar{x} = 4.29$)

4.ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ชุดตรวจน้ำลายป้องกันการติดเชื้อโควิด-2019 ของผู้บริโภคในเขตบางพลี จังหวัดสมุทรปราการกับลักษณะของผู้บริโภคพบว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ชุดตรวจน้ำลายป้องกันการติดเชื้อโควิด-2019 ของผู้บริโภคในเขตบางพลี จังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ การตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ชุดตรวจน้ำลายป้องกันการติดเชื้อโควิด-2019 ของผู้บริโภคในเขตบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ส่วนเพศ อายุ และระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ชุดตรวจน้ำลายป้องกันการติดเชื้อโควิด-2019 ของผู้บริโภคในเขตบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด 4P's กับการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ชุดตรวจน้ำลายป้องกันการติดเชื้อโควิด-2019 ของผู้บริโภคในเขตบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ตัวแปรอิสระ 4 ตัว ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) ด้านราคา (X_2) ด้านสถานที่ (X_3) ด้านการส่งเสริมการตลาด (X_4) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ชุดตรวจน้ำลายป้องกันการติดเชื้อโควิด-2019 ของผู้บริโภคในเขตบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีอิทธิพลการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ชุดตรวจน้ำลายป้องกันการติดเชื้อโควิด-2019 ของผู้บริโภคในเขตบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ สูงตามลำดับคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา ด้านสถานที่ ซึ่งตัวแปรทั้ง 4 ตัวสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ชุดตรวจน้ำลายป้องกันการติดเชื้อโควิด-2019 ของผู้บริโภคในเขตบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ได้ร้อยละ 28.20 และเขียนสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 1.224 + 0.267X_1 - 0.106 X_2 + 0.084X_3 + 0.242X_4$$

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ชุดตรวจน้ำลายป้องกันการติดเชื้อโควิด-2019 ของผู้บริโภคในเขตบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด 4P's พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด 4P's ในภาพรวม ค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยแต่ละด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดทุกด้าน โดยเรียงจากมากไปหาน้อย คือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ทั้งนี้ เพราะส่วนประสมทางการตลาด 4P's เป็นเครื่องมือกระตุ้นการขายของ

ผู้ประกอบการเพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับ Kotler & Keller (2016) เรื่องส่วนประสมทางการตลาด 4 P's ที่ว่า ส่วนประสมทางการตลาดเป็นกลยุทธ์ทางการตลาด ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด และผลจากการศึกษาพบ ด้านผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นชุดตรวจน้ำลายป้องกันโรคโควิด-2019 ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดเพราะนำมาใช้ในการตรวจสอบเพื่อป้องกันเชื้อโควิด-2019 ทางน้ำลายด้วยตนเอง โดยไม่ระคายเคืองเหมือนชุดตรวจอื่น สอดคล้องกับผลการศึกษาของเอกวัฒน์ ผสมทรัพย์ (2564) เรื่อง ATK ตรวจโควิด-19 จากน้ำลาย รู้ผลภายใน 15 นาที ที่ว่า ด้านผลิตภัณฑ์ชุดตรวจป้องกันโรคโควิด-2019 นำมาใช้จากการเก็บตัวอย่างที่เก็บจากน้ำลาย จากโพรงจมูก และลำคอให้ผลที่ใกล้เคียงกัน สอดคล้องกับผลการศึกษาของสอดคล้องกับของณัฐพันธ์ มีมุข ปัทมา ตริมมงคล ขวัญใจ หาวิณี จตุพล แซ่มเมือง และ พรพิศลา เลาหิชาติชัย (2564) เรื่องอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าในห้างเทสโก้โลตัสสาขาพระนครศรีอยุธยาที่พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญในระดับมากที่สุด

ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ชุดตรวจน้ำลายป้องกันการติดเชื้อโควิด-2019 ของผู้บริโภคในเขตบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า การตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ชุดตรวจน้ำลายป้องกันการติดเชื้อโควิด-2019 ของผู้บริโภคในเขตบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อทำการวิเคราะห์รายข้อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย 3 อันดับ ได้แก่ อันดับ 1 คือ ท่านเลือกชุดตรวจน้ำลายป้องกันการติดเชื้อโควิด-2019 เพราะใช้ง่ายและผลตรวจมีความน่าเชื่อถือ อันดับ 2 คือ ท่านเลือกชุดตรวจน้ำลายป้องกันการติดเชื้อโควิด-2019 เพราะใช้แล้วไม่ระคายเคือง และ อันดับ 3 คือท่านเลือกชุดตรวจน้ำลายป้องกันการติดเชื้อโควิด-2019 เพราะต้องการนำมาทดลองใช้แทนชุดตรวจแบบอื่น ทั้งนี้เพราะผลิตภัณฑ์ชุดตรวจน้ำลายป้องกันการติดเชื้อโควิด-2019 เป็นเครื่องมือแบบใหม่สำคัญที่ใช้ในการคัดกรองและป้องกันการติดเชื้อโควิด-2019 มีหลายหลายยี่ห้อให้ผู้บริโภคเลือกซื้อได้ ซึ่งชุดตรวจ ATK ที่ตรวจการติดเชื้อโควิด-19 ผ่านน้ำลาย เทียบเท่ากับชุดตรวจ ATK แบบ Swab สามารถทำได้ด้วยตนเองเช่นกันและมีประสิทธิภาพน่าเชื่อถือ ซึ่งผู้บริโภคเลือกซื้อได้โดยผ่านกระบวนการตัดสินใจตามคุณสมบัติของชุดตรวจซึ่งมีความสำคัญต่อการนำไปใช้มากที่สุด สอดคล้องกับผลการศึกษาของเมธี ศรีประพันธ์ (2564) ที่ว่า ชุดตรวจคัดกรองแบบรวดเร็วหรือ Rapid test เพื่อช่วยในการคัดกรองโรคโควิด-2019 ซึ่งสามารถใช้ร่วมกับการตรวจด้วยวิธี real-time RT-PCR โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้ในสถานการณ์ที่มีการระบาดของโรคโควิด-19 ในชุมชนเป็นวงกว้าง ซึ่งชุดตรวจคัดกรองดังกล่าวมีชื่อว่า “แอนติเจน เทสต์ คิต” สอดคล้องกับผลการศึกษาของธัญญารัตน์ วรรณพิน (2564) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของลูกค้าศูนย์จำหน่ายรถยนต์ที่ใช้แล้ว เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ที่พบว่าลูกค้าให้ความสำคัญกับกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด

ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ชุดตรวจน้ำลายป้องกันการติดเชื้อโควิด-2019 ของผู้บริโภคในเขตบางพลี จังหวัดสมุทรปราการกับลักษณะของผู้บริโภคพบว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ชุดตรวจน้ำลายป้องกันการติดเชื้อโควิด-2019 ของผู้บริโภคในเขตบางพลี จังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ชุดตรวจน้ำลายป้องกันการติดเชื้อโควิด-2019 ของผู้บริโภคในเขตบางพลี จังหวัดสมุทรปราการที่ระดับนัยสำคัญ .05 ทั้งนี้เพราะการเลือกใช้ ผลิตภัณฑ์ชุดตรวจน้ำลายป้องกันการติดเชื้อโควิด-2019 เป็นสิ่งสำคัญโดยเพราะตรวจเชื้อโควิด-2019 ที่แพร่ระบาดง่ายโดย ซึ่งผู้บริโภคมีพฤติกรรมในการเลือกใช้ชุดตรวจเชื้อโควิด-2019 จากปัจจัยความรู้เกี่ยวกับโควิด-2019 และคุณสมบัติของชุดตรวจเชื้อโควิด-2019 ซึ่ง United Nations Industrial Development Organization (2020) อธิบายว่า ลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส ความรู้ และการรับรู้ต่างๆ เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการป้องกันโรค ซึ่งการรับรู้ในด้านต่างๆ คือ การรับรู้โอกาสเสี่ยง รับรู้ความรุนแรง รับรู้ประโยชน์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการป้องกันโรคที่ถูกต้อง เหมาะสมเพื่อที่จะได้ดำเนินการคัดกรองเฝ้าระวัง และป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา-2019 ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรส จึงต้องมีการป้องกันโรคโควิด-2019 มากกว่าผู้ที่เป็นคนโสด เพราะโรคโควิด-2019-แพร่ระบาดง่ายโดยเฉพาะกับคนในครอบครัว ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์ชุดตรวจน้ำลายป้องกันการติดเชื้อโควิด-2019 เพราะผู้ที่มีรายได้สูงมีความสามารถในการซื้อใช้ผลิตภัณฑ์ชุดตรวจป้องกันการติดเชื้อโควิด-2019 และใช้ตรวจเพื่อป้องกันโรคโควิดได้บ่อยกว่าผู้ที่มีรายได้น้อยกว่า ซึ่งอาจตัดสินใจซื้อชุดตรวจป้องกันโรคโควิดที่มีราคาถูกลง หรือตรวจเฉพาะเมื่อสงสัยจะมีอาการติดเชื้อโควิด-2019 ซึ่งผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพโสดมีการตัดสินใจซื้อชุดตรวจเพื่อป้องกันโรคแตกต่างจากสถานภาพอื่น และเป็นผู้ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาทที่มีการตัดสินใจซื้อชุดตรวจน้ำลายป้องกันโรคโควิดมากกว่าผู้มีรายได้ในระดับอื่น ๆ สอดคล้องกับผลการศึกษาของพิมพ์ลักษณ์ ชัยลังกาต้อย (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่องความตั้งใจซื้อชุดตรวจการติดเชื้อโควิด-19 (Antigen Test Kit) ของประชากรใน กรุงเทพมหานครที่พบว่า สถานภาพและรายได้แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อชุดตรวจป้องกันโรคโควิด-2019 ซึ่งกลุ่มผู้ซื้อเป็นกลุ่มคนอายุ ระหว่าง 25 – 40 ปีที่ระดับ การศึกษา ปริญญาตรี สถานภาพโสด อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-45,000 บาท เนื่องจากเป็นกลุ่มคนดังกล่าวที่มีความตั้งใจในการซื้อเพื่อตรวจหาเชื้อด้วยตนเอง โดยเป็นการป้องกันตนเองระดับต้น ๆ เพื่อลดการแพร่ระบาดของสถานการณ์โควิดที่รับผิตชอบต่อสังคม

ผลการศึกษาศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด 4P's กับการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ชุดตรวจน้ำลายป้องกันการติดเชื้อโควิด-2019 ของผู้บริโภคในเขตบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ตัวแปรอิสระ 4 ตัว ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ชุดตรวจน้ำลายป้องกันการติดเชื้อโควิด-2019 ของผู้บริโภคในเขตบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ที่ระดับนัยสำคัญ .05สอดคล้องกับผลการศึกษาของสวรส ศรีสุตโต (2565) เรื่อง พฤติกรรมการซื้อและอิทธิพลด้านส่วนประสมทางการตลาดของชุดตรวจโควิด แบบ ATK ในมุมมองของเจเนอเรชั่น B X Y Z ที่พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ชุดตรวจน้ำลายป้องกันการติดเชื้อโควิด-2019 ของผู้บริโภคในเขตบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ มีข้อเสนอแนะที่พบในการศึกษารั้งนี้ดังนี้

ผลการวิจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P's ในระดับมากที่สุดตามลำดับคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมทางการตลาด และส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์ชุดตรวจน้ำลายป้องกันโควิด-2019 ที่ใช้ง่ายและผลตรวจมีความน่าเชื่อถือ ใช้น้ำลายไม่ระคายเคือง ทั้งนี้ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดโดยเฉพาะด้านการส่งเสริมการตลาดที่อยู่ในระดับน้อยที่สุด ทั้งนี้เพราะผลิตภัณฑ์ชุดตรวจน้ำลายป้องกันโรคโควิดยังไม่เป็นที่แพร่หลาย ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้มากยิ่งขึ้น และจัดวางจำหน่ายในร้านขายยา หรือร้านค้าในชุมชนให้มากขึ้น โดยกำหนดราคาใกล้เคียงกับชุดตรวจ ATK ประเภทอื่น ๆ ด้านผลิตภัณฑ์ควรมีการแนะนำคุณสมบัติที่ใช้แล้วไม่ระคายเคืองเมื่อเทียบกับชุดตรวจอื่น และง่ายต่อการใช้เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคเลือกใช้มากขึ้น