



รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ

ระดับชาติ

ราชภัฏหมู่บ้านจอมบึงวิจัย

ครั้งที่

9

ณ อาคารศูนย์ภาษาและคอมพิวเตอร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

วันจันทร์ที่ 1 มีนาคม 2564

สถาบันวิจัยและพัฒนา

มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง และเครือข่ายเจ้าภาพร่วม



รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

พิจารณาบทความวิจัยและบทความวิชาการฉบับสมบูรณ์ เพื่อการตีพิมพ์เผยแพร่ในรายงาน
สืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติราชภัฏหมู่บ้านจอมบึงวิจัย ครั้งที่ 9

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เกียรติศักดิ์ ไทยพงษ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จำเนียร ชมภู	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชวนพิศ อัดเนตร์	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธงชัย พงศ์สิทธิกาญจนา	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษบา บัวสมบูรณ์	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประสาน ตั้งยั้งยงวัฒนา	มหาวิทยาลัยรังสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภมรรัตน์ วิริยะการุณย์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรพร ทิมแดง	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาสันต์ ศารทูลทัต	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัตนา ศรีทัศน์	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิภาวดี เผือกบัวขาว	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมยศ วัฒนากมลชัย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โสภภาพร กล้าสกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา บุญส่ง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
รองศาสตราจารย์ ดร.จิตติรัตน์ แสงเลิศอุทัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
รองศาสตราจารย์ ดร.จุฬารัตน์ โสตะ	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
รองศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ สัจจวาระนที	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
รองศาสตราจารย์ ดร.เดช บุญประจักษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
รองศาสตราจารย์ ดร.ปณิตา วรรณพิรุณ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยะพร ตันณีกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
รองศาสตราจารย์ ดร.พงษ์นารถ นาถวรานันต์	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
รองศาสตราจารย์ ดร.พรรณี บัญชรหัตถกิจ	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
รองศาสตราจารย์ ดร. มารุต พัฒนาผล	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
รองศาสตราจารย์ ดร.ยุวดี รอดจากภัย	มหาวิทยาลัยบูรพา
รองศาสตราจารย์ ดร.โยธิน แสงวงศ์	มหาวิทยาลัยมหิดล
รองศาสตราจารย์ ดร.เลอชาติ บุญเอก	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.วัชระ เพิ่มชาติ	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
รองศาสตราจารย์ ดร.อรสา จรูญธรรม	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
อาจารย์ ดร.ขุนพล พงษ์มณี	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
อาจารย์ ดร.เฉลียว เพชรทอง	มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
อาจารย์ ดร.บุญเรือง ศรีเหรียญ	มหาวิทยาลัยรามคำแหง



ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แผ่นเช็ดทำความสะอาดแอลกอฮอล์และเจลล้างมือ แอลกอฮอล์ ของนักศึกษาด้านการพยาบาลในภูมิภาคตะวันตก

Collection of educational institutions of nursing abroad

มิรันตรี มีสมศักดิ์ และ นพดล ไทวิชัยกุล
สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แผ่นเช็ดทำความสะอาดแอลกอฮอล์และเจลล้างมือแอลกอฮอล์ ของนักศึกษาด้านการพยาบาลในภูมิภาคตะวันตก 2) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แผ่นเช็ดทำความสะอาดแอลกอฮอล์และเจลล้างมือแอลกอฮอล์ ของนักศึกษาด้านการพยาบาลในภูมิภาคตะวันตก 3) เพื่อศึกษาทางการตลาด (4P) ได้แก่ปัจจัยด้านการผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ใช้ในการศึกษาคือกลุ่มนักศึกษาด้านการพยาบาลในภูมิภาคตะวันตกจำนวน 275 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามออนไลน์ ผลการวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติต่าง ๆ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (Independent samples t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แผ่นเช็ดทำความสะอาดแอลกอฮอล์และเจลล้างมือแอลกอฮอล์ ของนักศึกษาด้านการพยาบาลในภูมิภาคตะวันตก 1) ด้านประชากรศาสตร์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 24 – 25 ปี ส่วนระดับการศึกษาส่วนอยู่ในระดับชั้นปีที่ 4 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ 30,000 – 40,000 บาท 2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แผ่นเช็ดทำความสะอาดแอลกอฮอล์และเจลล้างมือแอลกอฮอล์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์แผ่นเช็ดทำความสะอาดแอลกอฮอล์และเจลล้างมือแอลกอฮอล์เอง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่อิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แผ่นเช็ดทำความสะอาดแอลกอฮอล์และเจลล้างมือแอลกอฮอล์โดยการตัดสินใจด้วยตนเอง นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แผ่นเช็ดทำความสะอาดแอลกอฮอล์และเจลล้างมือแอลกอฮอล์ผ่านทางช่องทาง อินเทอร์เน็ต, เว็บไซต์ นอกจากนี้การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แผ่นเช็ดทำความสะอาดแอลกอฮอล์และเจลล้างมือแอลกอฮอล์ ต่อ 1 ครั้ง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เลือกซื้อในทุก ๆ 1 เดือน และกลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์แผ่นเช็ดทำความสะอาดแอลกอฮอล์และเจลล้างมือแอลกอฮอล์มีความตระหนักถึงเรื่องใช้ความสะอาดทั่วไป

คำสำคัญ : แผ่นเช็ดทำความสะอาดแอลกอฮอล์ เจลล้างมือแอลกอฮอล์ แอลกอฮอล์

ABSTRACT

This research aimed to 1) study how different demographic characteristics affect the choice of alcohol wipes and alcohol hand sanitizer. 2) To study what factors influenced the choice of purchasing alcohol wipes and alcohol hand sanitizer. 3) to study the marketing mix (4P) such as product factor, price factor, distribution channel factor (Place), marketing promotion factor (Promotion) for users to use. Operators know the importance of variables the operator should implement. The sample used for the study was a group of 275 nursing students in the western region. The research tool was an online questionnaire. The validity of the questionnaire (IOC) was obtained from 0.5 or more. The results were analyzed by statistical values: percentage, mean and standard deviation. Mean difference analysis (t-test, free sample), one-way analysis of variance, and multiple regression analysis. At the statistical significance level



The results of the study revealed that factors affecting the selection of alcohol wipes and hand sanitizer among nursing students in the western region 1. Demography Most respondents were female Most of the sample were between 24 and 25 years old, while the educational level was in the year level. 4. Most of the samples earned 30,000 - 40,000 baht. 2. Factors affecting the selection of alcohol wipes and sanitizer. Clean your hands with alcohol. Most of the respondents bought their own alcohol wipes and alcohol hand sanitizer. Most of the samples influenced the choice of hand sanitizer, alcohol and disinfectant at their discretion. The samples were also obtained information on alcohol wipes and alcohol hand sanitizer through a channel. Additionally, when purchasing alcohol wipes and alcohol hand sanitizers per time, most of the samples purchased every 1 month, and samples who chose to purchase alcohol wipes and alcohol hand sanitizer were aware of cleaning. General clean

Key words: Alcohol wipes, alcohol hand sanitizer, Alcohol

บทนำ

สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา2019 (COVID-19) เริ่มขึ้นเมื่อปลายธันวาคม 2562 ที่ประเทศจีน และมีการแพร่กระจายไปยังประเทศอื่นทั่วโลก (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, online, 2563) ซึ่งสถานการณ์ปัจจุบันยังมีแนวโน้มการติดเชื้อเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้แต่ละประเทศกำหนดมาตรการเพื่อควบคุมและป้องกันการระบาด ซึ่งส่งผลต่อการดำเนินชีวิตและกิจกรรมของประชาชนทั่วโลก

นักศึกษาด้านการพยาบาลในภูมิภาคตะวันตก ได้แก่ มหาวิทยาลัยนครปฐม สาขาวิชาพยาบาลศาสตร์ และวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ราชบุรี และ วิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร สุพรรณบุรี เป็นการศึกษาวิชาชีพพยาบาล จัดการเรียนจัดการเรียนการสอนทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติในห้องปฏิบัติการ ในสถานการณ์จริงบนหอผู้ป่วย ส่งผลให้นักศึกษาพยาบาลเกิดภาวะเครียดส่งผลกระทบต่อภาวะสุขภาพและคุณภาพชีวิต นอกจากนี้ นักศึกษาพยาบาลเป็นทีมบุคคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสุขภาพ ที่สำคัญในโรงพยาบาลทำหน้าที่ให้การดูแลช่วยเหลือ เมื่อเจ็บป่วย การฟื้นฟูสภาพ การป้องกันโรคและการส่งเสริมสุขภาพ (สภากาพยาบาล, 2557) ดังนั้น นักศึกษาการพยาบาลจำเป็นต้องมีความพร้อมด้านสุขภาพอย่างมาก นักศึกษาด้านการพยาบาลต้องรับผิดชอบงานเป็นระยะเวลาที่ยาวนาน เนื่องจากมีการปฏิบัติงาน ทำงานบนหอผู้ป่วยจริง มีกระบวนการสังเกต สอบถาม การจดบันทึกอาการ ทำแคร์แพลนรายงานอาจารย์ในทุกวันและมีการฝึกงาน ให้ความช่วยเหลือแพทย์ในโรงพยาบาล หรือสถานพยาบาลต่างๆซึ่งเป็นปัจจัยเสี่ยง ดังนั้น นักศึกษาพยาบาลจึงต้องมีการดูแลตัวเองอยู่เสมอและการดำเนินชีวิตในปัจจุบันต้องเผชิญกับเชื้อโรคที่เพิ่มมากขึ้นทำให้เกิดนักศึกษานั้นจึงต้องมีการทำความสะอาดและป้องกันตัวเองอยู่เสมอ

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้นทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แผ่นเช็ดทำความสะอาดแอลกอฮอล์และเจลล้างมือแอลกอฮอล์ ของนักศึกษาด้านการพยาบาลในภูมิภาคตะวันตกและผลที่ได้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการกิจการผลิตภัณฑ์แผ่นเช็ดทำความสะอาดแอลกอฮอล์และเจลล้างมือแอลกอฮอล์ เพื่อตอบสนองให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แผ่นเช็ดทำความสะอาดแอลกอฮอล์และเจลล้างมือแอลกอฮอล์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แผ่นเช็ดทำความสะอาดแอลกอฮอล์และเจลล้างมือแอลกอฮอล์
3. เพื่อศึกษาทางการตลาด (4P) ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)



ขอบเขตของงานวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แผ่นเช็ดทำความสะอาดแอลกอฮอล์และเจลล้างมือ แอลกอฮอล์ของนักศึกษาพยาบาลในภูมิภาคตะวันตก ศึกษาทางการตลาด (4P) ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ ปัจจัยด้านเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

1.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้เป็นกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาด้านการพยาบาลในภูมิภาคตะวันตก จำนวน 888 คน

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ในการศึกษาคั้งนี้ คือ นักศึกษาด้านการพยาบาลในภูมิภาคตะวันตก ชั้นปีที่1-5 ได้แก่มหาวิทยาลัย นครปฐม สาขาวิชาพยาบาลศาสตร์ จำนวน 276 คนและวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ราชบุรี จำนวน 380 คนและ วิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร สุพรรณบุรี จำนวน 232 คน

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาการศึกษาคั้งนี้เริ่มศึกษาเดือนเมษายน - ธันวาคม ระยะเวลา 9 เดือน

วิธีการดำเนินงาน

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บข้อมูลจากการสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามปลายเปิด (Close Ended Form) เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลซึ่งมีขั้นตอนดำเนินการวิจัยดังนี้

1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือ นักศึกษาด้านการพยาบาลในภูมิภาคตะวันตก

1.2 กลุ่มตัวอย่าง การกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างมีทั้งหมด 888 คน ใช้สูตรการคำนวณของทาโร ยามาเน (Taro Yamane, 1973, อ้างถึงใน สุทนต์ ศรีไสย์, 2551) ซึ่งกำหนดความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ที่ระดับ 0.05 ดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \text{เมื่อ} \quad n &= \text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง} \\ N &= \text{ขนาดของประชากร} \\ e &= \text{ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้มีค่าเท่ากับ 0.05} \\ \text{แทนค่าในสูตรได้ดังนี้} \\ &= 275 \text{ คน} \end{aligned}$$

ดังนั้น ในการวิจัยคั้งนี้มีผู้วิจัยจึงใช้ขนาดตัวอย่างทั้งหมด 275 คน

แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย แบ่งออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่1 แบบสอบถามลักษณะบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แผ่นเช็ดทำความสะอาดแอลกอฮอล์และเจลล้างมือแอลกอฮอล์

ส่วนที่3 ส่วนประสมทางการตลาด4P ประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนนี้มีลักษณะเป็นแบบการจัดอันดับความสำคัญ 5 อันดับ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคั้งนี้ ได้ทำการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient Alpha) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ผลการทดสอบพบว่ามีความเชื่อมั่น



การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยผู้ทำวิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการใช้แบบสอบถามออนไลน์ให้กับกลุ่มตัวอย่างตอบคำถามลงในแบบสอบถามออนไลน์แล้วหลังจากนั้นก็ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล จากการตอบกลับของแบบสอบถาม โดยทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2563

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้ทำการตรวจสอบความถูกต้องเพื่อให้คะแนนและทำการประมวลผลด้วยซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1. การวิเคราะห์สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การวิเคราะห์สถิติอนุมาน ได้แก่ การทดสอบความแตกต่างของความแปรปรวนของสองประชากร การทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 94.2 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 24 – 25 ปี ร้อยละ 45.8 ส่วนระดับการศึกษาส่วนอยู่ในระดับชั้นปีที่ 4 ร้อยละ 44.4 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ 30,000 – 40,000 บาท ร้อยละ 47.3

ส่วนที่ 2 ปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แผ่นเช็ดทำความสะอาดแอลกอฮอล์และเจลล้างมือแอลกอฮอล์ของนักศึกษาด้านการพยาบาลในภูมิภาคตะวันตก

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์แผ่นเช็ดทำความสะอาดแอลกอฮอล์และเจลล้างมือแอลกอฮอล์เอง คิดร้อยละ 85.8 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่อิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แผ่นเช็ดทำความสะอาดแอลกอฮอล์และเจลล้างมือแอลกอฮอล์โดยการตัดสินใจด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 48.0 นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แผ่นเช็ดทำความสะอาดแอลกอฮอล์และเจลล้างมือแอลกอฮอล์ผ่านทางช่องทางอินเทอร์เน็ต, เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 50.5 นอกจากนี้การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แผ่นเช็ดทำความสะอาดแอลกอฮอล์และเจลล้างมือแอลกอฮอล์ ต่อ1ครั้ง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เลือกซื้อในทุก ๆ 1 เดือน คิดเป็นร้อยละ 49.1 และกลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์แผ่นเช็ดทำความสะอาดแอลกอฮอล์และเจลล้างมือแอลกอฮอล์มีความตระหนักถึงเรื่องใช้ความสะอาดทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 41.8

ส่วนที่ 3 ศึกษาทางการตลาด (4P)

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกข้อ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.18$) รองลงมา ปัจจัยด้านราคา ($\bar{X} = 4.06$), ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.99$) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.74$) ตามลำดับ

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานส่วนประสมการตลาด (4P)

ส่วนประสมการตลาด (4P)	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.18	0.65	มาก
ปัจจัยด้านราคา (Price)	4.06	0.74	มาก
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	3.99	0.77	มาก
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.74	0.85	มาก
โดยรวม	3.99	0.75	มาก



ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามต่างกันมีส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน พบว่า เพศ (Sig. 0.680) ไม่แตกต่างกัน อายุ (Sig. 0.000) ระดับการศึกษา (Sig. 0.000) รายได้ต่อเดือน (Sig. 0.000) ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

ปัจจัยส่วนบุคคล	การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์	
	t/F	Sig
เพศ	3.85	0.680
อายุ	2.09	0.000
ระดับการศึกษา	1.29	0.000
รายได้ต่อเดือน	5.49	0.001*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis)

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

ตัวแปรพยากรณ์	B	S.E. b	Beta	t	P
Constant	1.714	0.016		3.944	0.233
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	0.341	0.025	0.636	11.563	0.575
ปัจจัยด้านราคา	0.293	0.021	0.546	6.228	0.354
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.231	0.022	0.408	4.128	0.244
ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	0.117	0.025	0.176	4.427	0.260
F-Value = 50.810 Sig. = 0.000*					
Adjusted R2 = 0.718 Durbin-Watson = 1.449					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษา แสดงว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

สรุปผลการวิจัย

การศึกษา เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แผ่นเช็ดทำความสะอาดแอลกอฮอล์และเจลล้างมือ แอลกอฮอล์ ของนักศึกษาด้านการพยาบาลในภูมิภาคตะวันตก

1. ความแตกต่างแปรปรวนของข้อมูลส่วนบุคคลที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจ ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศไม่มีผลต่อการกระบวนการตัดสินใจ
2. ด้านทางการตลาด (4P) พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า 4 ข้อได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์มากที่สุด

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการทดสอบสมมติฐานซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การศึกษาในครั้งนี้พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์เรื่องเพศไม่แตกต่างกัน อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน



2. ส่วนประสมการตลาด (4P) พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า 4 ข้อได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการจัดจำหน่าย และ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์มากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากการศึกษาด้านข้อมูลทั่วไปสามารถนำข้อมูลไปปรับใช้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์แผ่นเซ็ดทำความสะอาดแอลกอฮอล์และเจลล้างมือแอลกอฮอล์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุดและนำการตลาดแบบบูรณาการและกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อไปปรับใช้ให้เกิดผลประโยชน์อย่างมากที่สุด

2. นำผลจากการวิจัยด้านทางการตลาด (4P) ไปปรับใช้ในด้านส่งเสริมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภคเป็นสำคัญ

3. ควรให้ความสำคัญกับการปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด การฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับสินค้าให้กับพนักงาน มีการจัดจำหน่ายทางด้านร้านค้า เว็บไซต์ หรือ Social Media ต่าง ๆ ให้เกิดการพัฒนา มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาปรับใช้ในการให้บริการ เพื่อความถูกต้องและรวดเร็วและลดข้อผิดพลาดในการให้บริการอย่างมากที่สุด

ข้อเสนอแนะงานวิจัยต่อเนื่อง

1. ควรมีการขยายขอบเขตของงานวิจัยให้มากขึ้น โดยการขยายกลุ่มตัวอย่างออก เพื่อให้ครอบคลุมและเข้าถึงประชากรผู้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์แผ่นเซ็ดทำความสะอาดแอลกอฮอล์และเจลล้างมือแอลกอฮอล์ได้มากยิ่งขึ้น

2. ควรเพิ่มเครื่องมือในการเก็บข้อมูลอื่น ๆ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ควบคู่ไปกับการแจกแบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แผ่นเซ็ดทำความสะอาดแอลกอฮอล์และเจลล้างมือแอลกอฮอล์ของผู้บริโภค ที่หลากหลายหรือเฉพาะเจาะจงมากขึ้น

3. ควรศึกษาเพิ่มเติมโดยอาจเลือกศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวกับลักษณะทางธุรกิจหรือรายละเอียดกลไกทางการตลาด เพื่อหากกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และเพื่อพัฒนากลยุทธ์ให้สามารถสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันได้

เอกสารอ้างอิง

- กมลทิพย์ ศรีสุกใส (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสตรี : กรณีศึกษา จังหวัดกระบี่. การค้นคว้าอิสระ. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- คำรณ สันติพรวิทย์ (2550). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้ายี่ห้อนี้สำหรับผู้ชายวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ฉัตยาพร เสมอใจ และมัทธินยา สมมิ (2545). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เนท.
- ณัชพร พงศ์บุญชู (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านทาง Facebook. การค้นคว้าอิสระ. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นะที มะธูมา (2553). พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของ ผู้บริโภค กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ พัพ แอนด์ พาย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- นารัก ดันเสนีย์ (2550). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของ ผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พัชราภรณ์ พร่องพรมาช (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าพรีเมียมแบรนด์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิวิศน์ ใจดาบ (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเบเกอรี่ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.