บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร เลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ที่เป็นผู้ป่วยโรคเบาหวาน จำนวน 100 ราย และกลุ่มญาติ หรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน จำนวน 100 ราย โดยในแต่ละกลุ่มยังแบ่งออกเป็น ผู้ที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง 50 ราย และผู้ที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง 50 ราย โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พร้อมทั้งเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มผู้ป่วยโรคเบาหวานและกลุ่มญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน โดยใช้สถิติ T-Test ในการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกตัวแปร 2 กลุ่มและใช้ค่า F-Testในการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่ม ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีรายละเอียดดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 68 และเพศชาย ร้อยละ 32 อายุ 41-50 ปี มากที่สุด ร้อยละ 34.5 ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 48 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด ร้อยละ 44.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 มากที่สุด ร้อยละ 33.5 มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 52.0 โดยแบ่งเป็นผู้ที่ไม่เคยใช้เครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดมากที่สุด ร้อยละ 57.5 โดยผู้ที่เคยใช้ส่วนใหญ่มีความถี่ในการตรวจระดับน้ำตาลในเลือด 1-2 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 31.8

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ป่วยโรคเบาหวาน และเป็นญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ทั้งที่เคยซื้อและไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง แจกแจงได้ตามตารางที่ 5.1

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.1 สรุปข้อมูลทั่วไปส่วนใหญ่เกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ป่วยเบาหวาน และเป็นญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ทั้งที่เคยซื้อและไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีร้อยละสูงสุด	ผู้ป่วยโรคเบาหวาน		ญาติหรือผู้เกี่ยวข้อง	
	เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือด	ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือด	เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือด	ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือด
เพศ	หญิง (64.0)	หญิง (72.0)	หญิง (72.0)	หญิง (64.0)
อายุ	41-50 ปี (46.0)	41-50 ปี (58.0)	21-30 ปี (48.0)	21-30 ปี (46.0)
การศึกษา	ปริญญาตรี (44.0)	ปริญญาตรี (36.0)	ปริญญาตรี (64.0)	ปริญญาตรี (25.0)
อาชีพ	พนักงานบริษัทเอกชน (34.0)	พนักงานบริษัทเอกชน (36.0)	พนักงานบริษัทเอกชน (64.0)	พนักงานบริษัทเอกชน (22.0)
รายได้	10,001-20,000 (34.0)	10,001-20,000 (44.0)	20,001-30,000 (32.0)	10,001-20,000 (46.0)
สถานภาพ	สมรส (74.0)	สมรส (80.0)	โสด (58.0)	โสด (78.0)
ประสบการณ์	เคยใช้ (100.0)	ไม่เคยใช้ (84.0)	เคยใช้ (54.0)	ไม่เคยใช้ (100.0)
ความถี่ในการตรวจระดับน้ำตาลในเลือด	1-2 ครั้งต่อสัปดาห์, 1-2 ครั้งต่อเดือน (28.0)	1-2 ครั้งต่อเดือน (50.0)	1-2 ครั้งต่อเดือน (33.3)	- -

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง

1.1 กระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ขั้นตอนการเล็งเห็นปัญหาหรือตระหนักถึงความต้องการ

ผลการศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครขั้นการเล็งเห็นปัญหาหรือตระหนักถึงความต้องการ พบว่าปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองในระดับมากที่สุด คือ ปัจจัยเพื่อใช้ดูแลสุขภาพตนเองและบุคคลในครอบครัว ($\bar{x}$ = 4.55, S.D. = 0.77) และเพื่อใช้ควบคุมอาการของผู้ป่วยเบาหวาน ($\bar{x}$ = 4.54, S.D. = 0.78) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาแยกกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

- กลุ่มที่เป็นผู้ป่วยโรคเบาหวานที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง และเป็นญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยกระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อ คือปัจจัยเพื่อใช้ดูแลสุขภาพตนเองและบุคคลในครอบครัวโดยมีค่าเฉลี่ยเรียงตามกลุ่มของผู้ตอบแบบสอบถามคือ ($\bar{x}$ = 4.82, S.D. = 0.44) และ ($\bar{x}$ = 4.70, S.D. = 0.54) และเพื่อใช้ควบคุมอาการของผู้ป่วยเบาหวาน โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงตามกลุ่มของผู้ตอบแบบสอบถามคือ ($\bar{x}$ = 4.82, S.D. = 0.44) และ($\bar{x}$ = 4.70, S.D. = 0.54) ตามลำดับ
- ผู้ป่วยโรคเบาหวานที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ให้ความสำคัญระดับมากที่สุดกับปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อเท่ากัน 2 ปัจจัย คือเพื่อใช้ดูแลสุขภาพตนเอง และบุคคลในครอบครัว และเพื่อใช้ควบคุมอาการของผู้ป่วยเบาหวาน ($\bar{x}$ = 4.56, S.D. = 1.01)
- กลุ่มที่เป็นญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ให้ความสำคัญในระดับมากกับปัจจัยกระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อ คือ ปัจจัยเพื่อใช้ควบคุมอาการของผู้ป่วยเบาหวาน($\bar{x}$ = 4.14, S.D. = 0.76) รองลงมาคือเพื่อใช้ดูแลสุขภาพตนเองและครอบครัว($\bar{x}$ = 4.12, S.D. = 0.77) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เมื่อทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) เพื่อหาความแตกต่างระหว่างกลุ่ม และเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ต่างกันมีปัจจัยกระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ในทุกปัจจัย โดยพบว่า

- กลุ่มที่เป็นญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง มีปัจจัยกระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อแตกต่างจากกลุ่มอื่นๆอีก 3 กลุ่ม โดยให้ความสำคัญน้อยกว่าในปัจจัยเพื่อใช้ดูแลสุขภาพตนเองและครอบครัว เพื่อใช้ควบคุมอาการของผู้ป่วยเบาหวาน และเพื่อใช้ในการตรวจระดับน้ำตาลด้วยตนเองที่บ้านแทนการไปตรวจที่โรงพยาบาล
- กลุ่มที่เป็นผู้ป่วยโรคเบาหวานที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง มีปัจจัยกระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อแตกต่างจากกลุ่มผู้ป่วยโรคเบาหวานที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง และกลุ่มที่เป็นญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง โดยให้ความสำคัญน้อยกว่าในปัจจัยย่อยเพื่อใช้ปรับพฤติกรรมในการรับประทานอาหาร

1.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ขั้นตอนการค้นหาข้อมูล

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองจากร้านขายยา (เภสัชกรหรือพนักงานในร้าน) มากที่สุด รองลงมาคือ แพทย์ ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามจะไม่รู้จักตรายี่ห้อของเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ตรายี่ห้อที่รู้จักมากที่สุด ได้แก่ แอ็คคิว-เช็ค และไม่ทราบว่าตรายี่ห้อที่รู้จักเป็นผลิตภัณฑ์ของบริษัทใด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากไม่หาข้อมูลเพิ่มเติม (ค่อยหาที่ร้านที่ซื้อ) ก่อนตัดสินใจซื้อ โดยส่วนใหญ่จะหาข้อมูลเกี่ยวกับราคาของเครื่องมากที่สุด รองลงมาคือ ความถูกต้องแม่นยำในการตรวจระดับน้ำตาลในเลือด

เมื่อพิจารณาแยกกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถสรุปขั้นตอนการหาค้นข้อมูลของแต่ละกลุ่มได้ตามตารางที่ 5.2

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.2 สรุปข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนการค้นหาข้อมูลส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ป่วยเบาหวาน และเป็นญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ทั้งที่เคยซื้อและไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง

ขั้นตอนการค้นหาข้อมูลส่วนใหญ่	ผู้ป่วยโรคเบาหวาน		ญาติหรือผู้เกี่ยวข้อง	
	เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือด	ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือด	เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือด	ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือด
แหล่งที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร	ร้านขายยา (42.0)	แพทย์ (42.0)	ร้านขายยา (50.0)	การแนะนำจากคนที่รู้จัก หรือผู้ที่เคยใช้ (50.0)
ตรายี่ห้อที่รู้จัก	แอ็คคิว-เช็ค (44.0)	ไม่รู้จักตรายี่ห้อใดเลย (36.0)	แอ็คคิว-เช็ค (64.0)	ไม่รู้จักตรายี่ห้อใดเลย (25.0)
ผลิตภัณฑ์ที่รู้จักเป็นของบริษัทใด	ไม่ทราบ (70.0)	ไม่ทราบ (88.0))	ไม่ทราบ (52.0)	ไม่ทราบ (74.0)
ระยะเวลาที่ใช้ในการหา	ไม่หาเลย (ค่อยหาที่ร้านที่ซื้อ) (72.0)	ไม่หาเลย (ค่อยหาที่ร้านที่ซื้อ) (82.0)	ไม่หาเลย (ค่อยหาที่ร้านที่ซื้อ) (46.0)	ไม่หาเลย (ค่อยหาที่ร้านที่ซื้อ) (40.0)
ประเภทข้อมูลที่ค้นหา	ราคาของเครื่อง (78.0)	ราคาของเครื่อง (92.0)	ราคาของเครื่อง (84.0)	คุณภาพและความทนทานของเครื่อง (84.0)

จากตารางพบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ป่วยโรคเบาหวานที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง และเป็นญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวานที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองทั้ง 2 กลุ่ม ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง จากร้านขายยา (เภสัชกรหรือพนักงานในร้าน) มากที่สุด ตรายี่ห้อที่รู้จักมากที่สุด ได้แก่ แอ็คคิว-เช็ค และไม่ทราบว่าตรายี่ห้อที่รู้จักเป็นผลิตภัณฑ์ของบริษัทใด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากไม่หาข้อมูลเพิ่มเติม (ค่อยหาที่ร้านที่ซื้อ) ก่อนตัดสินใจซื้อ โดยส่วนใหญ่จะหาข้อมูลเกี่ยวกับราคาของเครื่องมากที่สุด รองลงมาคือ ความถูกต้องแม่นยำในการตรวจระดับน้ำตาลในเลือด ในขณะที่กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง จะมีขั้นตอนในการหาค้นข้อมูลแตกต่างจากกลุ่มที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง คือ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

- ผู้ป่วยที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองจะได้รับข้อมูลข่าวสารจากแพทย์ และไม่รู้จักตรายี่ห้อใด
- ส่วนญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวานที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองจะได้รับข้อมูลข่าวสารจากการแนะนำของคนที่รู้จักหรือผู้ที่เคยใช้ ไม่รู้จักตรายี่ห้อใด และค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพและความทนทานของเครื่อง

1.3 กระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ขั้นตอนการประเมินผลทางเลือก

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีการประเมินผลทางเลือกในการซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง โดยเมื่อได้รับข้อมูลและคำแนะนำแล้วตัดสินใจเลือกตรายี่ห้อ/ ผู้ผลิต/ ผู้จำหน่ายทันที รองลงมาคือ หาข้อมูลของเครื่องตรวจระดับน้ำตาลน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองอีกหลายๆตรายี่ห้อจากหลายๆผู้ผลิต/ ผู้จำหน่าย/ ก่อนตัดสินใจ

เมื่อพิจารณาแยกกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่ากลุ่มที่เป็นผู้ป่วยโรคเบาหวานที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ผู้ป่วยเบาหวานที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวานที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง และญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวานไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ส่วนใหญ่มีการประเมินผลทางเลือกในการซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองเหมือนกันทุกกลุ่ม โดยเมื่อได้รับข้อมูลและคำแนะนำแล้วตัดสินใจเลือกตรายี่ห้อ/ ผู้ผลิต/ ผู้จำหน่ายทันที รองลงมาคือ หาข้อมูลของเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดในเลือดด้วยตนเองอีกหลายๆตรายี่ห้อจากหลายๆผู้ผลิต/ ผู้จำหน่าย/ ก่อนตัดสินใจ

ในส่วนของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมมากที่สุด ($\bar{X}$= 4.41, S.D. = 0.64) รองลงมา ด้านราคา ($\bar{X}$ =4.33, S.D. = 0.83) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}$ = 4.11, S.D. = 0.82) ด้านอื่นๆ ($\bar{X}$ =3.92, S.D. =0.93) และด้านส่งเสริมการตลาด ($\bar{X}$ = 3.90, S.D. = 0.92) โดยในแต่ละด้านสรุปดังนี้

- ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่อง ความถูกต้องแม่นยำของผลการตรวจระดับน้ำตาลในเลือด ($\bar{X}$= 4.63, S.D. = 0.58) รองลงมาคือ คุณภาพและความทนทานของเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ($\bar{X}$ = 4.42, S.D. = 0.78) และระยะเวลาในการรับประกันสินค้า ($\bar{X}$ = 4.30, S.D. = 0.78)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

- ปัจจัยย่อยด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่อง ค่าใช้จ่ายในการตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองแต่ละครั้ง ($\bar{x}$ = 4.34 , S.D. = 0.81) รองลงมาคือ ราคาของเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ($\bar{x}$ = 4.31, S.D. = 0.85)
- ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่อง มีจำหน่ายทั้งในโรงพยาบาลและร้านขายยาทั่วไป ($\bar{x}$ = 4.42, S.D. = 0.61) รองลงมาคือ ความสะดวกในการซื้อเครื่องและอุปกรณ์ต่างๆที่ใช้ร่วมกัน ($\bar{x}$ = 4.40, S.D. = 0.67)
- ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องการแนะนำจากคนที่รู้จักหรือผู้ที่เคยใช้ ($\bar{x}$ = 4.25, S.D. = 0.80) รองลงมาคือ สามารถทดลองใช้ก่อนซื้อได้ ($\bar{x}$ = 4.23, S.D. = 0.76) และมีของแถมเพิ่มเติม เช่น แถบทดสอบ เข็ม หรือของใช้อื่นๆ ($\bar{x}$ = 4.11, S.D. = 0.79)

เมื่อพิจารณาแยกกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ป่วยโรคเบาหวาน และเป็นญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ทั้งที่เคยซื้อและไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง สามารถสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ใช้ในการประเมินผลทางเลือกของแต่ละกลุ่มได้ตามตารางที่ 5.3

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.3 แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ยสูงสุด) ในการประเมินผลทางเลือกของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ผู้ป่วยโรคเบาหวาน		ญาติหรือผู้เกี่ยวข้อง	
	เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือด	**ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือด**	**เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือด**	**ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือด**
ด้านผลิตภัณฑ์	ความถูกต้องแม่นยำของผลการตรวจระดับน้ำตาลในเลือด ($\bar{X}$ = 4.68, S.D.=0.59)	ความถูกต้องแม่นยำของผลการตรวจระดับน้ำตาลในเลือด ($\bar{X}$ = 4.58, S.D. = 0.61)	ความถูกต้องแม่นยำของผลการตรวจระดับน้ำตาลในเลือด ($\bar{X}$ =4.56, S.D. = 0.61)	ความถูกต้องแม่นยำของผลการตรวจระดับน้ำตาลในเลือด ($\bar{X}$ =4.70 S.D=.0.51)
ด้านราคา	ค่าใช้จ่ายในการตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองแต่ละครั้ง ($\bar{X}$ =4.46, S.D=.0.91)	ค่าใช้จ่ายในการตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองแต่ละครั้ง ($\bar{X}$=4.54, S.D=.0.68) และราคาของเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ($\bar{X}$ =4.54, S.D.=0.79)	ราคาของเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ($\bar{X}$=4.28, S.D.=0.73)	ค่าใช้จ่ายในการตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองแต่ละครั้ง ($\bar{X}$ =4.12, S.D.=0.85)
ด้านการจัดจำหน่าย	ความสะดวกในการหาซื้อเครื่องและอุปกรณ์ต่างๆที่ใช้ร่วมกัน ($\bar{X}$ =4.46, S.D.=0.58)	ความสะดวกในการหาซื้อเครื่องและอุปกรณ์ต่างๆที่ใช้ร่วมกัน ($\bar{X}$=4.58, S.D=.0.61)	ความสะดวกในการหาซื้อเครื่องและอุปกรณ์ต่างๆที่ใช้ร่วมกัน ($\bar{X}$ = 4.32 S.D.=0.59)	มีจำหน่ายทั้งโรงพยาบาลและร้านขายยาทั่วไป ($\bar{X}$ =4.46 S.D.=0.65)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	มีพนักงานขายแนะนำสินค้า ณ จุดขาย ($\bar{X}$=4.28, S.D.=0.67), มีการบริการหลังการขาย ($\bar{X}$ =4.28, S.D.= 0.86)	มีการบริการหลังการขาย ($\bar{X}$ =4.32, S.D.=0.82)	สามารถทดลองใช้ก่อนซื้อได้ ($\bar{X}$ = 4.26 S.D.=0.72)	สามารถทดลองใช้ก่อนซื้อได้ ($\bar{X}$ =4.28 S.D.=0.81)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.3 แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ยสูงสุด) ในการประเมินผลทางเลือกของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ผู้ป่วยโรคเบาหวาน		ญาติหรือผู้เกี่ยวข้อง	
	เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือด	**ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือด**	**เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือด**	**ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือด**
ด้านอื่นๆ	เป็นเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองยี่ห้อเดียวกับที่เคยเห็น หรือใช้ในโรงพยาบาล ($\bar{X}$ =3.90, S.D. 0.99)	เป็นเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองยี่ห้อเดียวกับที่เคยเห็น หรือใช้ในโรงพยาบาล ($\bar{X}$=4.16, S.D.= 0.91)	เป็นเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองยี่ห้อเดียวกับที่เคยเห็น หรือใช้ในโรงพยาบาล ($\bar{X}$ =3.92, S.D.= 0.92)	เป็นเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองยี่ห้อเดียวกับที่เคยเห็น หรือใช้ในโรงพยาบาล ($\bar{X}$ =3.70, S.D. 0.86)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.4 สรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ใช้ในการประเมินผลทางเลือกของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ป่วยเบาหวาน และเป็นญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ทั้งที่เคยซื้อและไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ใช้ในการประเมินผลทางเลือก	ผู้ป่วยโรคเบาหวาน				ญาติหรือผู้เกี่ยวข้อง				F	sig	แปลผล
	เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือด		ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือด		เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือด		ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือด				
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			
ด้านผลิตภัณฑ์	4.08	0.52	4.14	0.60	4.23	0.52	3.99	0.41	1.877	0.135	ไม่แตกต่าง
ด้านราคา	4.45	0.85	4.54	0.68	4.26	0.66	4.05	0.78	4.255	**0.006***	**แตกต่าง**
ด้านการจัดจำหน่าย	4.42	0.60	4.56	0.57	4.30	0.52	4.35	0.64	1.863	0.137	ไม่แตกต่าง
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.93	0.64	4.01	0.68	4.00	0.69	3.65	0.47	3.438	**0.018***	**แตกต่าง**
อื่นๆ	3.90	0.99	4.16	0.91	3.92	0.92	3.70	0.86	2.076	0.105	ไม่แตกต่าง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

พบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ป่วยโรคเบาหวานที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ผู้ป่วยโรคเบาหวานที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง และเป็นญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง มีการประเมินผลทางเลือกของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างกัน โดยให้ความสำคัญกับเรื่องความถูกต้องแม่นยำของผลการตรวจระดับน้ำตาลในเลือด ในระดับมากที่สุดเหมือนกัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อยของผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 4 กลุ่ม พบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ใน 2 ปัจจัยย่อย คือระยะเวลาที่ใช้ในการตรวจระดับน้ำตาลในเลือดต่อครั้ง และประเทศผู้ผลิตเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง โดยเมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า

- กลุ่มที่เป็นญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ให้ความสำคัญกับการประเมินผลทางเลือกในเรื่องระยะเวลาที่ใช้ในการตรวจระดับน้ำตาลในเลือดต่อครั้ง น้อยกว่ากลุ่มผู้ป่วยโรคเบาหวานที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง กลุ่มผู้ป่วยโรคเบาหวานที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองและกลุ่มที่เป็นญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง
- กลุ่มที่เป็นญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ให้ความสำคัญกับการประเมินผลทางเลือกในเรื่องประเทศผู้ผลิตเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง มากกว่ากลุ่มผู้ป่วยโรคเบาหวานที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง และกลุ่มที่เป็นญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง

ปัจจัยด้านราคา

พบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ป่วยโรคเบาหวานที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ผู้ป่วยโรคเบาหวานที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง และเป็นญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง มีการประเมินผลทางเลือกของปัจจัยด้านราคาโดยรวม และในทุกปัจจัยย่อยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และเมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า

- กลุ่มที่เป็นญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ให้ความสำคัญกับการประเมินผลทางเลือกในปัจจัยด้านราคาโดยรวม ปัจจัยย่อยเรื่องค่าใช้จ่ายในการตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองแต่ละครั้ง และราคาของเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง น้อยกว่ากลุ่มผู้ป่วยโรคเบาหวานที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง และกลุ่มผู้ป่วยโรคเบาหวานที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

พบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ป่วยโรคเบาหวานที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ผู้ป่วยโรคเบาหวานที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง และเป็นญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง มีการประเมินผลทางเลือกของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวม และในทุกปัจจัยย่อยไม่แตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้ป่วยโรคเบาหวานที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง กลุ่มผู้ป่วยโรคเบาหวานที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง และกลุ่มญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวานที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ให้ความสำคัญในระดับมากถึงมากที่สุด ในเรื่องความสะดวกในการหาซื้อเครื่องและอุปกรณ์ต่างๆที่ใช้ร่วมกัน ส่วนกลุ่มที่เป็นญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ให้ความสำคัญระดับมาก ในเรื่องมีจำหน่ายทั้งโรงพยาบาลและร้านขายยาทั่วไป

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

พบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ป่วยโรคเบาหวานที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ผู้ป่วยโรคเบาหวานที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง และเป็นญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง มีการประเมินผลทางเลือกของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยผู้ป่วยโรคเบาหวานที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง และผู้ป่วยโรคเบาหวานที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ให้ความสำคัญในระดับมากในเรื่องมีพนักงานขายแนะนำสินค้า ณ จุดขาย และมีการบริการหลังการขาย ส่วนญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง และญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่องสามารถทดลองใช้ก่อนซื้อได้

เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อยของผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 4 กลุ่ม พบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ใน 5 ปัจจัยย่อย และเมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า

- กลุ่มที่เป็นญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ให้ความสำคัญกับการประเมินผลทางเลือกในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมและปัจจัยย่อย เรื่องมีพนักงานขายแนะนำสินค้า ณ จุดขาย มีการจำหน่ายผ่านทางโทรศัพท์ มีการจำหน่ายผ่านทางอินเทอร์เน็ต น้อยกว่ากลุ่มผู้ป่วยโรคเบาหวานที่เคย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง กลุ่มผู้ป่วยโรคเบาหวานที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองและกลุ่มที่เป็นญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง

- กลุ่มที่เป็นญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ให้ความสำคัญกับการผลประเมินทางเลือกในเรื่องการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ มากกว่ากลุ่มผู้ป่วยโรคเบาหวานที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง และกลุ่มที่เป็นญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง
- กลุ่มที่เป็นญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ให้ความสำคัญกับการประเมินผลทางเลือกในเรื่องการแนะนำจากคนรู้จักหรือผู้ที่เคยใช้น้อยกว่ากลุ่มผู้ป่วยโรคเบาหวานที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง และกลุ่มที่เป็นญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง

ปัจจัยด้านอื่นๆ

พบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ป่วยโรคเบาหวานที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ผู้ป่วยโรคเบาหวานที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง และเป็นญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง มีการประเมินผลทางเลือกของปัจจัยด้านอื่นๆไม่แตกต่างกัน โดยให้ความสำคัญระดับมากในเรื่องเป็นเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองยี่ห้อเดียวกับที่เคยเห็นหรือใช้อยู่ในโรงพยาบาล

1.4 กระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ

พบว่าบุคคลหรือสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ ผู้ป่วยเบาหวาน รองลงมาคือ บุคลากรทางการแพทย์ เช่น แพทย์ พยาบาล นักเทคนิคการแพทย์ เป็นต้น ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจซื้อจากร้านขายยา รองลงมาคือโรงพยาบาล ค่าใช้จ่ายที่ตั้งไว้มากที่สุด 2,001-2,500 บาท รองลงมา 1,501-2,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีผู้ป่วยเบาหวานเป็นผู้ตัดสินใจซื้อ รองลงมาคือ ญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน

เมื่อพิจารณาแยกกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถสรุปข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของแต่ละกลุ่มได้ตามตารางที่ 5.5

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.5 สรุปข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนการตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ป่วยเบาหวาน และเป็นญาติหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ทั้งที่เคยซื้อและไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง

ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนการตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่	ผู้ป่วยโรคเบาหวาน		ญาติหรือผู้เกี่ยวข้อง	
	เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือด	ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือด	เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือด	ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือด
บุคคลหรือสื่อที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ	ผู้ป่วยโรคเบาหวาน (42.0)	ผู้ป่วยโรคเบาหวาน (40.0)	ผู้ป่วยโรคเบาหวาน (34.0)	บุคลากรทางการแพทย์ เช่น แพทย์ พยาบาล นักเทคนิคการแพทย์ เป็นต้น (18.0)
แหล่งที่ซื้อ	ร้านขายยา (74.0)	ร้านขายยา (70.0)	ร้านขายยา (50.0)	โรงพยาบาล (42.0)
ค่าใช้จ่ายในการซื้อ	2,001-2,500 บาท (50.0)	2,001-2,500 บาท (60.0)	2,001-2,500 บาท (36.0)	1,501-2,000 บาท (42.0)
ผู้ตัดสินใจซื้อ	ผู้ป่วยโรคเบาหวาน (94.0)	ผู้ป่วยโรคเบาหวาน (76.0)	ญาติหรือผู้เกี่ยวข้อง (68.0)	ญาติหรือผู้เกี่ยวข้อง (40.0)

จากตารางที่ 5.5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 3 กลุ่ม ประกอบด้วยกลุ่มผู้ป่วยโรคเบาหวานที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ผู้ป่วยโรคเบาหวานที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง และญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวานที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง มีข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนการตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่เหมือนกัน คือมีผู้ป่วยโรคเบาหวาน เป็นบุคคลหรือสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองมากที่สุด ส่วนใหญ่ซื้อจากร้านขายยา ตั้งค่าใช้จ่ายในการซื้อ 2,001-2,500 บาท ยกเว้นเรื่องผู้ตัดสินใจซื้อในกลุ่มผู้ป่วยเบาหวานทั้งที่เคยซื้อ และไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง คือผู้ป่วยเบาหวาน ในขณะที่ผู้ตัดสินใจซื้อในกลุ่มญาติหรือ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ทั้งที่เคยซื้อและไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง คือญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน

ส่วนกลุ่มญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวานที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง มีบุคลากรทางการแพทย์ เช่น แพทย์ พยาบาล นักเทคนิคการแพทย์ เป็นต้น เป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อจากโรงพยาบาล ค่าใช้จ่ายที่ตั้งไว้มากที่สุด 1,501-2,000 บาท รองลงมา 1,501-2,000 บาท โดยมีญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน เป็นผู้ตัดสินใจซื้อ

ส่วนที่ 3 ขั้นตอนพฤติกรรมภายหลังการซื้อ สำหรับผู้ที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง

ในส่วนของความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองสำหรับผู้ที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.32, S.D. = 0.68) รองลงมา ด้านราคา ($\bar{X}$ = 4.27, S.D. = 0.74) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}$ = 4.24, S.D. = 0.77) และด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X}$ = 4.19, S.D. = 0.76) โดยในแต่ละด้านสรุปได้ดังนี้

- ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่อง ความถูกต้องแม่นยำของผลการตรวจระดับน้ำตาลในเลือด ($\bar{X}$ = 4.50, S.D. = 0.66) รองลงมาคือ คุณภาพและความทนทานของเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ($\bar{X}$ = 4.35, S.D.= 0.84) และความสะดวกหรือง่ายต่อการใช้ ($\bar{X}$ = 4.30, S.D.= 0.75)
- ปัจจัยย่อยด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจมากในเรื่อง ราคาและค่าใช้จ่ายในการตรวจระดับน้ำตาลในเลือดแต่ละครั้ง ($\bar{X}$ = 4.29, S.D. = 0.73) รองลงมาคือ ราคาของเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองเหมาะสมกับคุณภาพ ($\bar{X}$= 4.24, S.D. = 0.75)
- ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจมากในเรื่องความสะดวกในการหาซื้อแถบทดสอบและอุปกรณ์ต่างๆที่ใช้ร่วมกัน ($\bar{X}$= 4.34, S.D. = 0.70) รองลงมาคือ มีจำหน่ายทั้งในโรงพยาบาลและร้านขายยาทั่วไป ($\bar{X}$ = 4.30, S.D. = 0.66)
- ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจมากในเรื่องการบริการหลังการขายของผู้ผลิต/ ผู้จำหน่าย ($\bar{X}$= 4.30, S.D. = 0.70) รองลงมาคือ มีของแถมเพิ่มเติม เช่น แถบทดสอบ เข็ม หรือของใช้อื่นๆ ($\bar{X}$ = 4.18, S.D. = 0.75)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจในการใช้เครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ส่วนใหญ่จะร้องเรียนไปที่บริษัทผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย รองลงมาคือนำเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองเครื่องนั้นไปคืนร้านที่ซื้อ

เมื่อพิจารณาแยกกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ป่วยโรคเบาหวานที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง และเป็นญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง สามารถสรุปความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแต่ละกลุ่มได้ตามตารางที่ 5.6 -5.7

ตารางที่ 5.6 แสดงความพึงพอใจในปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ยสูงสุด) ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	**ความพึงพอใจในปัจจัยย่อย**	
	ผู้ป่วยโรคเบาหวาน	**ญาติหรือผู้เกี่ยวข้อง**
	เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือด	**เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือด**
ผลิตภัณฑ์	ความถูกต้องแม่นยำของผลการตรวจระดับน้ำตาลในเลือด ($\bar{X}$=4.66, S.D.=0.52)	คุณภาพและความทนทานของเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือด ($\bar{X}$=4.36, S.D.=0.78)
ราคา	ราคาและค่าใช้จ่ายในการตรวจระดับน้ำตาลในเลือดแต่ละครั้ง ($\bar{X}$ =4.32, S.D.=0.82)	ราคาของเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ($\bar{X}$ =4.26, S.D.=0.63)
การจัดจำหน่าย	ความสะดวกในการหาซื้อแถบทดสอบและอุปกรณ์ต่างๆที่ใช้ร่วมกัน ($\bar{X}$ =4.44, S.D.=0.67)	มีจำหน่ายทั้งในโรงพยาบาลและร้านขายยาทั่วไป ($\bar{X}$=4.28, S.D.=0.61)
การส่งเสริมการตลาด	มีการบริการหลังการขายของผู้ผลิต/ ผู้จำหน่าย ($\bar{X}$=4.30 S.D.=0.71)	มีการบริการหลังการขายของผู้ผลิต/ ผู้จำหน่าย ($\bar{X}$= 4.30, S.D.=0.71)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.7 สรุปความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ป่วยเบาหวาน และเป็นญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวานที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ				t	Sig	แปลผล
	ผู้ป่วยโรคเบาหวาน เคยซื้อเครื่องตรวจน้ำตาลในเลือด		ญาติหรือผู้เกี่ยวข้อง เคยซื้อเครื่องตรวจน้ำตาลในเลือด				
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			
ด้านผลิตภัณฑ์	4.27	0.53	4.21	0.52	0.303	0.583	ไม่แตกต่าง
ด้านราคา	4.27	0.81	4.26	0.60	0.005	0.944	ไม่แตกต่าง
ด้านการจัดจำหน่าย	4.38	0.65	4.26	0.64	0.863	0.355	ไม่แตกต่าง
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.25	0.65	4.13	0.68	0.896	0.346	ไม่แตกต่าง

ปัจจัยด้านการผลิตภัณฑ์

พบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ป่วยโรคเบาหวานที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง และเป็นญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการผลิตภัณฑ์โดยรวมไม่แตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้ป่วยโรคเบาหวานที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ให้ความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในเรื่องความถูกต้องแม่นยำของผลการตรวจระดับน้ำตาลในเลือด ส่วนกลุ่มที่เป็นญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ให้ความพึงพอใจระดับมากในเรื่องคุณภาพและความทนทานของเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านราคา

พบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ป่วยโรคเบาหวานที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง และเป็นญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมไม่แตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้ป่วย

โรคเบาหวานที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ให้ความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ในเรื่องราคาและค่าใช้จ่ายในการตรวจระดับน้ำตาลในเลือดแต่ละครั้ง ส่วนกลุ่มที่เป็นญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ให้ความพึงพอใจระดับมาก ในเรื่องราคาของเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

พบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ป่วยโรคเบาหวานที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง และเป็นญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมไม่แตกต่างกัน โดยทั้ง 2 กลุ่ม ให้ความพึงพอใจในระดับมาก ในเรื่องมีการบริการหลังการขายของผู้ผลิต/ ผู้จำหน่าย เหมือนกัน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

พบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ป่วยโรคเบาหวานที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง และเป็นญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมไม่แตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้ป่วยโรคเบาหวานที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ให้ความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ในเรื่องความสะดวกในการหาซื้อแถบทดสอบและอุปกรณ์ต่างๆที่ใช้ร่วมกัน ส่วนกลุ่มที่เป็นญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ให้ความพึงพอใจระดับมาก ในเรื่องมีจำหน่ายทั้งในโรงพยาบาลและร้านขายยาทั่วไป

ในกรณีที่ผู้ป่วยโรคเบาหวานไม่พึงพอใจในการใช้เครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ส่วนใหญ่ นำเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองเครื่องนั้นไปคืนร้านที่ซื้อ ในขณะที่ญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง จะร้องเรียนไปที่บริษัทผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 4 ขั้นตอนพฤติกรรมภายหลังการซื้อ (ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการใช้เครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง)

ผู้ตอบแบบสอบพบปัญหาในการใช้เครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองโดยเมื่อเรียงลำดับความรุนแรงของปัญหาจากมากไปน้อย พบว่า ด้านราคามีปัญหามากที่สุด ($\overline{X}$= 2.22, S.D.=0.92) รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\overline{X}$ = 2.16, S.D.=0.92) ด้านการจัดจำหน่าย ($\overline{X}$ = 2.14, S.D. =0.90) และด้านผลิตภัณฑ์ ($\overline{X}$ =1.99, S.D.=0.92) ตามลำดับ โดยปัญหาในแต่ละด้านสรุปได้ดังนี้

ด้านราคา พบว่า ราคาของอุปกรณ์ เช่น แถบทดสอบ และเข็มที่ใช้ในการตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองแต่ละครั้งแพงเกินไป มีปัญหาระดับมากที่สุด รองลงมาคือเรื่องราคาของเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองไม่เหมาะสมกับคุณภาพ

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ไม่มีส่วนลดในการซื้อสินค้า มีปัญหามากที่สุด รองลงมาคือไม่มีของแถมเพิ่มเติม เช่น แถบทดสอบ เข็ม หรือของใช้อื่นๆ ตามลำดับ

ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า การหาซื้ออุปกรณ์อื่นๆ เช่น แถบทดสอบและเข็ม ไม่สะดวก มีร้านที่จำหน่ายน้อย รองลงมาคือร้านค้าไม่มีรายการส่งเสริมการขายตามที่ปรากฏในสื่อโฆษณา

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า เรื่องคำอธิบายเกี่ยวกับการใช้งานและดูแลรักษาไม่ชัดเจน มีปัญหาระดับมากที่สุด รองลงมาคือ เรื่องคุณภาพและความทนทานของเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง และความไม่ถูกต้องแม่นยำของค่าน้ำตาลที่ตรวจได้ ตามลำดับ

<u>ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการแนะนำเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง</u>

ผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลสำหรับคำแนะนำ หรือไม่แนะนำผู้อื่นให้ซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง สามารถสรุปได้ ดังนี้

เหตุผลที่ไม่แนะนำ	เหตุผลที่แนะนำ
ไม่มีความจำเป็น เพราะต้องไปพบแพทย์อยู่แล้ว	ใช้ง่าย สะดวก สามารถตรวจได้ตามต้องการ
ต้องให้แพทย์เป็นผู้สั่ง หรือแนะนำให้ใช้	ใช้ควบคุมระดับน้ำตาลในเลือด
สิ้นเปลือง ราคาแพง	ใช้ควบคุมการรับประทานอาหาร
ไม่มีความรู้	ใช้ตรวจเมื่อมีอาการผิดปกติ เพื่อแก้ไขได้ทันเวลา
ไม่มั่นใจในผลการตรวจ และความปลอดภัย	ประหยัดเวลากว่าไปตรวจที่โรงพยาบาล
	แนะนำสำหรับผู้ที่เป็นเบาหวานขั้นรุนแรง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546: 219) กล่าวว่า ผู้บริโภคจะผ่านขั้นตอนต่างๆ 5 ขั้นตอนด้วยกัน คือ การเล็งเห็นปัญหาหรือตระหนักถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

1. การเล็งเห็นปัญหาหรือตระหนักถึงความต้องการ

พบว่าผู้บริโภคต้องการซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองเพื่อใช้ดูแลสุขภาพตนเองและบุคคลในครอบครัว และเพื่อใช้ควบคุมอาการของผู้ป่วยเบาหวาน สอดคล้องกับแนวคิดของอดุลย์ จาตุรงคกุล และดลยา จาตุรงคกุล (2550: 37) กล่าวว่า การเล็งเห็นปัญหาหรือตระหนักถึงความต้องการเป็นขั้นตอนเริ่มต้นของกระบวนการตัดสินใจ ผู้บริโภคจะไม่สามารถแก้ปัญหาได้เลยถ้าไม่มีการกำหนดปัญหาให้ชัดแจ้ง ปัญหาของผู้บริโภคอาจจะเป็นไปในรูปตื่นตัว (Active) หรือไม่ตื่นตัว (Inactive) ปัญหาตื่นตัวเป็นปัญหาที่ผู้บริโภครู้ตัวหรือจะรู้ตัวเมื่ออยู่ในเหตุการณ์ ตรงข้ามกับปัญหาที่ไม่ตื่นตัว ผู้บริโภคไม่รู้ตัวเกี่ยวกับการมีปัญหาของตน ซึ่งก็เป็นหน้าที่ของนักการตลาดจะต้องช่วยกำหนดให้

2. การค้นหาข้อมูล

กลุ่มที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง พบว่าร้านขายยาเป็นแหล่งข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข่าวสารมากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของวิวัฒน์ ปรัชญานันทกุล (2544) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องตรวจน้ำตาลในเลือดชนิดพกพา พบว่ากลุ่มตัวอย่างจะขอคำแนะนำจากแพทย์ จากการศึกษาพบว่าตรายี่ห้อที่เป็นที่รู้จักมากที่สุด คือ แอคคิว-เชค แต่ไม่ทราบว่าเป็นผลิตภัณฑ์ของบริษัทใด การซื้อผู้ตอบแบบสอบถามจะไม่หาข้อมูล (ค่อยหาที่ร้านที่ซื้อ) โดยจะค้นหาเรื่องราคาเครื่องเป็นส่วนใหญ่

ส่วนกลุ่มที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ถ้าเป็นผู้ป่วยเบาหวานส่วนใหญ่ได้ข้อมูลข่าวสารจากแพทย์ ในขณะที่ญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากแพทย์และการแนะนำจากคนรู้จักหรือผู้ที่เคยใช้ ทั้ง 2 กลุ่ม ส่วนใหญ่ไม่รู้จักตรายี่ห้อใดเลย การหาข้อมูลเพิ่มเติมส่วนมากไม่หาข้อมูล (ค่อยหาที่ร้านที่ซื้อ) โดยจะค้นหาเรื่องราคาของเครื่อง และคุณภาพและความทนทานของเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองเป็นส่วนใหญ่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3. การประเมินผลทางเลือก

พบว่ากลุ่มผู้ป่วยโรคเบาหวาน และญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ทั้งที่เคยซื้อและไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ส่วนใหญ่ เมื่อได้รับข้อมูลและคำแนะนำแล้วตัดสินใจเลือกตรายี่ห้อ/ ผู้ผลิต/ ผู้จำหน่ายทันที

กลุ่มผู้ป่วยโรคเบาหวานที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ให้ความสำคัญมากที่สุดกับการประเมินผลทางเลือกจากปัจจัยด้านราคา รองลงมาคือปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ในขณะที่กลุ่มผู้ป่วยที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง กลุ่มญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวานทั้งที่เคยซื้อ และไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ให้ความสำคัญมากที่สุดกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย รองลงมาคือปัจจัยด้านราคาซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของวิวัฒน์ ปรัชญานันทกุล (2544) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องตรวจน้ำตาลในเลือดชนิดพกพา พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือด้านราคา

4. การตัดสินใจซื้อ

พบว่าผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองของกลุ่มผู้ป่วยโรคเบาหวานทั้งที่เคยซื้อและไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง และญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ส่วนใหญ่คือตัวผู้ป่วยเอง ในขณะที่ผู้ตัดสินใจซื้อคือตัวผู้ป่วยและญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน แหล่งที่ซื้อส่วนใหญ่ คือ ร้านขายยา ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวิวัฒน์ ปรัชญานันทกุล (2544) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องตรวจน้ำตาลในเลือดชนิดพกพา พบว่า กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจซื้อจากร้านขายยา เป็นอันดับหนึ่ง จากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่ตั้งค่าใช้จ่ายในการซื้อ 2,001-2,500 บาท ในขณะที่ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของกลุ่มญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองคือ บุคลากรทางการแพทย์ เช่น แพทย์ พยาบาล นักเทคนิคการแพทย์ เป็นต้น ส่วนผู้ตัดสินใจคือ ตัวญาติหรือผู้เกี่ยวข้องเอง แหล่งที่ซื้อส่วนใหญ่คือ โรงพยาบาล มีค่าใช้จ่ายในการซื้อ 1,501-2,000 บาท

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

พบว่ากลุ่มผู้ป่วยโรคเบาหวานที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง และญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวาน ที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง มีความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน โดยให้ความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องความถูกต้องแม่นยำของผลการตรวจระดับน้ำตาลในเลือด ในกรณีที่เกิดความไม่พอใจในตรายี่ห้อ กลุ่มผู้ป่วยโรคเบาหวานที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง จะนำเครื่องตรวจระดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

น้ำตาลในเลือดด้วยตนเองเครื่องนั้นไปคืนร้านที่ซื้อ ในขณะที่ญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวานที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง จะร้องเรียนไปที่บริษัทผู้ผลิตหรือจำหน่าย

ข้อค้นพบ

การผลการศึกษาเรื่องกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มีข้อค้นพบ ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ป่วยเบาหวานทั้งที่เคยซื้อและไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ส่วนใหญ่อายุ 41-50 ปี มีสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่เคยใช้เครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง แตกต่างจากกลุ่มญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวานทั้งที่เคยซื้อและไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ส่วนใหญ่อายุ 21-30 ปี มีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่ไม่เคยใช้เครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง

กลุ่มผู้ป่วยเบาหวานทั้งที่เคยซื้อและไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองและกลุ่มญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวานที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง มีรายได้เฉลี่ย 10,001-20,000 บาท แตกต่างจากกลุ่มญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวานที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ที่มีรายได้เฉลี่ย 20,001-30,000 บาท

ด้านการเล็งเห็นปัญหาหรือตระหนักถึงความต้องการ

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ป่วยเบาหวานทั้งที่เคยซื้อและไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อมากที่สุดเท่ากัน 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยเพื่อใช้ดูแลสุขภาพตนเอง และบุคคลในครอบครัว และเพื่อใช้ควบคุมอาการของผู้ป่วยเบาหวาน แตกต่างจากกลุ่มญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวานที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ที่ให้ความสำคัญมากที่สุดกับปัจจัยเพื่อใช้ดูแลสุขภาพตนเองและบุคคลในครอบครัว และแตกต่างจากกลุ่มญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวานที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ให้ความสำคัญมากที่สุดกับปัจจัยเพื่อใช้ควบคุมอาการของผู้ป่วยเบาหวาน

ด้านการค้นหาข้อมูล

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากร้านขายยา ตรายี่ห้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองที่รู้จักมากที่สุด คือ แอ็คคิว-เช็ค และส่วนมากค้นหาข้อมูลในเรื่องราคาของเครื่อง แตกต่างจากกลุ่มผู้ป่วยที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ที่ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากแพทย์ ไม่รู้จักตรายี่ห้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือด และส่วนมากค้นหาข้อมูลในเรื่องราคาของเครื่อง และกลุ่ม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวานที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากการแนะนำจากคนรู้จักหรือผู้ที่เคยใช้ ไม่รู้จักตรายี่ห้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง และค้นหาข้อมูลในเรื่องคุณภาพและความทนทานของเครื่อง

ด้านการประเมินผลทางเลือก

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 4 กลุ่ม คือผู้ป่วยโรคเบาหวานทั้งที่เคยซื้อและไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวานทั้งที่เคยซื้อและไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองให้ความสำคัญมากที่สุดในการประเมินผลทางเลือกต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องความถูกต้องแม่นยำของผลการตรวจระดับน้ำตาลในเลือด และปัจจัยอื่นๆเรื่องเป็นเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองยี่ห้อเดียวกับที่เคยเห็นหรือใช้ในโรงพยาบาลเหมือนกันทุกกลุ่ม

กลุ่มผู้ป่วยโรคเบาหวานทั้งที่เคยซื้อและไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง และกลุ่มญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวานที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองให้ความสำคัญมากที่สุดในการประเมินผลทางเลือกต่อปัจจัยด้านราคาเรื่องค่าใช้จ่ายในการตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองแต่ละครั้ง แตกต่างจากกลุ่มญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวานที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาเรื่องราคาของเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง

กลุ่มผู้ป่วยโรคเบาหวานทั้งที่เคยซื้อและไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง และกลุ่มญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวานที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ให้ความสำคัญมากที่สุดในการประเมินผลทางเลือกต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายเรื่องความสะดวกในการหาซื้อเครื่องและอุปกรณ์ต่างๆที่ใช้ร่วมกัน แตกต่างจากกลุ่มญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวานที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายเรื่องมีจำหน่ายทั้งโรงพยาบาลและร้านขายยาทั่วไป

กลุ่มผู้ป่วยโรคเบาหวานทั้งที่เคยซื้อและไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวานทั้งที่เคยซื้อและไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ให้ความสำคัญมากที่สุดในการประเมินผลทางเลือกต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องมีพนักงานขายแนะนำสินค้า ณ จุดขาย และมีการบริการหลังการขาย แตกต่างจากกลุ่มญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวานทั้งที่เคยซื้อและไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ที่ให้ความสำคัญมากที่สุดต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องสามารถทดลองใช้ก่อนซื้อได้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ด้านการตัดสินใจซื้อ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มผู้ป่วยโรคเบาหวานทั้งที่เคยซื้อและไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง และกลุ่มญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวานที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง คือผู้ป่วยเบาหวาน ส่วนใหญ่ตั้งค่าใช้จ่ายในการซื้อ 2,001- 2,500 บาท และตัดสินใจซื้อจากร้านขายยา แตกต่างจากกลุ่มญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวานที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง มีบุคลากรทางการแพทย์ เช่นแพทย์ พยาบาล นักเทคนิคการแพทย์ เป็นต้น เป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ตั้งค่าใช้จ่ายในการซื้อ 1,501- 2,000 บาท และตัดสินใจซื้อจากโรงพยาบาล

ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ด้านความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มผู้ป่วยโรคเบาหวานและญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวานที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองไม่แตกต่างกัน โดยมีความพึงพอใจในปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมากที่สุด

ด้านปัญหาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบที่เคยใช้เครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความรุนแรงของปัญหามากที่สุดด้านราคา ในเรื่องราคาของอุปกรณ์ เช่น แถบทดสอบ และเข็มที่ใช้ในการตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองแต่ละครั้งแพงเกินไป รองลงมาคือด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการไม่มีส่วนลดในการซื้อสินค้า ด้านการจัดจำหน่ายเรื่องการซื้ออุปกรณ์อื่นๆเช่น แถบทดสอบและเข็ม ไม่สะดวก มีร้านที่จำหน่ายน้อย และด้านผลิตภัณฑ์เรื่องคำอธิบายเกี่ยวกับการใช้งานและดูแลรักษาไม่ชัดเจน

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาในเรื่อง กระบวนการตัดสินใจในการซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะที่ได้จำแนกตามกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามและทฤษฎีส่วนประสมการตลาด ดังนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กลุ่มผู้ป่วยโรคเบาหวานและญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวานที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง

- ด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่สำคัญในการประเมินทางเลือกคือ ความถูกต้องแม่นยำของผลการตรวจระดับน้ำตาลในเลือด และปัญหาที่พบมากคือเรื่องคำอธิบายเกี่ยวกับการใช้งานและดูแลรักษาไม่ชัดเจน ดังนั้นผู้ประกอบการควรควบคุมคุณภาพการผลิต และ

พัฒนาหรือนำเข้าผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เพื่อให้ได้ผลการตรวจที่แม่นยำเป็นที่น่าเชื่อถือ พร้อมทั้งจัดทำเอกสาร หรือแผ่นซีดีเกี่ยวกับวิธีใช้งานและการดูแลรักษาเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือด และอุปกรณ์อื่นๆที่ต้องใช้ร่วมกันให้ชัดเจน เข้าใจง่ายแนบไปพร้อมบรรจุภัณฑ์ หรือเพิ่มวิธีการติดต่อสื่อสารกับพนักงานบริษัทฯในกรณีที่มีปัญหา หรือต้องการข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้ลูกค้า นอกจากนั้นพบว่าตรายี่ห้อที่รู้จักมากที่สุด คือ แอคคิว-เชค ดังนั้นผู้ประกอบการตรายี่ห้ออื่นที่ต้องการส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มต้องปรับการสื่อสารทางการตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคจดจำตรายี่ห้อนั้นได้มากขึ้น

- ด้านราคา จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับราคาของเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองเป็นส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเครื่อง 2,001-2,500 บาท และให้ความสำคัญเรื่องราคาและค่าใช้จ่ายในการตรวจระดับน้ำตาลในเลือดแต่ละครั้ง ดังนั้นผู้ประกอบการควรตั้งราคาขายของเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองและอุปกรณ์ต่างๆที่ใช้ร่วมกัน เช่น แถบทดสอบ และเข็ม ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เนื่องจากถ้ามีราคาแพงเกินไป ผู้บริโภคอาจลดจำนวนการใช้ลง หรือหันไปใช้เครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองตรายี่ห้ออื่น โดยผู้ประกอบการอาจตั้งราคาขายของเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองให้ไม่เกิน 2,500 บาท ซึ่งเป็นราคาที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยอมรับได้ หรือผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและความทนทานมากขึ้นพร้อมตั้งราคาขายที่สูงขึ้นเล็กน้อยสำหรับกลุ่มญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวานที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ที่มีระดับรายได้ที่สูงกว่า และให้ความสำคัญทั้งเรื่องความถูกต้องแม่นยำของผลการตรวจระดับน้ำตาลในเลือดและความทนทานของเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง
- ด้านการจัดจำหน่าย จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลและตัดสินใจซื้อจากร้านขายยา และให้ความสำคัญในเรื่องความสะดวกในการซื้อเครื่องและอุปกรณ์ต่างๆที่ใช้ร่วมกัน ดังนั้นผู้ประกอบการควรกระจายการขายสินค้าให้ครอบคลุมร้านขายยาให้มีจำนวนมากที่สุด และอาจครอบคลุมไปตามโรงพยาบาลหรือร้านขายอุปกรณ์การแพทย์ เพื่อเพิ่มความสะดวกในการซื้อให้กับผู้บริโภค
- ด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการประเมินผลทางเลือกจากการมีพนักงานขายแนะนำ ณ จุดขาย และมีบริการหลังการขาย ดังนั้นผู้ประกอบการควรทำการส่งเสริมการขายโดยการให้ความรู้กับพนักงานขาย หรือบุคลากรทางการแพทย์ในช่องทางจัดจำหน่ายต่างๆ เพื่อให้เป็นคนแนะนำสินค้าและบริการ หรือส่งพนักงานไปแนะนำสินค้าที่ร้านขายยา โรงพยาบาล หรือ ร้านขายอุปกรณ์การแพทย์ นอกจากนั้นควรทำการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่งเสริมการขายโดยการมีส่วนลด หรือของแถมสำหรับอุปกรณ์อื่นๆที่ใช้ร่วมกัน เช่น แถบทดสอบ และเข็ม ไปพร้อมกับการสื่อสารและให้ข้อมูลกับผู้บริโภคเกี่ยวกับประโยชน์ของการตรวจระดับน้ำตาลในเลือด เพื่อเพิ่มความถี่ในการตรวจ และกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

กลุ่มผู้ป่วยโรคเบาหวานที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง

- ด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่สำคัญในการประเมินทางเลือกคือ ความถูกต้องแม่นยำของผลการตรวจระดับน้ำตาลในเลือด ดังนั้นผู้ประกอบการควรควบคุมคุณภาพการผลิต หรือนำเข้าผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เพื่อให้ได้ผลการตรวจที่แม่นยำเป็นที่น่าเชื่อถือ นอกจากนั้นผู้ประกอบการที่ผลิตหรือนำเข้าผลิตภัณฑ์ตรายี่ห้อต่างๆ ควรปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด โดยเฉพาะการสื่อสารกับลูกค้า เพื่อให้ผู้บริโภคจดจำตรายี่ห้อของตนเองให้มากขึ้น จะได้มีโอกาสเพิ่มส่วนแบ่งตลาดมากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่รู้จักตรายี่ห้อของเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง
- ด้านราคา จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะค้นข้อมูลเกี่ยวกับราคาของเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองเป็นส่วนใหญ่ และให้ความสำคัญเรื่องราคาและค่าใช้จ่ายในการตรวจระดับน้ำตาลในเลือดแต่ละครั้ง โดยตั้งค่าใช้จ่ายไว้ 2,001-2,500 บาท ดังนั้นผู้ประกอบการควรตั้งราคาขายของเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง และอุปกรณ์ต่างๆที่ใช้ร่วมกัน เช่น แถบทดสอบ และเข็ม ให้สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้บริโภค เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น
- ด้านการจัดจำหน่าย จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่หาข้อมูลข่าวสารจากแพทย์ ปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือก คือเรื่องความสะดวกในการซื้อเครื่องและอุปกรณ์ต่างๆที่ใช้ร่วมกัน และเป็นเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองยี่ห้อเดียวกับที่เคยเห็นหรือใช้อยู่ในโรงพยาบาล แต่จะตัดสินใจซื้อจากร้านขายยา ดังนั้นผู้ประกอบการควรติดต่อและนำสินค้าเข้าไปจำหน่ายทั้งในโรงพยาบาลและร้านขายยา เพื่อให้ผู้บริโภคมีการจดจำตรายี่ห้อจากโรงพยาบาล และสามารถตัดสินใจซื้อได้จากทั้งโรงพยาบาลและร้านขายยา และต้องให้ข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองกับแพทย์ และประโยชน์ที่ทั้งแพทย์และผู้บริโภคจะได้รับเมื่อมีการแนะนำให้ใช้เครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง เพื่อกระตุ้นให้เกิดการแนะนำ
- ด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการมีบริการหลังการขาย ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการสื่อสารให้ผู้บริโภครับรู้เกี่ยวกับบริการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

หลังการขาย เพื่อให้เกิดความมั่นใจ เช่น มีการตั้งหน่วยลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อให้ข้อมูลและคำแนะนำต่างๆ มีการบริการขายผ่านทางโทรศัพท์ หรืออินเทอร์เน็ต และควรมีการส่งเสริมการขายโดยมีส่วนลด หรือของแถม เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อเร็วขึ้น

กลุ่มญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวานที่ไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง

- ด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่สำคัญในการประเมินทางเลือกคือ ความถูกต้องแม่นยำของผลการตรวจระดับน้ำตาลในเลือด และค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพและความทนทานของเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง ดังนั้นผู้ประกอบการควรควบคุมคุณภาพการผลิต หรือนำเข้าผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เพื่อให้ได้ผลการตรวจที่แม่นยำเป็นที่น่าเชื่อถือ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพ และความทนทาน เพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้ลูกค้า นอกจากนั้นผู้ประกอบการที่ผลิตหรือนำเข้าผลิตภัณฑ์ตรายี่ห้อต่างๆ ควรปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด โดยเฉพาะการสื่อสารกับลูกค้า เพื่อให้ผู้บริโภคจดจำตรายี่ห้อของตนเองให้มากขึ้น จะได้มีโอกาสเพิ่มส่วนแบ่งตลาดมากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่รู้จักตรายี่ห้อของเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง
- ด้านราคา จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเมินผลทางเลือกเกี่ยวกับราคาของเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง และค่าใช้จ่ายในการตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองแต่ละครั้ง โดยตั้งค่าใช้จ่ายในการซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองไว้ 1,501 -2,000 บาท ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอื่นๆตั้งไว้ ดังนั้นผู้ประกอบการควรตั้งราคาขายของเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดให้อยู่ในช่วงราคาที่คาดหวังของผู้บริโภค และตั้งราคาของอุปกรณ์ที่ต้องใช้ร่วมกัน เช่นแถบทดสอบ และเข็มให้อยู่ในราคาที่เหมาะสม เพื่อกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อง่ายขึ้น หรือสื่อสารให้ผู้บริโภครับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์ โดยให้ความรู้และข้อมูลเกี่ยวกับความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์เมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายที่ต้องเสียไป ถ้าไม่สามารถตั้งราคาขายในราคาที่ผู้บริโภคคาดหวัง
- ด้านการจัดจำหน่าย จากการศึกษาพบว่าบุคลากรทางการแพทย์ เช่นแพทย์ พยาบาล นักเทคนิคการแพทย์ เป็นต้น เป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ และจะตัดสินใจซื้อจากโรงพยาบาล โดยเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองยี่ห้อเดียวกับที่เคยเห็นหรือใช้อยู่ในโรงพยาบาล เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือก ดังนั้นผู้ประกอบการควรทำการติดต่อและนำสินค้าเข้าไปจำหน่ายในโรงพยาบาล เพื่อให้เป็นแหล่งอ้างอิง และทำให้ตราสินค้านั้นเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเร็วขึ้น พร้อมทั้งสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์ โดยการทำ CRM และให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และสร้าง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ความเชื่อมั่นในกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์ เพื่อให้เป็นผู้แนะนำผู้บริโภคเกี่ยวกับเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองที่มีประสิทธิภาพสำหรับตรายี่ห้อนั้นๆ อาจทำคู่มือหรือสื่อการสอนที่บุคลากรทางการแพทย์ได้ใช้ประโยชน์ในการดูแลผู้ป่วยและสามารถแนะนำประโยชน์ของการตรวจระดับน้ำตาลในเลือดได้ด้วย

- ด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อน้อยกว่ากลุ่มที่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองในปัจจัยเพื่อใช้ดูแลสุภาพตนเองและบุคคลในครอบครัว และเพื่อใช้ควบคุมอาการของผู้ป่วยเบาหวาน ดังนั้นควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องของโรคเบาหวาน อันตรายที่เกิดขึ้นจากโรคเบาหวาน และประโยชน์ของการตรวจระดับน้ำตาลในเลือด เพื่อให้ผู้บริโภคตระหนักถึงความต้องการมากขึ้น นอกจากนั้นยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะค้นหาข้อมูลจากคนรู้จักหรือผู้ที่เคยใช้ และปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกคือ สามารถทดลองใช้ก่อนซื้อ ดังนั้นควรทำการส่งเสริมการขาย เช่น การให้สิทธิประโยชน์หรือของรางวัลเพิ่มเติมสำหรับผู้แนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักให้ซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง การตั้งจุดบริการให้ผู้บริโภคทดลองการใช้เครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเองตามช่องทางจัดจำหน่ายที่มีผู้ให้คำแนะนำ เช่นร้านขายยา โรงพยาบาล ร้านจำหน่ายอุปกรณ์การแพทย์ เพื่อสร้างความมั่นใจและตัดสินใจซื้อเร็วขึ้น

โดยสรุป ข้อเสนอแนะสำหรับกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 4 กลุ่ม ประกอบด้วยผู้ป่วยโรคเบาหวานทั้งที่เคยซื้อและไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง และญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นเบาหวานทั้งที่เคยซื้อ และไม่เคยซื้อเครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง มีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่เหมือนกันคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่ใช้กลยุทธ์คุณภาพผลิตภัณฑ์ และเสนอคุณภาพของสินค้าหลายระดับให้ผู้บริโภคแต่ละกลุ่มเลือก ส่วนข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่แตกต่างกัน คือปัจจัยด้านราคา ที่ต้องตั้งราคาหลายระดับเนื่องจากรายได้และความคาดหวังต่อราคาแตกต่างกัน ด้านการจัดจำหน่าย ต้องมีการเลือกช่องทางจัดจำหน่ายสำหรับผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม ระหว่างโรงพยาบาล ร้านขายยาและกระจายให้อย่างทั่วถึงตามแต่ความสะดวกที่แตกต่างกัน และด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ต้องมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้เกี่ยวกับข้อมูลและประโยชน์ในการใช้เครื่องตรวจระดับน้ำตาลในเลือดด้วยตนเอง การสร้างการรับรู้ในตราสินค้า ตลอดจนการขาย และการส่งเสริมการขายตามความสนใจที่แตกต่างกันสำหรับผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved