

คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการตัดสินใจ ซื้อเครื่องสุขภัณฑ์ไอซึกโครกของผู้บริโภค จังหวัดลพบุรี

ทิพย์สุดา สังข์ใหญ่¹
ผศ.ดร.ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์²

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสุขภัณฑ์ไอซึกโครกของผู้บริโภคใน จังหวัดลพบุรี การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อเครื่องสุขภัณฑ์ไอซึกโครกของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี 2) เพื่อศึกษาคุณลักษณะด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสุขภัณฑ์ไอซึกโครกของผู้บริโภค ในจังหวัดลพบุรีการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยผู้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยทำการสุ่มตัวอย่างจากผู้ที่มีคุณลักษณะด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ในจังหวัดลพบุรี ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) จำนวน 400 ตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างสรุปได้ว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26 - 30 ปี มีสถานภาพโสดส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และวัตถุประสงค์ที่เลือกซื้อเครื่องสุขภัณฑ์ไอซึกโครกเพื่อนำไปใช้เอง ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสุขภัณฑ์ไอซึกโครกสรุปได้ว่า คุณลักษณะด้านผลิตภัณฑ์ผู้ซื้อให้ระดับความสำคัญด้านต่าง ๆ คือ อยู่ในระดับที่มีอิทธิพลมากถึงมากที่สุด แจรงรายละเอียดได้ดังต่อไปนี้คุณลักษณะด้านผลิตภัณฑ์ผู้ซื้อให้ความสำคัญเรื่องเลือกซื้อเพราะคุณภาพอายุการใช้งานยาวนาน วัสดุที่ใช้มีคุณภาพสูงรูปแบบง่ายต่อการติดตั้งและพร้อมใช้งานเป็นตราที่มีชื่อเสียงเป็นที่นิยมใช้กันศูนย์บริการหลายแห่ง

1. บทนำ

ตลาดในประเทศของอุตสาหกรรมเครื่องสุขภัณฑ์ในปีนี้ คาดว่าจะโตขึ้นประมาณ ร้อยละ 5 - 6 เนื่องจาก ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เริ่มกระเตื้องขึ้น และการปล่อยสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของสถาบันการเงิน สำหรับด้านการแข่งขันยังคงมีความรุนแรง แต่แนวโน้มจะไม่เน้นในเรื่องราคาเป็นหลักเหมือนที่ผ่านมา เพราะสภาพตลาดเริ่มปรับตัวในทิศทางที่ดีขึ้น ซึ่งอาจจะเน้นในด้านการตลาดโดยเฉพาะโฆษณา และให้

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการด้านการตลาด วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

² อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

ความสำคัญในการพัฒนาคุณภาพสินค้าด้วยการผลิตที่ใช้เทคโนโลยีสูงมาช่วยในกระบวนการผลิตเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น

จากสถานการณ์ดังกล่าว ทำให้ผู้สนใจที่จะศึกษา ถึงคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อตัดสินใจซื้อเครื่องสุขภัณฑ์ไอซ็อกโครกของผู้บริโภคใน จังหวัดลพบุรี โดยมุ่งเน้นเพื่อศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อเครื่องสุขภัณฑ์ไอซ็อกโครกเพื่อศึกษาคุณลักษณะด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสุขภัณฑ์ไอซ็อกโครกและเพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อเครื่องสุขภัณฑ์ไอซ็อกโครกจำแนกตามลักษณะของประชากรศาสตร์ ซึ่งจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนในจังหวัดลพบุรี จากการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการสามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยไปใช้ในการปรับเปลี่ยนรูปแบบของเครื่องสุขภัณฑ์ไอซ็อกโครกให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น ส่วนในแง่ของผู้บริโภคก็จะได้มีสินค้าให้เลือกสรรมากมายตามความต้องการของผู้บริโภค และถูกใจมากยิ่งขึ้น

2.วัตถุประสงค์ของการศึกษา

2.1) เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อการพิจารณาซื้อเครื่องสุขภัณฑ์ไอซ็อกโครกใน จังหวัดลพบุรี

2.2) เพื่อศึกษาคุณลักษณะด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสุขภัณฑ์ไอซ็อกโครกของผู้ซื้อ ในจังหวัดลพบุรี

3. สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการพิจารณาซื้อเครื่องสุขภัณฑ์ไอซ็อกโครกในจังหวัดลพบุรี

สมมติฐานที่ 2 คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องสุขภัณฑ์ไอซ็อกโครกในจังหวัดลพบุรี

4.ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผู้ประกอบการสามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยไปใช้ในการปรับเปลี่ยนรูปแบบของเครื่องสุขภัณฑ์ไอซ็อกโครกให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น

5.ทบทวนวรรณกรรม

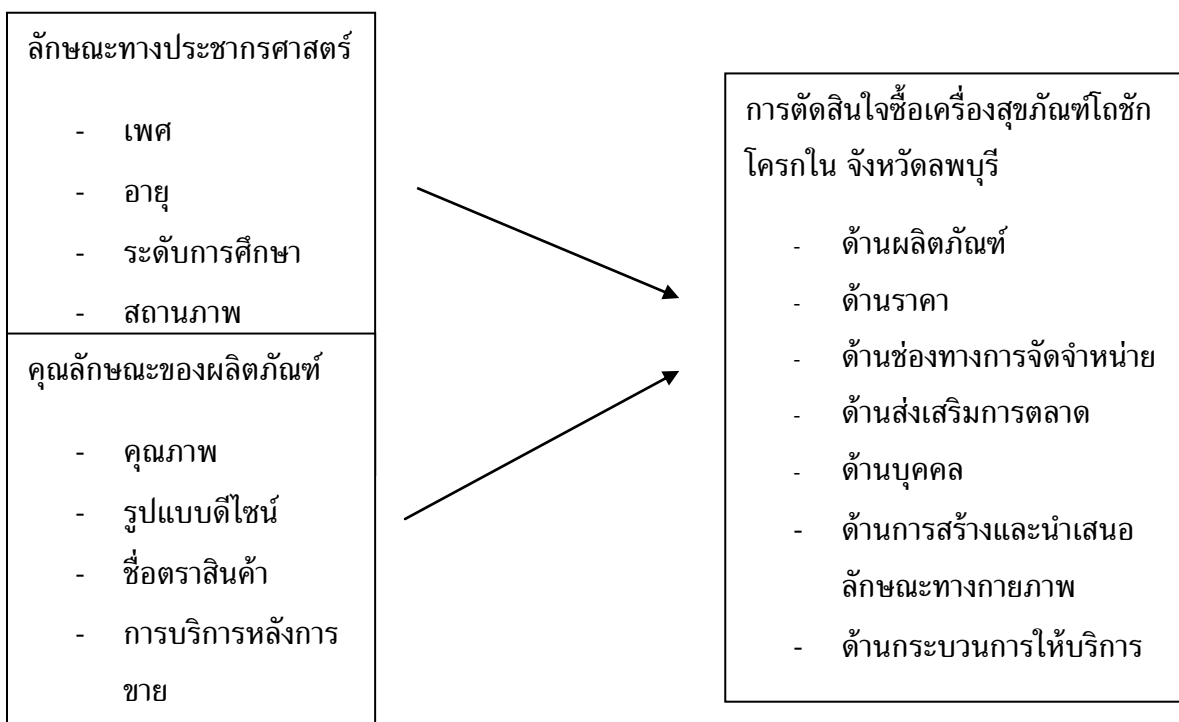
ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541, หน้า 203) ได้ให้ความหมายว่า เป็นสิ่งที่คุณขายเสนอขายต่อตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจอยากได้เป็นเจ้าของ และซื้อมาเพื่ออุปโภคบริโภค อันเป็นการตอบสนองความต้องการคำว่าผลิตภัณฑ์ได้มีความหมายจำกัดเพียงวัตถุที่มีรูปร่างจับต้องเท่านั้น แต่ยัง

หมายถึงผลิตภัณฑ์บริการ สถานที่องค์กรหรือบุคคลและความคิด ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีมูลค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดลูกค้ากลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ที่ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้ (1) ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) (2) พิจารณาจากองค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะคุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ตราผลิตภัณฑ์ ฯลฯ (3) การกำหนดตำแหน่ง (Product Positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย (4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้นซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น (5) กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) และสายผลิตภัณฑ์ (Product Line)

กรอบแนวคิดงานวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ประชากรที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่ตัดสินใจซื้อเครื่องสุขภัณฑ์โถชักโครกใน จังหวัดลพบุรี

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่ซื้อเครื่องสุขภัณฑ์โถชักโครก ในจังหวัดลพบุรีจำนวน 400 คน ได้จากสูตรการคำนวณแบบไม่ทราบประชากร

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ของผู้ที่ตัดสินใจซื้อเครื่องสุขภัณฑ์โถชักโครก ในจังหวัดลพบุรี

ขอบเขตด้านเวลา

ระหว่างวันที่ เดือนมกราคม พ.ศ.2560 ถึง พฤษภาคม พ.ศ.2560

7.ระเบียบในการทำวิจัย

ตอนที่ 1 เป็นการสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีทั้งหมด 6 ข้อ ลักษณะการตอบจะเป็นแบบเลือกตอบ

ตอนที่ 2 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของสุขภัณฑ์โถชักโครกมีทั้งหมด 4 ข้อ ได้แก่ คุณภาพ รูปแบบดีไซน์ ชื่อตราสินค้า การบริการหลังการขาย มีลักษณะการตอบจะเป็นแบบเลือกตอบ เพียงคำตอบเดียว ลักษณะการตอบจะเป็นแบบเลือกตอบ

ตอนที่ 3 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อเครื่องสุขภัณฑ์โถชักโครกใน จังหวัดลพบุรี แบ่งออกเป็น 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์จำนวน 4 ข้อ ด้านราคาจำนวน 3 ข้อ ด้านส่งเสริมการตลาด จำนวน 5 ข้อ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจำนวน 4 ข้อ ด้านบุคคลากรจำนวน 5 ข้อ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพจำนวน 3 ข้อ ด้านกระบวนการให้บริการจำนวน 3 ข้อ โดยกำหนดการให้คะแนน ดังนี้

5	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นที่ท่าน	เห็นด้วยมากที่สุด
4	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นที่ท่าน	เห็นด้วยมาก
3	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นที่ท่าน	เห็นด้วยปานกลาง
2	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นที่ท่าน	เห็นด้วยน้อย
1	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นที่ท่าน	เห็นด้วยน้อยที่สุด

8.ผลการศึกษา

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยได้แบ่งผลการวิจัยออกเป็น 3 ส่วน คือ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม คุณลักษณะด้านผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี จำแนกในด้านเลือกซื้อเพราะคุณภาพ ด้านเหตุผลที่เลือกใช้รูปแบบของตัวผลิตภัณฑ์ ด้านปัจจุบันท่านใช้สุขภัณฑ์โถชักโครกยี่ห้อใด และการบริการหลังการขาย การตัดสินใจซื้อเครื่องสุขภัณฑ์โถชักโครกใน จังหวัดลพบุรี และการทดสอบสมมติฐาน โดยสามารถสรุปตามผลรายละเอียดดังต่อไปนี้

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน มีปัจจัยส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ส่วนใหญ่คือเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56 รองลงมาคือ เพศชาย (ร้อยละ 44) ส่วนใหญ่มี

อายุ 26-30 ปี (ร้อยละ 26) รองลงมาคือ อายุ 31-35 ปี (ร้อยละ 19.5) ส่วนใหญ่สถานภาพโสด (ร้อยละ 46.5) รองลงมาคือสถานภาพสมรส(ร้อยละ 42) ส่วนใหญ่ระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 42.3) รองลงมามัธยมปลาย/ปวช.(ร้อยละ 21.3) ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานเอกชน (ร้อยละ 28.8) รองลงมาคือข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 23.3) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท (ร้อยละ 31.8) รองลงมาคือ 20,001-30,000 (ร้อยละ 27)

คุณลักษณะด้านผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน มีคุณลักษณะด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีองค์ประกอบในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อเพราะคุณภาพอายุการใช้งานยาวนาน(ร้อยละ 34.8) รองลงมาคือ วัสดุที่ใช้มีคุณภาพสูง (ร้อยละ 24) ทนทานต่อการขีดขูด(ร้อยละ 21.3) สามารถรับน้ำหนักและแรงกระแทกได้สูง(ร้อยละ 20) ที่มีองค์ประกอบในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคส่วนใหญ่ เหตุผลที่เลือกใช้รูปแบบของตัวผลิตภัณฑ์รูปแบบง่ายต่อการติดตั้งและพร้อมใช้งาน(ร้อยละ 43) รองลงมาคือ รูปแบบหรูหรา มีสไตล์ของการออกแบบ(ร้อยละ 35.8) มีสีให้เลือกหลากหลาย(21.3) ที่มีองค์ประกอบในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคส่วนใหญ่เหตุผลที่เป็นตราที่มีชื่อเสียงเป็นที่นิยมใช้กันได้ทั่วไป(ร้อยละ 23.3) รองลงมาคือ รับประกันอุปกรณ์และมีอะไหล่พร้อมเปลี่ยน(ร้อยละ 17.8) ชื่อตราที่หือที่จดจำง่าย (ร้อยละ 14.8) มีผู้เชี่ยวชาญในการติดตั้งและให้คำแนะนำในการใช้(ร้อยละ 14.8) ระยะเวลารับประกัน มากกว่า 1 ปี(ร้อยละ 12.3) ให้ความรู้และคำปรึกษาเกี่ยวกับการติดตั้ง(ร้อยละ 7) ที่มีองค์ประกอบในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคส่วนใหญ่เหตุผลที่การบริการหลังการขาย คือมีศูนย์บริการหลายแห่ง(ร้อยละ 39.3) รองลงมาคือมีระบบการติดต่อสื่อสารที่เข้าถึงง่ายสะดวกรวดเร็ว (ร้อยละ 32.2) มีอะไหล่ตลอด(ร้อยละ 28.5)

การตัดสินใจซื้อเครื่องสุขภัณฑ์โถชักโครกใน จังหวัดลพบุรี

ด้านผลิตภัณฑ์ของการตัดสินใจซื้อเครื่องสุขภัณฑ์โถชักโครกของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับที่มีอิทธิพลมาก และเมื่อพิจารณาพบว่า ด้านของสินค้าที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ คุณภาพของสินค้า ($\bar{X} = 4.42$) รองลงมาคือ ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของร้าน($\bar{X} = 4.26$)

ด้านราคามือถือประกอบในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับที่มีอิทธิพลมาก และเมื่อพิจารณาพบว่า ด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ($\bar{X} = 4.03$) รองลงมาคือ มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน($\bar{X} = 3.95$)

ด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับที่มีอิทธิพลมาก และเมื่อพิจารณาพบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ บัตรส่วนลด($\bar{X} = 3.93$) รองลงมาคือ มีบัตรสมาชิก($\bar{X} = 3.81$)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีองค์ประกอบในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับที่มีอิทธิพลมาก และเมื่อพิจารณาพบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ป้ายหรือเครื่องหมายที่ตั้งและทิศทางที่ชัดเจน($\bar{X} = 3.85$) รองลงมาคือ ความสะดวกในการเดินทางไปและกลับ ($\bar{X} = 3.81$)

ด้านบุคลากรมีองค์ประกอบในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับที่มีอิทธิพลมาก และเมื่อพิจารณาพบว่า ด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานมีความรู้และให้คำแนะนำได้ ($\bar{X} = 3.87$) รองลงมาคือ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส ($\bar{X} = 3.75$)

ด้านกายภาพมีองค์ประกอบในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับที่มีอิทธิพลมาก และเมื่อพิจารณาพบว่า ด้านกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ป้ายชื่อร้านมองเห็นได้ชัดเจน ($\bar{X} = 3.76$) รองลงมาคือ ความสะอาดของร้าน ($\bar{X} = 3.71$)

ด้านกระบวนการให้บริการมีองค์ประกอบในการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับที่มีอิทธิพลมาก และเมื่อพิจารณาพบว่า ด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ บริการอย่างรวดเร็ว คล่องแคล่วและถูกต้อง ($\bar{X} = 3.87$) รองลงมาคือ ใบเสร็จเรียกเก็บเงินแสดงรายการอย่างชัดเจน ($\bar{X} = 3.69$)

9.อภิปรายผล

การศึกษาคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์กับการตัดสินใจซื้อเครื่องสุขภัณฑ์โถชักโครกของผู้บริโภคใน จังหวัดลพบุรี ผู้วิจัยใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องคือ แนวคิดคำถาม 7Pเป็นแนวทางค้นคว้าการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสุขภัณฑ์โถชักโครกของผู้บริโภค และแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อเพื่อเป็นแนวทางการปรับเปลี่ยนรูปแบบของเครื่องสุขภัณฑ์โถชักโครกให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้นโดยมีประเด็นที่นำมาอภิปรายผลดังนี้

คุณลักษณะด้านผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี

จากผลการศึกษา พบว่า คุณลักษณะด้านผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรีด้านเลือกซื้อเพราะคุณภาพ มีองค์ประกอบในการตัดสินใจซื้อทั้งนี้อาจเนื่องมาจากในภาพรวมผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อเพราะคุณภาพอยู่ในระดับที่มีอิทธิพลมาก เช่น สามารถรับน้ำหนักและแรงกระแทกได้สูงวัสดุที่ใช้มีคุณภาพสูงทนทานต่อการขัดสีอายุการใช้งานยาวนาน ซึ่งสอดคล้องกับ(ศิริวรรณเสวีรัตน์, 2552)

จากผลการศึกษา พบว่า คุณลักษณะด้านผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรีด้านเหตุผลที่เลือกใช้รูปแบบของตัวผลิตภัณฑ์มีองค์ประกอบในการตัดสินใจซื้อทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ในภาพรวมผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อเพราะคุณภาพอยู่ในระดับที่มีอิทธิพลมาก เช่น มีสีให้เลือกหลากหลายรูปแบบหรูหรามีสไตล์ของการออกแบบรูปแบบง่ายต่อการติดตั้งและพร้อมใช้งาน ซึ่งไม่สอดคล้องกับศิริวรรณเสวีรัตน์ และคณะ (2541, หน้า 203)

จากศึกษา พบว่า คุณลักษณะด้านผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรีด้านเหตุผลในการตัดสินใจซื้อยี่ห้อใด มีองค์ประกอบในการตัดสินใจซื้อทั้งนี้อาจเนื่องมาจากในภาพรวมผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ เพราะคุณภาพอยู่ในระดับที่มีอิทธิพลมาก เช่น เป็นตราที่มีชื่อเสียงเป็นที่นิยมใช้กันได้ทั่วไปชื่อยี่ห้อที่จดจำง่าย ระยะเวลาในการรับประกันมากกว่า 1 ปี รับประกันความปลอดภัยรับประกันอุปกรณ์และมีอะไหล่พร้อมเปลี่ยน ให้ความรู้และคำปรึกษาเกี่ยวกับการติดตั้งมีผู้เชี่ยวชาญในการติดตั้งและให้คำแนะนำในการใช้งาน ซึ่งไม่สอดคล้อง (เขาว์ โรจนแสง 2542 : 5)

จากศึกษา พบว่า คุณลักษณะด้านผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรีด้านการบริการหลังการขายองค์ประกอบในการตัดสินใจซื้อทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ในภาพรวมผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อเพราะคุณภาพอยู่ในระดับมีอิทธิพลมาก เช่น มีศูนย์บริการหลายแห่งมีระบบการติดต่อสื่อสารที่เข้าถึงง่ายสะดวก มีอะไหล่ตลอด ซึ่งไม่สอดคล้อง (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2541, หน้า 203)

การตัดสินใจซื้อเครื่องสุขภัณฑ์โถชักโครกในจังหวัดลพบุรี

จากศึกษา พบว่าองค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์ของการตัดสินใจซื้อเครื่องสุขภัณฑ์โถชักโครกมีองค์ประกอบในการตัดสินใจซื้อทั้งนี้อาจเนื่องมาจากภาพรวมอยู่ในระดับมีอิทธิพลมากในด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการซึ่งไม่สอดคล้อง (ชนาธิป ชูจิตารมย์, 2542, น.10)

10. ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

ผลการศึกษาสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการปรับเปลี่ยนรูปแบบเครื่องสุขภัณฑ์โถชักโครกเพื่อการตอบสนองให้ตรงกับผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด และเพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจเครื่องสุขภัณฑ์ จากการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนแตกต่างกันมีคุณลักษณะในการตัดสินใจเลือกซื้อสุขภัณฑ์โถชักโครกที่แตกต่างเช่น เลือกซื้อเพราะคุณภาพ เหตุผลที่เลือกใช้รูปแบบของตัวผลิตภัณฑ์ปัจจุบันท่านใช้สุขภัณฑ์โถชักโครกยี่ห้อใดการบริการหลังการขาย

ผลการศึกษาสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการปรับเปลี่ยนลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ต้องมีป้ายชื่อร้านมองเห็นชัดเจน ความสะอาดของร้าน การจัดเรียงตัวสินค้า หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

บรรณานุกรม

ชนาธิป ชูจิตารมย์. 2542, น.10 การตัดสินใจซื้อ จึงเป็นการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า หลังจากที่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. และคณะ. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: ด้านสุทธาการพิมพ์, 2541

Kotler and Armstrong (1997, p.158) การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค จะผ่านกระบวนการ