

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การตัดสินใจซื้อไม้เทียม WPC ของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล
คำสำคัญ	การตัดสินใจซื้อไม้เทียม WPC / แนวโน้มการตัดสินใจ
ชื่อนักศึกษา	พรพิชชา โยธาวงค์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ดร.ปฏิภาณ ลพบุรี
ระดับการศึกษา	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
คณะ	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2562

### บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้คือ 1) เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดไม้เทียม WPC ของผู้บริโภค 2) เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับแนวโน้มการตัดสินใจซื้อไม้เทียม WPC ของผู้บริโภค 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดไม้เทียม WPC กับแนวโน้มการตัดสินใจซื้อไม้เทียม WPC กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยศึกษา คือ ผู้สนใจซื้อไม้เทียม WPC ซึ่งอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยในที่นี้เก็บตัวอย่างทั้งหมด 400 คน เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพโสด มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,000 - 20,000 บาท และมีสถานะผู้ซื้อเป็นเจ้าของบ้าน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดของไม้เทียม WPC ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก คือ สินค้ามีอายุการใช้งานยาวนาน สินค้ามีมาตรฐาน และสินค้ามีหลากหลายรูปแบบให้เลือก ด้านราคาอยู่ในระดับมาก คือ ราคาเหมาะสมกับอายุการใช้งานสินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากคือ สามารถติดต่อกับผู้ขายได้สะดวกและมีบริการขนส่งสินค้าที่รวดเร็วตรงต่อเวลา ด้านส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากคือ พนักงานมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ/ให้คำแนะนำ การให้ความรู้ ข้อมูลสินค้าอย่างชัดเจน และมีแนวโน้มการตัดสินใจซื้อไม้เทียม WPC โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก คือ ตัดสินใจซื้อไม้เทียม WPC เพราะเป็นสินค้าที่ดูทันสมัย และมีความโดดเด่น รองลงมา คุณสมบัติสามารถตอบสนองความต้องการของท่านได้

ผลทดสอบสมมติฐาน พบว่า 1) ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดของไม้เทียม WPC แตกต่างกัน 2) ผู้ซื้อสินค้าที่มีสถานภาพไม่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดไม้เทียม WPC ไม่แตกต่างกัน 3) ผู้ซื้อสินค้าที่มีรายได้ไม่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดของไม้เทียม WPC ไม่แตกต่างกัน 4) ผู้ซื้อสินค้าที่มีสถานะผู้ซื้อ ไม้เทียม

WPC ไม่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดไม้เทียม WPC ไม่แตกต่างกัน 5) ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มการตัดสินใจซื้อไม้เทียม WPC ไม่แตกต่างกัน 6) ผู้ซื้อสินค้าที่มีสถานภาพไม่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวโน้มการตัดสินใจซื้อไม้เทียม WPC ไม่แตกต่างกัน 7) ผู้ซื้อสินค้าที่มีสถานภาพไม่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวโน้มการตัดสินใจซื้อไม้เทียม WPC ไม่แตกต่างกัน 8) สถานะผู้ซื้อไม้เทียม WPC ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มการตัดสินใจซื้อไม้เทียม WPC ไม่แตกต่างกัน 9) ความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดของไม้เทียม WPC ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจซื้อไม้เทียม WPC 10) ความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดของไม้เทียม WPC ด้านราคา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจซื้อไม้เทียม WPC 11) ความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดของไม้เทียม WPC ด้านช่องทางการจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจซื้อไม้เทียม WPC 12) ความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดของไม้เทียม WPC ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจซื้อไม้เทียม WPC 13) ความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดของไม้เทียม WPC มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจซื้อไม้เทียม WPC

Thesis Title	The Decision to buy WPC artificial wood of consumers in Bangkok and its vicinity
Keywords	Decision to buy WPC wood / Decision trends
Student	Pornpitcha Yotawong
Advisor	Dr. Patipan Lopburi
Level of Study	Master of Communication Arts
Faculty	Graduate School, Sripatum University Chonburi Campus
Year	2019

### **Abstract**

The objective of this research is 1) to study the differences between demographic characteristics and opinions on consumer factors of WPC artificial wood market 2) to study the differences between demographic characteristics and the tendency to buy WPC's artificial wood Consumers 3) To study the relationship between the opinions of the WPC artificial market factors and the trend of the decision to buy artificial wood WPC. The research study is interested in buying artificial trees WPC, who lives in Bangkok and its vicinity. In this case, 400 samples were collected, which were male rather than female. Having a bachelor's degree with a single status, earning between 10,000 - 20,000 baht and having a buyer status as a home owner There are opinions on the marketing factors of WPC artificial wood. At a high level, the product has a long service life. Standard products And the product has a variety of styles to choose from at a high price, which is the price that is suitable for the life of the product. There are many levels to choose from. Distribution channels At a high level Can contact the seller easily and have fast delivery service on time Marketing promotion At a high level Knowledgeable staff Expertise in providing / advising Educating Clear product information And there is a tendency to decide to buy WPC artificial wood. Overall, at a high level is the decision to buy WPC artificial wood because it is a modern looking product. And with outstanding features, can meet your needs.

The hypothesis test found that 1) different educational levels There are different opinions on the marketing factors of the WPC artificial wood. 2) The buyers of products with different status There are different opinions on marketing factors. WPC artificial wood is not different. 3) The buyer

of the product with no income is different. There is no different opinion on the marketing factors of the WPC artificial wood. 4) The buyer of the product with the status of the WPC artificial wood is not different. There are no different opinions on the marketing factors of the WPC artificial wood. 5) Different educational levels There is a tendency to buy different types of WPC artificial wood. 6) Buyers of goods with different status There is no difference in the opinions on the trend of buying WPC artificial wood. 7) The buyers of goods with different status are not different. There are no different opinions about the trend of buying WPC artificial wood. 8) Status of buyers of different WPC artificial wood. There is a tendency to buy different types of WPC artificial wood. 9) Opinions on marketing factors of WPC artificial products. There is a correlation with the trend of the decision to buy WPC wood Distribution There is a relationship with the trend of buying WPC artificial wood. 12) Opinions on marketing factors of WPC artificial wood in marketing promotion. Correlated with the trend of buying WPC artificial wood 13) Opinions on the marketing factors of WPC artificial wood are related to the trend of buying WPC artificial wood.