

ชื่อการค้นคว้าอิสระ องค์ประกอบเชิงสำรวจและตัวบ่งชี้พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในยุควิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ

ผู้วิจัย นางสาวบุศษา จำปาไชยศรี ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี อาจารย์ที่ปรึกษา ผศ.ดร.ภัทรา สุขะสุนันท์ ปีการศึกษา 2565 จำนวน 93 หน้า

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาองค์ประกอบเชิงสำรวจและตัวบ่งชี้พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในยุควิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ ศึกษาจากผู้บริโภคที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมและอาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ ทั้งที่มีรายชื่อและไม่มีรายชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านจังหวัดสมุทรปราการ เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ตามเงื่อนไขของการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor analysis) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Random sampling) เครื่องมือการวิจัยคือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิค Exploratory factor analysis เลือกวิธีสกัดปัจจัยแบบ Principle component analysis (PCA) และหมุนแกนแบบตั้งฉากด้วยวิธี Orthogonal rotation แบบ Varimax

ผลการวิจัย พบว่า องค์ประกอบเชิงสำรวจและตัวบ่งชี้พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริม มี 6 องค์ประกอบ 35 ตัวบ่งชี้ คือ องค์ประกอบที่ 1 ผู้มีความละเอียดรอบคอบ มีจำนวน 11 ตัวบ่งชี้ องค์ประกอบที่ 2 ผู้ที่ต้องการความมั่นใจ รักดีต่อตราสินค้า มีจำนวน 7 ตัวบ่งชี้ องค์ประกอบที่ 3 ผู้คำนึงถึงประโยชน์และความคุ้มค่า มีจำนวน 6 ตัวบ่งชี้ องค์ประกอบที่ 4 ผู้ที่ชอบความสะดวก มีจำนวน 4 ตัวบ่งชี้ องค์ประกอบที่ 5 ผู้ที่เอาใจใส่ตัวเองและสังคม มีจำนวน 4 ตัวบ่งชี้ องค์ประกอบที่ 6 ผู้ที่ชอบทดลองและเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ มีจำนวน 3 ตัวบ่งชี้

คำสำคัญ องค์ประกอบเชิงสำรวจ พฤติกรรมการซื้อ อาหารเสริม

ลายมือชื่อนักศึกษา

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา

Independent study title: Exploratory Factors and Indicators of Consumer Buying Behavior of Dietary Supplements During New Normal Period in Samut Prakan Province

Researcher: Miss Bussacha Champachaisri. Degree: Master of Business Administration Dhonburi Rajabhat University. Independent study advisor: Asst. Prof. Dr.Patra Sukhasukon. Academic year: 2022. 93 pp.

Abstract

This research aimed to study the exploratory factors and indicators of consumer buying behaviors of dietary supplement products during of New Normal period in Samut Prakan Province. The research samples were consumers who used to buy dietary supplements. They were living in Samut Prakan Province including both with and without names in the household registration of the Province. The samples of 400 people were selected through multistage sampling according to the conditions of data analysis by factor analysis technique. The research tool was a questionnaire. Data were analyzed by exploratory factor analysis technique, Principle component analysis (PCA) was selected for factor extraction, and Orthogonal rotation was chosen by Varimax method.

The research results revealed that the exploratory factors and indicators of buying behavior of dietary supplement products consisted of 6 factors, 35 indicators. The 1st factor being meticulous persons included 11 indicators, the 2nd factor being those requiring confidence with brand loyalty included 7 indicators, the 3rd factor being those who considered benefits and worthiness included 6 indicators, the 4th factor portraying those preferring convenience included 4 indicators, the 5th factor being those who cared about themselves and society included 4 indicators, and the 6th factor being those who liked to experiment and learn new things included 3 indicators.

Keywords: exploratory factors, buying behavior, dietary supplement

Student's signature

Independent study advisor' signature