หัวข้อวิทยานิพนธ์	พฤติกรรมการบริโภคและความต้องการบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดของกลุ่มผู้ใช้แรงงานในเขตภาคตะวันออก
คำสำคัญ	พฤติกรรมการบริโภค/ ความต้องการ / แรงจูงใจ / การบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวด
ชื่อนักศึกษา	อรนลิน สุรางคนารมภ์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปริยา อาห์ลุวาเลีย
ระดับการศึกษา	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
คณะ	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2569

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภค ความต้องการ และแรงจูงใจในการบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวด ตลอดจนเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรม ความต้องการ และแรงจูงใจดังกล่าว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 64.8) มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี (ร้อยละ 42.5) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท (ร้อยละ 39.8)

ผลการวิจัยพบว่า ความต้องการบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด ในขณะที่ด้านบรรจุภัณฑ์มีความต้องการน้อยที่สุด ส่วนแรงจูงใจในการบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) โดยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นแรงจูงใจในระดับมากที่สุด รองลงมาคือด้านสินค้า ส่วนด้านราคาเป็นแรงจูงใจที่น้อยที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐานและการเปรียบเทียบพบว่า ผู้บริโภคในทุกช่วงอายุและทุกระดับรายได้ให้ความสำคัญกับการเลือกสินค้าที่ "มีความน่าเชื่อถือ ได้มาตรฐาน และไว้วางใจได้" เป็นอันดับแรก โดยเฉพาะกลุ่มผู้ที่มีอายุ 31 - 40 ปี และกลุ่มผู้ที่มีรายได้ 10,000 - 20,000 บาท ที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านมาตรฐานสูงกว่ากลุ่มอื่น นอกจากนี้ ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ผู้ที่มีช่วงอายุ 31 - 40 ปี มีระดับความต้องการบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดโดยรวมมากกว่าผู้ที่มีช่วงอายุ 20 - 30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

SPU CHONBURI

Thesis Title	Consumption Behavior and Need Toward Drinking Water Products of Labor Working Group in Eastern Region
Keywords	Consumer Behavior / Needs / Motivations / Bottled Water Consumption
Student	Onnalin Surangkanarom
Thesis Advisor	Assistant Professor Dr. Pariya Ahluwalia
Level of Study	Master of Communication Arts
Faculty	School of Communication Arts, Sripatum University at Chonburi
Year	2026

ABSTRACT

This research aimed to study the consumer behavior, needs, and motivations regarding bottled water consumption, as well as to compare the differences between demographic characteristics and these factors. The majority of the respondents were private company employees (64.8%), aged between 31 - 40 years (42.5%), with an average monthly income of 10,000 - 20,000 THB (39.8%).

The findings revealed that the overall need for bottled water consumption was at a high level (Mean = 3.96). When considering individual aspects, distribution channels had the highest level of need, while packaging had the lowest. Similarly, the overall motivation for bottled water consumption was at a high level (Mean = 4.20). The distribution channel was the most significant motivating factor, followed by the product aspect, whereas price was the least motivating factor.

Hypothesis testing and comparisons indicated that consumers across all age groups and income levels prioritized choosing products that are "reliable, standardized, and trustworthy" as their primary criterion. Specifically, the 31 - 40 age group and the 10,000 - 20,000 THB income group placed higher importance on standardization than other groups. Furthermore, the Least Significant Difference (LSD) pairwise comparison at the 0.05 level of significance demonstrated that consumers aged 31 - 40 years had a significantly higher overall need for bottled water consumption compared to those aged 20 - 30 years.

SPU CHONBURI