

ชื่อเรื่อง พฤติกรรมการซื้อและความพึงพอใจของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
ที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์

ผู้วิจัย ภัทรลดา ศรีสว่างวงศ์

ปริญญา บธ.ม. (บริหารธุรกิจ)

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์วุฒิพล ฉัตรจรัสกุล

ประธาน

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม 2553

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ และเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ที่มีเพศ อายุ ประเภทบุคลากร ระดับการศึกษา รายได้ และประสบการณ์การทำงานแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ได้แก่ บุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำนวน 246 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา เป็นแบบสอบถามประมาณค่า จำนวน 39 ข้อ ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.81 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ t -test F -test (One - way ANOVA) โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการศึกษา พบว่า

1. บุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 30 ปี เป็นลูกจ้างชั่วคราว มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และมีประสบการณ์การทำงานต่ำกว่า 5 ปี
2. พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ส่วนใหญ่ พบว่า เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มวรุณทิพย์ เพราะมีบริการจัดส่งถึงบ้าน ซื้อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์เป็นประจำที่ร้านค้าในมหาวิทยาลัย ชนิดของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ คือ ขวดใส ขนาด 500cc ซื้อมาโดยเฉลี่ยทุกสัปดาห์ ชำระเงินค่าน้ำดื่มด้วยเงินสดทุกครั้ง การซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดส่วนใหญ่ไม่สนใจยี่ห้อแล้วแต่ความสะดวก ควรมีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ด้านความสะดวก มีคุณภาพ เลือกซื้อยี่ห้อน้ำดื่มบรรจุภาชนะวรุณทิพย์บริโภคมากที่สุดและส่วนใหญ่มีการแนะนำให้คนอื่นให้ใช้บริการผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ต่อ

3. ระดับความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.36$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก คือ ด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.54$) อยู่ในระดับปานกลาง 3 ด้าน คือ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านช่องทางการจำหน่าย

4. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ รายด้านและโดยรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย และโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านช่องทางการจำหน่าย แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ที่มีประเภทบุคลากร แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย และโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจำหน่าย แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย และโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย และโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ที่มีประสบการณ์การทำงานแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย และโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านช่องทางการจำหน่าย แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

Title Buying Behaviour and Satisfaction of RMU Personnel with Warunthip Drinking Water

Author Patralada SrisWngwong **Degree** M. B. A (Business Administration)

Advisor Mr. Wuthipol Chatcharakul

Rajabhat Maha Sarakham University, 2010

ABSTRACT

The objectives of this research were to analyze buying behavior of the RMU personnel, to survey the satisfaction of the personnel and to compare the satisfaction of the RMU personnel with Warunthip Drinking Water regarding gender, age, current work status, educational background, salary and work experience. The sample subjects were 246 RMU personnel. The research instrument was a questionnaire with .81 reliability value. The statistics used were frequency, percentage and mean, t-test and F-test (One-Way ANOVA) with .05 level of the statistical significance.

Results of the research

1. The results showed that most of the respondents were under 30 years old, they were casual officers with bachelor's degree. They earned less than 10,000 baht a month, and they had maximum 5-year-work experience.

2. In regard to the buying behaviour, it indicated that the reason of buying the Warunthip drinking water was a home-delivery service . Most of the customers bought the 500 cc drinking water bottle at the university shop once a week, and they paid by cash. Most of the customers bought a big drinking water bottle regarding the cleanness, and they bought Warunthip brand of the drinking water at the university shop. In regard to the suggestions, it is concluded that the drinking water should be qualified especially the purity.

3. The research finding indicated that the average level of the satisfaction with the Warunthip Drinking Water was moderate ($X = 3.36$). The one high-level area of the satisfaction was a selling promotion ($X = 3.54$). The three moderate-level areas of the satisfaction were product, price and selling agent.

4. The finding showed that the satisfaction of the RMU personnel with the drinking water regarding the gender was not significantly different at the .05 level. Whereas, the satisfaction of the RMU personnel with the drinking water regarding the age was significantly different at the .05 level. The satisfaction of the RMU personnel with the selling agent of drinking water regarding the age was insignificantly different at the .05 level. The satisfaction of the RMU personnel with the price and the selling promotion regarding the work status was significantly different at the .05 level. Whereas, the satisfaction of the RMU personnel with the product and the selling agent regarding the work status was insignificantly different at the .05 level. The satisfaction of the RMU personnel with the price and the selling promotion regarding the educational background was significantly different at the .05 level, but the satisfaction of the RMU personnel with the product and the selling agent regarding the educational background was insignificantly different at the .05 level. The satisfaction of the RMU personnel with the product, price , selling agent and selling promotion regarding the salary was significantly different at the .05 level. The satisfaction of the RMU personnel with the product, price and the selling promotion regarding the work experience was significantly different at the .05 level, but the satisfaction of the RMU personnel with the selling agent regarding the work experience was insignificantly different at the .05 level.