

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

น้ำเป็นปัจจัยที่จำเป็นและสำคัญต่อการดำรงชีวิตเป็นองค์ประกอบที่สำคัญเป็นอันดับสอง รองจากออกซิเจน มนุษย์อาจมีชีวิตอยู่ได้โดยไม่กินอาหารเป็นเวลาหลาย ๆ วัน แต่ถ้าหากขาดน้ำเพียง 2-3 วัน ก็อาจทำให้เสียชีวิตได้ น้ำมีประโยชน์ต่อร่างกาย คือ ช่วยทำให้ผิวพรรณสดใส ช่วยทำให้ปฏิกิริยาทางเคมีและการเผาผลาญอาหารในร่างกายให้เป็นไปตามปกติ ช่วยนำสารอาหารไปเลี้ยงส่วนต่าง ๆ ของร่างกาย ช่วยในการขับถ่ายของเสียออกจากร่างกาย และช่วยควบคุมอุณหภูมิของร่างกายให้อยู่ในระดับปกติ (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. 2533 : 55) ถึงแม้ว่าน้ำจะมีประโยชน์ต่อมนุษย์อย่างมาก แต่ก็มีโทษอยู่หลายประการ เป็นสาเหตุของโรคต่าง ๆ ที่เกิดจากน้ำเป็นสื่อ เช่น โรคระบบทางเดินอาหาร โรคลำไส้อักเสบ โรคบิด โรคไทฟอยด์ โรคตับอักเสบ เป็นต้น ดังนั้น มนุษย์จึงจำเป็นต้องดื่มน้ำที่สะอาด มีคุณภาพ และปลอดภัย

ปัจจุบันมีการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีต่าง ๆ มากขึ้น ทำให้มีสารพิษปนเปื้อนในสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ซึ่งแต่ก่อนผู้บริโภคชาวไทยนิยมกรองน้ำฝนไว้ใช้ดื่มและประกอบอาหาร เพราะมีความเชื่อมั่นว่าน้ำฝนเป็นน้ำสะอาด บริสุทธิ์ และเหมาะสำหรับบริโภค อีกทั้งมีรสชาติดีกว่าน้ำชนิดอื่นอีกด้วย แต่มาถึงในปัจจุบัน พบว่า ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในชุมชนที่มีประชากรค่อนข้างหนาแน่น โอกาสที่จะกรองน้ำฝนไว้ใช้ประโยชน์ดังกล่าวลดน้อยลง เนื่องจากสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ไม่อำนวยทำให้มีฝุ่นละออง มีสารมลพิษทางอากาศ และสิ่งสกปรกอื่น ๆ มากขึ้น แม้กระทั่งผู้บริโภคในเมืองส่วนใหญ่ยังไม่ไว้วางใจน้ำประปาที่จ่ายออกมาจากท่อ (สุรัตน์ ณ เชียงใหม่. 2542 : 2) จากสภาพการณ์ข้างต้นจึงได้มีผลิตน้ำดื่มบรรจุขวดออกมาจำหน่าย และโฆษณาว่าน้ำที่สะอาดบริสุทธิ์ พร้อมทั้งจะดื่มได้โดยสะดวก และปลอดภัยกว่าน้ำดื่มจากแหล่งอื่น ๆ ที่มีชื่อเรียกเป็นทางการว่า “น้ำดื่มบรรจุขวด” จนกว่าเป็นสินค้าที่มีการแข่งขันด้านการตลาดกันอย่างกว้างขวาง และมีจำหน่ายแพร่หลายไปทุกแห่งหน ซึ่งกลายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับครัวเรือน และที่ต้องหาซื้อไว้ใช้ดื่มประจำวัน

ผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดจึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการและได้รับความนิยมนจากผู้บริโภคเป็นอย่างมากไม่ว่าจะเป็นผู้บริโภคโดยทั่วไป ภัตตาคาร โรงแรม ร้านอาหาร อาคารสำนักงาน โรงงานและธุรกิจบริหารต่าง ๆ เนื่องจากผู้บริโภคมีความเชื่อถือว่าสะอาดปลอดภัย สะดวกสบายต่อการบริโภค จึงนับว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และยังมีช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าที่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพื่อให้

สินค้าของตนเป็นที่ยอมรับจากผู้บริโภคอย่างกว้างขวางขึ้นและสามารถยื่นหยัดอยู่ได้ แม้ต้องเผชิญกับการแข่งขันจากผู้ผลิตรายใหม่ที่เข้ามาสู่ธุรกิจนี้ในอนาคต อันจะส่งผลให้ผู้บริโภคมีโอกาสและทางเลือกในการบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานตรงตามความพอใจของผู้บริโภค หมายถึง การที่จะต้องศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อให้สามารถผลิตสินค้า หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด และสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง จากการสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค และคำถามสำคัญของผู้บริการการตลาด คือ ผู้บริโภคตอบสนองต่อความพยายามทางการตลาดต่าง ๆ ที่ธุรกิจอาจจะใช้อย่างไร ธุรกิจสามารถเข้าใจถึงวิธีการตอบสนองผู้บริโภค ต่อลักษณะผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง

สำหรับน้ำดื่มบรรจุภาชนะในประเทศไทยได้เกิดขึ้นเมื่อประมาณ 53 ปีที่ผ่านมา โดยสตรีอเมริกันคนหนึ่ง ชื่อ นอร์ท (North) ซึ่งได้เดินทางท่องเที่ยวมาในประเทศไทย ขณะที่ท่องเที่ยวเกิดความกระหายน้ำขึ้นจึงเรียกหาน้ำดื่ม แต่ปรากฏว่าในสมัยนั้นมีเพียงน้ำประปาและน้ำโซดาเท่านั้น ซึ่งทำให้เธอสนใจเป็นอย่างมากว่าทำไมประเทศไทยจึงไม่มีการผลิตน้ำดื่มบรรจุภาชนะออกจำหน่ายทั้งที่สามารถทำกำไรได้อย่างมาก หลังจากนั้นเธอเดินทางกลับมายังประเทศไทยอีกครั้ง เธอตั้งบริษัท ผลิตน้ำดื่มบรรจุภาชนะออกจำหน่ายโดยใช้ชื่อว่า บริษัท นอร์ทสตาร์คอมพานี (North Star Co.Ltd.) หรือบริษัท ดาราเหนือ จำกัด ผลิตน้ำดื่มภายใต้เครื่องหมายการค้า Polaris ซึ่งธุรกิจในช่วงนั้นการตลาดในการจำหน่ายยังอยู่ในวงแคบ ได้จำกัดเพียงนักท่องเที่ยวและโรงแรมเท่านั้น (อนพ อนันตวีระพันธุ์. 2538 : 1)

นับแต่เริ่มมีการผลิตน้ำดื่มบรรจุภาชนะจำหน่ายในประเทศไทย โดยบริษัท ดาราเหนือเป็นครั้งแรก และประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี ทำให้น้ำดื่ม กลายเป็นสินค้าที่มีผู้สนใจลงทุนผลิตและจำหน่ายหลายร้อยราย ทำให้เกิดการแข่งขันในด้านการตลาดอย่างกว้างขวาง ประกอบกับน้ำดื่มบรรจุภาชนะกลายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับครอบครัวที่เคยดื่มน้ำจากธรรมชาติ หรือจากสาธารณูปโภค แต่ไม่สามารถหาดื่มได้อีกต่อไป เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมในชุมชนในเมือง จึงทำให้น้ำดื่มบรรจุภาชนะกลายเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคจำเป็นในการดำรงชีพ สำหรับผู้บริโภคในเมืองอย่างเลี่ยงไม่ได้ในที่สุด (อนพ อนันตวีระพันธุ์. 2538 : 1)

ปัจจุบันธุรกิจประเภทน้ำดื่มบรรจุภาชนะได้มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว เนื่องมาจากการเพิ่มขึ้นของธุรกิจโรงแรม กภัตตาคาร และร้านอาหาร และพบว่าธุรกิจน้ำดื่มบรรจุภาชนะในท้องตลาดมีมูลค่าประมาณ 1,5000 ล้านบาท โดยมีอัตราการขยายตัวประมาณร้อยละ 20 ต่อปี ในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2542 ถึงเดือนมีนาคม 2543 เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครมีผู้ผลิตน้ำดื่มเกิดขึ้นใหม่ถึง 200 กว่าราย และโดยภาพรวมของผู้ประกอบการน้ำดื่มบรรจุขวดเกิดขึ้นใหม่ในประเทศไทยแล้วประมาณ 4,000 ราย (ประเจียด งามสงวนปรีชา. 2544 : 43)

ตลาดส่วนภูมิภาค โดยเฉพาะในจังหวัดมหาสารคาม จะเห็นได้ว่ามีน้ำดื่มบรรจุภาชนะวางจำหน่ายอยู่เป็นจำนวนมาก มีทั้งที่ผลิตในจังหวัดมหาสารคาม และผลิตจากจังหวัดอื่น ๆ แล้วส่งมาจำหน่ายในจังหวัดมหาสารคาม เช่น น้ำดื่มอัมรินทร์ น้ำดื่มพรทิพย์ น้ำดื่มเทพนิมิตร น้ำดื่ม เค.เอส.พี น้ำดื่มอาร์โอ น้ำดื่มฝนทิพย์ น้ำดื่มปูเป้ง น้ำดื่มโลโรลิส น้ำดื่มเฟรช น้ำแร่ ออรา น้ำแร่มิเนแร่ น้ำดื่มไฮคลาส น้ำดื่มสิงห์ น้ำดื่มชนิดบรรจุถุงอีก และอื่น ๆ อีกมากมาย (ชาติชาย ขจรโมทย์, 2540 : 5) ปัจจุบันมีน้ำดื่มบรรจุภาชนะที่ผลิตในจังหวัดมหาสารคาม เพื่อจำหน่ายมากกว่า 25 ยี่ห้อ และในจำนวนยี่ห้อน้ำดื่มบรรจุภาชนะนี้ก็ได้รวมถึง น้ำดื่มวรุณทิพย์ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามด้วย

ผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ เป็นน้ำดื่มบรรจุภาชนะตราวรุณทิพย์ ซึ่งผลิตโดยมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อบริการบุคลากรภายในมหาวิทยาลัย และบุคคลภายนอก ให้บุคลากรได้บริโภคน้ำดื่มที่มีคุณภาพและที่สำคัญเพื่อเป็นแหล่งสร้างรายได้ให้กับมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ซึ่งในปี พ.ศ. 2550 ผลประกอบการมีกำไร จำนวน 341,849 บาท (นิรุต ถึงนาค, 2550 : 1) พ.ศ. 2551 ผลประกอบการมีกำไร จำนวน 200,057 บาท เมื่อเปรียบเทียบผลกำไรระหว่างปี พ.ศ. 2550 กับ พ.ศ. 2551 ผลกำไรมีสัดส่วนที่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 58.52

จากสภาวะแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ยังผลให้ธุรกิจน้ำดื่มบรรจุภาชนะมีการแข่งขันกันมากขึ้น ผู้ผลิตน้ำดื่มทั้งรายเล็กรายใหญ่ได้มีการนำกลยุทธ์การตลาดเข้ามาเป็นเครื่องมือทางการตลาด เพื่อให้ให้น้ำดื่มของตนมาส่วนแบ่งการตลาดมากขึ้น โครงการผลิตน้ำดื่มวรุณทิพย์ ที่ผ่านมามีปัญหาอุปสรรคในการบริหารและดำเนินการเป็นอย่างมาก ที่ทำให้เกิดภาวะการณ้ขาดทุน คณะผู้บริหารจึงมีมติให้จ้างผู้จัดการจากบุคคลภายนอกมาบริหาร โรงผลิต บุคลากรและการตลาด (นิรุต ถึงนาค, 2550 : 1) ซึ่งต่อมาได้มีการนำกลยุทธ์การตลาดเข้ามาเป็นเครื่องมือทางการตลาดในการดำเนินธุรกิจ โดยมีการออกแบบภาชนะบรรจุให้สวยงาม และมีขนาดให้เลือกหลายขนาด มีทั้งแบบขวดใส และถังใส นอกจากนั้นยังมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นในคุณภาพ โดยการบ่งบอกถึงขั้นตอนการผลิต ส่วนด้านการกระจายสินค้า น้ำดื่มวรุณทิพย์มีการให้บริการส่งถึงบ้านและมีการเพิ่มตัวแทนจำหน่ายเพื่อกระจายสินค้าให้ถึงผู้บริโภคมากที่สุด เนื่องจากน้ำดื่มบรรจุภาชนะมีผู้ผลิตเป็นจำนวนมาก และเป็นสินค้าที่ใช้ทดแทนกันได้ ซึ่งมีน้ำดื่มบางยี่ห้อที่ผู้บริโภคให้การยอมรับและไว้วางใจอยู่แล้ว ในขณะที่น้ำดื่มวรุณทิพย์ซึ่งเป็นผู้ผลิตรายใหม่และอยู่ในช่วงขยายการตลาด ถ้ามีการจัดการกลยุทธ์การตลาดที่ดีจะทำให้ผู้บริโภคยอมรับและรู้จักน้ำดื่มวรุณทิพย์ มากขึ้น ซึ่งจะทำให้สามารถครองตลาดของน้ำดื่มวรุณทิพย์เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อน้ำดื่ม และความพึงพอใจของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการเลือกซื้อและระดับความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ เพื่อที่จะนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาเป็นข้อเสนอแนะต่อผู้บริหารนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบการบริหารงาน และการกำหนดแนวทางพัฒนากลยุทธ์การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด เป้าหมาย และขยายส่วนแบ่งการตลาดของผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์
3. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ที่มีเพศ อายุ ประเภทบุคลากร ระดับการศึกษา รายได้ และประสบการณ์การทำงานแตกต่างกัน

สมมติฐานการศึกษา

บุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่มีเพศ อายุ ประเภทบุคลากร ระดับการศึกษา รายได้ และประสบการณ์การทำงานแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ แตกต่างกัน

ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษารั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดขอบเขตการวิจัยดังนี้

1. ประชากร คือ บุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำนวน 680 คน (<http://reg.rmu.ac.th/report-sgo.php>, 2552)
2. กลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำนวน 246 คน

3. พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม

4. ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล กรกฎาคม 2552

5. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

5.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ คุณลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย

5.1.1 เพศ

- 1) ชาย
- 2) หญิง

5.1.2 อายุ

- 1) ต่ำกว่า 30 ปี
- 2) 30-40 ปี
- 3) สูงกว่า 40 ปี

5.1.3 ประเภทบุคลากร

- 1) ข้าราชการ
- 2) พนักงานมหาวิทยาลัย/พนักงานราชการ
- 3) ลูกจ้างประจำ
- 4) ลูกจ้างชั่วคราว

5.1.4 ระดับการศึกษา

- 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี
- 2) ปริญญาตรี
- 3) ปริญญาโท
- 4) ปริญญาเอก

5.1.5 รายได้

- 1) ต่ำกว่า 10,000 บาท
- 2) 10,000-20,000 บาท
- 3) สูงกว่า 20,001 บาท

5.1.6 ประสบการณ์การทำงาน

- 1) ต่ำกว่า 5 ปี
- 2) 5-10 ปี
- 3) สูงกว่า 10 ปี

5.2 พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์

5.3 ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์

ได้แก่

5.3.1 ด้านผลิตภัณฑ์

5.3.2 ด้านราคา

5.3.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

5.3.4 ด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย

นิยามศัพท์เฉพาะ

ผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ หมายถึง น้ำดื่มบรรจุภาชนะยี่ห้อวรุณทิพย์ ที่ผลิตโดยมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

บุคลากร หมายถึง บุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม โดยแบ่งตามประเภทบุคลากร ได้แก่ ข้าราชการ พนักงานมหาวิทยาลัย/พนักงานราชการ ลูกจ้างประจำ และลูกจ้างชั่วคราว

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกต่อการที่ได้รับการตอบสนองความต้องการที่คาดหวังไว้จากการใช้บริการน้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ซึ่งประกอบด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง ผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์มีเครื่องหมาย อย. รับรองคุณภาพ บรรจุภัณฑ์มีหลากหลายขนาดให้เลือกใช้ ชื่อเสียงของตราห้าวรุณทิพย์มีความน่าเชื่อถือ ขนาดบรรจุสะดวกในการใช้ น้ำดื่มมีคุณภาพ ความสะอาดของน้ำซึ่งผลิตด้วยระบบ OR รสชาติของน้ำดื่มวรุณทิพย์ น้ำไม่มีสี ไม่มีกลิ่น ไม่มีตะกอน ไม่มีตะไคร่ ความสะอาดของบรรจุภัณฑ์ ฝาถูกเปิดปิดได้สะดวก ภาชนะมีปริมาตรการบรรจุกำกับอยู่ รูปร่างลักษณะขวดบรรจุสวยงาม ภาชนะพิมพ์ที่ตั้งแหล่งผลิตชัดเจนและรายละเอียดต่างๆ ของฉลากที่ติดภาชนะมองเห็นได้ชัดเจน

2. ด้านราคา หมายถึง ราคาของน้ำดื่มตราวรุณทิพย์เหมาะสมกับคุณภาพ ราคาของน้ำดื่มตราวรุณทิพย์เหมาะสมกับปริมาณ ราคาเหมาะสมกับปริมาณเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น ราคาของน้ำดื่มวรุณทิพย์เหมาะสมกับผู้บริโภคทุกวัย ราคาจำหน่ายหลากหลายตามขนาดของขวดน้ำ การตั้งราคาอยู่ในระดับที่สามารถซื้อได้ และการเก็บค่ามัดจำตั้ง / ถัง

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง ท่าเลที่ตั้งของร้านค้า สะดวกต่อการซื้อน้ำดื่ม การจัดตกแต่งร้านสวยงามและสะอาด มีสถานที่จอดรถสำหรับลูกค้า มีสินค้านำจำหน่ายใน

ร้านมากมายนอกจากน้ำดื่ม สามารถซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดทิพย์ได้ตามร้านค้าทั่วไป และหาซื้อน้ำดื่มตรา
บรรจุขวดทิพย์ได้ง่าย

4. ด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย หมายถึง พนักงานมีการบริการหน้าร้าน
มีการบริการหลังการขาย พนักงานขายสุภาพ มนุษย์สัมพันธ์ดี มีการบริการรวดเร็ว การโฆษณา
ผ่านสื่อทางวิทยุกระจายเสียง การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น แผ่นพับ ใบปลิว การโฆษณา
ผ่าน website ของมหาวิทยาลัย เช่น แนะนำน้ำดื่ม ประวัติความเป็นมา คุณภาพน้ำดื่ม การจัด
กิจกรรมเสนอขายต่อกลุ่มบุคลากร เช่น การให้ส่วนลด และเข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรม
ต่างๆ ของมหาวิทยาลัย เช่น การจัดประชุมบุคลากร จัดแข่งขันกีฬา

พฤติกรรมการณ์การซื้อน้ำดื่ม หมายถึง การกระทำของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับ
การได้รับและการใช้สินค้า ซึ่งประกอบด้วย การรู้จักน้ำดื่มตราบรรจุขวดทิพย์ได้อย่างไร เหตุผลที่
เลือกซื้อ ซื้อน้ำดื่มจากสถานที่ใดเป็นประจำ ช่วงเวลาส่วนใหญ่ที่ซื้อน้ำดื่ม ชนิดของบรรจุภัณฑ์
ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน ความถี่ในการซื้อน้ำที่ใช้อยู่ในปัจจุบันโดย การชำระเงินค่าน้ำดื่ม พฤติกรรม
การซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด น้ำดื่มบรรจุภาชนะอื่นใดที่เลือกซื้อบริโภคบ่อยที่สุด ควรมีการปรับปรุง
คุณภาพน้ำดื่มตราบรรจุขวดทิพย์ในด้านใด การแนะนำให้คนที่ท่านรู้จักใช้บริการน้ำดื่มตราบรรจุขวดทิพย์

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม หมายถึง มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม อำเภอ
เมือง จังหวัดมหาสารคาม

ประโยชน์การศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจ ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
ที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดบรรจุขวดทิพย์ เพื่อนำผลการศึกษานเสนอต่อผู้บริหารนำไปใช้เป็น
แนวทางในการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบการบริหารงาน

2. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการณ์การซื้อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดบรรจุขวดทิพย์ ของบุคลากร
ในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ตรงตาม
ความต้องการของลูกค้า

3. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวางแผน ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์
น้ำดื่มบรรจุขวดบรรจุขวดทิพย์