

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษา เรื่อง “พฤติกรรมการซื้อและความพึงพอใจของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์” ครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ตามลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. วัตถุประสงค์การศึกษา
2. วิธีดำเนินการศึกษา
3. สรุปผล
4. อภิปรายผล
5. ข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์การศึกษา

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

วิธีดำเนินการศึกษา

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ บุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำนวน 680 คน <http://reg.rmu.ac.th/report-sgo.php> (2552)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ บุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำนวน 246 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางเครจซี่และมอร์แกน แล้วดำเนินการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษานี้ เป็นแบบสอบถามความพึงพอใจของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ จำนวน 1 ฉบับ ประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นส่วนที่เกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคล โดยสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ประเภทบุคลากร ระดับการศึกษา รายได้ และประสบการณ์การทำงาน มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) คำถามในส่วนนี้เป็นคำถามในลักษณะพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำนวน 11 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นส่วนความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ที่มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมี 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยให้ผู้ตอบเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความพึงพอใจของผู้ตอบ มีลักษณะถามความเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ 4 ด้าน จำนวน 39 ข้อ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ติดต่อขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ถึงอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เพื่อขออนุญาตไปเก็บข้อมูล กับบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำนวน 246 คน

3.2 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการแจกแบบสอบถามบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ด้วยตนเอง

3.3 นำแบบสอบถามมาตรวจสอบเพื่อเลือกฉบับที่สมบูรณ์มาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ซึ่งแบบสอบถามได้รับคืนกลับมาครบตามจำนวน 246 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยวิเคราะห์ตามลำดับ ดังนี้

4.1 หาความถี่ ร้อยละ ของ เพศ อายุ ประเภทบุคลากร ระดับการศึกษา รายได้ และประสบการณ์การทำงาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2 หาความถี่ ร้อยละ ของพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาข้อ 1

4.3 หาค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคะแนนความพึงพอใจ ที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ โดยรวม และรายค้ำ แล้วนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ เพื่อแปลความหมาย เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษา ข้อ 2

4.4 เปรียบเทียบความพึงพอใจของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ จำแนกตาม เพศ โดยใช้ t -test เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษา ข้อ 3

4.5 เปรียบเทียบความพึงพอใจของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ จำแนกตาม อายุ ประเภทบุคลากร ระดับการศึกษา รายได้และประสบการณ์การทำงาน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ เชฟเฟ (Scheffe') เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษา ข้อ 3

สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษาพฤติกรรมการณ์ซื้อและความพึงพอใจของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ สรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถาม สรุปได้ดังนี้

ข้อมูลส่วนบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 142 คน ร้อยละ 57.72 มีอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 128 คน ร้อยละ 52.03 เป็นลูกจ้างชั่วคราว จำนวน 129 คน ร้อยละ 31.71 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 117 คน ร้อยละ 47.56 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 127 คน ร้อยละ 51.63 และมีประสบการณ์การทำงานต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 115 คน ร้อยละ 46.75

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม สรุปได้ดังนี้

2.1 ผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มวรุณทิพย์ 3 อันดับแรก คือ เลือกซื้อเพราะมีบริการจัดส่งถึงบ้าน จำนวน 188 คน ร้อยละ 32.47 รองลงมาคือ ได้รับส่วนลด จำนวน 105 คน ร้อยละ 18.13 และมีเครื่องหมาย อย.รับรอง จำนวน 99 คน ร้อยละ 17.10 ตามลำดับ

2.2 สถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์เป็นประจำ 3 อันดับแรก คือ ร้านค้าในมหาวิทยาลัย จำนวน 189 คน ร้อยละ 76.83 รองลงมาคือ รถบริการ

จำนวน 24 คน ร้อยละ 9.76 และห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ต/มินิมาร์ท จำนวน 19 คน ร้อยละ 7.72 ตามลำดับ

2.3 ชนิดของบรรจุภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ 3 อันดับแรก คือ ขวดใส ขนาด 500cc จำนวน 168 คน ร้อยละ 41.38 รองลงมาคือ ถัง ขนาด 20 L จำนวน 129 คน ร้อยละ 31.77 และขวดใส ขนาด 600cc จำนวน 37 คน ร้อยละ 9.11 ตามลำดับ

2.4 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการซื้อน้ำโดยเฉลี่ย 3 อันดับแรก คือ ทุกสัปดาห์ จำนวน 81 คน ร้อยละ 32.93 รองลงมาคือทุกวัน จำนวน 70 คน ร้อยละ 28.46 และสัปดาห์ละ 2 ครั้ง จำนวน 37 คน ร้อยละ 15.04 ตามลำดับ

2.5 ผู้ตอบแบบสอบถามมีการชำระเงินค่าน้ำดื่ม คือ ส่วนใหญ่จ่ายเงินสดทุกครั้ง จำนวน 180 คน ร้อยละ 73.17 และจ่ายทุกสิ้นเดือน จำนวน 66 คน ร้อยละ 26.83

2.6 ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด คือ ส่วนใหญ่ไม่สนใจยี่ห้อแล้วแต่ความสะดวก จำนวน 153 คน ร้อยละ 62.20 รองลงมาคือ ไม่สนใจยี่ห้อแล้วแต่ความสะดวก จำนวน 63 คน ร้อยละ 25.61 และอยากซื้อยี่ห้ออื่น แต่ในมหาวิทยาลัยไม่มีจำหน่าย จำเป็นต้องซื้อ จำนวน 30 คน ร้อยละ 12.20 ตามลำดับ

2.7 ผู้ตอบแบบสอบถามให้มีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ 3 อันดับแรก คือ ความสะดวก, มีคุณภาพ จำนวน 156 คน ร้อยละ 63.41 รองลงมาคือ ราคา จำนวน 72 คน ร้อยละ 29.27 และบรรจุภัณฑ์ จำนวน 12 คน ร้อยละ 4.88 ตามลำดับ

2.8 ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อยี่ห้อน้ำดื่มบรรจุภาชนะบริโภค 3 อันดับแรก คือ วรุณทิพย์ จำนวน 161 คน ร้อยละ 65.45 รองลงมาคือ สิงห์ จำนวน 26 คน ร้อยละ 10.57 และทุกยี่ห้อ จำนวน 19 คน ร้อยละ 7.72 ตามลำดับ

2.9 ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีการแนะนำให้คนอื่นให้ใช้บริการผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ต่อ จำนวน 202 คน ร้อยละ 82.11 และไม่แนะนำต่อ จำนวน 44 คน ร้อยละ 11.89

ตอนที่ 3 บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.36$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก 1 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง 3 ด้าน และเมื่อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.54$) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.45$) ด้านราคา ($\bar{X} = 3.35$) และด้านช่องทางการจำหน่าย ($\bar{X} = 3.10$) สรุปเป็นรายด้านได้ดังนี้

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.45$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 3 ข้อ อยู่ในระดับปานกลาง 9 ข้อ เมื่อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้ดังนี้ มีเครื่องหมาย อย. รับรองคุณภาพ ($\bar{X} = 4.04$) บรรจุภัณฑ์ มีหลากหลายขนาดให้เลือกใช้ ($\bar{X} = 3.91$) และขนาดบรรจุสะดวกในการใช้ ($\bar{X} = 3.87$) ตามลำดับ

3.2 ด้านราคา บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ด้านราคา อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ เมื่อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ การตั้งราคาอยู่ในระดับที่เหมาะสม ($\bar{X} = 3.42$) น้ำดื่มตราวรุณทิพย์มีคุณภาพคุ้มค่ากับราคา ($\bar{X} = 3.40$) และราคาจำหน่ายหลากหลายตามขนาดของขวดน้ำ ($\bar{X} = 3.40$) ตามลำดับ

3.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.10$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ เมื่อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ หาซื้อน้ำดื่มตราวรุณทิพย์ได้ง่าย ($\bar{X} = 3.14$) มีบริการจัดส่งถึงบ้าน/ที่ทำงาน ($\bar{X} = 3.11$) และมีบริการจัดส่งถึงบ้าน/ที่ทำงาน ($\bar{X} = 3.06$) ตามลำดับ

3.4 ด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง 2 ข้อ และอยู่ในระดับมาก 3 ข้อ เมื่อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้ดังนี้ เข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมต่างๆ ของมหาวิทยาลัย เช่น การจัดประชุมบุคลากร จัดแข่งขันกีฬา ($\bar{X} = 4.04$) พนักงานขายสุภาพ มนุษย์สัมพันธ์ดี ($\bar{X} = 3.61$) และการโฆษณาผ่าน website ของมหาวิทยาลัย เช่น แนะนำน้ำดื่ม ประวัติความเป็นมา คุณภาพน้ำดื่ม ($\bar{X} = 3.51$) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำแนกตาม เพศ โดยใช้ t -test ผลปรากฏว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ รายด้านและโดยรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตอนที่ 5 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำแนกตาม อายุ ประเภทบุคลากร ระดับการศึกษา รายได้ และประสบการณ์การทำงาน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ เชฟเฟ่ (Scheffe') สรุปผลได้ดังนี้

5.1 อายุ บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรวมทิพย์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย และโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านช่องทางการจำหน่าย แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพบความแตกต่างจึงเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ มีความแตกต่างกัน จำนวน 2 คู่ คือ

คู่ที่ 1 บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรวมทิพย์ สูงกว่าผู้ที่มีอายุ 30 - 40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คู่ที่ 2 บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรวมทิพย์ สูงกว่าผู้ที่มีอายุสูงกว่า 40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านราคา มีความแตกต่างกัน จำนวน 1 คู่ คือ บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรวมทิพย์ สูงกว่าผู้ที่มีอายุสูงกว่า 40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามอายุ เป็นรายคู่ พบว่า มีความแตกต่างกัน จำนวน 2 คู่ คือ

คู่ที่ 1 บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรวมทิพย์ สูงกว่าผู้ที่มีอายุ 30 - 40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คู่ที่ 2 บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรวมทิพย์ สูงกว่าผู้ที่มีอายุสูงกว่า 40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.2 ประเภทบุคลากร บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่มีประเภทบุคลากรแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรวมทิพย์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย และโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจำหน่าย แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพบความแตกต่างจึงเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า

ด้านราคา มีความแตกต่างกัน จำนวน 1 คู่ คือ บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่เป็นพนักงานราชการ มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรวมทิพย์ สูงกว่าผู้ที่เป็นข้าราชการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย มีความแตกต่างกัน จำนวน 3 คู่ คือ

คู่ที่ 1 บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่เป็นข้าราชการ มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ สูงกว่าผู้ที่เป็นลูกจ้างประจำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05

คู่ที่ 2 บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่เป็นพนักงานราชการ มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ สูงกว่าผู้ที่เป็นลูกจ้างประจำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คู่ที่ 3 บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่เป็นลูกจ้างชั่วคราว มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ สูงกว่าผู้ที่เป็นลูกจ้างประจำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.3 ระดับการศึกษา บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย และโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์และด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพบความแตกต่างจึงเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า

ด้านราคา มีความแตกต่างกัน จำนวน 1 คู่ คือ บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ สูงกว่าผู้มีการศึกษาระดับปริญญาโท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านช่องทางการจำหน่าย มีความแตกต่างกัน จำนวน 1 คู่ คือ บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ สูงกว่าผู้มีการศึกษาระดับปริญญาโท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.4 รายได้ บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย และโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพบความแตกต่างจึงเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ มีความแตกต่างกัน จำนวน 1 คู่ คือ บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ สูงกว่าผู้ที่มีรายได้สูงกว่า 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านราคา มีความแตกต่างกัน จำนวน 2 คู่ คือ

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาพฤติกรรมการซื้อและความพึงพอใจของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ตั้งสมมติฐานการศึกษาไว้ว่า บุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่มีเพศ อายุ ประเภทบุคลากร ระดับการศึกษา รายได้ และประสบการณ์การทำงานแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์แตกต่างกัน ซึ่งผลการศึกษาสามารถนำมาอภิปรายได้ ดังนี้

1. เพศ จากผลการศึกษาพบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ รายด้านและโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลการวิจัยปรากฏผลเช่นนี้อาจเป็นเพราะน้ำเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการดำรงชีวิตประจำวัน ที่เราไม่สามารถขาดได้ น้ำดื่มบรรจุขวดนั้น นับว่ามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของคนเรามาก โดยเฉพาะในสังคมเมือง น้ำดื่มบรรจุขวดกลายเป็นสิ่งสะดวกซื้อ ที่มีจำหน่ายในทุกร้านค้า น้ำดื่มบรรจุขวดกลายเป็นสินค้าที่คนเราเฉลี่ยแล้วต้องซื้อบริโภคทุกวัน บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่ใช้บริการน้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ไม่ว่าจะเป็เพศใด ต่างให้ความสำคัญกับน้ำดื่มและมีการรับรู้เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของผู้ประกอบการน้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ที่เหมือนกัน จึงทำให้มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ทศนีย์ ศิลาวรรณ โณ (2544 : 9) ได้สรุปว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลนั้นได้รับการตอบสนอง หรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าว จะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง สอดคล้องกับผลการศึกษาของ หทัยทิพย์ จันทร์ศรีอ่อน (2548 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการน้ำดื่ม ในเขตจังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่า จากการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการน้ำดื่มพบว่า เมื่อจำแนกตามเพศ โดยรวมและรายด้าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นฤมล จารุมาลัย (2547 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดที่มีเพศ แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีระดับ 0.05 สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นางศรณ วังสว่าง (2551 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกซื้อและความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อน้ำดื่มบรรจุขวดตราราชภัฏในมหาวิทยาลัยพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้ำ

ที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อน้ำดื่มบรรจุขวดตราราชภัฏในมหาวิทยาลัยพระนครศรีอยุธยา ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีระดับ 0.05 สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธีรนุช รัตนกร (2550 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องความคิดเห็นที่มีต่อน้ำดื่มตราเกษตร ของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน ผลการวิจัยพบว่า นิสิตที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับน้ำดื่มตราเกษตร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมทางการตลาด ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีระดับ 0.05

2. อายุ จากผลการศึกษาพบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย และโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านช่องทางการจำหน่าย แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ สูงกว่าผู้ที่มีอายุ 30 - 40 ปี และอายุสูงกว่า 40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านราคา บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ สูงกว่าผู้ที่มีอายุสูงกว่า 40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลการศึกษาปรากฏผลเช่นนี้อาจเป็นเพราะบุคลากรที่มีอายุ 30 - 40 ปี และอายุสูงกว่า 40 ปี บุคคลกลุ่มนี้ มีประสบการณ์ในการบริโภคน้ำดื่มยี่ห้ออื่นมาเป็นเวลานาน ก่อนที่จะมาบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ซึ่งเดิมมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามยังไม่มีการผลิตน้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ จึงเกิดการเปรียบเทียบด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย และยังมีคามนิยมน้ำดื่มยี่ห้อเดิมอยู่ จึงมีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ น้อยกว่าผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539 : 13) ได้สรุปว่า คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่มีการใส่คุณค่าเพิ่มขึ้น เช่น คุณประโยชน์หลัก การบรรจุภัณฑ์ ชื่อตราสินค้า และราคาที่คุ้มค่าจะเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าตามระดับมูลค่าที่ลูกค้าคาดหวังและต้องการเป็นอย่างยิ่ง ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นงนถ งามญาติ (2547 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีระดับ 0.05 ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นงนถ งามญาติ (2551 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกซื้อและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อน้ำดื่มบรรจุขวดตราราชภัฏในมหาวิทยาลัยพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจ

ต่อน้ำดื่มบรรจุขวดตราราชภัฏในมหาวิทยาลัยพระนครศรีอยุธยา ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีระดับ 0.05 ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชีรนุช รัตนากร (2550 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องความคิดเห็นที่มีต่อน้ำดื่มตราเกษตร ของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน ผลการวิจัยพบว่า นิสิตที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับน้ำดื่มตราเกษตร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีระดับ 0.05

3. ประเภทบุคลากร จากผลการศึกษาพบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่มีประเภทบุคลากร แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย และโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจำหน่าย แตกต่างกันอย่างไม่มีความนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพบว่าด้านราคา บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่เป็นพนักงานราชการ มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์สูงกว่าผู้ที่เป็นข้าราชการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่เป็นข้าราชการ พนักงานราชการ และลูกจ้างชั่วคราว มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ สูงกว่าผู้ที่เป็นลูกจ้างประจำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลการศึกษาปรากฏผลเช่นนี้อาจเป็นเพราะผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ เป็นน้ำดื่มบรรจุภาชนะตราวรุณทิพย์ ซึ่งผลิตโดยมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อบริการบุคลากรภายในมหาวิทยาลัย และบุคคลภายนอก ให้บุคลากรได้บริโภคน้ำดื่มที่มีคุณภาพและที่สำคัญเพื่อเป็นแหล่งสร้างรายได้ให้กับมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม (นิรุต ถึงนาค. 2550 : 1) บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่เป็นข้าราชการ พนักงานราชการ และลูกจ้างชั่วคราว มีความผูกพันกับองค์กรคิดว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร จึงอยากสนับสนุนการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ซึ่งบุคลากรกลุ่มนี้เวลาที่มีการจัดกิจกรรมต่างๆ ก็ได้รับความอนุเคราะห์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ เข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมต่างๆ ของมหาวิทยาลัย เช่น การจัดประชุมบุคลากร จัดแข่งขันกีฬา จึงเกิดความรู้สึกชื่นชม สอดคล้องกับแนวคิดของ โกสลด น้อยอ่าง (2543 : 12) ให้ความเห็นว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก หรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ที่เป็นไปในทางที่ดี หรือในด้านบวกและใน ซึ่งจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการแก่บุคคลนั้น ถ้าตอบสนองได้ก็เป็นในแง่บวก จากเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้ บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่เป็นข้าราชการ พนักงานราชการ และลูกจ้างชั่วคราว มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ สูงกว่าผู้ที่เป็นลูกจ้างประจำ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อนพ อนันตวิระพันธุ์ (2538 : 96) ได้ศึกษาพฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุภาชนะของผู้บริโภค

ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ พบว่า ผู้บริโภคเห็นว่า น้ำดื่มควรมีการโฆษณา เพื่อจะทำให้ผู้บริโภค น้ำดื่มบรรจุภาชนะได้รู้จักน้ำดื่มยี่ห้ออื่นๆ ทั้งนี้เพราะว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะใช้น้ำดื่มที่มีชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับอย่างดี ซึ่งสิ่งกระตุ้นที่สำคัญในการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย คือการโฆษณา เพื่อให้ น้ำดื่มเป็นที่รู้จักเป็นอย่างดี สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นครราช (2551 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกซื้อและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อ น้ำดื่มบรรจุขวด ตราราชภัฏ ในมหาวิทยาลัยพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าที่มี อาชีพ ต่างกัน มีระดับ ความพึงพอใจต่อ น้ำดื่มบรรจุขวดตราราชภัฏ ในมหาวิทยาลัยพระนครศรีอยุธยา ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีระดับ 0.05

4. ระดับการศึกษา จากผลการศึกษาพบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ด้าน ราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย และโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ .05 โดยพบว่า ด้านราคา และด้านช่องทางการจำหน่าย บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏ มหาสารคามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ น้ำดื่มบรรจุขวด วรุณทิพย์ สูงกว่าผู้มีการศึกษาระดับปริญญาโท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลการวิจัยปรากฏผลเช่นนี้อาจเป็นเพราะ บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏ มหาสารคามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าผู้มีการศึกษาระดับ ปริญญาโท จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า บุคลากรมีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ น้ำดื่มบรรจุขวด วรุณทิพย์ เนื่องมาจากการตั้งราคาน้ำดื่มอยู่ในระดับที่เหมาะสม ได้รับส่วนลด และมีบริการจัดส่ง ถึงบ้าน เป็นการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ ผู้ที่มีรายได้น้อยจึงเกิดความพึงพอใจ ในด้านราคา และด้านช่องทางการจำหน่ายมากกว่า สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ผกา ผดุงมาตวรกุล (2544 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องความคิดเห็นต่อคุณภาพ และบรรจุภัณฑ์ น้ำดื่ม บรรจุขวดพลาสติก ของผู้บริโภค ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่มี ระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพและบรรจุภัณฑ์ น้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติก ต่างกันและมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ น้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของนฤมล จารุมาลัย (2547 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ น้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภค น้ำดื่มบรรจุขวดที่มี ระดับการศึกษา แตกต่างกัน มี ระดับการตัดสินใจเลือกซื้อ น้ำดื่มบรรจุขวด ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีระดับ 0.05

ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นงคราญ วงศ์วาท (2551 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกซื้อและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อน้ำดื่มบรรจุขวดตราราชภัฏในมหาวิทยาลัยพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าที่มี ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อน้ำดื่มบรรจุขวดตราราชภัฏในมหาวิทยาลัยพระนครศรีอยุธยา ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีระดับ 0.05 ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธีรนุช รัตนากร (2550 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องความคิดเห็นที่มีต่อน้ำดื่มตราเกษตร ของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน ผลการวิจัยพบว่า นิสิตที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับน้ำดื่มตราเกษตร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีระดับ 0.05

5. รายได้ จากผลการศึกษาพบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย และโดยรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ สูงกว่าผู้ที่มีรายได้สูงกว่า 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านราคา บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ สูงกว่าผู้ที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลการวิจัยปรากฏผลเช่นนี้อาจเป็นเพราะผู้ที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท ถือได้ว่าเป็นผู้ที่มีรายได้สูง บุคคลกลุ่มนี้ปรารถนาที่จะได้รับบริโภคน้ำดื่มที่ดีมีคุณภาพ ถึงแม้จะมีราคาแพงกว่าก็สามารถซื้อหามาบริโภคได้ โดยคำนึงถึงความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่เสียไป อาจจะเคยผ่านการบริโภคน้ำดื่มยี่ห้ออื่นๆ มาก่อนซึ่งอาจจะดีกว่า จึงเกิดการเปรียบเทียบ จึงมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ต่ำกว่า สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นฤมล จารุมาลัย (2547 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดในด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีระดับ 0.05 สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ผกา ผดุงมาตรวรรกุล (2544 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องความคิดเห็นต่อคุณภาพ และบรรจุภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติก ของผู้บริโภค ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพ และบรรจุภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกต่างกัน และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้าน

การส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นงคราญ วงศ์วาท (2551 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกซื้อและความพึงพอใจของลูกค้าน้ำดื่มบรรจุขวดตราราชภัฏในมหาวิทยาลัยพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าน้ำดื่มบรรจุขวดตราราชภัฏในมหาวิทยาลัยพระนครศรีอยุธยา ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชีรนุช รัตนกร (2550 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องความคิดเห็นที่มีต่อน้ำดื่มตราเกษตร ของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน ผลการวิจัยพบว่า นิสิตที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับน้ำดื่มตราเกษตร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมทางการตลาดไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ประสพการณ์การทำงาน จากผลการศึกษาพบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่มีประสพการณ์การทำงานแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย และโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านช่องทางการจำหน่าย แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย มีความแตกต่างกัน จำนวน 1 คู่ คือ บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่มีประสพการณ์การทำงาน ต่ำกว่า 5 ปี มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ สูงกว่าผู้ที่มีประสพการณ์การทำงานสูงกว่า 10 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลการวิจัยปรากฏผลเช่นนี้อาจเป็นเพราะ น้ำมีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตมากที่สุด ปัจจุบันคนหันมานิยมบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากสาเหตุการเปลี่ยนแปลงทางด้านวัฒนธรรม สังคม และเศรษฐกิจ ทำให้การดำเนินชีวิตของมนุษย์ในปัจจุบันเป็นไปอย่างรีบเร่ง ทำให้ไม่มีเวลาพอที่จะดื่มน้ำดื่มเหมือนในอดีต และหากจะดื่มน้ำฝนและน้ำประปา ก็ไม่มั่นใจในความสะอาด เพราะอาจมีสารเคมีปนเปื้อน จึงทำให้ประชาชนหันมาบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในเขตชุมชนเมือง ที่นิยมความสะดวกสบาย ซึ่งน้ำดื่มบรรจุขวดเป็นสินค้าที่สะดวกซื้ออีกอย่างหนึ่ง สอดคล้องกับทฤษฎีลำดับความต้องการของมาสโลว์ (ทิวา พงษ์ธนไพบุลย์ และคณะ. 2544 : 6) สรุปว่าคนทุกคนพยายามสนองความต้องการพื้นฐานของตน 5 ลำดับ คืออันดับแรกความต้องการทางร่างกาย ซึ่งประกอบด้วยความต้องการด้านปัจจัย 4 ได้แก่ น้ำ/อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค ลำดับสองคือ ความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง ลำดับสาม คือ ความต้องการทางด้านสังคม ลำดับสี่คือ ความต้องการที่จะมีชื่อเสียง ลำดับสุดท้าย คือ ความต้องการที่จะให้ตนเองประสบความสำเร็จ

ตามความนึกคิดของตน ผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานสูงกว่า 10 ปี เป็นผู้ที่ผ่านประสบการณ์ในด้านต่างๆ มากที่สุด ในเรื่องการบริโภคน้ำดื่มก็เช่นเดียวกัน นอกจากนี้จะเป็นการตอบสนองความต้องการทางร่างกายแล้ว เป็นผู้มีรายได้สูงยังมีความต้องการขั้นที่สูงขึ้นอีกคือความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง นั่นก็คือต้องการน้ำดื่มที่มีคุณภาพ จากการศึกษาของ ฉวีวดี พัฒนโพธิ์ (2542 : 60) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคาม พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดมากที่สุดคือ คุณภาพของน้ำดื่ม ราคาของน้ำดื่ม และยี่ห้อ/ตราผลิตภัณฑ์ของน้ำดื่มบรรจุขวดตามลำดับ ซึ่งผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานสูงกว่า 10 ปี ส่วนใหญ่เป็นผู้บริโภคระดับสูง (Upper class) ซึ่งบุคคลเหล่านี้มีอำนาจซื้อเพียงพอ ต้องการซื้อน้ำดื่มที่มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับของคนทั่วไป ถึงแม้ว่าน้ำดื่มที่มีคุณภาพจะมีราคาแพง อาจเห็นว่าถ้าเปรียบเทียบน้ำดื่มบรรจุขวดบรรจุขวดกับยี่ห้ออื่นที่เคยใช้บริโภคมาก่อน อาจมีข้อดีอยู่กว่าหลายประการ เช่นด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย ยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย บรรจุภัณฑ์ไม่มีวันเดือนปีที่ผลิต ซึ่งอาจมีความคาดหวังว่าอยากได้ผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดบรรจุขวดของคุณภาพในด้านการพัฒนาคุณภาพในด้านต่างๆ ให้ได้มาตรฐานอุตสาหกรรมมากกว่านี้ จากเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่มีประสบการณ์การทำงานสูงกว่า 10 ปี มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดบรรจุขวดต่ำกว่าผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานต่ำกว่า 5 ปี

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการศึกษาไปใช้

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ จากผลการศึกษาพบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดบรรจุขวด ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งข้อที่มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ในเรื่องของน้ำไม่มีสี กลิ่น ตะกอน และ ตะไคร่น้ำ ผู้ประกอบการควรมีคำนึงถึงกระบวนการผลิตที่ดี มีคุณภาพตรงตามมาตรฐานอุตสาหกรรม ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัย สวยงามมากยิ่งขึ้นเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ฝาปิดควรปิดสนิทและผนึกโดยรอบไม่ให้รั่วซึม ภาชนะใส สะอาด สามารถมองเห็นน้ำข้างในได้ มีวันเดือนปีที่ผลิต บอกรายละเอียดบนฉลากให้ชัดเจน เพื่อรักษาระดับคุณภาพไว้หรือทำให้ดีขึ้นกว่าเดิม เพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าให้มากขึ้นเป็นระดับมากที่สุด ซึ่งเป็นการช่วยสร้างความจงรักภักดีต่อสินค้าให้มากยิ่งขึ้น

1.2 ด้านราคา จากผลการศึกษาพบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ด้านราคา อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งข้อที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุด คือ การตั้งราคาอยู่ในระดับที่เหมาะสม ผู้ประกอบการควรคำนึงการกำหนดราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพ และปริมาณ อีกทั้งไม่ควรกำหนดราคาที่สูงกว่าท้องตลาด เพื่อเป็นการให้สวัสดิการแก่บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามของตน

1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผลจากการศึกษาพบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งข้อที่มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ สามารถซื้อน้ำดื่มวรุณทิพย์ได้ตามร้านค้าทั่วไป ควรมีการขยายตลาดให้มีความครอบคลุมพื้นที่มากขึ้นจะช่วยให้กิจการมีกำไรมากยิ่งขึ้นจากปริมาณลูกค้า

1.4 ด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย จากผลการศึกษาพบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ซึ่งข้อที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุด คือ เข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมต่างๆ ของมหาวิทยาลัย เช่น การจัดประชุมบุคลากร จัดแข่งขันกีฬา ควรมีการส่งเสริมให้มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ซึ่งนอกจากจะช่วยเสริมภาพพจน์ที่ดีต่อตราห้อยแล้ว ยังช่วยเพิ่มความเข้าใจให้กับลูกค้าซึ่งเป็นบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดการรับรู้และทัศนคติที่ดีขึ้นต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ และควรเพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อให้มากกว่าในปัจจุบัน เช่น ทางสถานีวิทยุท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น โดยอาจจัดทำเป็นระยะ เพื่อให้บุคคลทั่วไปได้ยินชื่อยี่ห้อทุกวันจนคุ้นหูและเกิดการรับรู้ถึงความแตกต่างของระบบการผลิตจากยี่ห้ออื่น

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างอื่น เพื่อทราบถึงความพึงพอใจ ที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์

2.2 ควรศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจระหว่างผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ กับผลิตภัณฑ์น้ำดื่มยี่ห้ออื่นๆ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ให้ได้คุณภาพเพื่อให้ผู้ใช้เกิดความพึงพอใจ