

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษา เรื่อง “พฤติกรรมการซื้อขายและความพึงพอใจของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์” ผู้ศึกษาได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล แล้วประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ และนำเสนอข้อมูลด้วยตารางประกอบการบรรยาย โดยการเสนอผลการวิเคราะห์ ข้อมูลเป็นลำดับ ดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
N	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาเปรียบเทียบความมีนัยสำคัญจากการแจกแจงแบบ t
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลบวกยกกำลังสอง (Mean Square)
F	แทน	สถิติทดสอบที่ใช้พิจารณาเปรียบเทียบความมีนัยสำคัญจากการแจกแจงแบบ F
df	แทน	ชั้นของความอิสระ (Degree of Freedom)
*	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อขายและความพึงพอใจของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์หาความถี่ ร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์หาความถี่ ร้อยละ ของพฤติกรรมทางการเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ โดยรวม และรายด้าน

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ จำแนกตามเพศ โดยใช้ t - test

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ จำแนกตาม อายุ ประเภทบุคลากร ระดับการศึกษา รายได้ และประสบการณ์การทำงาน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และทดสอบความแตกต่างรายคู่ ด้วยวิธีของ เชฟเฟ่ (Scheffe')

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาได้เสนอตามลำดับหัวข้อดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ความถี่ และร้อยละ ของข้อมูลส่วนบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลส่วนบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถาม มาวิเคราะห์หาความถี่ และร้อยละ รายละเอียดปรากฏดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวนคน	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	104	42.28
1.2 หญิง	142	57.72
รวม	246	100.00
2. อายุ		
ต่ำกว่า 30 ปี	128	52.03
30-40 ปี	66	26.83
สูงกว่า 40 ปี	52	21.14
รวม	246	100.00

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวนคน	ร้อยละ
3. ประเภทบุคลากร		
3.1 ข้าราชการ	78	31.71
3.2 พนักงานมหาวิทยาลัย/พนักงานราชการ	27	10.98
3.3 ลูกจ้างประจำ	12	4.88
3.4 ลูกจ้างประจำ	129	31.71
รวม	246	100.00
4. ระดับการศึกษา		
4.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	53	21.54
4.2 ปริญญาตรี	117	47.56
4.3 ปริญญาโท	60	24.39
4.4 ปริญญาเอก	16	6.50
รวม	246	100.00
5. รายได้ต่อเดือน		
5.1 ต่ำกว่า 10,000 บาท	127	51.63
5.2 10,000-20,000 บาท	68	27.64
5.3 สูงกว่า 20,001 บาท	51	20.73
รวม	382	100.00
6. ประสบการณ์การทำงาน		
6.1 ต่ำกว่า 5 ปี	115	46.75
6.2 5-10 ปี	79	32.11
6.3 สูงกว่า 10 ปี	52	21.14
รวม	246	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 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 การวิเคราะห์หาความถี่ และร้อยละ ของพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดวุฒิปริญญาตรี ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ศึกษาได้นำของพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดวุฒิปริญญาตรี ของผู้ตอบแบบสอบถาม มาวิเคราะห์หาความถี่ และร้อยละ รายละเอียดปรากฏดังตารางที่ 3 - 11

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวุฒิปริญญาตรี

เหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวุฒิปริญญาตรี	จำนวน	ร้อยละ
สะอาด มีคุณภาพ และราคาถูก	98	16.93
มีเครื่องหมาย อย.รับรอง	99	17.10
สะดวกและหาซื้อได้ง่าย	78	13.47
มีขายยี่ห้อเดียวในมหาวิทยาลัย	11	1.90
ได้รับส่วนลด	105	18.13
มีบริการจัดส่งถึงบ้าน	188	32.47
รวม	579	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวุฒิปริญญาตรี 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

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวุฒิปริญญาตรีเป็นประจำ

สถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวุฒิปริญญาตรีเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านค้าในมหาวิทยาลัย	189	76.83
ร้านค้าใกล้บ้าน	14	5.69
ห้างสรรพสินค้า / ซูเปอร์มาร์เก็ต / มินิมาร์ท	19	7.72
รถบริการ	24	9.76
รวม	246	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า สถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรวม
ทิพย์เป็นประจำ 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

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของชนิดของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

ชนิดของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
ขวดใส ขนาด 500cc	168	41.38
ขวดใส ขนาด 600cc	37	9.11
ขวดใส ขนาด 750cc	19	4.68
ขวดใส ขนาด 1,500cc	17	4.19
ขวดขุ่น ขนาด 900cc	36	8.87
ถัง ขนาด 20 L	129	31.77
รวม	406	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่า 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

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการซื้อน้ำที่ใช้อยู่ในปัจจุบันโดยเฉลี่ย

ความถี่ในการซื้อน้ำที่ใช้อยู่ในปัจจุบันโดยเฉลี่ย	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	70	28.46
ทุกสัปดาห์	81	32.93
สัปดาห์ละ 2 ครั้ง	37	15.04
ทุกเดือน	28	11.38
นานๆ ครั้ง (กำหนดแน่นอนไม่ได้)	30	12.20
รวม	246	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่า 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

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของการชำระเงินค่าน้ำดื่ม

การชำระเงินค่าน้ำดื่ม	จำนวน	ร้อยละ
จ่ายเงินสดทุกครั้ง	180	73.17
จ่ายทุกสิ้นเดือน	66	26.83
รวม	246	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการชำระเงินค่าน้ำดื่ม คือ ส่วนใหญ่ จ่ายเงินสดทุกครั้ง จำนวน 180 คน ร้อยละ 73.17 และจ่ายทุกสิ้นเดือน จำนวน 66 คน ร้อยละ 26.83

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด

พฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด	จำนวน	ร้อยละ
ไม่สนใจยี่ห้อแล้วแต่ความสะดวก	153	62.20
อยากซื้อยี่ห้ออื่น แต่ในมหาวิทยาลัยไม่มีจำหน่าย จำเป็นต้องซื้อ	30	12.20
เลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดรูปชามเพื่อเป็นการอุดหนุนและส่งเสริมมหาวิทยาลัย	63	25.61
รวม	246	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่า 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

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของการปรับปรุงผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์

การปรับปรุงผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์	จำนวน	ร้อยละ
ราคา	72	29.27
ความสะอาด,มีคุณภาพ	156	63.41
บรรจุภัณฑ์	12	4.88
ปริมาณ	6	2.44
รวม	246	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้มีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ 3 อันดับแรก คือ ความสะอาด มีคุณภาพ จำนวน 156 คน ร้อยละ 63.41 รองลงมาคือ ราคา จำนวน 72 คน ร้อยละ 29.27 และบรรจุภัณฑ์ จำนวน 12 คน ร้อยละ 4.88 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของยี่ห้อในการเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุภาชนะบริโภค

ยี่ห้อในการเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุภาชนะบริโภค	จำนวน	ร้อยละ
วรุณทิพย์	161	65.45
ยูเนียน	4	1.63
พรทิพย์	1	0.41
บัวหลวง	3	1.22
ยูนิเฟียว	7	2.85
น้ำทิพย์	13	5.28
สิงห์	26	10.57
ออรา	7	2.85
คริสตัล	5	2.03
ทุกยี่ห้อ	19	7.72
รวม	246	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่า 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

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของการแนะนำให้คนอื่นให้ใช้บริการผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปทีย

การแนะนำให้คนอื่นให้ใช้บริการผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปทีย	จำนวน	ร้อยละ
แนะนำต่อ	202	82.11
ไม่แนะนำต่อ	44	11.89
รวม	420	100.00

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีการแนะนำให้คนอื่นให้ใช้บริการผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปทียต่อ จำนวน 202 คน ร้อยละ 82.11 และไม่แนะนำต่อจำนวน 44 คน ร้อยละ 11.89

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปทีย โดยรวม และรายด้าน

ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปทีย โดยรวม โดยใช้ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แล้วนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ เพื่อแปลความหมาย ซึ่งปรากฏผลดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปทีย โดยรวม และรายด้าน

ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปทีย	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.45	0.58	ปานกลาง
2. ด้านราคา	3.35	0.60	ปานกลาง
3. ด้านช่องทางการจำหน่าย	3.10	0.90	ปานกลาง
4. ด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย	3.54	0.62	มาก
โดยรวม	3.36	0.56	ปานกลาง

จากตารางที่ 12 พบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปทีย โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.36$) เมื่อพิจารณา

เป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมาก 1 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง 3 ด้าน และเมื่อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.54$)

ลำดับที่ 2 ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.45$)

ลำดับที่ 3 ด้านราคา ($\bar{X} = 3.35$)

ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ เป็นรายด้าน โดยใช้ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แล้วนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์เพื่อแปลความหมาย ซึ่งปรากฏผลดังตารางที่ 13 – 16

ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ด้านผลิตภัณฑ์ และรายชื่อ

ด้านผลิตภัณฑ์	ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์		
	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. มีเครื่องหมาย อย. รับรองคุณภาพ	4.04	0.75	มาก
2. บรรจุภัณฑ์มีหลากหลายขนาดให้เลือกใช้	3.91	0.72	มาก
3. ขนาดบรรจุสะดวกในการใช้	3.87	0.71	มาก
4. ความสะอาดของน้ำซึ่งผลิตด้วยระบบ OR	3.50	0.77	ปานกลาง
5. ความสะอาดของบรรจุภัณฑ์	3.29	0.86	ปานกลาง
6. รสชาติของน้ำดื่มวรุณทิพย์	3.09	0.84	ปานกลาง
7. น้ำไม่มีสี กลิ่น ตะกอน และ ตะไคร่น้ำ	2.95	0.98	ปานกลาง
8. ฝาถูกเปิด-ปิดได้สะดวก	3.26	0.85	ปานกลาง
9. ภาชนะมีปริมาณการบรรจุเท่ากับอยู่	3.43	0.74	ปานกลาง
10. รูปร่างลักษณะขวดบรรจุสวยงาม	3.33	0.84	ปานกลาง
11. ภาชนะพิมพ์ที่ตั้งแหล่งผลิตชัดเจน	3.36	0.85	ปานกลาง
12. รายละเอียดต่างๆ ของฉลากที่ติดภาชนะมองเห็นได้ชัดเจน	3.35	0.86	ปานกลาง
รายด้าน	3.45	0.58	ปานกลาง

จากตารางที่ 13 พบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มีความพึงพอใจ ที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปทียักษ์ ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.45$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 3 ข้อ อยู่ในระดับปานกลาง 9 ข้อ เมื่อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 มีเครื่องหมาย อย. รับรองคุณภาพ ($\bar{X} = 4.04$)

ลำดับที่ 2 บรรจุภัณฑ์มีหลากหลายขนาดให้เลือกใช้ ($\bar{X} = 3.91$)

ลำดับที่ 3 ขนาดบรรจุสะดวกในการใช้ ($\bar{X} = 3.87$)

ตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปทียักษ์ ด้านราคา และรายข้อ

ด้านราคา	ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปทียักษ์		
	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. น้ำดื่มตรารูปทียักษ์มีคุณภาพคุ้มค่างับราคา	3.40	0.69	ปานกลาง
2. ราคาจำหน่ายหลากหลายตามขนาดของขวดน้ำ	3.40	0.70	ปานกลาง
3. การตั้งราคาอยู่ในระดับที่เหมาะสม	3.42	0.71	ปานกลาง
4. การเก็บค่ามัดจำตั้ง / ถัง	3.18	0.73	ปานกลาง
รายด้าน	3.35	0.60	ปานกลาง

จากตารางที่ 14 พบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปทียักษ์ ด้านราคา อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ เมื่อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 การตั้งราคาอยู่ในระดับที่เหมาะสม ($\bar{X} = 3.42$)

ลำดับที่ 2 น้ำดื่มตรารูปทียักษ์มีคุณภาพคุ้มค่างับราคา ($\bar{X} = 3.40$)

ลำดับที่ 2 ราคาจำหน่ายหลากหลายตามขนาดของขวดน้ำ ($\bar{X} = 3.40$)

ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรฐนทิพย์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และรายชื่อ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรฐนทิพย์		
	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. หาซื้อน้ำดื่มตราวฐนทิพย์ได้ง่าย	3.14	0.96	ปานกลาง
2. สามารถซื้อน้ำดื่มวฐนทิพย์ได้ตามร้านค้าทั่วไป	3.06	0.99	ปานกลาง
3. มีบริการจัดส่งถึงบ้าน/ที่ทำงาน	3.11	0.95	ปานกลาง
รวม	3.10	0.90	ปานกลาง

จากตารางที่ 15 พบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรฐนทิพย์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.10$) เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ เมื่อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 หาซื้อน้ำดื่มตราวฐนทิพย์ได้ง่าย ($\bar{X} = 3.14$)

ลำดับที่ 2 มีบริการจัดส่งถึงบ้าน/ที่ทำงาน ($\bar{X} = 3.11$)

ลำดับที่ 3 สามารถซื้อน้ำดื่มวฐนทิพย์ได้ตามร้านค้าทั่วไป ($\bar{X} = 3.06$)

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจที่มีต่อ
ผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรૂณทิพย์ ด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย และรายชื่อ

ด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย	ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่ม บรรจุขวดรૂณทิพย์		
	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. มีพนักงานให้บริการที่รวดเร็ว	3.32	0.79	ปานกลาง
2. พนักงานขายสุภาพ มนุษย์สัมพันธ์ดี	3.61	0.88	มาก
3. การโฆษณาผ่านสื่อ เช่น แผ่นพับ ใบปลิว ทางวิทยุกระจายเสียง	3.21	0.91	ปานกลาง
4. การโฆษณาผ่าน website ของมหาวิทยาลัย เช่น แนะนำน้ำดื่ม ประวัติความเป็นมา คุณภาพน้ำดื่ม	3.51	0.94	มาก
5. เข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมต่างๆ ของ มหาวิทยาลัย เช่น การจัดประชุมบุคลากร จัดแข่งขันกีฬา	4.04	0.88	มาก
รายด้าน	3.54	0.62	มาก

จากตารางที่ 16 พบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มีความพึงพอใจที่มีต่อ
ผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรૂณทิพย์ ด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับปานกลาง
($\bar{X} = 3.35$) เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง 2 ข้อ และอยู่ในระดับมาก
3 ข้อ เมื่อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 เข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมต่างๆ ของมหาวิทยาลัย เช่น
การจัดประชุมบุคลากร จัดแข่งขันกีฬา ($\bar{X} = 4.04$)

ลำดับที่ 2 พนักงานขายสุภาพ มนุษย์สัมพันธ์ดี ($\bar{X} = 3.61$)

ลำดับที่ 3 การโฆษณาผ่าน website ของมหาวิทยาลัย เช่น แนะนำน้ำดื่ม ประวัติ
ความเป็นมา คุณภาพน้ำดื่ม ($\bar{X} = 3.51$)

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวด
วรุณทิพย์ ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำแนกตามเพศ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวด
วรุณทิพย์ ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม โดยนำเสนอในรูปตารางวิเคราะห์หาค่าสถิติทดสอบ t-test ซึ่งปรากฏผลดังตารางที่ 17

ตารางที่ 17 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์
ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่ม บรรจุขวดวรุณทิพย์	ชาย		หญิง		t	Sig
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์	3.55	0.57	3.38	0.58	2.26	0.64
ด้านราคา	3.45	0.60	3.28	0.60	2.16	0.26
ด้านช่องทางการจำหน่าย	3.16	0.88	3.06	0.91	0.88	0.90
ด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย	3.59	0.60	3.50	0.63	1.25	0.93
โดยรวม	3.44	0.55	3.30	0.56	1.88	0.39

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 17 พบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ รายด้านและโดยรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตอนที่ 5 วิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวด
วรุณทิพย์ ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำแนกตาม อายุ ประเภทบุคลากร
ระดับการศึกษา รายได้ และประสบการณ์การทำงาน

ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ของ
บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำแนกตามอายุ โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน
ทางเดียว (One-way ANOVA) และทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ เชฟเฟ้ (Scheffe') ซึ่ง
ปรากฏผลดังตารางที่ 18

ตารางที่ 18 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์
ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ตามระดับความพึงพอใจ
โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์น้ำดื่มวรุณทิพย์	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2	3.35	1.68	5.11	.01*
	ภายในกลุ่ม	243	79.72	0.33		
	รวม	245	83.07			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2	4.36	2.18	6.22	.00*
	ภายในกลุ่ม	243	85.21	0.35		
	รวม	245	85.21			
ด้านช่องทางการจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	2	4.60	2.30	2.91	.06
	ภายในกลุ่ม	243	192.08	0.79		
	รวม	245	192.08			
ด้านการส่งเสริมทาง การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	2	6.65	3.33	9.34	.00*
	ภายในกลุ่ม	243	86.51	0.36		
	รวม	245	93.16			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2	4.65	2.32	7.89	.00*
	ภายในกลุ่ม	243	71.56	0.29		
	รวม	245	76.20			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 18 พบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย และโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านช่องทางการจำหน่าย แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพบความแตกต่างจึงเปรียบเทียบรายคู่ ดังตารางที่ 19 – 21

ตารางที่ 19 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปช้อน ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์น้ำดื่ม บรรจุขวดรูปช้อน	อายุ	\bar{X}	อายุ		
			ต่ำกว่า 30 ปี	30 – 40 ปี	สูงกว่า 40 ปี
			3.56	3.34	3.31
ด้านผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่า 30 ปี	3.56	-	0.22*	0.25*
	30 – 40 ปี	3.34	-	-	0.03
	สูงกว่า 40 ปี	3.31	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 19 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปช้อน ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่ พบว่า มีความแตกต่างกัน จำนวน 2 คู่ คือ

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

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

ตารางที่ 20 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปช้อน ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ด้านราคา จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปช้อน	อายุ	\bar{X}	อายุ		
			ต่ำกว่า 30 ปี	30 – 40 ปี	สูงกว่า 40 ปี
			3.47	3.26	3.16
ด้านราคา	ต่ำกว่า 30 ปี	3.47	-	0.22	0.31*
	30 – 40 ปี	3.26		-	0.09
	สูงกว่า 40 ปี	3.16			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 20 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปช้อน ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ด้านราคา จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า มีความแตกต่างกัน จำนวน 1 คู่ คือ

บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปช้อน สูงกว่าผู้ที่มีอายุสูงกว่า 40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางที่ 21 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปช้อน ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปช้อน	อายุ	\bar{X}	อายุ		
			ต่ำกว่า 30 ปี	30 – 40 ปี	สูงกว่า 40 ปี
			3.69	3.40	3.33
ด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย	ต่ำกว่า 30 ปี	3.69	-	0.30*	0.36*
	30 – 40 ปี	3.40	-	-	0.07
	สูงกว่า 40 ปี	3.33	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 21 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปช้อน ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามอายุ เป็นรายคู่ พบว่า มีความแตกต่างกัน จำนวน 2 คู่ คือ

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

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

ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปช้อน ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำแนกตามประเภทบุคลากร โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ เชฟเฟ (Scheffe') ซึ่งปรากฏผลดังตารางที่ 22

ตารางที่ 22 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปหอยทาก
ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ตามระดับความพึงพอใจ
โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามประเภทบุคลากร

ความพึงพอใจที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์น้ำดื่มรูปหอยทาก	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	3	3.64	1.21	2.62	.06
	ภายในกลุ่ม	242	79.44	0.33		
	รวม	245	83.07			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	3	4.93	1.64	4.70	.00*
	ภายในกลุ่ม	242	84.64	0.35		
	รวม	245	89.57			
ด้านช่องทางการจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	3	9.47	3.16	2.76	.07
	ภายในกลุ่ม	242	187.21	0.77		
	รวม	245	196.68			
ด้านการส่งเสริมทาง การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	3	9.22	3.07	8.86	.00*
	ภายในกลุ่ม	242	83.93	0.35		
	รวม	245	93.16			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	5.74	1.91	6.57	.00*
	ภายในกลุ่ม	242	70.47	0.29		
	รวม	245	76.20			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 22 พบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่มีประเภทบุคลากรแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปหอยทาก ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย และโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจำหน่าย แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพบความแตกต่างจึงเปรียบเทียบรายคู่ ดังตารางที่ 23 - 24

ตารางที่ 23 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรุ่มทิพย์ ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ด้านราคา จำแนกตามประเภทบุคลากร

ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรุ่มทิพย์	ประเภทบุคลากร	\bar{X}	ประเภทบุคลากร			
			ข้าราชการ	พนักงานราชการ	ลูกจ้างประจำ	ลูกจ้างชั่วคราว
			3.17	3.63	3.31	3.40
ด้านราคา	ข้าราชการ	3.17	-	-0.46*	-0.14	-0.23
	พนักงานราชการ	3.63		-	0.32	0.23
	ลูกจ้างประจำ	3.31			-	-0.09
	ลูกจ้างชั่วคราว	3.40				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 23 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรุ่มทิพย์ ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ด้านราคา จำแนกตามประเภทบุคลากร เป็นรายคู่ พบว่า มีความแตกต่างกัน จำนวน 1 คู่ คือ

บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่เป็นพนักงานราชการ มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรุ่มทิพย์ สูงกว่าผู้ที่เป็นข้าราชการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 24 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรૂณทิพย์ ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทบุคลากร

ความพึงพอใจที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์น้ำดื่ม บรรจุขวดรૂณทิพย์	ประเภทบุคลากร	\bar{X}	ประเภทบุคลากร			
			ข้าราชการ	พนักงาน ราชการ	ลูกจ้าง ประจำ	ลูกจ้าง ชั่วคราว
			3.42	3.69	2.83	3.64
ด้านการส่งเสริม ทางการจัดจำหน่าย	ข้าราชการ	3.42	-	-0.27	0.58*	-0.23
	พนักงานราชการ	3.69		-	0.86*	0.05
	ลูกจ้างประจำ	2.83			-	-0.81*
	ลูกจ้างชั่วคราว	3.64				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 24 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรૂณทิพย์ ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทบุคลากร เป็นรายคู่ พบว่า มีความแตกต่างกัน จำนวน 3 คู่ คือ

คู่ที่ 1 บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่เป็นข้าราชการ มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรૂณทิพย์ สูงกว่าผู้ที่เป็นลูกจ้างประจำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คู่ที่ 2 บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่เป็นพนักงานราชการ มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรૂณทิพย์ สูงกว่าผู้ที่เป็นลูกจ้างประจำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คู่ที่ 3 บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่เป็นลูกจ้างชั่วคราว มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรૂณทิพย์ สูงกว่าผู้ที่เป็นลูกจ้างประจำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรૂณทิพย์ ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ เชฟเฟ (Scheffe') ซึ่งปรากฏผลดังตารางที่ 25

ตารางที่ 25 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์
ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ตามระดับความพึงพอใจ
โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์น้ำดื่มวรุณทิพย์	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	3	3.00	1.00	2.42	.08
	ภายในกลุ่ม	242	80.08	0.33		
	รวม	245	83.07			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	3	4.38	1.46	4.14	.01*
	ภายในกลุ่ม	242	85.20	0.35		
	รวม	245	89.57			
ด้านช่องทางการจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	3	9.61	3.20	4.14	.01*
	ภายในกลุ่ม	242	187.08	0.77		
	รวม	245	196.68			
ด้านการส่งเสริมทาง การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	3	3.77	1.26	2.81	.06
	ภายในกลุ่ม	242	89.38	0.37		
	รวม	245	93.16			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	4.79	1.60	5.41	.00*
	ภายในกลุ่ม	242	71.41	0.30		
	รวม	245	76.20			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 25 พบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย และโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพบความแตกต่างจึงเปรียบเทียบรายคู่ ดังตารางที่ 26 - 27

ตารางที่ 26 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์	ระดับการศึกษา	\bar{X}	ระดับการศึกษา			
			ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก
			3.45	3.44	3.15	3.14
ด้านราคา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.45	-	0.01	0.29	0.31
	ปริญญาตรี	3.44		-	0.28*	0.30
	ปริญญาโท	3.15			-	0.01
	ปริญญาเอก	3.14				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 26 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า มีความแตกต่างกัน จำนวน 1 คู่ คือ

บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ สูงกว่าผู้มีการศึกษาระดับปริญญาโท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 27 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรุ่มทิพย์ ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ด้านช่องทางการจำหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรุ่มทิพย์	ระดับการศึกษา	\bar{X}	ระดับการศึกษา			
			ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก
			3.26	3.22	2.80	2.83
ด้านช่องทางการจำหน่าย	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.26	-	0.04	0.46	0.42
	ปริญญาตรี	3.22		-	0.42*	0.39
	ปริญญาโท	2.80			-	-0.03
	ปริญญาเอก	2.83				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 27 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรุ่มทิพย์ ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ด้านช่องทางการจำหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ พบว่า มีความแตกต่างกัน จำนวน 1 คู่ คือ

บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรุ่มทิพย์ สูงกว่าผู้มีการศึกษาระดับปริญญาโท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรุ่มทิพย์ ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำแนกตามรายได้ โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ เชฟเฟ่ (Scheffe') ซึ่งปรากฏผลดังตารางที่ 28

ตารางที่ 28 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์
ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ตามระดับความพึงพอใจ
โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามรายได้

ความพึงพอใจที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์น้ำดื่มวรุณทิพย์	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2	3.36	1.68	5.12	.01*
	ภายในกลุ่ม	243	79.72	0.33		
	รวม	245	83.07			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2	6.22	3.11	9.07	.00*
	ภายในกลุ่ม	243	83.35	0.34		
	รวม	245	89.57			
ด้านช่องทางการจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	2	7.35	3.67	4.72	.01*
	ภายในกลุ่ม	243	189.33	0.78		
	รวม	245	196.68			
ด้านการส่งเสริมทาง การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	2	2.97	1.48	4.00	.02*
	ภายในกลุ่ม	243	90.19	0.37		
	รวม	245	93.16			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2	4.67	2.34	7.94	.00*
	ภายในกลุ่ม	243	71.53	0.29		
	รวม	245	76.20			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 28 พบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย และโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพบความแตกต่างจึงเปรียบเทียบรายคู่ ดังตารางที่ 29 – 32

ตารางที่ 29 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปหมี ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้

ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปหมี	รายได้	\bar{X}	รายได้		
			ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	สูงกว่า 20,000 บาท
			3.55	3.41	3.25
ด้านผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.55	-	0.14	0.30*
	10,000-20,000 บาท	3.41	-	-	0.16
	สูงกว่า 20,000 บาท	3.25	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 29 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปหมี ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้ เป็นรายคู่ พบว่า มีความแตกต่างกัน จำนวน 1 คู่ คือ

บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปหมี สูงกว่าผู้ที่มีรายได้สูงกว่า 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 30 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปพื ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ด้านราคา จำแนกตามรายได้

ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปพื	รายได้	\bar{X}	รายได้		
			ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	สูงกว่า 20,000 บาท
			3.50	3.24	3.13
ด้านราคา	ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.50	-	0.26*	0.37*
	10,000-20,000 บาท	3.24	-	-	0.11
	สูงกว่า 20,000 บาท	3.13	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 30 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปพื ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ด้านราคา จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่ พบว่า มีความแตกต่างกัน จำนวน 2 คู่ คือ

คู่ที่ 1 บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปพื สูงกว่าผู้ที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คู่ที่ 2 บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปพื สูงกว่าผู้ที่มีรายได้สูงกว่า 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 31 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปหมี ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ด้านช่องทางการจำหน่าย จำแนกตามรายได้

ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปหมี	รายได้	\bar{X}	รายได้		
			ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	สูงกว่า 20,000 บาท
			3.26	3.01	2.83
ด้านช่องทางการจำหน่าย	ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.26	-	0.25	0.43*
	10,000-20,000 บาท	3.01	-	-	0.18
	สูงกว่า 20,000 บาท	2.83	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 31 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปหมี ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ด้านช่องทางการจำหน่าย จำแนกตามรายได้ เป็นรายคู่ พบว่า มีความแตกต่างกัน จำนวน 1 คู่ คือ

บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปหมี สูงกว่าผู้ที่มีรายได้สูงกว่า 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 32 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปหมี ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับรายได้

ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปหมี	รายได้	\bar{X}	รายได้		
			ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	สูงกว่า 20,000 บาท
			3.62	3.54	3.33
ด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย	ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.62	-	0.08	0.29*
	10,000-20,000 บาท	3.54	-	-	0.20
	สูงกว่า 20,000 บาท	3.33	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 32 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปหมี ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้ เป็นรายคู่ พบว่า มีความแตกต่างกัน จำนวน 1 คู่ คือ

บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปหมี สูงกว่าผู้ที่มีรายได้สูงกว่า 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปหมี ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำแนกตามประสบการณ์การทำงาน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ เชฟเฟ (Scheffe') ซึ่งปรากฏผลดังตารางที่ 33

ตารางที่ 33 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์
ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ตามระดับความพึงพอใจ
โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามประสบการณ์การทำงาน

ความพึงพอใจที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์น้ำดื่มวรุณทิพย์	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2	3.42	1.71	5.21	.01*
	ภายในกลุ่ม	243	79.66	0.33		
	รวม	245	83.07			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2	3.94	1.97	5.59	.00*
	ภายในกลุ่ม	243	85.63	0.35		
	รวม	245	89.57			
ด้านช่องทางการจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	2	4.02	2.01	2.53	.08
	ภายในกลุ่ม	243	192.66	0.79		
	รวม	245	196.68			
ด้านการส่งเสริมทาง การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	2	6.12	3.06	8.54	.00*
	ภายในกลุ่ม	243	87.04	0.36		
	รวม	245	93.16			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2	4.27	2.14	7.22	.00*
	ภายในกลุ่ม	243	71.93	0.30		
	รวม	245	76.20			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 33 พบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่มีประสบการณ์
การทำงานแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดวรุณทิพย์ ด้านผลิตภัณฑ์
ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย และโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติที่ระดับ .05 และด้านช่องทางการจำหน่าย แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
.05

เมื่อพบความแตกต่างจึงเปรียบเทียบรายคู่ ดังตารางที่ 34 – 36

ตารางที่ 34 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปหมี ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประสบการณ์การทำงาน

ความพึงพอใจที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์น้ำดื่ม บรรจุขวดรูปหมี	ประสบการณ์ การทำงาน	\bar{X}	ประสบการณ์การทำงาน		
			ต่ำกว่า 5 ปี	5 – 10 ปี	สูงกว่า 10 ปี
			3.57	3.39	3.27
ด้านผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่า 5 ปี	3.57	-	0.17	0.29*
	5 – 10 ปี	3.39		-	0.12
	สูงกว่า 10 ปี	3.27			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 34 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปหมี ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประสบการณ์การทำงาน เป็นรายคู่ พบว่า มีความแตกต่างกัน จำนวน 1 คู่ คือ

บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่มีประสบการณ์การทำงานต่ำกว่า 5 ปี มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปหมี สูงกว่าผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานสูงกว่า 10 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางที่ 35 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปทรงแบบของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ด้านราคา จำแนกตามประสบการณ์การทำงาน

ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปทรงแบบ	ประสบการณ์การทำงาน	\bar{X}	ประสบการณ์การทำงาน		
			ต่ำกว่า 5 ปี	5 – 10 ปี	สูงกว่า 10 ปี
			3.48	3.28	3.18
ด้านราคา	ต่ำกว่า 5 ปี	3.48	-	0.21	0.30*
	5 – 10 ปี	3.28	-	-	0.10
	สูงกว่า 10 ปี	3.18	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 35 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปทรงแบบของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ด้านราคา จำแนกตามประสบการณ์การทำงาน เป็นรายคู่ พบว่า มีความแตกต่างกัน จำนวน 1 คู่ คือ

บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่มีประสบการณ์การทำงานต่ำกว่า 5 ปี มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปทรงแบบ สูงกว่าผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานสูงกว่า 10 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางที่ 36 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ความพึงพอใจที่มีต่อ
ผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปช้อน ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
ด้านการส่งเสริมทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประสบการณ์การทำงาน

ความพึงพอใจที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์น้ำดื่ม บรรจุขวดรูปช้อน	ประสบการณ์ การทำงาน	\bar{X}	ประสบการณ์การทำงาน		
			ต่ำกว่า 5 ปี	5 – 10 ปี	สูงกว่า 10 ปี
			3.68	3.50	3.28
ด้านการส่งเสริม ทางการจัดจำหน่าย	ต่ำกว่า 5 ปี	3.68	-	0.18	0.40*
	5 – 10 ปี	3.50		-	0.22
	สูงกว่า 10 ปี	3.28			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 36 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่ม
บรรจุขวดรูปช้อน ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ด้านการส่งเสริมทางการจัด
จำหน่าย จำแนกตามประสบการณ์การทำงาน เป็นรายคู่ พบว่า มีความแตกต่างกัน จำนวน 1 คู่
คือ

บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่มีประสบการณ์การทำงานต่ำกว่า 5 ปี
มีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดรูปช้อน สูงกว่าผู้ที่มีประสบการณ์การทำงาน
สูงกว่า 10 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05