

ภาคผนวก

- รายนามผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจเครื่องมือวิจัย
- หนังสือราชการที่เกี่ยวข้อง
- ตัวอย่างเครื่องมือวิจัย
- ตารางค่าความเชื่อมั่น

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจเครื่องมือวิจัย

1. อาจารย์ ผศ.ดร.ภัทรา สุขะสุนธ์
อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
2. อาจารย์ ดร.ณัฐติญา ไขติยากุล
อาจารย์ประจำสาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
3. คุณภรณ์ยู ธนาฤดี
ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด
บริษัท เอ็มพีเอ็ม เบฟเวอเรจ จำกัด

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ที่ ศธ ๐๕๖๓.๑๒/ว๑๐๑



โครงการบัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
๑๗๒ ถนนอิสรภาพ เขตธนบุรี
กรุงเทพฯ ๑๐๖๐๐

๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๒

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือวิจัย
เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรา สุขะสุนธ์

ด้วย นายอมรชัย รุ่งสุวรรณรัชต์ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะ
วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี กำลังดำเนินการจัดทำวิจัยเพื่อการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ปัจจัยส่วน
ประสมทางการตลาดที่ลูกค้าใช้ตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์ไอซีทีในกรุงเทพมหานคร” โดยมี ดร.สิทธิชัย ฝรั่งทอง เป็น
อาจารย์ที่ปรึกษา

ในกรณีนี้ โครงการบัณฑิตศึกษา โดยคณะกรรมการผู้ควบคุมการวิจัย จึงใคร่ขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ
ตรวจเครื่องมือวิจัย ทั้งนี้ นักศึกษาผู้ทำวิจัยจะได้ประสานงานในรายละเอียดเกี่ยวกับวิจัยต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดเป็นผู้ทรงคุณวุฒิดังกล่าวเพื่อประโยชน์ทางวิชาการต่อไป
และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.นิภาพรณ คำเจริญ)
ผู้อำนวยการโครงการบัณฑิตศึกษา

โครงการบัณฑิตศึกษา

โทร. ๐-๒๘๙๐-๑๘๐๑ ต่อ ๒๑๒๐, ๒๑๒๒, ๒๑๒๓

โทรสาร ๐-๒๘๙๐-๒๓๐๘, <http://grad.dru.ac.th>

ที่ ศธ ๐๕๖๓.๑๒/ว๑๐๑



โครงการบัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
๑๗๒ ถนนอิสรภาพ เขตธนบุรี
กรุงเทพฯ ๑๐๖๐๐

๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๒

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือวิจัย

เรียน คุณภรณ์ยู ธนาฤดี

ด้วย นายอมรชัย รุ่งสุวรรณรัชต์ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี กำลังดำเนินการจัดทำวิจัยเพื่อการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ถูกค้าใช้ตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์ไอซีทีในกรุงเทพมหานคร” โดยมี ดร.สิทธิชัย ฝรั่งทอง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

ในการนี้ โครงการบัณฑิตศึกษา โดยคณะกรรมการผู้ควบคุมการวิจัย จึงใคร่ขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือวิจัย ทั้งนี้ นักศึกษาผู้ทำวิจัยจะได้ประสานงานในรายละเอียดเกี่ยวกับวิจัยต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดเป็นผู้ทรงคุณวุฒิดังกล่าวเพื่อประโยชน์ทางวิชาการต่อไป และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.นิภาภรณ์ คำเจริญ)
ผู้อำนวยการโครงการบัณฑิตศึกษา

โครงการบัณฑิตศึกษา

โทร. ๐-๒๘๔๐-๑๘๐๑ ต่อ ๒๑๒๐, ๒๑๒๒, ๒๑๒๓

โทรสาร ๐-๒๘๔๐-๒๓๐๘, <http://grad.dru.ac.th>

ที่ ศธ ๐๕๖๓.๑๒/ว๑๐๑



โครงการบัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
๑๗๒ ถนนอิสรภาพ เขตธนบุรี
กรุงเทพฯ ๑๐๖๐๐

๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๒

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.ณัฐติญา ไชติยากุล

ด้วย นายอมรชัย รุ่งสุวรรณรัตน์ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี กำลังดำเนินการจัดทำวิจัยเพื่อการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ลูกค้าใช้ตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์ไอซีทีในกรุงเทพมหานคร” โดยมี ดร.สิทธิชัย ฝรั่งทอง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

ในการนี้ โครงการบัณฑิตศึกษา โดยคณะกรรมการผู้ควบคุมการวิจัย จึงใคร่ขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือวิจัย ทั้งนี้ นักศึกษาผู้ทำวิจัยจะได้ประสานงานในรายละเอียดเกี่ยวกับวิจัยต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดเป็นผู้ทรงคุณวุฒิดังกล่าวเพื่อประโยชน์ทางวิชาการต่อไป และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.นิภาภรณ์ คำเจริญ)
ผู้อำนวยการโครงการบัณฑิตศึกษา

โครงการบัณฑิตศึกษา

โทร. ๐-๒๘๔๐-๑๘๐๑ ต่อ ๒๑๒๐, ๒๑๒๒, ๒๑๒๓

โทรสาร ๐-๒๘๔๐-๒๓๐๘, <http://grad.dru.ac.th>

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ลูกค้าใช้ตัดสินใจเลือกซื้อ
อุปกรณ์ ICT กรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี จึงขอความร่วมมือจากทุกท่านในการตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อตามความจริง เพื่อประโยชน์ทางวิชาการต่อไป ข้อมูลที่ท่านตอบจะถูกเก็บไว้เป็นความลับ ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิจัยในภาพรวม

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์ ICT และส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง ตามความเป็นจริงของท่าน

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

1. เพศ

() 1. ชาย

() 2. หญิง

2. อายุ

() 1. 18-27 ปี

() 2. 28-37 ปี

() 3. 38-49 ปี

() 4. 50 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

() 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี

() 2. ปริญญาตรี

() 3. สูงกว่าปริญญาตรี

4. สถานภาพ

() 1. โสด

() 2. สมรส

() 3. หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่

5. อาชีพ

() 1. ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ

() 2. พนักงานของรัฐวิสาหกิจ

() 3. พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง

() 4. ธุรกิจ/กิจการส่วนตัว/ค้าขาย/อิสระ

() 5. เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง

() 6. นิสิต/นักศึกษา

() 7. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ตัดสินใจเลือกอุปกรณ์ ICT

คำชี้แจง โปรดกรอกเครื่องหมาย ✓ ในช่อง □ หน้าข้อความที่ตรงกับสภาพความจริงของท่าน
ดังนี้

ระดับความสำคัญมากที่สุด	หมายถึง	5
ระดับความสำคัญมาก	หมายถึง	4
ระดับความสำคัญปานกลาง	หมายถึง	3
ระดับความสำคัญน้อย	หมายถึง	2
ระดับความสำคัญน้อยที่สุด	หมายถึง	1

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า					
2. ประโยชน์การใช้สอยคุ้มค่า					
3. สามารถใช้งานได้อย่างสะดวกสบาย					
4. รูปแบบสวยงามและมีความทันสมัย					
5. ประมวลผลได้รวดเร็ว					
6. มีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย					
7. หน้าจอกว้าง มองเห็นได้ถนัด ชัดเจน					
8. ความปลอดภัยในการใช้งาน					
9. มีความแข็งแรง ทนทาน					
10. อุปกรณ์อะไหล่ในการซ่อมบำรุง					
11. ประสิทธิภาพและคุณสมบัติการใช้งานเฉพาะ					
12. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า					
ด้านราคา					
13. ราคาหลากหลายให้เลือกตามเกรดวัสดุ					
14. แยกราคาอุปกรณ์เฉพาะส่วนสำหรับผู้สนใจแยกซื้อสินค้า					
15. ราคาเหมาะสมกับภาพลักษณ์ตราสินค้า					
16. สามารถผ่อนชำระสินค้าเป็นงวดๆได้					
17. มีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย					
ด้านการจัดจำหน่าย					
18. ช่องทางการจัดจำหน่ายเข้าถึงได้ง่ายและมีความสะดวก					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
19. มีสถานที่จัดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า					
20. สถานที่จัดจำหน่ายในร้านค้าของผู้ผลิต					
21. ร้านค้ามีสถานที่จอดรถสะดวกสบาย					
22. มีช่องทางการจัดจำหน่ายทางออนไลน์ และบริการจัดส่งถึงผู้ซื้อ					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
23. การโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อาทิเช่น Facebook, Twitter หรือ Instagram					
24. การกระจายความรู้ และคุณประโยชน์ของสินค้าผ่านทางผู้เชี่ยวชาญในสายอาชีพต่าง ๆ					
25. การส่งเสริมการขายเป็นประจำสม่ำเสมอ เช่น ซื้อ 1 แถม 1 การให้สิทธิพิเศษ หรือการให้ส่วนลด					
26. สินค้าตัวอย่างให้ลูกค้าได้ทดลองใช้ก่อนการตัดสินใจเลือกซื้อ					
27. การบริการหลังการขาย อาทิเช่น การซ่อมบำรุง หรือ ศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า (Call Center Service)					
28. การประกันตัวสินค้า ให้เปลี่ยนหรือคืนหากเกิดข้อผิดพลาด					
29. มีพนักงานขายให้บริการคำแนะนำ					

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่ตอบแบบสอบถาม

อมรชัย รุ่งสุวรรณรักษ์

ตารางค่าความเชื่อมั่น

		เพศ			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ชาย	212	53.0	53.0	53.0
	หญิง	188	47.0	47.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

		อายุ			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-27 ปี	62	15.5	15.5	15.5
	28-37 ปี	117	29.3	29.3	44.8
	38-49 ปี	149	37.2	37.2	82.0
	50 ปีขึ้นไป	72	18.0	18.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

		ระดับการศึกษา			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ต่ำกว่าปริญญาตรี	124	31.0	31.0	31.0
	ปริญญาตรี	261	65.3	65.3	96.3
	สูงกว่าปริญญาตรี	15	3.7	3.7	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

		สถานภาพ			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	โสด	121	30.2	30.2	30.2
	สมรส	235	58.8	58.8	89.0
	หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกันอยู่	44	11.0	11.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

อาชีพ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	111	27.8	27.8	27.8
	พนักงานของรัฐวิสาหกิจ	85	21.2	21.2	49.0
	พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	136	34.0	34.0	83.0
	ธุรกิจ/กิจการส่วนตัว/ค้าขาย/ อิสระ	56	14.0	14.0	97.0
	เกษตรกรรวม/ปศุสัตว์/ประมง	8	2.0	2.0	99.0
	นิสิต/นักศึกษา	4	1.0	1.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

FREQUENCIES VARIABLES=a1 a2 a3 a4 a5 a6 a7 a8 a9 a10 a11 a12
 /STATISTICS=STDDEV MEAN
 /ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

		Statistics											
		a1	a2	a3	a4	a5	a6	a7	a8	a9	a10	a11	a12
N	Valid	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.8175	3.6225	3.5700	3.7100	3.9075	3.1050	3.4350	3.5450	3.4800	3.4800	3.3950	3.4475
Std. Deviation		.75870	.86421	.90396	.83224	.71430	.85193	.80149	.79028	.77207	.76555	.75856	.81480

Frequency Table

		a1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	1	.3	.3	.3
	น้อย	17	4.3	4.3	4.5
	ปานกลาง	101	25.3	25.3	29.8
	มาก	216	54.0	54.0	83.8

มากที่สุด	65	16.3	16.3	100.0
Total	400	100.0	100.0	

a2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	9	2.3	2.3	2.3
	น้อย	22	5.5	5.5	7.8
	ปานกลาง	133	33.3	33.3	41.0
	มาก	183	45.8	45.8	86.8
	มากที่สุด	53	13.3	13.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

a3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	8	2.0	2.0	2.0
	น้อย	31	7.8	7.8	9.8
	ปานกลาง	145	36.3	36.3	46.0
	มาก	157	39.3	39.3	85.3
	มากที่สุด	59	14.8	14.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

a4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	6	1.5	1.5	1.5
	น้อย	14	3.5	3.5	5.0
	ปานกลาง	135	33.8	33.8	38.8
	มาก	180	45.0	45.0	83.8
	มากที่สุด	65	16.3	16.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

a5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	7	1.8	1.8	1.8
	ปานกลาง	101	25.3	25.3	27.0
	มาก	214	53.5	53.5	80.5
	มากที่สุด	78	19.5	19.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

a6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	19	4.8	4.8	4.8
	น้อย	59	14.8	14.8	19.5
	ปานกลาง	193	48.3	48.3	67.8
	มาก	119	29.8	29.8	97.5
	มากที่สุด	10	2.5	2.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

a7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	8	2.0	2.0	2.0
	น้อย	25	6.3	6.3	8.3
	ปานกลาง	182	45.5	45.5	53.8
	มาก	155	38.8	38.8	92.5
	มากที่สุด	30	7.5	7.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

a8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	5	1.3	1.3	1.3
	น้อย	26	6.5	6.5	7.8
	ปานกลาง	149	37.3	37.3	45.0
	มาก	186	46.5	46.5	91.5
	มากที่สุด	34	8.5	8.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

a9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	7	1.8	1.8	1.8
	น้อย	20	5.0	5.0	6.8
	ปานกลาง	175	43.8	43.8	50.5
	มาก	170	42.5	42.5	93.0
	มากที่สุด	28	7.0	7.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

a10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	3	.8	.8	.8
	น้อย	32	8.0	8.0	8.8
	ปานกลาง	161	40.3	40.3	49.0
	มาก	178	44.5	44.5	93.5
	มากที่สุด	26	6.5	6.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

a11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	5	1.3	1.3	1.3
	น้อย	29	7.3	7.3	8.5
	ปานกลาง	192	48.0	48.0	56.5
	มาก	151	37.8	37.8	94.3
	มากที่สุด	23	5.8	5.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

a12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	13	3.3	3.3	3.3
	น้อย	19	4.8	4.8	8.0
	ปานกลาง	169	42.3	42.3	50.3
	มาก	174	43.5	43.5	93.8
	มากที่สุด	25	6.3	6.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

FREQUENCIES VARIABLES=b1 b2 b3 b4 b5

/STATISTICS=STDDEV MEAN

/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

		Statistics				
		b1	b2	b3	b4	b5
N	Valid	400	400	400	400	400
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.4900	3.4275	3.4100	3.7450	3.6375
Std. Deviation		.89829	.84352	.88252	.69005	.74329

Frequency Table

		b1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	8	2.0	2.0	2.0
	น้อย	43	10.8	10.8	12.8
	ปานกลาง	138	34.5	34.5	47.3
	มาก	167	41.8	41.8	89.0
	มากที่สุด	44	11.0	11.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

		b2			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	2	.5	.5	.5
	น้อย	51	12.8	12.8	13.3
	ปานกลาง	157	39.3	39.3	52.5
	มาก	154	38.5	38.5	91.0
	มากที่สุด	36	9.0	9.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

		b3			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	13	3.3	3.3	3.3
	น้อย	38	9.5	9.5	12.8
	ปานกลาง	151	37.8	37.8	50.5
	มาก	168	42.0	42.0	92.5
	มากที่สุด	30	7.5	7.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

		b4			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	7	1.8	1.8	1.8
	ปานกลาง	138	34.5	34.5	36.3
	มาก	205	51.3	51.3	87.5
	มากที่สุด	50	12.5	12.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

b5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	1	.3	.3	.3
	น้อย	20	5.0	5.0	5.3
	ปานกลาง	143	35.8	35.8	41.0
	มาก	195	48.8	48.8	89.8
	มากที่สุด	41	10.3	10.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

FREQUENCIES VARIABLES=c1 c2 c3 c4 c5

/STATISTICS=STDDEV MEAN

/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Statistics

		c1	c2	c3	c4	c5
N	Valid	400	400	400	400	400
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.7500	3.5975	3.7600	3.7050	3.6425
Std. Deviation		.80879	.78870	.61916	.58637	.59631

Frequency Table

c1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	5	1.3	1.3	1.3
	น้อย	10	2.5	2.5	3.8
	ปานกลาง	133	33.3	33.3	37.0
	มาก	184	46.0	46.0	83.0
	มากที่สุด	68	17.0	17.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

c2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	5	1.3	1.3	1.3
	น้อย	18	4.5	4.5	5.8
	ปานกลาง	153	38.3	38.3	44.0
	มาก	181	45.3	45.3	89.3
	มากที่สุด	43	10.8	10.8	100.0

Total	400	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

c3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	1	.3	.3	.3
	ปานกลาง	133	33.3	33.3	33.5
	มาก	227	56.8	56.8	90.3
	มากที่สุด	39	9.8	9.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

c4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	2	.5	.5	.5
	ปานกลาง	139	34.8	34.8	35.3
	มาก	234	58.5	58.5	93.8
	มากที่สุด	25	6.3	6.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

c5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	2	.5	.5	.5
	ปานกลาง	162	40.5	40.5	41.0
	มาก	213	53.3	53.3	94.3
	มากที่สุด	23	5.8	5.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

```

FREQUENCIES VARIABLES=d1 d2 d3 d4 d5 d6 d7
  /STATISTICS=STDDEV MEAN
  /ORDER=ANALYSIS.

```

Frequencies

		Statistics						
		d1	d2	d3	d4	d5	d6	d7
N	Valid	400	400	400	400	400	400	400
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.6600	3.5925	3.6750	3.6925	3.6675	3.6450	3.6100
Std. Deviation		.62480	.64613	.63275	.64341	.68419	.73507	.69937

Frequency Table

		d1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	3	.8	.8	.8
	ปานกลาง	160	40.0	40.0	40.8
	มาก	207	51.8	51.8	92.5
	มากที่สุด	30	7.5	7.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

		d2			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	4	1.0	1.0	1.0
	ปานกลาง	186	46.5	46.5	47.5
	มาก	179	44.8	44.8	92.3
	มากที่สุด	31	7.8	7.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

		d3			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	2	.5	.5	.5
	น้อย	6	1.5	1.5	2.0
	ปานกลาง	136	34.0	34.0	36.0
	มาก	232	58.0	58.0	94.0
	มากที่สุด	24	6.0	6.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

		d4			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	8	2.0	2.0	2.0
	ปานกลาง	139	34.8	34.8	36.8
	มาก	221	55.3	55.3	92.0
	มากที่สุด	32	8.0	8.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

d5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	13	3.3	3.3	3.3
	ปานกลาง	143	35.8	35.8	39.0
	มาก	208	52.0	52.0	91.0
	มากที่สุด	36	9.0	9.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

d6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	2	.5	.5	.5
	น้อย	11	2.8	2.8	3.3
	ปานกลาง	159	39.8	39.8	43.0
	มาก	183	45.8	45.8	88.8
	มากที่สุด	45	11.3	11.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

d7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	16	4.0	4.0	4.0
	ปานกลาง	158	39.5	39.5	43.5
	มาก	192	48.0	48.0	91.5
	มากที่สุด	34	8.5	8.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

COMPUTE ผลลัพธ์=SUM (a1 to a12)/12.

EXECUTE.

COMPUTE ราคา=SUM (b1 to b5)/5.

EXECUTE.

COMPUTE การจัดจำหน่าย=SUM (c1 to c5)/5.

EXECUTE.

COMPUTE การส่งเสริมการตลาด=SUM (d1 to d7)/7.

EXECUTE.

COMPUTE การส่งเสริมการตลาด=SUM (d1 to d7)/7.

EXECUTE.

T-TEST GROUPS=เพศ(1 2)

/MISSING=ANALYSIS

/VARIABLES=ผลลัพธ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด

/CRITERIA=CI(.95).

T-Test

Group Statistics					
	เพศ	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ผลิตภัณฑ์	ชาย	212	3.5271	.50323	.03456
	หญิง	188	3.5607	.61453	.04482
ราคา	ชาย	212	3.5491	.58257	.04001
	หญิง	188	3.5340	.68249	.04978
การจัดจำหน่าย	ชาย	212	3.7104	.40947	.02812
	หญิง	188	3.6691	.47494	.03464
การส่งเสริมการตลาด	ชาย	212	3.6476	.40223	.02763
	หญิง	188	3.6505	.44450	.03242

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means					95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2- tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
ผลิตภัณฑ์	Equal variances assumed	4.874	.028	-.601	398	.548	-.03360	.05593	-.14356	.07635
	Equal variances not assumed			-.594	362.0 63	.553	-.03360	.05660	-.14491	.07770
ราคา	Equal variances assumed	1.792	.181	.237	398	.813	.01501	.06326	-.10936	.13938
	Equal variances not assumed			.235	369.8 72	.814	.01501	.06386	-.11057	.14059
การจัด จำหน่าย	Equal variances assumed	5.233	.023	.932	398	.352	.04123	.04422	-.04571	.12817
	Equal variances not assumed			.924	371.6 59	.356	.04123	.04462	-.04651	.12896
การส่งเสริม การตลาด	Equal variances assumed	.898	.344	-.068	398	.946	-.00288	.04234	-.08612	.08035
	Equal variances not assumed			-.068	379.7 30	.946	-.00288	.04259	-.08663	.08087

ONEWAY ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด BY อายุ
/STATISTICS DESCRIPTIVES
/MISSING ANALYSIS

/POSTHOC=SCHEFFE ALPHA(0.05).

Oneway

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
ผลิตภัณฑ์	18-27 ปี	62	3.3790	.57827	.07344	3.2322	3.5259	1.67	4.33
	28-37 ปี	117	3.6417	.51478	.04759	3.5475	3.7360	2.25	5.00
	38-49 ปี	149	3.5654	.54847	.04493	3.4766	3.6542	1.75	4.92
	50 ปีขึ้นไป ปี	72	3.4769	.59704	.07036	3.3366	3.6171	1.17	4.92
	Total	400	3.5429	.55785	.02789	3.4881	3.5978	1.17	5.00
ราคา	18-27 ปี	62	3.3710	.54544	.06927	3.2325	3.5095	2.20	4.20
	28-37 ปี	117	3.6342	.63479	.05869	3.5180	3.7504	2.00	5.00
	38-49 ปี	149	3.5785	.64058	.05248	3.4748	3.6822	1.60	5.00
	50 ปีขึ้นไป ปี	72	3.4639	.64640	.07618	3.3120	3.6158	2.00	5.00
	Total	400	3.5420	.63074	.03154	3.4800	3.6040	1.60	5.00
การจัดจำหน่าย	18-27 ปี	62	3.6387	.42208	.05360	3.5315	3.7459	2.40	4.40
	28-37 ปี	117	3.7453	.47461	.04388	3.6584	3.8322	2.80	5.00
	38-49 ปี	149	3.6913	.44326	.03631	3.6195	3.7630	2.40	5.00
	50 ปีขึ้นไป ปี	72	3.6472	.39360	.04639	3.5547	3.7397	2.80	4.40
	Total	400	3.6910	.44137	.02207	3.6476	3.7344	2.40	5.00
การส่งเสริม การตลาด	18-27 ปี	62	3.5599	.41894	.05321	3.4535	3.6663	2.57	4.86
	28-37 ปี	117	3.6935	.42704	.03948	3.6153	3.7717	2.57	4.86
	38-49 ปี	149	3.6558	.42437	.03477	3.5871	3.7245	2.57	4.86
	50 ปีขึ้นไป ปี	72	3.6389	.40829	.04812	3.5429	3.7348	2.86	4.71
	Total	400	3.6489	.42209	.02110	3.6074	3.6904	2.57	4.86

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ผลิตภัณฑ์	Between Groups	3.198	3	1.066	3.489	.016
	Within Groups	120.968	396	.305		
	Total	124.166	399			
ราคา	Between Groups	3.446	3	1.149	2.929	.034
	Within Groups	155.288	396	.392		
	Total	158.734	399			
การจัดจำหน่าย	Between Groups	.652	3	.217	1.117	.342
	Within Groups	77.075	396	.195		
	Total	77.728	399			
การส่งเสริมการตลาด	Between Groups	.738	3	.246	1.385	.247
	Within Groups	70.349	396	.178		
	Total	71.087	399			

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

Scheffe

Dependent Variable	(I) อายุ	(J) อายุ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ผลิตภัณฑ์	18-27 ปี	28-37 ปี	-.26271*	.08682	.028	-.5065	-.0190
		38-49 ปี	-.18640	.08353	.175	-.4209	.0481
		50 ปีขึ้นไป ปี	-.09782	.09576	.791	-.3667	.1710
	28-37 ปี	18-27 ปี	.26271*	.08682	.028	.0190	.5065
		38-49 ปี	.07630	.06827	.741	-.1154	.2680
		50 ปีขึ้นไป ปี	.16489	.08279	.267	-.0675	.3973
	38-49 ปี	18-27 ปี	.18640	.08353	.175	-.0481	.4209
		28-37 ปี	-.07630	.06827	.741	-.2680	.1154
		50 ปีขึ้นไป ปี	.08858	.07933	.742	-.1341	.3113
	50 ปีขึ้นไป ปี	18-27 ปี	.09782	.09576	.791	-.1710	.3667
		28-37 ปี	-.16489	.08279	.267	-.3973	.0675
		38-49 ปี	-.08858	.07933	.742	-.3113	.1341
ราคา	18-27 ปี	28-37 ปี	-.26322	.09837	.009	-.5394	.0130
		38-49 ปี	-.20756	.09464	.188	-.4733	.0582
		50 ปีขึ้นไป ปี	-.09292	.10850	.865	-.3975	.2117

	28-37 ปี	18-27 ปี	.26322	.09837	.069	-.0130	.5394
		38-49 ปี	.05566	.07735	.915	-.1615	.2728
		50 ปีขึ้นไป ปี	.17030	.09380	.349	-.0930	.4336
	38-49 ปี	18-27 ปี	.20756	.09464	.188	-.0582	.4733
		28-37 ปี	-.05566	.07735	.915	-.2728	.1615
		50 ปีขึ้นไป ปี	.11463	.08988	.654	-.1377	.3670
	50 ปีขึ้นไป ปี	18-27 ปี	.09292	.10850	.865	-.2117	.3975
		28-37 ปี	-.17030	.09380	.349	-.4336	.0930
		38-49 ปี	-.11463	.08988	.654	-.3670	.1377
การจัดจำหน่าย	18-27 ปี	28-37 ปี	-.10659	.06930	.501	-.3012	.0880
		38-49 ปี	-.05257	.06667	.891	-.2398	.1346
		50 ปีขึ้นไป ปี	-.00851	.07644	1.000	-.2231	.2061
	28-37 ปี	18-27 ปี	.10659	.06930	.501	-.0880	.3012
		38-49 ปี	.05402	.05450	.805	-.0990	.2070
		50 ปีขึ้นไป ปี	.09808	.06608	.532	-.0875	.2836
	38-49 ปี	18-27 ปี	.05257	.06667	.891	-.1346	.2398
		28-37 ปี	-.05402	.05450	.805	-.2070	.0990
		50 ปีขึ้นไป ปี	.04405	.06332	.922	-.1337	.2218
	50 ปีขึ้นไป ปี	18-27 ปี	.00851	.07644	1.000	-.2061	.2231
		28-37 ปี	-.09808	.06608	.532	-.2836	.0875
		38-49 ปี	-.04405	.06332	.922	-.2218	.1337
การส่งเสริมการตลาด	18-27 ปี	28-37 ปี	-.13362	.06621	.255	-.3195	.0523
		38-49 ปี	-.09589	.06370	.520	-.2747	.0829
		50 ปีขึ้นไป ปี	-.07898	.07302	.760	-.2840	.1260
	28-37 ปี	18-27 ปี	.13362	.06621	.255	-.0523	.3195
		38-49 ปี	.03773	.05206	.913	-.1084	.1839
		50 ปีขึ้นไป ปี	.05464	.06313	.862	-.1226	.2319
	38-49 ปี	18-27 ปี	.09589	.06370	.520	-.0829	.2747
		28-37 ปี	-.03773	.05206	.913	-.1839	.1084
		50 ปีขึ้นไป ปี	.01691	.06049	.994	-.1529	.1868
	50 ปีขึ้นไป ปี	18-27 ปี	.07898	.07302	.760	-.1260	.2840
		28-37 ปี	-.05464	.06313	.862	-.2319	.1226
		38-49 ปี	-.01691	.06049	.994	-.1868	.1529

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Oneway

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
ผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่าปริญญาตรี	124	3.6001	.55511	.04985	3.5015	3.6988	1.17	4.92
	ปริญญาตรี	261	3.5089	.56185	.03478	3.4405	3.5774	1.75	5.00
	สูงกว่าปริญญาตรี	15	3.6611	.48332	.12479	3.3935	3.9288	2.58	4.42
	Total	400	3.5429	.55785	.02789	3.4881	3.5978	1.17	5.00
ราคา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	124	3.5887	.63722	.05722	3.4754	3.7020	2.00	5.00
	ปริญญาตรี	261	3.5234	.63363	.03922	3.4461	3.6006	1.60	5.00
	สูงกว่าปริญญาตรี	15	3.4800	.53345	.13774	3.1846	3.7754	2.40	4.60
	Total	400	3.5420	.63074	.03154	3.4800	3.6040	1.60	5.00
การจัดจำหน่าย	ต่ำกว่าปริญญาตรี	124	3.7339	.44299	.03978	3.6551	3.8126	2.80	5.00
	ปริญญาตรี	261	3.6766	.44232	.02738	3.6227	3.7305	2.40	4.80
	สูงกว่าปริญญาตรี	15	3.5867	.40332	.10414	3.3633	3.8100	2.80	4.20
	Total	400	3.6910	.44137	.02207	3.6476	3.7344	2.40	5.00
การส่งเสริมการตลาด	ต่ำกว่าปริญญาตรี	124	3.6671	.40271	.03616	3.5955	3.7386	2.86	4.71
	ปริญญาตรี	261	3.6437	.43269	.02678	3.5909	3.6964	2.57	4.86
	สูงกว่าปริญญาตรี	15	3.5905	.41074	.10605	3.3630	3.8179	3.00	4.57
	Total	400	3.6489	.42209	.02110	3.6074	3.6904	2.57	4.86

ANOVA

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
--	----------------	----	-------------	---	------

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

Scheffe

Dependent Variable	(I) ระดับการศึกษา	(J) ระดับการศึกษา	Mean	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
			Difference (I-J)			Lower Bound	Upper Bound
ผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	.09119	.06077	.325	-.0581	.2405
		สูงกว่าปริญญาตรี	-.06098	.15232	.923	-.4352	.3133
	ปริญญาตรี	ต่ำกว่าปริญญาตรี	-.09119	.06077	.325	-.2405	.0581
		สูงกว่าปริญญาตรี	-.15217	.14794	.590	-.5157	.2113
	สูงกว่าปริญญาตรี	ต่ำกว่าปริญญาตรี	.06098	.15232	.923	-.3133	.4352
		ปริญญาตรี	.15217	.14794	.590	-.2113	.5157
ราคา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	.06534	.06888	.638	-.1039	.2346
		สูงกว่าปริญญาตรี	.10871	.17263	.820	-.3154	.5329
	ปริญญาตรี	ต่ำกว่าปริญญาตรี	-.06534	.06888	.638	-.2346	.1039
		สูงกว่าปริญญาตรี	.04337	.16767	.967	-.3686	.4553
	สูงกว่าปริญญาตรี	ต่ำกว่าปริญญาตรี	-.10871	.17263	.820	-.5329	.3154
		ปริญญาตรี	-.04337	.16767	.967	-.4553	.3686
การจัดจำหน่าย	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	.05724	.04812	.494	-.0610	.1755
		สูงกว่าปริญญาตรี	.14720	.12061	.476	-.1491	.4436
	ปริญญาตรี	ต่ำกว่าปริญญาตรี	-.05724	.04812	.494	-.1755	.0610
		สูงกว่าปริญญาตรี	.08996	.11715	.745	-.1979	.3778
	สูงกว่าปริญญาตรี	ต่ำกว่าปริญญาตรี	-.14720	.12061	.476	-.4436	.1491
		ปริญญาตรี	-.08996	.11715	.745	-.3778	.1979
การส่งเสริมการตลาด	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	.02337	.04612	.880	-.0899	.1367
		สูงกว่าปริญญาตรี	.07657	.11560	.803	-.2074	.3606
	ปริญญาตรี	ต่ำกว่าปริญญาตรี	-.02337	.04612	.880	-.1367	.0899
		สูงกว่าปริญญาตรี	.05320	.11228	.894	-.2227	.3291
	สูงกว่าปริญญาตรี	ต่ำกว่าปริญญาตรี	-.07657	.11560	.803	-.3606	.2074
		ปริญญาตรี	-.05320	.11228	.894	-.3291	.2227

Homogeneous Subsets

ผลิตภัณฑ์

Scheffe^{a,b}

ระดับการศึกษา	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	
ปริญญาตรี	261		3.5089
ต่ำกว่าปริญญาตรี	124		3.6001
สูงกว่าปริญญาตรี	15		3.6611
Sig.			.491

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 38.186.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

ราคา

Scheffe^{a,b}

ระดับการศึกษา	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	
สูงกว่าปริญญาตรี	15		3.4800
ปริญญาตรี	261		3.5234
ต่ำกว่าปริญญาตรี	124		3.5887
Sig.			.754

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 38.186.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

การจัดจำหน่าย

Scheffe^{a,b}

ระดับการศึกษา	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	
สูงกว่าปริญญาตรี	15		3.5867
ปริญญาตรี	261		3.6766
ต่ำกว่าปริญญาตรี	124		3.7339
Sig.			.347

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 38.186.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

การส่งเสริมการตลาด

Scheffe^{a,b}

ระดับการศึกษา	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	
สูงกว่าปริญญาตรี	15	3.5905	
ปริญญาตรี	261	3.6437	
ต่ำกว่าปริญญาตรี	124	3.6671	
Sig.		.731	

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 38.186.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

ONEWAY ผลิตรถยนต์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด BY สถานภาพ

/STATISTICS DESCRIPTIVES

/MISSING ANALYSIS

/POSTHOC=SCHIFFE ALPHA(0.05).

Oneway

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
ผลิตรถยนต์	โสด	121	3.5489	.50629	.04603	3.4578	3.6400	1.17	4.42
	สมรส	235	3.5691	.54042	.03525	3.4997	3.6386	1.75	5.00
	หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกันอยู่	44	3.3864	.74429	.11221	3.1601	3.6126	1.42	4.83
	Total	400	3.5429	.55785	.02789	3.4881	3.5978	1.17	5.00
ราคา	โสด	121	3.5752	.51998	.04727	3.4816	3.6688	2.20	5.00
	สมรส	235	3.5557	.66262	.04322	3.4706	3.6409	1.60	5.00
	หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกันอยู่	44	3.3773	.71816	.10827	3.1589	3.5956	2.00	4.80
	Total	400	3.5420	.63074	.03154	3.4800	3.6040	1.60	5.00
การจัดจำหน่าย	โสด	121	3.6562	.43606	.03964	3.5777	3.7347	2.40	5.00
	สมรส	235	3.7353	.43900	.02864	3.6789	3.7917	2.40	5.00
	หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกันอยู่	44	3.5500	.44014	.06635	3.4162	3.6838	2.80	4.60
	Total	400	3.6910	.44137	.02207	3.6476	3.7344	2.40	5.00

การส่งเสริม	โสด	121	3.6482	.41406	.03764	3.5736	3.7227	2.57	4.86
การตลาด	สมรส	235	3.6602	.41359	.02698	3.6070	3.7133	2.57	4.86
	หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกันอยู่	44	3.5909	.48966	.07382	3.4420	3.7398	2.86	4.86
	Total	400	3.6489	.42209	.02110	3.6074	3.6904	2.57	4.86

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ผลิตภัณฑ์	Between Groups	1.244	2	.622	2.010	.135
	Within Groups	122.922	397	.310		
	Total	124.166	399			
ราคา	Between Groups	1.372	2	.686	1.730	.179
	Within Groups	157.363	397	.396		
	Total	158.734	399			
การจัดจำหน่าย	Between Groups	1.483	2	.741	3.861	.022
	Within Groups	76.245	397	.192		
	Total	77.728	399			
การส่งเสริม การตลาด	Between Groups	.178	2	.089	.498	.608
	Within Groups	70.909	397	.179		
	Total	71.087	399			

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

Scheffe

Dependent Variable	(I) สถานภาพ	(J) สถานภาพ	Mean Difference (I-J)		Sig.	95% Confidence Interval	
				Std. Error		Lower Bound	Upper Bound
ผลิตภัณฑ์	โสด	สมรส	-.02025	.06226	.948	-.1732	.1327
		หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกัน อยู่	.16253	.09796	.254	-.0782	.4032
	สมรส	โสด	.02025	.06226	.948	-.1327	.1732
		หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกัน อยู่	.18279	.09140	.137	-.0418	.4074
	หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกันอยู่	โสด	-.16253	.09796	.254	-.4032	.0782
		สมรส	-.18279	.09140	.137	-.4074	.0418
ราคา	โสด	สมรส	.01946	.07045	.963	-.1536	.1925
		หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกัน อยู่	.19793	.11084	.204	-.0744	.4703
	สมรส	โสด	-.01946	.07045	.963	-.1925	.1536
		หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกัน อยู่	.17847	.10342	.227	-.0756	.4326
	หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกันอยู่	โสด	-.19793	.11084	.204	-.4703	.0744
		สมรส	-.17847	.10342	.227	-.4326	.0756
การจัดจำหน่าย	โสด	สมรส	-.07912	.04904	.273	-.1996	.0414
		หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกัน อยู่	.10620	.07715	.389	-.0834	.2958
	สมรส	โสด	.07912	.04904	.273	-.0414	.1996
		หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกัน อยู่	.18532*	.07199	.037	.0084	.3622
	หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกันอยู่	โสด	-.10620	.07715	.389	-.2958	.0834
		สมรส	-.18532*	.07199	.037	-.3622	-.0084
การส่งเสริม	โสด	สมรส	-.01201	.04729	.968	-.1282	.1042

การตลาด	หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกัน อยู่	.05726	.07440	.744	-.1255	.2401
สมรส	โสด	.01201	.04729	.968	-.1042	.1282
	หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกัน อยู่	.06927	.06942	.608	-.1013	.2398
หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกันอยู่	โสด	-.05726	.07440	.744	-.2401	.1255
	สมรส	-.06927	.06942	.608	-.2398	.1013

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Homogeneous Subsets

ผลิตภัณฑ์

Scheffe^{a,b}

สถานภาพ	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	
หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกันอยู่	44	3.3864	
โสด	121	3.5489	
สมรส	235	3.5691	
Sig.		.102	

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 85.113.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

ราคา

Scheffe^{a,b}

สถานภาพ	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	
หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกันอยู่	44	3.3773	
สมรส	235	3.5557	
โสด	121	3.5752	
Sig.		.123	

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 85.113.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

การจัดจำหน่าย

Scheffe^{a,b}

สถานภาพ	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	2
หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกันอยู่	44	3.5500	
โสด	121	3.6562	3.6562
สมรส	235		3.7353
Sig.		.288	.500

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 85.113.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

การส่งเสริมการตลาด

Scheffe^{a,b}

สถานภาพ	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	
หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกันอยู่	44	3.5909	
โสด	121	3.6482	
สมรส	235	3.6602	
Sig.			.565

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 85.113.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used.

Type I error levels are not guaranteed.

Oneway

Descriptives

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
					ผลิตภัณฑ์			
ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	111	3.5946	.55408	.05259	3.4904	3.6988	1.17	4.92
พนักงานของรัฐวิสาหกิจ	85	3.6000	.47902	.05196	3.4967	3.7033	2.67	4.92
พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	136	3.5214	.55768	.04782	3.4269	3.6160	2.17	5.00
ธุรกิจ/กิจการส่วนตัว/ค้าขาย/อิสระ	56	3.4628	.64996	.08686	3.2887	3.6369	1.42	4.42

	เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง	8	3.2292	.72887	.25769	2.6198	3.8385	1.75	3.92
	นิสิต/นักศึกษา	4	3.3750	.30807	.15404	2.8848	3.8652	3.08	3.75
	Total	400	3.5429	.55785	.02789	3.4881	3.5978	1.17	5.00
ราคา	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	111	3.6234	.62128	.05897	3.5066	3.7403	2.00	5.00
	พนักงานของรัฐวิสาหกิจ	85	3.5976	.59561	.06460	3.4692	3.7261	2.00	5.00
	พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	136	3.5088	.60998	.05230	3.4054	3.6123	2.20	5.00
	ธุรกิจ/กิจการส่วนตัว/ค้าขาย/ อิสระ	56	3.4071	.73950	.09882	3.2091	3.6052	1.60	5.00
	เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง	8	3.4000	.67612	.23905	2.8347	3.9653	2.40	4.20
	นิสิต/นักศึกษา	4	3.4000	.43205	.21602	2.7125	4.0875	3.00	4.00
	Total	400	3.5420	.63074	.03154	3.4800	3.6040	1.60	5.00
การจัด จำหน่าย	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	111	3.7189	.42158	.04001	3.6396	3.7982	2.40	5.00
	พนักงานของรัฐวิสาหกิจ	85	3.6588	.49456	.05364	3.5521	3.7655	2.80	5.00
	พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	136	3.7059	.42089	.03609	3.6345	3.7773	2.40	4.80
	ธุรกิจ/กิจการส่วนตัว/ค้าขาย/ อิสระ	56	3.6571	.44101	.05893	3.5390	3.7752	2.80	4.60
	เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง	8	3.6500	.56315	.19911	3.1792	4.1208	3.00	4.40
	นิสิต/นักศึกษา	4	3.6500	.41231	.20616	2.9939	4.3061	3.20	4.00
	Total	400	3.6910	.44137	.02207	3.6476	3.7344	2.40	5.00
การ ส่งเสริม การตลาด	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	111	3.7091	.41086	.03900	3.6319	3.7864	2.57	4.86
	พนักงานของรัฐวิสาหกิจ	85	3.6252	.39921	.04330	3.5391	3.7113	2.86	4.57
	พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	136	3.6313	.42824	.03672	3.5587	3.7039	2.57	4.86
	ธุรกิจ/กิจการส่วนตัว/ค้าขาย/ อิสระ	56	3.6250	.44393	.05932	3.5061	3.7439	2.86	4.71
	เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง	8	3.6786	.60489	.21386	3.1729	4.1843	3.00	4.86
	นิสิต/นักศึกษา	4	3.3571	.18443	.09221	3.0637	3.6506	3.14	3.57
	Total	400	3.6489	.42209	.02110	3.6074	3.6904	2.57	4.86

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ผลิตภัณฑ์	Between Groups	1.896	5	.379	1.222	.298
	Within Groups	122.270	394	.310		
	Total	124.166	399			
ราคา	Between Groups	2.409	5	.482	1.214	.302
	Within Groups	156.325	394	.397		
	Total	158.734	399			
การจัดจำหน่าย	Between Groups	.289	5	.058	.294	.916
	Within Groups	77.439	394	.197		
	Total	77.728	399			
การส่งเสริม การตลาด	Between Groups	.872	5	.174	.979	.430
	Within Groups	70.215	394	.178		
	Total	71.087	399			

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

Scheffe

Dependent Variable	(I) อาชีพ	(J) อาชีพ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ผลิตภัณฑ์	ข้าราชการ/ พนักงานของรัฐ	พนักงานของรัฐวิสาหกิจ	-.00541	.08029	1.000	-.2739	.2631
		พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	.07315	.07126	.958	-.1652	.3115
		ธุรกิจ/กิจการส่วนตัว/ค้าขาย/อิสระ	.13180	.09131	.837	-.1736	.4372
		เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง	.36543	.20393	.668	-.3166	1.0474
		นิสิต/นักศึกษา	.21959	.28351	.988	-.7286	1.1677
	พนักงานของ รัฐวิสาหกิจ	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	.00541	.08029	1.000	-.2631	.2739
		พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	.07855	.07702	.959	-.1790	.3361
		ธุรกิจ/กิจการส่วนตัว/ค้าขาย/อิสระ	.13720	.09588	.842	-.1834	.4578
		เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง	.37083	.20602	.663	-.3181	1.0598
		นิสิต/นักศึกษา	.22500	.28501	.987	-.7282	1.1782
พนักงาน บริษัทเอกชน/ รับจ้าง	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	-.07315	.07126	.958	-.3115	.1652	
	พนักงานของรัฐวิสาหกิจ	-.07855	.07702	.959	-.3361	.1790	
	ธุรกิจ/กิจการส่วนตัว/ค้าขาย/อิสระ	.05865	.08845	.994	-.2372	.3545	

		เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง	.29228	.20267	.838	-3855	.9701
		นิสิต/นักศึกษา	.14645	.28260	.998	-7987	1.0916
ธุรกิจ/กิจการ	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ		-13180	.09131	.837	-4372	.1736
ส่วนตัว/ค้าขาย/อิสระ	พนักงานของรัฐวิสาหกิจ		-13720	.09588	.842	-4578	.1834
	พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง		-05865	.08845	.994	-3545	.2372
	เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง		.23363	.21055	.942	-4705	.9378
	นิสิต/นักศึกษา		.08780	.28831	1.000	-8764	1.0520
เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ		-36543	.20393	.668	-1.0474	.3166
	พนักงานของรัฐวิสาหกิจ		-37083	.20602	.663	-1.0598	.3181
	พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง		-29228	.20267	.838	-9701	.3855
	ธุรกิจ/กิจการส่วนตัว/ค้าขาย/อิสระ		-23363	.21055	.942	-9378	.4705
	นิสิต/นักศึกษา		-14583	.34114	.999	-1.2867	.9950
นิสิต/นักศึกษา	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ		-21959	.28351	.988	-1.1677	.7286
	พนักงานของรัฐวิสาหกิจ		-22500	.28501	.987	-1.1782	.7282
	พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง		-14645	.28260	.998	-1.0916	.7987
	ธุรกิจ/กิจการส่วนตัว/ค้าขาย/อิสระ		-08780	.28831	1.000	-1.0520	.8764
	เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง		.14583	.34114	.999	-9950	1.2867
ราคา	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	พนักงานของรัฐวิสาหกิจ	.02578	.09079	1.000	-2778	.3294
		พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	.11460	.08057	.846	-1549	.3841
		ธุรกิจ/กิจการส่วนตัว/ค้าขาย/อิสระ	.21628	.10325	.496	-1290	.5616
		เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง	.22342	.23059	.967	-5477	.9946
		นิสิต/นักศึกษา	.22342	.32057	.993	-8487	1.2955
พนักงานของรัฐวิสาหกิจ	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ		-02578	.09079	1.000	-3294	.2778
	พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง		.08882	.08709	.959	-2024	.3801
	ธุรกิจ/กิจการส่วนตัว/ค้าขาย/อิสระ		.19050	.10841	.686	-1721	.5531
	เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง		.19765	.23294	.982	-5814	.9767
	นิสิต/นักศึกษา		.19765	.32227	.996	-8801	1.2754
พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ		-11460	.08057	.846	-3841	.1549
	พนักงานของรัฐวิสาหกิจ		-08882	.08709	.959	-3801	.2024
	ธุรกิจ/กิจการส่วนตัว/ค้าขาย/อิสระ		.10168	.10001	.960	-2328	.4362
	เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง		.10882	.22916	.999	-6576	.8752
	นิสิต/นักศึกษา		.10882	.31954	1.000	-9598	1.1775
ธุรกิจ/กิจการ	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ		-21628	.10325	.496	-5616	.1290
ส่วนตัว/ค้าขาย/อิสระ	พนักงานของรัฐวิสาหกิจ		-19050	.10841	.686	-5531	.1721
	พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง		-10168	.10001	.960	-4362	.2328
	เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง		.00714	.23808	1.000	-7891	.8033
	นิสิต/นักศึกษา		.00714	.32600	1.000	-1.0831	1.0974

เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	-22342	.23059	.967	-9946	.5477
	พนักงานของรัฐวิสาหกิจ	-19765	.23294	.982	-9767	.5814
	พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	-10882	.22916	.999	-8752	.6576
	ธุรกิจ/กิจการส่วนตัว/ค้าขาย/อิสระ	-00714	.23808	1.000	-8033	.7891
	นิสิต/นักศึกษา	.00000	.38573	1.000	-1.2900	1.2900
นิสิต/นักศึกษา	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	-22342	.32057	.993	-1.2955	.8487
	พนักงานของรัฐวิสาหกิจ	-19765	.32227	.996	-1.2754	.8801
	พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	-10882	.31954	1.000	-1.1775	.9598
	ธุรกิจ/กิจการส่วนตัว/ค้าขาย/อิสระ	-00714	.32600	1.000	-1.0974	1.0831
	เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง	.00000	.38573	1.000	-1.2900	1.2900
การจัดจำหน่าย	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐวิสาหกิจ	.06010	.06390	.971	-1.536	.2738
	พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	.01304	.05671	1.000	-1.766	.2027
	ธุรกิจ/กิจการส่วนตัว/ค้าขาย/อิสระ	.06178	.07267	.982	-1.812	.3048
	เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง	.06892	.16229	.999	-4.738	.6117
	นิสิต/นักศึกษา	.06892	.22563	1.000	-6.856	.8235
พนักงานของรัฐวิสาหกิจ	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	-0.06010	.06390	.971	-2.738	.1536
	พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	-0.04706	.06130	.988	-2.521	.1579
	ธุรกิจ/กิจการส่วนตัว/ค้าขาย/อิสระ	.00168	.07630	1.000	-2.535	.2569
	เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง	.00882	.16395	1.000	-5.395	.5571
	นิสิต/นักศึกษา	.00882	.22682	1.000	-7.497	.7674
พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	-0.01304	.05671	1.000	-2.027	.1766
	พนักงานของรัฐวิสาหกิจ	.04706	.06130	.988	-1.579	.2521
	ธุรกิจ/กิจการส่วนตัว/ค้าขาย/อิสระ	.04874	.07039	.993	-1.867	.2841
	เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง	.05588	.16129	1.000	-4.835	.5953
	นิสิต/นักศึกษา	.05588	.22490	1.000	-6.963	.8080
ธุรกิจ/กิจการส่วนตัว/ค้าขาย/อิสระ	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	-0.06178	.07267	.982	-3.048	.1812
	พนักงานของรัฐวิสาหกิจ	-0.00168	.07630	1.000	-2.569	.2535
	พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	-0.04874	.07039	.993	-2.841	.1867
	เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง	.00714	.16756	1.000	-5.532	.5675
	นิสิต/นักศึกษา	.00714	.22945	1.000	-7.602	.7745
เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	-0.06892	.16229	.999	-6.117	.4738
	พนักงานของรัฐวิสาหกิจ	-0.00882	.16395	1.000	-5.571	.5395
	พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	-0.05588	.16129	1.000	-5.953	.4835
	ธุรกิจ/กิจการส่วนตัว/ค้าขาย/อิสระ	-0.00714	.16756	1.000	-5.675	.5532
	นิสิต/นักศึกษา	.00000	.27149	1.000	-9.079	.9079
นิสิต/นักศึกษา	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	-0.06892	.22563	1.000	-8.235	.6856
	พนักงานของรัฐวิสาหกิจ	-0.00882	.22682	1.000	-7.674	.7497
	พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	-0.05588	.22490	1.000	-8.080	.6963

		ธุรกิจ/กิจการส่วนตัว/ค้าขาย/อิสระ	-00714	.22945	1.000	-0.7745	.7602
		เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง	.00000	.27149	1.000	-0.9079	.9079
การส่งเสริม การตลาด	ข้าราชการ/ พนักงานของรัฐ	พนักงานของรัฐวิสาหกิจ	.08393	.06084	.862	-0.1196	.2874
		พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	.07784	.05400	.838	-0.1028	.2584
		ธุรกิจ/กิจการส่วนตัว/ค้าขาย/อิสระ	.08414	.06919	.915	-0.1473	.3155
		เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง	.03057	.15454	1.000	-0.4863	.5474
		นิสิต/นักศึกษา	.35199	.21484	.748	-0.3665	1.0705
พนักงานของ รัฐวิสาหกิจ	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	พนักงานของรัฐวิสาหกิจ	-0.08393	.06084	.862	-0.2874	.1196
		พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	-0.0609	.05837	1.000	-0.2013	.1891
		ธุรกิจ/กิจการส่วนตัว/ค้าขาย/อิสระ	.00021	.07266	1.000	-0.2428	.2432
		เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง	-0.05336	.15612	1.000	-0.5755	.4687
		นิสิต/นักศึกษา	.26807	.21598	.908	-0.4543	.9904
พนักงาน บริษัทเอกชน/ รับจ้าง	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	พนักงานของรัฐวิสาหกิจ	-0.07784	.05400	.838	-0.2584	.1028
		พนักงานของรัฐวิสาหกิจ	.00609	.05837	1.000	-0.1891	.2013
		ธุรกิจ/กิจการส่วนตัว/ค้าขาย/อิสระ	.00630	.06703	1.000	-0.2179	.2305
		เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง	-0.04727	.15358	1.000	-0.5609	.4664
		นิสิต/นักศึกษา	.27416	.21416	.896	-0.4420	.9904
ธุรกิจ/กิจการ ส่วนตัว/ค้าขาย/ อิสระ	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	พนักงานของรัฐวิสาหกิจ	-0.08414	.06919	.915	-0.3155	.1473
		พนักงานของรัฐวิสาหกิจ	-0.00021	.07266	1.000	-0.2432	.2428
		พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	-0.00630	.06703	1.000	-0.2305	.2179
		เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง	-0.05357	.15956	1.000	-0.5872	.4800
		นิสิต/นักศึกษา	.26786	.21848	.912	-0.4628	.9985
เกษตรกรรม/ปศุ สัตว์/ประมง	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	พนักงานของรัฐวิสาหกิจ	-0.03057	.15454	1.000	-0.5474	.4863
		พนักงานของรัฐวิสาหกิจ	.05336	.15612	1.000	-0.4687	.5755
		พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	.04727	.15358	1.000	-0.4664	.5609
		ธุรกิจ/กิจการส่วนตัว/ค้าขาย/อิสระ	.05357	.15956	1.000	-0.4800	.5872
		นิสิต/นักศึกษา	.32143	.25851	.907	-0.5431	1.1860
นิสิต/นักศึกษา	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	พนักงานของรัฐวิสาหกิจ	-0.35199	.21484	.748	-1.0705	.3665
		พนักงานของรัฐวิสาหกิจ	-0.26807	.21598	.908	-0.9904	.4543
		พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	-0.27416	.21416	.896	-0.9904	.4420
		ธุรกิจ/กิจการส่วนตัว/ค้าขาย/อิสระ	-0.26786	.21848	.912	-0.9985	.4628
		เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง	-0.32143	.25851	.907	-1.1860	.5431

Homogeneous Subsets

ผลัดภัณท์

Scheffe^{a,b}

อาชีพ	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	
เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง	8	3.2292	
นิสิต/นักศึกษา	4	3.3750	
ค้าขาย/อิสระ	16	3.4219	
ธุรกิจ/กิจการส่วนตัว	40	3.4792	
พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	136	3.5214	
ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	111	3.5946	
พนักงานของรัฐวิสาหกิจ	85	3.6000	
Sig.		.789	

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 14.267.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

ราคา

Scheffe^{a,b}

อาชีพ	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	
ค้าขาย/อิสระ	16	3.3875	
เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง	8	3.4000	
นิสิต/นักศึกษา	4	3.4000	
ธุรกิจ/กิจการส่วนตัว	40	3.4150	
พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	136	3.5088	
พนักงานของรัฐวิสาหกิจ	85	3.5976	
ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	111	3.6234	
Sig.		.986	

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 14.267.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

การจัดจำหน่าย

Scheffe^{a,b}

อาชีพ	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	
ค้าขาย/อิสระ	16		3.5625
เกษตรกรกรม/ปศุสัตว์/ประมง	8		3.6500
นิสิต/นักศึกษา	4		3.6500
พนักงานของรัฐวิสาหกิจ	85		3.6588
ธุรกิจ/กิจการส่วนตัว	40		3.6950
พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	136		3.7059
ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	111		3.7189
Sig.			.989

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 14.267.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

การส่งเสริมการตลาด

Scheffe^{a,b}

อาชีพ	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	
นิสิต/นักศึกษา	4		3.3571
ค้าขาย/อิสระ	16		3.4911
พนักงานของรัฐวิสาหกิจ	85		3.6252
พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	136		3.6313
เกษตรกรกรม/ปศุสัตว์/ประมง	8		3.6786
ธุรกิจ/กิจการส่วนตัว	40		3.6786
ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	111		3.7091
Sig.			.548

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 14.267.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

GET

FILE='C:\Users\PC\Google Drive\65_งานวิจัย\อมรชัย - อุปกรณ์ไอซีที (ป.โท)\Untitled1 (54).sav'.

DATASET NAME DataSet1 WINDOW=FRONT.

FREQUENCIES VARIABLES=อายุ

/ORDER=ANALYSIS.

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล นายอมรชัย รุ่งสุวรรณรัชต์
วัน เดือน ปีเกิด 22 สิงหาคม 2534
ภูมิลำเนา ตำบลทวีวัฒนา อำเภอทวีวัฒนา จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2552 มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนทวีธาภิเศก
จังหวัดกรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2558 ประกาศนียบัตรวิชาชีพ สาขาวิชาครุศาสตร์บัณฑิต
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
พ.ศ. 2564 ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2558 - 2562 ตำแหน่งครูผู้สอนวิชาสังคมศึกษา ระดับชั้นมัธยมศึกษา
โรงเรียนเซนต์ปีเตอร์ ธนบุรี
พ.ศ. 2562 - 2563 ตำแหน่งครูผู้สอนวิชาสังคมศึกษาและคอมพิวเตอร์ ระดับชั้น
ประถมศึกษา โรงเรียนดวงวิภา
พ.ศ. 2563 - 2563 ตำแหน่ง Sale coordinator
โรงแรม วรบุรี พัทยา รีสอร์ท แอนด์ สปา
พ.ศ. 2564 - ปัจจุบัน ตำแหน่งบรรณาธิการสังคมศึกษา
บริษัท สร้างสรรค์สื่อเพื่อการเรียนรู้ (สสร.) จำกัด