



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ภาคผนวก ก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

### วิธีการคำนวณขนาดตัวอย่าง

โดยคำนวณจากสูตรในกรณีที่จำนวนประชากรไม่แน่นอน (นราศรี, 2540) โดยมีการสุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคคลทั่วไป เพื่อทำการสัมภาษณ์เบื้องต้น จำนวน 24 คน พบว่ามีผู้บริโภครถยนต์เครื่องดีเซลผสมแอลกอฮอล์พร้อมดื่ม จำนวน 21 คน คิดเป็นสัดส่วนเท่ากับ 0.80 และผู้วิจัยต้องการให้การศึกษาครั้งนี้มีระดับความเชื่อมั่นได้ร้อยละ 95 และเมื่อเปิดตารางพบว่าได้ค่า  $Z=1.96$ ,  $D=0.05$  จากนั้นทำการคำนวณหาจำนวนตัวอย่างจากสูตร ดังนี้

กรณีประชากรมีสมาชิกจำนวนไม่แน่นอน

$$D = Z_{\alpha/2} \sqrt{p(1-p)/n}$$

เมื่อ

$D$  = ค่าความคลาดเคลื่อน

$Z_{\alpha/2}$  = ระดับความเชื่อมั่น ได้จากการเปิดตาราง

$p$  = สัดส่วนความแปรปรวนของประชากร

$n$  = ขนาดตัวอย่าง

$$\text{แทนค่าสูตร} \quad 0.05 = 1.96 \sqrt{0.80(1-0.80)/n}$$

$$n = (0.80)(0.20)(1.96)^2 / (0.05)^2$$

$$n = 245.8624$$

หมายเหตุ : เมื่อปัดเศษเป็นจำนวนเต็มและเพื่อให้สะดวกในทางปฏิบัติ จึงใช้ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 250 ตัวอย่าง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ภาคผนวก ข

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

สถานที่เก็บแบบสอบถาม.....

เลขที่แบบสอบถาม

อำเภอ..... จังหวัด น่าน

--	--	--

วันที่.....เดือน.....พ.ศ 2551

## แบบสอบถาม

เรื่อง “พฤติกรรมการบริโภคเบียร์และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเบียร์ของผู้บริโภคในจังหวัดน่าน” แบบสอบถามนี้ จัดทำขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการค้นคว้าแบบอิสระของนักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคเบียร์ และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเบียร์ของผู้บริโภค

ข้อมูลจากแบบสอบถามจะนำไปใช้เพื่อประโยชน์ในการศึกษาเท่านั้น จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถาม และขอขอบพระคุณทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

นาย ชาญศักดิ์ สิทธิพงษ์ ผู้ศึกษา

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย [✓] ลงในช่องหน้าคำตอบที่ท่านเลือก หรือเติมข้อความในช่องว่างที่เว้นไว้ให้ตามความเป็นจริง เพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

( ) 1. ชาย

( ) 2. หญิง

2. อายุ

( ) 1. 18-20 ปี

( ) 2. 21-30 ปี

( ) 3. 31-40 ปี

( ) 4. 41-50 ปี

( ) 5. 51 ปีขึ้นไป

3. การศึกษา

( ) 1. ประถมศึกษา

( ) 2. มัธยมศึกษา/ปวช./ปวส.

( ) 3. ปริญญาตรี

( ) 4. สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

( ) 1. นักเรียน/นักศึกษา

( ) 2. รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

( ) 3. ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว

( ) 4. พนักงานบริษัทเอกชน

- ( ) 5. เกษตรกร/รับจ้าง ( ) 6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- ( ) 1. ต่ำกว่า 5,000 บาท ( ) 2. 5,000 – 10,000 บาท
- ( ) 3. 10,001 – 15,000 บาท ( ) 4. 15,001 – 20,000 บาท
- ( ) 5. 20,001 – 25,000 บาท ( ) 6. 25,001 – 30,000 บาท
- ( ) 7. มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการบริโภคเบียร์

6. คุณดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ชนิดใดบ้าง
- ( ) 1. เบียร์อย่างเดียว
- ( ) 2. เบียร์และสุรา
- ( ) 3. เบียร์และไวน์
- ( ) 4. เบียร์ สุราและไวน์
7. ปกติคุณดื่มเบียร์ยี่ห้อใดบ้างเป็นประจำ (ตอบได้ไม่เกิน 2 ข้อ)
- ( ) 1. ไฮเนเก้น ( ) 2. ซานมิเกล
- ( ) 3. สิงห์ ( ) 4. สิงห์ไลท์
- ( ) 5. ไอซ์เบียร์ ( ) 6. ไทเกอร์เบียร์
- ( ) 7. เซียร์ ( ) 8. เรดฮอสส์
- ( ) 9. ลีโอ ( ) 10. ไทเบียร์
- ( ) 11. ช้าง ( ) 12. ช้างไลท์
- ( ) 13. อื่นๆ
8. เบียร์ประเภทใดที่คุณนิยมดื่มมากที่สุด
- ( ) 1. เบียร์ธรรมดาทั่วไป ( ) 2. เบียร์สด (คราฟท์)
- ( ) 3. เบียร์ดีกรีต่ำ(ไลท์)
9. ปกติคุณดื่มเบียร์ที่มีขนาดบรรจุเท่าใด
- ( ) 1. บรรจุขวดเล็ก 300ซีซี/ขวด
- ( ) 2. บรรจุขวดใหญ่ 640ซีซี/ขวด
- ( ) 3. บรรจุกระป๋อง 330ซีซี/กระป๋อง
- ( ) 4. บรรจุกระป๋องใหญ่ 500ซีซี/กระป๋อง

10. คุณตัดสินใจซื้อเบียร์เพราะเหตุใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 1. อยากทดลองดื่ม ( ) 2. อิทธิพลของสื่อโฆษณา  
 ( ) 3. ชอบในรสชาติ ( ) 4. มีแอลกอฮอล์ต่ำ  
 ( ) 5. สะดวกหรือไม่ต้องผสมเครื่องดื่มให้ยุ่งยาก ( ) 6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

11. ใครเป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อเบียร์

- ( ) 1. ครอบครัว ( ) 2. เพื่อนแนะนำ  
 ( ) 3. ตัดสินใจเอง ( ) 4. พนักงานขาย  
 ( ) 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

12. ปกติคุณซื้อเบียร์บ่อยครั้งเพียงใด

- ( ) 1. ทุกวัน ( ) 2. สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง  
 ( ) 3. สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง ( ) 4. เดือนละ 1-3 ครั้ง  
 ( ) 5. 2-3 เดือนต่อครั้ง ( ) 6. นานกว่า 2-3 เดือนต่อครั้ง ขึ้นไป  
 ( ) 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

13. ปกติคุณซื้อเบียร์จากที่ไหนบ่อยที่สุด

- ( ) 1. ร้านค้า/ร้านชำทั่วไป ( ) 2. ร้านจำหน่ายเบียร์และสุรา  
 ( ) 3. มินิมาร์ททั่วไป ( ) 4. ร้าน 7-Eleven  
 ( ) 5. ซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น นราพาณิชย์, ดีเบสท์, ศรีวัฒน์พาณิชย์  
 ( ) 6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

14. โดยเฉลี่ยแล้วคุณซื้อเบียร์ในแต่ละครั้งเป็นจำนวนเงินเท่าไร

- ( ) 1. ไม่เกิน 100 บาท ( ) 2. 101- 200 บาท  
 ( ) 3. 201- 300 บาท ( ) 4. 301- 400 บาท  
 ( ) 5. 401- 500 บาท ( ) 6. มากกว่า 500 บาทขึ้นไป

15. คุณซื้อเบียร์ครั้งละจำนวนเท่าใด

- ( ) 1. 1-3 กระป๋อง ( ) 6. 1-3 ขวด  
 ( ) 2. 4-6 กระป๋อง ( ) 7. 4-6 ขวด  
 ( ) 3. 7-9 กระป๋อง ( ) 8. 7-9 ขวด  
 ( ) 4. 10-12 กระป๋อง ( ) 9. 10-12 ขวด  
 ( ) 5. มากกว่า 12 กระป๋อง ขึ้นไป ( ) 10. มากกว่า 12 ขวด ขึ้นไป

16. การซื้อเบียร์ของคุณเป็นอย่างไร
- ( ) 1. ซื้อยี่ห้อเดิมเป็นประจำ ( ) 2. ซื้อตามสะดวก ไม่สนใจยี่ห้อ
- ( ) 3. ซื้ออยู่ 2-3 ยี่ห้อสลับกันไปมา ( ) 4. อื่นๆ(โปรดระบุ).....
17. ถ้าไม่มีเบียร์ที่คุณต้องการซื้อ คุณจะซื้อยี่ห้ออื่นแทนหรือไม่
- ( ) 1. ซื้อ ( ) 2. ไม่ซื้อ
18. คุณได้รับข้อมูลข่าวสารเบียร์จากแหล่งไหนบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ( ) 1. โทรทัศน์ ( ) 2. นิตยสาร/วารสาร
- ( ) 3. หนังสือพิมพ์ ( ) 4. ร้านค้า
- ( ) 5. ป้ายโฆษณา ( ) 6. อื่นๆ(โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 3 ท่านคิดว่าปัจจัยต่อไปนี้มีผลในการตัดสินใจเลือกซื้อเบียร์ของท่านมากน้อยเพียงใด (กรุณาแสดงเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ต้องการ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผล				
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. ยี่ห้อของเบียร์					
2. รสชาติดี					
3. มีดีกรีที่ไม่สูงเกินไป					
4. มีประเภทเบียร์หลากหลายให้เลือกซื้อ					
5. บรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ สะอาดและสวยงาม					
6. แหล่งผลิต(เบียร์ในประเทศ เบียร์ต่างประเทศ)					
ด้านราคา					
1. ราคาของเบียร์เหมาะสมกับคุณภาพ					
2. ราคาถูกกว่าเบียร์ยี่ห้ออื่นๆ					
3. ราคาถูกกว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทอื่น					
4. มีหลายระดับราคาให้เลือก					
5. มีส่วนลดราคาตามเทศกาลต่างๆ					



ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผล				
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล
<b>ด้านสถานที่จัดจำหน่าย</b>					
1. หาซื้อง่าย มีจำหน่ายทั่วไป					
2. สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้แหล่งชุมชน					
3. มีสินค้าเพียงพอ ไม่ขาดตลาด					
4. เวลาเปิด-ปิดจำหน่ายเบียร์					
5. มีป้ายร้านขนาดใหญ่ สังกะต่ง่าย					
6. การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบ เลือกลงง่าย					
7. ร้านจัดจำหน่ายสะอาด กว้างขวาง					
<b>ด้านส่งเสริมการตลาด</b>					
1. มีการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อหลายประเภท					
2. มีการจัดชิงโชคและ แจกรางวัล					
3. มีของแถม					
4. มีพนักงานแนะนำผลิตภัณฑ์					
5. มีกิจกรรมและการช่วยเหลือสังคม					

ปัญหาและข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....  
 .....  
 .....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved



ภาคผนวก ก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 1 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามกลุ่มอายุ

Dependent variable	กลุ่มอายุ	mean	std.deviation	Sig.	95% Confidence Interval for Mean	
					Lower Bound	Upper Bound
ยี่ห้อของเบียร์	18-20	4.0000	0.8528	0.013	3.6312	4.3688
	21-30	4.1304	0.83268		3.9766	4.2843
	31-40	4.0822	0.8458		3.8849	4.2795
	41-50	3.6182	1.25449		3.2790	3.9573
	>50	3.8529	0.82139		3.5663	4.1395
รสชาติดี	18-20	4.1739	0.88688	0.005	3.7904	4.5574
	21-30	4.3304	0.76916		4.1883	4.4725
	31-40	4.1918	0.73895		4.0194	4.3642
	41-50	3.9091	0.98644		3.6424	4.1758
	>50	3.8235	0.9683		3.4857	4.1614
มีดีกรีไม่สูงเกินไป	18-20	4.0870	0.73318	0.193	3.7699	4.4040
	21-30	3.7565	0.86442		3.5968	3.9162
	31-40	3.6575	1.01679		3.4203	3.8948
	41-50	3.5455	0.99663		3.2760	3.8149
	>50	3.6471	0.9811		3.3047	3.9894
มีประเภทเบียร์หลากหลายให้เลือกซื้อ	18-20	4.0000	0.8528	0.113	3.6312	4.3688
	21-30	3.6000	0.90612		3.4326	3.7674
	31-40	3.4795	1.00152		3.2458	3.7131
	41-50	3.3636	1.06046		3.0770	3.6503
	>50	3.5294	1.10742		3.1430	3.9158
บรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ สะอาดและสวยงาม	18-20	3.8696	0.81488	0.015	3.5172	4.2219
	21-30	3.9739	0.91249		3.8053	4.1425
	31-40	3.6438	1.11018		3.3848	3.9029
	41-50	3.4364	1.1982		3.1124	3.7603
	>50	3.5588	1.10621		3.1728	3.9448
แหล่งผลิตเบียร์	18-20	3.4348	0.94514	0.419	3.0261	3.8435
	21-30	3.3913	1.14475		3.1798	3.6028
	31-40	3.2329	1.13677		2.9676	3.4981
	41-50	3.0545	1.25341		2.7157	3.3934
	>50	3.3529	1.04105		2.9897	3.7162

## Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ยี่ห้อเบียร์	4.958	4	295	.001
รสชาติ	.615	4	295	.652
วิธีการที่ไม่สูงเกินไป	1.677	4	295	.155
มีประเภทเบียร์หลากหลายให้เลือกซื้อ	2.025	4	295	.091
บรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ สะอาดและสวยงาม	4.567	4	295	.001
แหล่งผลิตเบียร์	1.060	4	295	.376

ยี่ห้อของเบียร์

Duncan

อายุ	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	2
41-50	55	3.6182	
51ขึ้นไป	34	3.8529	3.8529
18-20	23	4.0000	4.0000
31-40	73		4.0822
21-30	115		4.1304
Sig.		.068	.205

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

รสชาติดี

Duncan

อายุ	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	2
51ขึ้นไป	34	3.8235	
41-50	55	3.9091	
18-20	23	4.1739	4.1739
31-40	73	4.1918	4.1918
21-30	115		4.3304
Sig.		.060	.413

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

บรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ สะอาดและสวยงาม

Duncan

อายุ	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	2
41-50	55	3.4364	
51ขึ้นไป	34	3.5588	3.5588
31-40	73	3.6438	3.6438
18-20	23	3.8696	3.8696
21-30	115		3.9739
Sig.		.073	.087

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

ลิขสิทธิ์ © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามกลุ่มอายุ

Dependent variable	กลุ่มอายุ	mean	std.deviation	sig.	95% Confidence Interval for Mean	
					Lower Bound	Upper Bound
ราคาของเบียร์เหมาะสมกับคุณภาพ	18-20	4.2609	0.75181	0.043	3.9358	4.5860
	21-30	4.1652	0.73664		4.0291	4.3013
	31-40	4.0822	0.74075		3.9094	4.2550
	41-50	3.8000	1.00738		3.5277	4.0723
	>50	4.1471	0.55772		3.9525	4.3417
ราคาถูกกว่าเบียร์ยี่ห้ออื่น	18-20	3.7826	0.90235	0.263	3.3924	4.1728
	21-30	3.5043	1.0791		3.3050	3.7037
	31-40	3.2740	1.03091		3.0334	3.5145
	41-50	3.3636	1.04285		3.0817	3.6456
	>50	3.5294	1.05127		3.1626	3.8962
ราคาถูกกว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทอื่น	18-20	3.6957	0.87567	0.476	3.3170	4.0743
	21-30	3.4261	1.00926		3.2396	3.6125
	31-40	3.3151	0.98428		3.0854	3.5447
	41-50	3.4000	1.01105		3.1267	3.6733
	>50	3.5882	1.01854		3.2328	3.9436
มีหลายระดับราคาให้เลือก	18-20	3.7826	0.73587	0.086	3.4644	4.1008
	21-30	3.6870	0.86212		3.5277	3.8462
	31-40	3.5205	0.94442		3.3002	3.7409
	41-50	3.3636	1.02494		3.0866	3.6407
	>50	3.8235	0.90355		3.5083	4.1388
มีส่วนลดราคาตามเทศกาลต่างๆ	18-20	4.0000	1.0000	0.016	3.5676	4.4324
	21-30	3.4957	1.11901		3.2889	3.7024
	31-40	3.2877	1.17236		3.0141	3.5612
	41-50	3.0909	1.14298		2.7819	3.3999
	>50	3.3824	1.01548		3.0280	3.7367

**Test of Homogeneity of Variances**

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ราคาของเบียร์เหมาะสมกับคุณภาพ	3.218	4	295	.013
ราคาถูกกว่าเบียร์ชนิดอื่น	.268	4	295	.899
ราคาถูกกว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทอื่น	.129	4	295	.972
มีหลายระดับราคาให้เลือก	1.359	4	295	.248
มีส่วนลดราคาตามเทศกาลต่างๆ	.736	4	295	.568

มีส่วนลดราคาตามเทศกาลต่างๆ

ราคาของเบียร์เหมาะสมกับคุณภาพ

Duncan

Duncan

อายุ	N	Subset for alpha = 0.05		อายุ	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	2			1	2
41-50	55	3.0909		41-50	55	3.8000	
31-40	73	3.2877		31-40	73	4.0822	4.0822
51ขึ้นไป	34	3.3824		51ขึ้นไป	34		4.1471
21-30	115	3.4957		21-30	115		4.1652
18-20	23		4.0000	18-20	23		4.2609
Sig.		.123	1.000	Sig.		.090	.333

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

ตารางที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่จัดจำหน่าย จำแนกตามกลุ่มอายุ

Dependent variable	กลุ่มอายุ	mean	std.deviation	sig.	95% Confidence Interval for Mean	
					Lower Bound	Upper Bound
หาซื้อง่าย มีจำหน่ายทั่วไป	18-20	4.1304	1.14035	0.087	3.6373	4.6236
	21-30	4.3739	0.65509		4.2529	4.4949
	31-40	4.0548	0.97026		3.8284	4.2812
	41-50	4.3636	0.8247		4.1407	4.5866
	>50	4.1765	0.86936		3.8731	4.4798
สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้แหล่งชุมชน	18-20	4.0870	0.94931	0.582	3.6764	4.4975
	21-30	4.0957	0.8054		3.9469	4.2444
	31-40	3.9041	1.00228		3.6703	4.1380
	41-50	3.9455	0.86961		3.7104	4.1805
	>50	3.9118	0.99598		3.5643	4.2593
มีสินค้าเพียงพอไม่ขาดตลาด	18-20	3.9565	0.92826	0.249	3.5551	4.3579
	21-30	3.9652	0.90738		3.7976	4.1328
	31-40	3.7671	0.96495		3.5420	3.9923
	41-50	3.6727	0.9633		3.4123	3.9331
	>50	3.6765	1.06517		3.3048	4.0481
เวลาเปิด-ปิด จำหน่ายเบียร์	18-20	3.7391	1.09617	0.125	3.2651	4.2131
	21-30	3.6522	0.94631		3.4774	3.827
	31-40	3.3288	1.05481		3.0827	3.5749
	41-50	3.3273	1.2331		2.9939	3.6606
	>50	3.4118	1.01854		3.0564	3.7672
มีป้ายร้านค้าขนาดใหญ่สังเกตเห็นง่าย	18-20	3.3478	1.07063	0.030	2.8849	3.8108
	21-30	3.4957	1.04608		3.3024	3.6889
	31-40	3.1918	1.15057		2.9233	3.4602
	41-50	2.9273	1.16832		2.6114	3.2431
	>50	3.2059	1.00843		2.8540	3.5577
การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบ เลือกซื้อง่าย	18-20	3.7391	1.00983	0.013	3.3024	4.1758
	21-30	3.6783	0.95097		3.5026	3.8539
	31-40	3.4110	1.10347		3.1535	3.6684
	41-50	3.1273	1.10645		2.8282	3.4264
	>50	3.6471	1.04105		3.2838	4.0103
ร้านจัดจำหน่ายสะอาดกว้างขวาง	18-20	3.8696	1.05763	0.124	3.4122	4.3269
	21-30	3.6957	0.98385		3.5139	3.8774
	31-40	3.4658	1.06826		3.2165	3.7150
	41-50	3.3455	1.09237		3.0501	3.6408
	>50	3.6471	0.8836		3.3388	3.9554



Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
หาซื้อง่าย มีจำหน่ายทั่วไป	.911	4	295	.458
สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ในแหล่งชุมชน	.524	4	295	.718
มีสินค้าเพียงพอ ไม่ขาดตลาด	1.445	4	295	.219
เวลาเปิด-ปิด จำหน่ายเบียร์	1.595	4	295	.176
ป้ายร้านร้านขนาดใหญ่ สังกัดง่าย	.535	4	295	.710
การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบ เลือกซื้อง่าย	1.089	4	295	.362
ร้านจัดจำหน่ายสะอาด กว้างขวาง	.685	4	295	.603

มีป้ายร้านขนาดใหญ่ สังกัดง่าย

การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบ เลือกซื้อง่าย

Duncan

Duncan

อายุ	N	Subset for alpha = 0.05		อายุ	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	2			1	2
41-50	55	2.9273		41-50	55	3.1273	
31-40	73	3.1918	3.1918	31-40	73	3.4110	3.4110
51ขึ้นไป	34	3.2059	3.2059	51ขึ้นไป	34		3.6471
18-20	23	3.3478	3.3478	21-30	115		3.6783
21-30	115		3.4957	18-20	23		3.7391
Sig.		.101	.240	Sig.		.199	.178

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

ตารางที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา

Dependent variable	กลุ่มระดับการศึกษา	mean	std.deviation	sig.	95% Confidence Interval for Mean	
					Lower Bound	Upper Bound
ยี่ห้อของเบียร์	ประถมศึกษา	3.8947	1.10024	0.231	3.3644	4.4250
	มัธยมศึกษา	3.8547	1.01934		3.6681	4.0414
	ปริญญาตรี	4.0890	0.8624		3.9480	4.2301
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.0556	0.80237		3.6565	4.4546
รสชาติดี	ประถมศึกษา	3.6316	1.01163	0.000	3.1440	4.1192
	มัธยมศึกษา	3.9402	0.92187		3.7714	4.109
	ปริญญาตรี	4.3836	0.71689		4.2663	4.5008
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.1667	0.70711		3.8150	4.5183
มีดีกรีที่ไม่สูงเกินไป	ประถมศึกษา	3.4211	1.07061	0.250	2.9050	3.9371
	มัธยมศึกษา	3.6410	1.0210		3.4541	3.828
	ปริญญาตรี	3.7671	0.87131		3.6246	3.9096
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.9444	0.63914		3.6266	4.2623
มีประเภทเบียร์หลากหลายให้เลือกซื้อ	ประถมศึกษา	3.5263	1.07333	0.143	3.0090	4.0436
	มัธยมศึกษา	3.4359	1.02035		3.2491	3.6227
	ปริญญาตรี	3.6781	0.89393		3.5319	3.8243
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.2778	1.27443		2.6440	3.9115
บรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ สะอาดและสวยงาม	ประถมศึกษา	3.1053	1.04853	0.000	2.5999	3.6106
	มัธยมศึกษา	3.4701	1.14901		3.2597	3.6805
	ปริญญาตรี	4.0616	0.8323		3.9255	4.1978
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.5556	1.19913		2.9592	4.1519
แหล่งผลิตเบียร์	ประถมศึกษา	2.7895	1.03166	0.005	2.2922	3.2867
	มัธยมศึกษา	3.0940	1.20332		2.8737	3.3144
	ปริญญาตรี	3.5137	1.05854		3.3406	3.6868
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.2778	1.12749		2.7171	3.8385

## Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ชื่อของเบียร์	1.173	3	296	.320
รสชาติดี	.663	3	296	.575
คิดริที่ไม่สูงเกินไป	3.947	3	296	.009
มีประเภทเบียร์หลากหลายให้เลือกซื้อ	2.588	3	296	.053
บรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ สะอาดและสวยงาม	8.452	3	296	.000
แหล่งผลิตเบียร์	1.551	3	296	.201

## Duncan

ระดับการศึกษา	N	Subset for alpha = 0.05		
		1	2	3
ประถมศึกษา	19	3.6316		
มัธยมศึกษา	117	3.9402	3.9402	
ปริญญาตรีขึ้นไป	18		4.1667	4.1667
ปริญญาตรี	146			4.3836
Sig.		.132	.269	.289

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

บรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ สะอาดและสวยงาม

Duncan

ระดับการศึกษา	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	2
ประถมศึกษา	19	3.1053	
มัธยมศึกษา	117	3.4701	
ปริญญาตรีขึ้นไป	18	3.5556	
ปริญญาตรี	146		4.0616
Sig.		.089	1.000

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

แหล่งผลิตเบียร์

Duncan

ระดับการศึกษา	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	2
ประถมศึกษา	19	2.7895	
มัธยมศึกษา	117	3.0940	3.0940
ปริญญาตรีขึ้นไป	18	3.2778	3.2778
ปริญญาตรี	146		3.5137
Sig.		.098	.157

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา

Dependent variable	กลุ่มระดับการศึกษา	mean	std.deviation	sig.	95% Confidence Interval for Mean	
					Lower Bound	Upper Bound
ราคาของเบียร์เหมาะสมกับคุณภาพ	ประถมศึกษา	3.8421	0.60214	0.011	3.5519	4.1323
	มัธยมศึกษา	3.9402	0.95854		3.7647	4.1157
	ปริญญาตรี	4.2329	0.62191		4.1311	4.3346
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.0556	0.72536		3.6948	4.4163
ราคาถูกกว่าเบียร์ยี่ห้ออื่น	ประถมศึกษา	3.2632	0.87191	0.632	2.8429	3.6834
	มัธยมศึกษา	3.4188	1.10046		3.2173	3.6203
	ปริญญาตรี	3.5137	1.0119		3.3482	3.6792
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.2778	1.17851		2.6917	3.8638
ราคาถูกกว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทอื่น	ประถมศึกษา	3.4737	0.96427	0.123	3.0089	3.9384
	มัธยมศึกษา	3.4786	1.04715		3.2869	3.6704
	ปริญญาตรี	3.4589	0.93312		3.3063	3.6115
	สูงกว่าปริญญาตรี	2.8889	1.07861		2.3525	3.4253
มีหลายระดับราคาให้เลือก	ประถมศึกษา	3.4211	1.01739	0.229	2.9307	3.9114
	มัธยมศึกษา	3.5641	0.95939		3.3884	3.7398
	ปริญญาตรี	3.7055	0.84827		3.5667	3.8442
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.3333	1.02899		2.8216	3.8450
มีส่วนลดราคาตามเทศกาลต่างๆ	ประถมศึกษา	3.4737	1.02026	0.713	2.9819	3.9654
	มัธยมศึกษา	3.4359	1.21332		3.2137	3.6581
	ปริญญาตรี	3.3904	1.10406		3.2098	3.5710
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.1111	0.96338		2.6320	3.5902

## Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ราคาของเบียร์เหมาะสมกับคุณภาพ	1.994	3	296	.115
ราคาถูกกว่าเบียร์ี่ห้ออื่น	1.012	3	296	.388
ราคาถูกกว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทอื่น	.687	3	296	.560
มีหลายระดับราคาให้เลือก	1.024	3	296	.382
มีส่วนลดราคาตามเทศกาล	1.531	3	296	.207

ราคาของเบียร์เหมาะสมกับคุณภาพ

Duncan

ระดับการศึกษา	N	Subset for alpha = 0.05
		1
ประถมศึกษา	19	3.8421
มัธยมศึกษา	117	3.9402
ปริญญาตรีขึ้นไป	18	4.0556
ปริญญาตรี	146	4.2329
Sig.		.064

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 6 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการศึกษาที่จัดจำหน่าย จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา

Dependent variable	กลุ่มระดับการศึกษา	mean	std.deviation	sig.	95% Confidence Interval for Mean	
					Lower Bound	Upper Bound
หาช่องทาง มีจำหน่ายทั่วไป	ประถมศึกษา	4.4737	0.61178	0.084	4.1788	4.7686
	มัธยมศึกษา	4.2137	0.91754		4.0457	4.3817
	ปริญญาตรี	4.3082	0.78402		4.18	4.4365
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.8333	0.92355		3.3741	4.2926
สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้ชุมชน	ประถมศึกษา	4.3158	0.58239	0.015	4.0351	4.5965
	มัธยมศึกษา	3.8547	1.01085		3.6696	4.0398
	ปริญญาตรี	4.1164	0.80951		3.9840	4.2489
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.6667	0.90749		3.2154	4.1179
มีสินค้าเพียงพอไม่ขาดตลาด	ประถมศึกษา	4.1053	0.65784	0.063	3.7882	4.4223
	มัธยมศึกษา	3.7094	1.05911		3.5155	3.9033
	ปริญญาตรี	3.9315	0.87618		3.7882	4.0748
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.5000	0.98518		3.0101	3.9899
เวลาเปิด-ปิด จำหน่ายเบียร์	ประถมศึกษา	3.6842	1.10818	0.098	3.1501	4.2183
	มัธยมศึกษา	3.3333	1.17444		3.1183	3.5484
	ปริญญาตรี	3.6233	0.93322		3.4706	3.7759
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.2778	1.01782		2.7716	3.7839
ป้ายร้านขนาดใหญ่ สังกัดง่าย	ประถมศึกษา	3.2105	0.91766	0.058	2.7682	3.6528
	มัธยมศึกษา	3.1197	1.21174		2.8978	3.3415
	ปริญญาตรี	3.4452	1.03744		3.2755	3.6149
	สูงกว่าปริญญาตรี	2.9444	0.9376		2.4782	3.4107
การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบเลือกซื้อง่าย	ประถมศึกษา	3.4737	0.96427	0.046	3.0089	3.9384
	มัธยมศึกษา	3.3248	1.12824		3.1182	3.5314
	ปริญญาตรี	3.6849	0.98088		3.5245	3.8454
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.3889	0.97853		2.9023	3.8755
ร้านจัดจำหน่ายสะอาดกว้างขวาง	ประถมศึกษา	3.2632	1.04574	0.015	2.7591	3.7672
	มัธยมศึกษา	3.4359	1.11714		3.2313	3.6405
	ปริญญาตรี	3.7740	0.93048		3.6218	3.9262
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.3333	0.90749		2.8821	3.7846



## Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
หาซื้อง่าย มีจำหน่ายทั่วไป	.206	3	296	.892
สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้แหล่งชุมชน	1.693	3	296	.168
สินค้าเพียงพอ ไม่ขาดตลาด	4.521	3	296	.004
เวลาเปิด-ปิด จำหน่ายเบียร์	3.673	3	296	.013
ป้ายร้านขนาดใหญ่ สังกัดง่าย	2.452	3	296	.064
การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบ เลือกซื้อง่าย	1.703	3	296	.166
ร้านจัดจำหน่ายสะอาด กว้างขวาง	2.680	3	296	.047



ร้านจัดจำหน่ายสะอาด กว้างขวาง

สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้แหล่งชุมชน

Duncan

ระดับการศึกษา	N	Subset for alpha = 0.05
		1
ประถมศึกษา	19	3.2632
ปริญญาตรีขึ้นไป	18	3.3333
มัธยมศึกษา	117	3.4359
ปริญญาตรี	146	3.7740
Sig.		.064

Duncan

ระดับการศึกษา	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	2
ปริญญาตรีขึ้นไป	18	3.6667	
มัธยมศึกษา	117	3.8547	
ปริญญาตรี	146	4.1164	4.1164
ประถมศึกษา	19		4.3158
Sig.		.054	.367

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 7 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา

Dependent variable	กลุ่มระดับการศึกษา	mean	std.deviation	sig.	95% Confidence Interval for Mean	
					Lower Bound	Upper Bound
มีการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อหลายประเภท	ประถมศึกษา	3.6316	1.01163	0.034	3.1440	4.1192
	มัธยมศึกษา	3.4274	1.07732		3.2301	3.6246
	ปริญญาตรี	3.8014	1.01451		3.6354	3.9673
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.5000	0.92355		3.0407	3.9593
มีการจัดชิงโชคและแจกรางวัล	ประถมศึกษา	3.4737	0.84119	0.714	3.0682	3.8791
	มัธยมศึกษา	3.3333	1.24568		3.1052	3.5614
	ปริญญาตรี	3.3356	1.09089		3.1572	3.5141
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.0556	0.9376		2.5893	3.5218
มีของแถม	ประถมศึกษา	3.1053	1.19697	0.643	2.5283	3.6822
	มัธยมศึกษา	3.2137	1.27866		2.9795	3.4478
	ปริญญาตรี	3.3151	1.0619		3.1414	3.4888
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.0000	1.18818		2.4091	3.5909
มีพนักงานแนะนำผลิตภัณฑ์	ประถมศึกษา	3.0000	1.0000	0.051	2.5180	3.4820
	มัธยมศึกษา	2.9744	1.22799		2.7495	3.1992
	ปริญญาตรี	3.3630	1.11343		3.1809	3.5451
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.1111	1.18266		2.5230	3.6992
มีกิจกรรมและช่วยเหลือสังคม	ประถมศึกษา	3.2632	1.44692	0.599	2.5658	3.9605
	มัธยมศึกษา	3.3675	1.27711		3.1337	3.6014
	ปริญญาตรี	3.5000	1.17591		3.3077	3.6923
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.1667	1.20049		2.5697	3.7637

## Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
มีการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อหลายประเภท	.644	3	296	.587
มีการชิงโชคและแจกรางวัล	4.356	3	296	.005
มีของแถม	2.245	3	296	.083
มีพนักงานแนะนำผลิตภัณฑ์	1.161	3	296	.325
มีกิจกรรมและการช่วยเหลือสังคม	1.251	3	296	.292

มีการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อหลายประเภท

Duncan

ระดับการศึกษา	N	Subset for alpha = 0.05
		1
มัธยมศึกษา	117	3.4274
ปริญญาตรีขึ้นไป	18	3.5000
ประถมศึกษา	19	3.6316
ปริญญาตรี	146	3.8014
Sig.		.189

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 8 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

Dependent variable	กลุ่มอาชีพ	mean	std. deviation	sig.	95% Confidence Interval for Mean	
					Lower Bound	Upper Bound
ยี่ห้อของเบียร์	นักเรียน/นักศึกษา	4.0488	0.73997	0.592	3.8152	4.2823
	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.8974	0.95939		3.7218	4.0731
	ค้าขาย/ธุรกิจ ส่วนตัว	4.0964	0.98296		3.8818	4.3110
	พนักงานบริษัท	4.0455	1.0901		3.5621	4.5288
	เกษตรกร	3.8919	0.90627		3.5897	4.1941
รสชาติดี	นักเรียน/นักศึกษา	4.2927	0.78243	0.008	4.0457	4.5396
	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	4.2051	0.8564		4.0483	4.3619
	ค้าขาย/ธุรกิจ ส่วนตัว	4.1807	0.79854		4.0064	4.3551
	พนักงานบริษัท	4.2727	0.82703		3.9060	4.6394
	เกษตรกร	3.6757	0.9444		3.3608	3.9906
มีดีกรีที่ไม่สูงเกินไป	นักเรียน/นักศึกษา	3.9268	0.75466	0.099	3.6886	4.165
	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.7949	0.86641		3.6362	3.9535
	ค้าขาย/ธุรกิจ ส่วนตัว	3.6506	1.02925		3.4259	3.8753
	พนักงานบริษัท	3.4545	1.1434		2.9476	3.9615
	เกษตรกร	3.4595	0.93079		3.1491	3.7698
มีประเภทเบียร์ หลากหลายให้เลือกซื้อ	นักเรียน/นักศึกษา	3.8049	0.74898	0.386	3.5685	4.0413
	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.5470	1.05451		3.3539	3.7401
	ค้าขาย/ธุรกิจ ส่วนตัว	3.4578	1.03948		3.2309	3.6848
	พนักงานบริษัท	3.6364	0.84771		3.2605	4.0122
	เกษตรกร	3.4324	0.92917		3.1226	3.7422
บรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ สะอาดและสวยงาม	นักเรียน/นักศึกษา	3.9756	0.79018	0.009	3.7262	4.225
	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.8547	1.02776		3.6665	4.0429
	ค้าขาย/ธุรกิจ ส่วนตัว	3.6627	1.15058		3.4114	3.9139
	พนักงานบริษัท	3.8636	0.83355		3.4941	4.2332
	เกษตรกร	3.2162	1.10893		2.8465	3.5860

แหล่งผลิตเบียร์	นักเรียน/นักศึกษา	3.5610	0.97593	0.145	3.2529	3.869
	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.3504	1.15457		3.1390	3.5618
	ค้าขาย/ธุรกิจ ส่วนตัว	3.2289	1.18245		2.9707	3.4871
	พนักงานบริษัท	3.3182	1.21052		2.7815	3.8549
	เกษตรกร	2.9189	1.06402		2.5642	3.2737

### Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ชื่อของเบียร์	1.740	4	295	.141
รสชาติดี	.396	4	295	.812
ดื่มที่ไม่สูงเกินไป	3.095	4	295	.016
มีประเภทเบียร์หลากหลายให้เลือกซื้อ	1.888	4	295	.112
บรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ สะอาดและสวยงาม	3.506	4	295	.008
แหล่งผลิตเบียร์	.632	4	295	.640

รสชาติดี

### Duncan

อาชีพ	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	2
เกษตรกร	37	3.6757	
ค้าขาย	83		4.1807
รับราชการ	117		4.2051
พนักงานบริษัท	22		4.2727
นักเรียน	41		4.2927
Sig.		1.000	.583

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

บรรจุก่อนที่มีคุณภาพ สะอาดและสวยงาม

Duncan

อาชีพ	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	2
เกษตรกร	37	3.2162	
ค้าขาย	83		3.6627
รับราชการ	117		3.8547
พนักงานบริษัท	22		3.8636
นักเรียน	41		3.9756
Sig.		1.000	.207

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 9 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

Dependent variable	กลุ่มอาชีพ	mean	std.dev iation	sig.	95% Confidence Interval for Mean	
					Lower Bound	Upper Bound
ราคาของเบียร์เหมาะสมกับ คุณภาพ	นักเรียน/ นักศึกษา	4.2195	0.75869	0.392	3.9800	4.4590
	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	4.1282	0.67643		4.0043	4.2521
	ค้าขาย/ธุรกิจ ส่วนตัว	4.0602	0.88826		3.8663	4.2542
	พนักงาน บริษัท	4.0000	0.9759		3.5673	4.4327
	เกษตรกร	3.8919	0.77401		3.6338	4.1500
ราคาถูกกว่าเบียร์ยี่ห้ออื่น	นักเรียน/ นักศึกษา	3.7317	0.83739	0.474	3.4674	3.9960
	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.4017	1.10687		3.1990	3.6044
	ค้าขาย/ธุรกิจ ส่วนตัว	3.4096	1.10471		3.1684	3.6509
	พนักงาน บริษัท	3.4091	1.14056		2.9034	3.9148
	เกษตรกร	3.3784	0.86124		3.0912	3.6655
ราคาถูกกว่าเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ประเภทอื่น	นักเรียน/ นักศึกษา	3.7073	0.78243	0.176	3.4604	3.9543
	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.3675	1.01368		3.1819	3.5531
	ค้าขาย/ธุรกิจ ส่วนตัว	3.3614	1.11068		3.1189	3.6040
	พนักงาน บริษัท	3.2273	0.86914		2.8419	3.6126
	เกษตรกร	3.6216	0.89292		3.3239	3.9193
มีหลายระดับราคาให้เลือก	นักเรียน/ นักศึกษา	3.7805	0.72499	0.728	3.5517	4.0093
	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.6154	0.87932		3.4544	3.7764
	ค้าขาย/ธุรกิจ ส่วนตัว	3.5542	0.99085		3.3379	3.7706
	พนักงาน บริษัท	3.5000	1.01183		3.0514	3.9486
	เกษตรกร	3.5946	1.01268		3.2569	3.9322

มีส่วนลดราคาตามเทศกาล	นักเรียน/ นักศึกษา	3.9756	0.93509	0.003	3.6805	4.2708
	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.2051	1.09496		3.0046	3.4056
	ค้าขาย/ธุรกิจ ส่วนตัว	3.4578	1.16138		3.2042	3.7114
	พนักงาน บริษัท	3.0909	1.34196		2.4959	3.6859
	เกษตรกร	3.4054	1.06613		3.0499	3.7609

### Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ราคาของเบียร์เหมาะสมกับคุณภาพ	1.322	4	295	.262
ราคาถูกกว่าเบียร์หืออื่น	1.615	4	295	.170
ราคาถูกกว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทอื่น	1.587	4	295	.178
มีหลายระดับราคาให้เลือก	1.296	4	295	.272
มีส่วนลดราคาตามเทศกาล	1.136	4	295	.340

มีส่วนลดราคาตามเทศกาล

### Duncan

	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	2
อาชีพ			
พนักงานบริษัท	22	3.0909	
รับราชการ	117	3.2051	
เกษตรกร	37	3.4054	
ค้าขาย	83	3.4578	
นักเรียน	41		3.9756
Sig.		.168	1.000

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.



ตารางที่ 10 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามกลุ่มระดับรายได้

Dependent variable	กลุ่มระดับรายได้	mean	std.deviation	sig.	95% Confidence Interval for Mean	
					Lower Bound	Upper Bound
ราคาของเบียร์เหมาะสมกับคุณภาพ	ต่ำกว่า 5,000	4.1452	0.84634	0.701	3.9302	4.3601
	5,000-10,000	3.9524	0.93015		3.7505	4.1542
	10,001-15,000	4.1000	0.62977		3.9373	4.2627
	15,001-20,000	4.2121	0.81997		3.9214	4.5029
	20,001-25,000	4.1212	0.69631		3.8743	4.3681
	25,001-30,000	4.1667	0.38925		3.9193	4.4140
	30,000ขึ้นไป	4.0625	0.57373		3.7568	4.3682
ราคาถูกกว่าเบียร์ยี่ห้ออื่น	ต่ำกว่า 5,000	3.6452	0.87021	0.461	3.4242	3.8662
	5,000-10,000	3.3452	1.05846		3.1155	3.5749
	10,001-15,000	3.3167	1.18596		3.0103	3.6230
	15,001-20,000	3.4848	1.20211		3.0586	3.9111
	20,001-25,000	3.5152	0.97215		3.1704	3.8599
	25,001-30,000	3.7500	1.05529		3.0795	4.4205
	30,000ขึ้นไป	3.2500	0.85635		2.7937	3.7063
ราคาถูกกว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทอื่น	ต่ำกว่า 5,000	3.7258	0.90842	0.085	3.4951	3.9565
	5,000-10,000	3.3333	0.98584		3.1194	3.5473
	10,001-15,000	3.3833	1.04300		3.1139	3.6528
	15,001-20,000	3.4242	0.93643		3.0922	3.7563
	20,001-25,000	3.3939	1.05887		3.0185	3.7694
	25,001-30,000	3.6667	1.07309		2.9849	4.3485
	30,000ขึ้นไป	2.9375	0.92871		2.4426	3.4324
มีหลายระดับราคาให้เลือก	ต่ำกว่า 5,000	3.6774	0.90126	0.279	3.4485	3.9063
	5,000-10,000	3.4881	0.97553		3.2764	3.6998
	10,001-15,000	3.6167	0.86537		3.3931	3.8402
	15,001-20,000	3.7879	0.78093		3.5110	4.0648
	20,001-25,000	3.5455	1.00284		3.1899	3.9010
	25,001-30,000	4.0833	0.66856		3.6586	4.5081
	30,000ขึ้นไป	3.3750	1.02470		2.8290	3.9210
มีส่วนลดราคาตามเทศกาล	ต่ำกว่า 5,000	3.9032	1.11193	0.010	3.6208	4.1856
	5,000-10,000	3.2619	1.15246		3.0118	3.5120
	10,001-15,000	3.3667	1.13446		3.0736	3.6597
	15,001-20,000	3.2727	1.09752		2.8836	3.6619
	20,001-25,000	3.1515	1.03444		2.7847	3.5183
	25,001-30,000	3.2500	1.05529		2.5795	3.9205
	30,000ขึ้นไป	3.1250	1.0247		2.5790	3.6710



## Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ราคาของเบียร์เหมาะสมกับคุณภาพ	1.844	6	293	.090
ราคาถูกกว่าเบียร์ี่ห้ออื่น	1.280	6	293	.266
ราคาถูกกว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทอื่น	.490	6	293	.816
มีหลายระดับราคาให้เลือก	1.664	6	293	.130
มีส่วนลดราคาตามเทศกาล	.458	6	293	.839

มีส่วนลดราคาตามเทศกาล

Duncan

รายได้	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	2
30000up	16	3.1250	
20001-25000	33	3.1515	
25001-30000	12	3.2500	
5000-10000	84	3.2619	
15001-20000	33	3.2727	
10001-15000	60	3.3667	3.3667
ต่ำกว่า 5000	62		3.9032
Sig.		.490	.073

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 11 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่การจัดจำหน่าย จำแนกตามกลุ่มระดับรายได้

Dependent variable	กลุ่มระดับรายได้	mean	std.deviation	sig.	95% Confidence Interval for Mean	
					Lower Bound	Upper Bound
หาซื้อง่าย มีจำหน่ายทั่วไป	ต่ำกว่า 5,000	4.2258	0.83802	0.133	4.0130	4.4386
	5,000-10,000	4.4167	0.74782		4.2544	4.5790
	10,001-15,000	4.1500	0.89868		3.9178	4.3822
	15,001-20,000	4.1818	0.98281		3.8333	4.5303
	20,001-25,000	4.3939	0.55562		4.1969	4.5910
	25,001-30,000	4.1667	0.71774		3.7106	4.6227
	30,000ขึ้นไป	3.8125	1.22304		3.1608	4.4642
สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้แหล่งชุมชน	ต่ำกว่า 5,000	4.0806	0.81579	0.549	3.8735	4.2878
	5,000-10,000	4.0476	0.98059		3.8348	4.2604
	10,001-15,000	3.9833	0.91117		3.7480	4.2187
	15,001-20,000	4.0303	0.98377		3.6815	4.3791
	20,001-25,000	4.0000	0.61237		3.7829	4.2171
	25,001-30,000	3.8333	0.83485		3.3029	4.3638
	30,000ขึ้นไป	3.5625	1.09354		2.9798	4.1452
มีสินค้าเพียงพอ ไม่ขาดตลาด	ต่ำกว่า 5,000	4.0161	0.91422	0.032	3.7840	4.2483
	5,000-10,000	3.9167	1.03211		3.6927	4.1406
	10,001-15,000	3.6667	0.93277		3.4257	3.9076
	15,001-20,000	3.8485	0.93946		3.5154	4.1816
	20,001-25,000	3.8788	0.81997		3.5880	4.1695
	25,001-30,000	3.8333	0.71774		3.3773	4.2894
	30,000ขึ้นไป	3.1250	0.95743		2.6148	3.6352
เวลาเปิด-ปิด จำหน่ายเบียร์	ต่ำกว่า 5,000	3.6613	0.97415	0.069	3.4139	3.9087
	5,000-10,000	3.6667	1.05663		3.4374	3.8960
	10,001-15,000	3.2667	1.0229		3.0024	3.5309
	15,001-20,000	3.3636	1.19421		2.9402	3.7871
	20,001-25,000	3.5152	1.03444		3.1484	3.8819
	25,001-30,000	3.5833	0.9962		2.9504	4.2163
	30,000ขึ้นไป	2.9375	1.06262		2.3713	3.5037

มีป้ายร้านค้าขนาดใหญ่ สังกัดง่าย	ต่ำกว่า 5,000	3.3710	0.96213	0.252	3.1266	3.6153
	5,000-10,000	3.2619	1.243		2.9922	3.5317
	10,001-15,000	3.3333	1.14487		3.0376	3.6291
	15,001-20,000	3.2121	0.9924		2.8602	3.5640
	20,001-25,000	3.2424	1.06155		2.8660	3.6188
	25,001-30,000	3.6667	0.98473		3.0410	4.2923
	30,000ขึ้นไป	2.6250	1.0247		2.0790	3.1710
การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบ เลือกซื้อง่าย	ต่ำกว่า 5,000	3.5968	0.93141	0.193	3.3602	3.8333
	5,000-10,000	3.4881	1.08099		3.2535	3.7227
	10,001-15,000	3.6000	1.02841		3.3343	3.8657
	15,001-20,000	3.4848	1.20211		3.0586	3.9111
	20,001-25,000	3.5455	0.97118		3.2011	3.8898
	25,001-30,000	3.7500	1.05529		3.0795	4.4205
	30,000ขึ้นไป	2.8125	1.10868		2.2217	3.4033
ร้านจัดจำหน่ายสะอาด กว้างขวาง	ต่ำกว่า 5,000	3.6452	1.05732	0.222	3.3767	3.9137
	5,000-10,000	3.6548	1.02374		3.4326	3.8769
	10,001-15,000	3.4833	0.94764		3.2385	3.7281
	15,001-20,000	3.6970	1.07485		3.3158	4.0781
	20,001-25,000	3.4545	1.06334		3.0775	3.8316
	25,001-30,000	4.0000	0.95346		3.3942	4.6058
	30,000ขึ้นไป	3.0625	0.99791		2.5307	3.5943

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

## Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
หาซื้อง่าย	.529	6	293	.786
สถานที่ใกล้ชุมชน	1.554	6	293	.160
สินค้าไม่ขาด	.404	6	293	.876
เวลาเปิด-ปิด	.394	6	293	.883
ป้ายร้าน	1.357	6	293	.232
จัดวางสินค้า	.659	6	293	.683
ร้านสะอาด ทั่วถึง	.258	6	293	.956

สินค้าเพียงพอไม่ขาดตลาด

## Duncan

รายได้	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	2
30000up	16	3.1250	
10001-15000	60		3.6667
25001-30000	12		3.8333
15001-20000	33		3.8485
20001-25000	33		3.8788
5000-10000	84		3.9167
ต่ำกว่า 5000	62		4.0161
Sig.		1.000	.234

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

**ประวัติผู้เขียน**

ชื่อ นายชาญศักดิ์ สิทธิพงศ์

วัน เดือน ปี เกิด 31 ตุลาคม 2523

ประวัติการศึกษา สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายโรงเรียนปัว  
จังหวัดน่าน ปีการศึกษา 2541

สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี คณะเกษตร สาขาพืชไร่  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
ปีการศึกษา 2545

ประวัติการทำงาน 2546 – 2548 บริษัทฟลอร่าเทค จำกัด  
2549 – ปัจจุบัน ประกอบธุรกิจส่วนตัว

**ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่**  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved