

Charity Marketing

A/B testing

Customer Relationship Management
Analytics and Intelligence



Group Member

- | | |
|------------------------------|--------------|
| 1. 6210412003 นายพชร | วินิตวัฒนคุณ |
| 2. 6210412011 นางสาววนัสวรรณ | มีประเสริฐ |
| 3. 6210412022 นายณรงค์ฤทธิ์ | สุทธิสมุทร |
| 4. 6210412029 นางสาวกรวรรณ | หนูแดง |
| 5. 6220412019 นายอติวิชญ์ | ชนินทร์โชติก |

รูปและข้อความประกอบการขอรับบริจาคโดยการใช้รูปเด็กหลายคนและเด็กคนเดียว
มีผลในการตัดสินใจแตกต่างกันหรือไม่ (คะแนน 1-5)

รูป A



ร่วมบริจาคให้ น้อง ๆ
ได้มีโอกาสทางการศึกษา

รูป B



ร่วมบริจาคให้ น้องกล้า
ได้มีโอกาสทางการศึกษา

Details Overall (Paired T-Test)

H_0 : ค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการบริจากรูปเด็กหลายคนและเด็กคนเดียวไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการบริจากรูปเด็กหลายคนและเด็กคนเดียวแตกต่างกัน

Paired Samples Test

		Paired Differences							
					95% Confidence Interval of the Difference				
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	Lower	Upper	t	df	Sig. (2-tailed)
Pair 1	รูป A - รูป B	.879	1.340	.140	.600	1.158	6.257	90	.000

- รูปและข้อความประกอบการขอรับบริจาคโดยการใช้รูปเด็กหลายคนและเด็กคนเดียวมีผลในการตัดสินใจที่แตกต่างกัน (Sig 0.000 < 0.5)

Details Overall (Paired T-Test)

Paired Samples Statistics					
		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	รูป A	4.38	91	.904	.095
	รูป B	3.51	91	1.158	.121

- รูปและข้อความประกอบการขอรับบริจาคโดยการใช้รูปเด็กหลายคนและเด็กคนเดียวมีผลในการตัดสินใจที่แตกต่างกัน โดยพบว่าการใช้รูปเด็กหลายคนมีระดับคะแนนเฉลี่ยมากกว่าการใช้รูปเด็กคนเดียว

รูป A



ร่วมบริจาคให้ น้อง ๆ
ได้มีโอกาสทางการศึกษา

4.38 > 3.51

รูป B



ร่วมบริจาคให้ น้องกล้า
ได้มีโอกาสทางการศึกษา

Result Male (Paired T-Test)

H_0 : ค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการบริจากรูปเด็กหลายคนและเด็กคนเดียวของเพศชายไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการบริจากรูปเด็กหลายคนและเด็กคนเดียวของเพศชายแตกต่างกัน

Paired Samples Test									
		Paired Differences							
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference		t	df	Sig. (2-tailed)
					Lower	Upper			
Pair 1	รูป A - รูป B	.940	1.434	.203	.532	1.348	4.634	49	.000

- รูปและข้อความประกอบการขอรับบริจาคโดยการใช้รูปเด็กหลายคนและเด็กคนเดียวของเพศชายมีผลในการตัดสินใจที่แตกต่างกัน (Sig 0.000 < 0.5)

Result Male (Paired T-Test)

Paired Samples Statistics					
		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	รูป A	4.30	50	1.055	.149
	รูป B	3.36	50	1.225	.173

- รูปและข้อความประกอบการขอรับบริจาคโดยการใช้รูปเด็กหลายคนและเด็กคนเดียวมีผลในการตัดสินใจที่แตกต่างกัน โดยพบว่าการใช้รูปเด็กหลายคนมีระดับคะแนนเฉลี่ยมากกว่าการใช้รูปเด็กคนเดียว

รูป A



ร่วมบริจาคให้ น้อง ๆ
ได้มีโอกาสทางการศึกษา

4.30 > 3.36

รูป B



ร่วมบริจาคให้ น้องกล้า
ได้มีโอกาสทางการศึกษา

Result Female (Paired T-Test)

H_0 : ค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการบริจากรูปเด็กหลายคนและเด็กคนเดียวของเพศหญิงไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการบริจากรูปเด็กหลายคนและเด็กคนเดียวของเพศหญิงแตกต่างกัน

Paired Samples Test									
		Paired Differences							
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference		t	df	Sig. (2-tailed)
					Lower	Upper			
Pair 1	รูป A - รูป B	.805	1.229	.192	.417	1.193	4.193	40	.000

- รูปและข้อความประกอบการขอรับบริจาคโดยการใช้รูปเด็กหลายคนและเด็กคนเดียวของเพศหญิงมีผลในการตัดสินใจที่แตกต่างกัน (Sig 0.000 < 0.5)

Result Female (Paired T-Test)

Paired Samples Statistics					
		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	รูป A	4.49	41	.675	.105
	รูป B	3.68	41	1.059	.165

- รูปและข้อความประกอบการขอรับบริจาคโดยการนำรูปเด็กหลายคนและเด็กคนเดียวมีผลในการตัดสินใจที่แตกต่างกัน โดยพบว่าการใช้รูปเด็กหลายคนมีระดับคะแนนเฉลี่ยมากกว่าการใช้รูปเด็กคนเดียว

รูป A



ร่วมบริจาคให้ น้อง ๆ
ได้มีโอกาสทางการศึกษา

4.49 > 3.68

รูป B

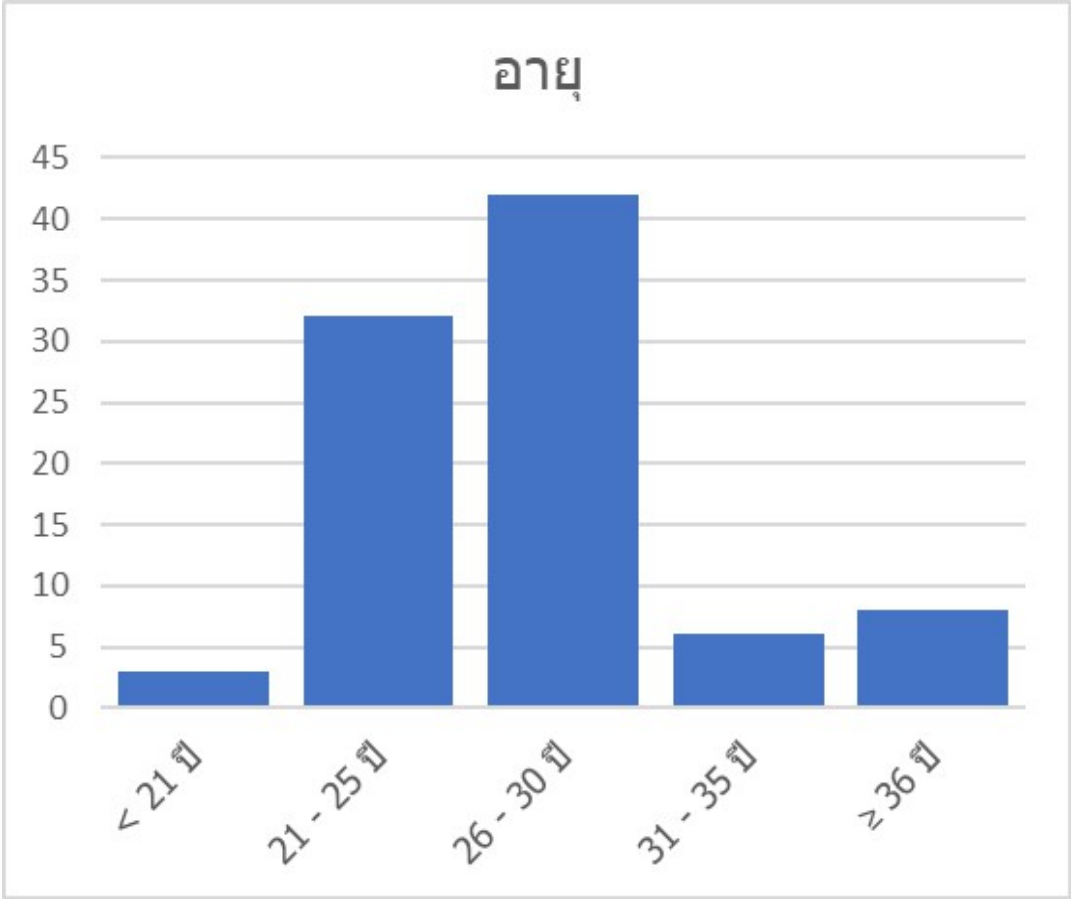
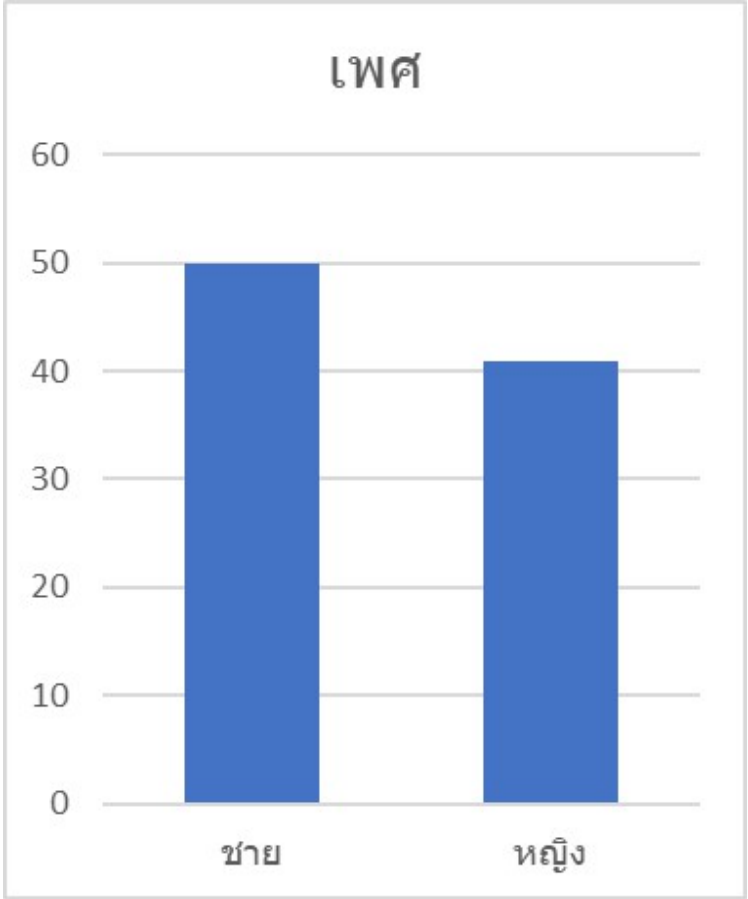


ร่วมบริจาคให้ น้องกล้า
ได้มีโอกาสทางการศึกษา

Founding Insight

“รูปและข้อความประกอบการขอรับบริจาคที่เป็นรูปเด็กหลายคน
ส่งผลกับการตัดสินใจเลือกบริจาคของผู้บริจาคมากกว่ารูปคนเดียว”

Demographic



Demographic

