

บทที่ 3 ผลการวิจัย

การเสนอผลการวิจัยการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด ผู้วิจัยเสนอเป็นลำดับดังนี้

1. ลักษณะกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละของจำนวนสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาด จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ สถานภาพทางสังคม ความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ ความรู้ความเข้าใจในหลักการและวิถีทางสหกรณ์และศูนย์สาธิตการตลาด และเจตคติเกี่ยวกับศูนย์สาธิตการตลาด
2. ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ มัชฌิมเลขคณิต และความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนระดับการมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อทดสอบนัยสำคัญทางสถิติตามลำดับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ค่าสถิติพื้นฐาน

ค่าสถิติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง แสดงการแจกแจงความถี่ตามตัวแปรอิสระ และค่าสถิติของตัวแปรตามจำแนกตามตัวแปรอิสระ มีดังนี้

1. ค่าร้อยละของจำนวนสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาด จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ สถานภาพทางสังคม ความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ ความรู้ความเข้าใจในหลักการและวิถีทางสหกรณ์และศูนย์สาธิตการตลาด และเจตคติเกี่ยวกับศูนย์สาธิตการตลาด ปรากฏดังตาราง 1-8

ตาราง 1 สมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	167	61.40
หญิง	105	38.60
รวม	272	100

จากตาราง 1 สมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดกลุ่มตัวอย่างมีเพศชาย ร้อยละ 61.40 และเพศหญิง ร้อยละ 38.60

ตาราง 2 สมาชิกศูนย์สวัสดิการตลาดกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	21	7.70
20-40 ปี	158	58.10
40 ปีขึ้นไป	93	34.20
รวม	272	100

จากตาราง 2 สมาชิกศูนย์สวัสดิการตลาดกลุ่มตัวอย่าง อายุระหว่าง 20-40 ปี มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 58.10 รองลงมาอายุ 40 ปีขึ้นไป ร้อยละ 34.20 อายุต่ำกว่า 20 ปี มีน้อยที่สุด ร้อยละ 7.70

ตาราง 3 สมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับประถมศึกษา	165	60.70
ระดับมัธยมศึกษา	80	29.40
สูงกว่ามัธยมศึกษา	27	9.90
รวม	272	100

จากตาราง 3 สมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดกลุ่มตัวอย่าง การศึกษาในระดับประถมศึกษามากที่สุด ร้อยละ 60.70 รองลงมาระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 29.40 และที่มีการศึกษาสูงกว่ามัศึกษาน้อยที่สุด ร้อยละ 9.90

ตาราง 4 สมาชิกศูนย์สวัสดิการรตลาดกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับรายได้

รายได้ต่อปี	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 3,000 บาท	18	6.60
3,000 - 6,000 บาท	53	19.50
6,001 - 9,000 บาท	59	21.50
9,000 บาทขึ้นไป	142	52.20
รวม	272	100

จากตาราง 4 สมาชิกศูนย์สวัสดิการรตลาดกลุ่มตัวอย่างมีรายได้ต่อปี รายได้ 9,000 บาทขึ้นไป มากที่สุด ร้อยละ 52.20 รองลงมา รายได้ 6,001 - 9,000 บาท ร้อยละ 21.70 รายได้ 3,000 - 6,000 บาท ร้อยละ 19.50 และน้อยที่สุด รายได้ต่ำกว่า 3,000 บาท ร้อยละ 6.60

ตาราง 5 สมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพทางสังคม

สถานภาพทางสังคม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผู้นำกลุ่มต่าง ๆ	32	11.80
ประชาชนธรรมดา	240	88.20
รวม	272	100

จากตาราง 5 สมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดกลุ่มตัวอย่าง มีผู้นำกลุ่มต่าง ๆ ร้อยละ 11.40 และประชาชนธรรมดา ร้อยละ 88.60

ตาราง 6 สมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสัมพันธ์กับ
เจ้าหน้าที่

ความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1 - 5 ครั้ง/ปี	185	68.00
6 - 10 ครั้ง/ปี	87	32.00
รวม	272	100

จากตาราง 6 สมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์
กับเจ้าหน้าที่พัฒนากรและเกษตรตำบลในรอบปีที่ผ่านมา ส่วนใหญ่ระหว่าง 1-5
ครั้ง/ปี ร้อยละ 68.00 และรองลงมา 6-10 ครั้ง/ปี ร้อยละ 32.00

ตาราง 7 สมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความรู้ความเข้าใจ
ในหลักการและวิถีทางสหกรณ์และศูนย์สาธิตการตลาด

ระดับความรู้ความเข้าใจ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
มีความรู้ความเข้าใจต่ำ	127	46.70
มีความรู้ความเข้าใจสูง	145	53.30
รวม	272	100

จากตาราง 7 สมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดกลุ่มตัวอย่าง มีความรู้ความเข้าใจในหลักการและวิถีทางสหกรณ์และศูนย์สาธิตการตลาด มีความรู้ความเข้าใจสูง ร้อยละ 53.30 มีความรู้ความเข้าใจต่ำ ร้อยละ 46.70

ตาราง 8 สมาชิกศูนย์สวัสดิการตลาดกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเจตคติเกี่ยวกับศูนย์
สวัสดิการตลาด

เจตคติ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เจตคติต่ำ	124	45.60
เจตคติสูง	148	54.40
รวม	272	100

จากตาราง 8 สมาชิกศูนย์สวัสดิการตลาดกลุ่มตัวอย่าง มีเจตคติ
เกี่ยวกับศูนย์สวัสดิการตลาดสูง ร้อยละ 54.40 และมีเจตคติต่ำ ร้อยละ 45.60

2. มัชฌิมเลขคณิต (\bar{X}) ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด ปรากฏดังตาราง 9-16

ตาราง 9 มัชฌิมเลขคณิตและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนการมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด ของสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาด กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	N	\bar{X}	S.D.
ชาย	167	10.18	3.59
หญิง	105	8.57	3.50

จากตาราง 9 สมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ มีคะแนนการมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด มีค่ามัชฌิมเลขคณิตของเพศชายและเพศหญิง คือ 10.18 และ 8.57 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 3.59 และ 3.50 ตามลำดับ

ตาราง 10 มีชัฒมเลบคณดแลลควมเบยงเบนมตรฐนของคณนการมยส่วนร่วม
 ในการจยดตั้งศูนย์สวธการตลาด ของสมาชกกลุ่มตัวอย่างจําแนกตาม
 อายุ

อายุ	N	\bar{X}	S.D.
ต่ำกว่า 20 ปี	21	8.00	2.79
20 - 40 ปี	158	9.12	3.70
40 ปีขึ้นไป	93	10.65	3.42

จากตาราง 10 สมาชิกศูนย์สวธการตลาดกลุ่มตัวอย่างจําแนกตามอายุ
 มยคณนการมยส่วนร่วมในการจยดตั้งศูนย์สวธการตลาด มยค่ามยชัฒมเลบคณดของกลุ่มที่
 มยอายุ 40 ปีขึ้นไป, อายูระหว่าง 20-40 ปี แลลอายูต่ำกว่า 20 ปี คย 10.65,
 9.12 แลล 8.00 ตามลำดับ แลลค่าส่วนเบยงเบนมตรฐนของกลุ่มที่มีอายูระหว่าง
 20-40 ปี, อายุ 40 ปีขึ้นไป แลลอายูต่ำกว่า 20 ปี คย 3.70, 3.42 แลล 2.79
 ตามลำดับ

ตาราง 11 มัชฌิม เลขคณิตและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนการมีส่วนร่วม
ในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด ของสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาด
กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	N	X	S.D.
ระดับประถมศึกษา	165	10.16	3.71
ระดับมัธยมศึกษา	80	8.29	3.25
สูงกว่ามัธยมศึกษา	27	9.63	3.40

จากตาราง 11 สมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม
ระดับการศึกษา มีคะแนนการมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด มีค่ามัชฌิม
เลขคณิตของกลุ่มที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา, สูงกว่ามัธยมศึกษาและระดับมัธยม
ศึกษา คือ 10.16, 9.63 และ 8.29 และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน คือ 3.71,
3.40 และ 3.25 ตามลำดับ

ตาราง 12 มัชฌิมเลขคณิตและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนการมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด ของสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

รายได้ต่อปี	N	X	S.D.
ต่ำกว่า 3,000 บาท	18	9.55	3.13
3,000 - 6,000 บาท	53	11.15	3.05
6,001 - 9,000 บาท	59	11.22	2.96
9,000 บาทขึ้นไป	142	8.27	3.66

จากตาราง 12 สมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ มีคะแนนการมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด มีค่ามัชฌิมเลขคณิตของกลุ่มที่มีรายได้ 6,001 - 9,000 บาท, 3,000 - 6,000 บาท, ต่ำกว่า 3,000 บาท และ 9,000 บาทขึ้นไป คือ 11.22, 11.15, 9.55 และ 8.27 และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มที่มีรายได้ 9,000 บาทขึ้นไป, ต่ำกว่า 3,000 บาท, 3,000 - 6,000 บาท และ 6,001 - 9,000 บาท คือ 3.66, 3.13, 3.05 และ 2.95

ตาราง 13 มัชฌิม เลขคณิตและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนการมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด ของสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพทางสังคม

สถานภาพทางสังคม	N	X	S.D.
ผู้นำกลุ่มต่างๆ	32	12.56	3.33
ประชาชนธรรมดา	240	9.16	3.49

จากตาราง 13 สมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพทางสังคม มีคะแนนการมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด มีค่ามัชฌิมเลขคณิตของกลุ่มผู้นำต่าง ๆ และประชาชนธรรมดา คือ 12.56 และ 9.16 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชาชนธรรมดา และผู้นำกลุ่มต่าง ๆ คือ 3.49 และ 3.33 ตามลำดับ

ตาราง 14 มัชฌิมเลขคณิตและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนการมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด ของสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาด กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่

ความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่	N	X	S.D.
1 - 5 ครั้ง/ปี	185	8.29	3.67
6 - 10 ครั้ง/ปี	87	10.80	3.23

จากตาราง 14 สมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ มีคะแนนการมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด มีค่ามัชฌิมเลขคณิตของกลุ่มที่มีความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ 6 - 10 ครั้ง/ปี และ 1 - 5 ครั้ง/ปี คือ 10.80 และ 8.29 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มที่มีความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ 1 - 5 ครั้ง/ปี และ 6 - 10 ครั้ง/ปี คือ 3.67 และ 3.23

ตาราง 15 มีชัฒมเลขคณตและควมเบงเบนมาตรฐานของคะแนนการมส่วร่วม
ในการจตตั้งศูนย์สาธตการตลาด ของสมาชิกศูนย์สาธตการตลาดกลุ่ม
ตัวอย่างจําแนกตามความรู้ความเข้าใจในหลักการและวธทางสหกรณ์
และศูนย์สาธตการตลาด

ความรู้ความเข้าใจ	N	X	S.D.
ความรู้ความเข้าใจต่ำ	127	9.03	3.39
ความรู้ความเข้าใจสูง	145	10.02	3.78

จากตาราง 15 สมาชิกศูนย์สาธตการตลาดกลุ่มตัวอย่างจําแนกตาม
ความรู้ความเข้าใจในหลักการและวธทางสหกรณ์และศูนย์สาธตการตลาด มคะแนน
การมส่วร่วมในการจตตั้งศูนย์สาธตการตลาด มีค่ามีชัฒมเลขคณตของกลุ่มที่มีความ
รู้ความเข้าใจสูง และกลุ่มที่มีความรู้ความเข้าใจต่ำ คอ 10.02 และ 9.03 และ
มีค่าควมเบงเบนมาตรฐาน คอ 3.78 และ 3.39 ตามลำดับ

ตาราง 16 มัชฌิม เลขคณิตและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนการมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด ของสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม เจตคติเกี่ยวกับศูนย์สาธิตการตลาด

เจตคติ	N	X	S.D.
เจตคติต่ำ	124	9.88	3.72
เจตคติสูง	148	9.29	3.54

จากตาราง 16 สมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเจตคติเกี่ยวกับศูนย์สาธิตการตลาด มีคะแนนการมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด มีค่ามัชฌิม เลขคณิตของกลุ่มที่เจตคติต่ำ และกลุ่มที่มีเจตคติสูง คือ 9.88 และ 9.29 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน คือ 3.72 และ 3.54 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนการมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาดของสมาชิกศูนย์สวัสดิการตลาด ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพทางสังคม ความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ ความรู้ความเข้าใจในหลักการและวิถีทางสหกรณ์และศูนย์สวัสดิการตลาด และเจตคติเกี่ยวกับศูนย์สวัสดิการตลาดต่างกัน เปรียบตามลำดับสมมติฐาน ปรากฏดังตาราง 17-27 และผลการวิเคราะห์เหตุผลของการเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาด ตาราง 28 และผลการวิเคราะห์สมาชิกที่เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาดจำแนกตามผู้ชักชวนให้เข้าร่วม ตาราง 29

สมมุติฐานข้อที่ 1 สมาชิกเพศชายจะมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการ
ตลาดสูงกว่าเพศหญิง

ตาราง 17 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนการมีส่วนร่วมในการจัดตั้ง
ศูนย์สวัสดิการตลาด ระหว่างสมาชิกศูนย์สวัสดิการตลาดที่มีเพศต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P>F
ระหว่างกลุ่ม	1	166.73	166.73	13.20	0.0003
ภายในกลุ่ม	270	3410.32	12.63		
รวม	271	3577.05			

จากตาราง 17 แสดงว่าสมาชิกศูนย์สวัสดิการตลาดที่มีเพศต่างกัน มีส่วน
ร่วมในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาดต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P = 0.0003$)
ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานข้อที่ 1 และจากตารางที่ 9 ค่ามัชฌิมเลขคณิต แสดงให้เห็น
ว่าสมาชิกเพศชายมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาดสูงกว่าสมาชิกเพศหญิง

สมมุติฐานข้อที่ 2 สมาชิกที่มีอายุสูงจะมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดระหว่างสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดสูงกว่าสมาชิกที่มีอายุต่ำ

ตาราง 18 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนการมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด ระหว่างสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีอายุต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P>F
ระหว่างกลุ่ม	2	193.35	96.68	7.69	0.0006
ภายในกลุ่ม	269	3383.70	12.58		
รวม	271	3577.05			

จากตาราง 18 แสดงว่าสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีอายุต่างกัน มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P = 0.0006$) ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานข้อที่ 2 ดังนั้นจึงต้องทดสอบเปรียบเทียบเป็นรายคู่ เพื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างกลุ่มสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดกลุ่มตัวอย่างที่อายุต่างกัน ดังแสดงในตาราง 19

ตาราง 19 การเปรียบเทียบค่ามัธยัม เลขคณิตของคะแนนการมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดที่มีอายุต่างกันเป็นรายคู่

	\bar{X}	40 ปีขึ้นไป	20-40 ปี	ต่ำกว่า 20 ปี
40 ปีขึ้นไป	10.65		1.53 *	2.65 **
20 - 40 ปี	9.12			1.12
ต่ำกว่า 20 ปี	8.00			

* $P < .05$

** $P < .01$

จากตาราง 19 แสดงว่าสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไปมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดสูงกว่าสมาชิกที่มีอายุ 20-40 ปี และสมาชิกที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ .01 ตามลำดับ แต่สมาชิกที่มีอายุ 20-40 ปี กับสมาชิกที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดไม่ต่างกัน

สมมุติฐานข้อที่ 3 สมาชิกที่มีระดับการศึกษาสูงจะมีส่วนร่วมในการจัดตั้ง
ศูนย์สาธิตการตลาดสูงกว่าสมาชิกที่มีระดับการศึกษาต่ำ

ตาราง 20 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนการมีส่วนร่วมในการจัดตั้ง
ศูนย์สาธิตการตลาด ระหว่างสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีระดับการ
ศึกษาต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P>F
ระหว่างกลุ่ม	2	189.79	94.90	7.54	0.0007
ภายในกลุ่ม	269	3387.26	12.59		
รวม	271	3577.05			

จากตาราง 20 แสดงว่าสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีระดับการศึกษา
ต่างกันมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
($P = 0.0007$) ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานข้อที่ 3 จึงต้องทดสอบเปรียบเทียบเป็น
รายคู่ เพื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างกลุ่มสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดกลุ่มตัวอย่าง
ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ดังแสดงในตาราง 21

ตาราง 21 การเปรียบเทียบค่ามัธยัมเลขคณิตของคะแนนการมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

	\bar{X}	ระดับ ประถมศึกษา	สูงกว่า มัธยมศึกษา	ระดับ มัธยมศึกษา
ระดับประถมศึกษา	10.16		0.54	1.88 **
สูงกว่ามัธยมศึกษา	9.62			1.34 *
ระดับมัธยมศึกษา	8.28			

* $P < .05$

** $P < .01$

จากตาราง 21 แสดงว่าสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษามีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดสูงกว่าสมาชิกที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสมาชิกที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับมัธยมมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดสูงกว่าสมาชิกที่มีการศึกษาระดับมัธยม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่สมาชิกที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา กับสมาชิกที่มีการศึกษาสูงกว่ามัศึกษามีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดไม่แตกต่างกัน

สมมุติฐานข้อที่ 4 สมาชิกที่มีรายได้สูงจะมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์
 สาธิตการตลาด สูงกว่าสมาชิกที่มีรายได้ต่ำ

ตาราง 22 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนการมีส่วนร่วมในการจัด
 ตั้งศูนย์สาธิตการตลาด ระหว่างสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีรายได้
 ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P>F
ระหว่างกลุ่ม	3	531.39	177.13	15.59	0.0001
ภายในกลุ่ม	268	3045.66	11.36		
รวม	271	3577.05			

จากตาราง 22 แสดงว่าสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีรายได้ต่างกันมี
 ส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P=$
 0.0001) ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานข้อที่ 4 ดังนั้นจึงต้องทดสอบเปรียบเทียบเป็น
 รายคู่เพื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างกลุ่มสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดกลุ่มตัวอย่าง
 ที่มีรายได้ต่างกัน ดังแสดงในตาราง 23

ตาราง 23 การเปรียบเทียบค่ามัธยัม เลขคณิตของคะแนนการมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดที่มีรายได้ต่างกัน

		6,001- 9,000 บาท	3,000- 6,000 บาท	ต่ำกว่า 3,000 บาท	9,000 บาท ขึ้นไป
6,001-9,000 บาท	11.22		.07	1.67	2.95 **
3,000-6,000 บาท	11.15			1.60	2.88 **
ต่ำกว่า 3,000 บาท	9.55				1.28
9,000 บาทขึ้นไป	8.27				

** $P < .01$

จากตาราง 23 แสดงว่าสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีรายได้ 6,001-9,000 บาท และ 3,000-6,000 บาท มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดสูงกว่าสมาชิกที่มีรายได้ 9,000 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ตามลำดับ ส่วนสมาชิกที่มีรายได้ 6,001-9,000 บาท กับ 3,000-6,000 บาท และต่ำกว่า 3,000 บาท มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด ไม่แตกต่างกัน และสมาชิกที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาทกับ 9,000 บาท ขึ้นไป มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดไม่แตกต่าง

สมมุติฐานข้อที่ 5 สมาชิกที่เป็นผู้นำกลุ่มต่างๆ จะมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด สูงกว่าสมาชิกที่เป็นประชาชนธรรมดา

ตาราง 24 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนการมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด ระหว่างสมาชิกที่มีสถานภาพต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P>F
ระหว่างกลุ่ม	1	327.20	327.20	27.18	0.0001
ภายในกลุ่ม	270	3249.85	12.03		
รวม	271	3577.05			

จากตาราง 24 แสดงว่าสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีสถานภาพต่างกันมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P = 0.0001$) ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานข้อที่ 5 และจากตาราง 13 ค่ามัชฌิมเลขคณิตแสดงให้เห็นว่าสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีสถานภาพเป็นผู้นำกลุ่มต่างๆ มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดสูงกว่าสมาชิกที่มีสถานภาพที่เป็นประชาชนธรรมดา

สมมุติฐานข้อที่ 6 สมาชิกที่มีความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่มาก จะมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาด สูงกว่าสมาชิกที่มีความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่น้อย

ตาราง 25 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนการมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาด ระหว่างสมาชิกศูนย์สวัสดิการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P>F
ระหว่างกลุ่ม	1	198.51	198.51	15.86	0.0001
ภายในกลุ่ม	270	3378.54	12.51		
รวม	271	3577.05			

จากตาราง 25 แสดงว่าสมาชิกศูนย์สวัสดิการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ต่างกัน มีส่วนร่วมในจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาดต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P = 0.0001$) ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานข้อที่ 6 และจากตาราง 14 ค่ามัชฌิมเลขคณิต แสดงให้เห็นว่าสมาชิกที่มีความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่มาก มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาดสูงกว่าสมาชิกที่มีความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่น้อย

สมมุติฐานข้อที่ 7 สมาชิกที่มีความรู้ความเข้าใจในหลักการและวิถีทางสหกรณ์ และศูนย์สาธิตการตลาดสูง จะมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดสูงกว่าสมาชิกที่มีความรู้ความเข้าใจในหลักการและวิถีทางสหกรณ์และศูนย์สาธิตการตลาดต่ำ

ตาราง 26 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนการมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด ระหว่างสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีความรู้ความเข้าใจในหลักการและวิถีทางสหกรณ์และศูนย์สาธิตการตลาดที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	dF	SS	MS	F	P>F
ระหว่างกลุ่ม	1	66.24	66.24	5.09	0.0248
ภายในกลุ่ม	270	3510.81	13.00		
รวม	271	3577.05			

จากตาราง 26 แสดงว่าสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีความรู้ความเข้าใจในหลักการและวิถีทางสหกรณ์และศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P = 0.0248$) ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานข้อที่ 7 และจากตาราง 15 ค่ามีชัณมีเลขคณิตแสดงให้เห็นว่าสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีความรู้ความเข้าใจในหลักการและวิถีทางสหกรณ์และศูนย์สาธิตการตลาดสูง มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดสูงกว่าสมาชิกที่มีความรู้ความเข้าใจในหลักการและวิถีทางสหกรณ์และศูนย์สาธิตการตลาดต่ำ

สมมุติฐานข้อที่ 8 สมาชิกที่มีเจตคติต่อศูนย์สวัสดิการตลาดสูง จะมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาด สูงกว่าสมาชิกที่มีเจตคติต่อศูนย์สวัสดิการตลาดต่ำ

ตาราง 27 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนการมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาด ระหว่างสมาชิกศูนย์สวัสดิการตลาดที่มีเจตคติต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P>F
ระหว่างกลุ่ม	1	23.36	23.66	1.78	0.1838
ภายในกลุ่ม	270	3553.69	13.16		
รวม	271	3577.05			

จากตาราง 27 แสดงว่าสมาชิกศูนย์สวัสดิการตลาดที่มีเจตคติต่างกันมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาด ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($P = 0.1838$) ปฏิเสธสมมุติฐานข้อที่ 8 และจากตาราง 16 ค่ามีซิมิลีเลบคณิต แสดงให้เห็นว่าสมาชิกศูนย์สวัสดิการตลาดที่มีเจตคติต่อศูนย์สวัสดิการตลาดสูง และที่มีเจตคติต่อศูนย์สวัสดิการตลาดต่ำมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาดไม่ต่างกัน

ตาราง 28 สมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลของการเข้าร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด

เหตุผล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพราะต้องการช่วยเหลือซึ่งกันและกันระหว่างสมาชิก	184	67.65
เพราะคาดว่าจะได้รับผลประโยชน์จากศูนย์สาธิตการตลาด	53	19.48
เพราะต้องการมีความสัมพันธ์กับเพื่อนบ้าน	27	9.93
เพราะต้องการมีเกียรติและเป็นที่ยกย่องของคนทั่วไป	5	1.84
เพราะเหตุผลอื่น ๆ	3	1.10

จากตาราง 28 สมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดกลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลของการเข้าร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด เพราะต้องการช่วยเหลือซึ่งกันและกันระหว่างสมาชิก มากที่สุด ร้อยละ 67.65 รองลงมา เพราะคาดว่าจะได้รับผลประโยชน์จากศูนย์สาธิตการตลาด ร้อยละ 19.48 เพราะต้องการมีความสัมพันธ์กับเพื่อน ร้อยละ 9.93 เพราะต้องการมีเกียรติและเป็นที่ยกย่องทั่วไป ร้อยละ 1.84 และ น้อยที่สุด เพราะเหตุผลอื่น ๆ ร้อยละ 1.10 ตามลำดับ

ตาราง 29 สมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดจำแนกตามผู้ชักชวนให้เข้าร่วมในการจัดตั้ง
ศูนย์สาธิตการตลาด

ผู้ชักชวนให้ประชาชนเข้าร่วม	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพื่อนบ้าน	103	37.90
กรรมการหมู่บ้าน	68	25.00
พัฒนากร	59	21.70
ผู้ใหญ่บ้าน	16	5.85
เกษตรตำบล	7	2.60
ครู	3	1.10
อื่น ๆ	16	5.85

จากตาราง 29 ผู้ที่ชักชวนให้ประชาชนเข้าร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิต
การตลาด เพื่อนบ้าน ร้อยละ 37.90 มากที่สุด กรรมการหมู่บ้าน ร้อยละ 25.00
พัฒนากร ร้อยละ 21.70 ผู้ใหญ่บ้าน ร้อยละ 5.85 เกษตรตำบล ร้อยละ 2.60
ครู ร้อยละ 1.10 และอื่น ๆ ร้อยละ 5.85