

บทที่ 3  
ผลการวิจัย

การเสนอผลการวิจัยการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดของสมาชิกที่มีสถานภาพต่างกัน ผู้วิจัยจะเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับค่าร้อยละของการแจกแจงความถี่ของตัวแปรอิสระ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาด และการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้

การแจกแจงความถี่ของกลุ่มตัวอย่าง

ค่าสถิติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างสำหรับแสดงการแจกแจงความถี่ตามตัวแปรอิสระมีดังต่อไปนี้

1. การแจกแจงความถี่ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ สถานภาพผู้นำ ความรู้ความเข้าใจ เจตคติต่อศูนย์สาธิตการตลาดและความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ ดังปรากฏตามตาราง 2-9

ตาราง 2 กลุ่มตัวอย่างสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	111	42.9
หญิง	148	57.1
รวม	259	100.0

จากตาราง 2 กลุ่มตัวอย่างสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดประกอบด้วยเพศชาย จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 42.9 เพศหญิง จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 57.1

ตาราง 3 กลุ่มตัวอย่างสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดจำแนกตามระดับอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
20-40 ปี	155	59.8
41-60 ปี	95	36.7
สูงกว่า 60 ปี	9	3.5
รวม	259	100.0

จากตาราง 3 กลุ่มตัวอย่างสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดประกอบด้วย กลุ่มอายุ 20-40 ปี มีจำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 59.8 กลุ่มอายุ 41-60 ปี มีจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 36.7 และกลุ่มอายุสูงกว่า 60 ปี มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5

ตาราง 4 กลุ่มตัวอย่างสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่จบระดับประถมศึกษา	19	7.3
จบระดับประถมศึกษา	117	45.2
สูงกว่าระดับประถมศึกษา	123	47.5
รวม	259	100.0

จากตาราง 4 กลุ่มตัวอย่างสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดมีการศึกษาไม่จบระดับประถมศึกษา จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 มีการศึกษาจบระดับประถมศึกษาจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 45.2 และมีการศึกษาสูงกว่าระดับประถมศึกษาจำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5

ตาราง 5 กลุ่มตัวอย่างสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดจําแนกตามระดับรายได้

รายได้เฉลี่ยต่อปี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	54	20.8
5,000 - 10,000 บาท	137	52.9
สูงกว่า 10,000 บาท	68	26.3
รวม	259	100.0

จากตาราง 5 กลุ่มตัวอย่างสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดมีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ต่อปีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 มีรายได้ระหว่าง 5,000 - 10,000 บาท ต่อปี จำนวน 137 คนคิดเป็นร้อยละ 52.9 และมีรายได้สูงกว่า 10,000 บาทต่อปี จำนวน 68 คน คิดเป็น ร้อยละ 26.3

ตาราง 6 กลุ่มตัวอย่างสมาชิกศูนย์สวัสดิการตลาดจำแนกตามสถานภาพผู้นำ

สถานภาพการเป็นผู้นำ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เป็น	125	48.3
ไม่เป็น	134	51.7
รวม	259	100.0

จากตาราง 6 กลุ่มตัวอย่างสมาชิกศูนย์สวัสดิการตลาดมีสถานภาพเป็นผู้นำจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 และมีสถานภาพไม่เป็นผู้นำจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 51.7

ตาราง 7 กลุ่มตัวอย่างสมาชิกศูนย์สวัสดิการตลาดจำแนกตามระดับความรู้ความเข้าใจ

ความรู้ความเข้าใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำ	23	8.9
ปานกลาง	199	76.8
สูง	37	14.3
รวม	259	100.0

จากตาราง 7 กลุ่มตัวอย่างสมาชิกศูนย์สวัสดิการตลาดมีความรู้ความเข้าใจต่ำจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9 มีความรู้ความเข้าใจปานกลาง จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 76.8 และมีความรู้ความเข้าใจสูงจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3

ตาราง 8 กลุ่มตัวอย่างสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดจำแนกตามความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่

จำนวนครั้งการติดต่อสัมพันธ์ (ครั้ง/ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
0-3 ครั้ง	94	36.3
4-6 ครั้ง	84	32.4
7 ครั้งขึ้นไป	81	31.3
รวม	259	100.0

จากตาราง 8 กลุ่มตัวอย่างสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีการติดต่อสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ 0-3 ครั้งต่อปี จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 มีการติดต่อสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ 4-6 ครั้งต่อปี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 32.4 และมีการติดต่อสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ 7 ครั้งขึ้นไปต่อปี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3

ตาราง 9 กลุ่มตัวอย่างสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดจำแนกตามเจตคติต่อศูนย์สาธิตการตลาด

เจตคติต่อศูนย์สาธิตการตลาด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เจตคติสูง	143	55.2
เจตคติต่ำ	116	44.8
รวม	259	100.0

จากตาราง 9 กลุ่มตัวอย่างสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดมีเจตคติต่อศูนย์สาธิตการตลาดสูง จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 55.2 และมีเจตคติต่อศูนย์สาธิตการตลาดต่ำจำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของ  
ศูนย์สาธิตการตลาดของกลุ่มตัวอย่างสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดจำแนกตามอายุ

อายุ	N	$\bar{X}$	SD	S.E
20-40 ปี	155	2.9971	0.4310	0.0346
41-60 ปี	95	2.9053	0.4740	0.0486
สูงกว่า 60 ปี	9	2.7167	0.6210	0.2070

จากตาราง 11 กลุ่มตัวอย่างสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีระดับอายุต่างกัน มีคะแนนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดดังนี้คือ กลุ่มที่ 1 กลุ่มที่ 2 และกลุ่มที่ 3 มีคะแนนค่าเฉลี่ย 2.9971, 2.9053 และ 2.7167 ตามลำดับ และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตามลำดับของกลุ่มที่ 1 กลุ่มที่ 2 และกลุ่มที่ 3 ดังนี้คือ 0.4310, 0.4740 และ 0.6210

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของ  
ศูนย์สาธิตการตลาดของกลุ่มตัวอย่างสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดจำแนกตามระดับ  
การศึกษา

ระดับการศึกษา	N	$\bar{X}$	SD	S.E
ไม่จบระดับประถมศึกษา	19	2.4974	0.5534	0.1270
จบระดับประถมศึกษา	117	2.9500	0.4446	0.0411
สูงกว่าระดับประถมศึกษา	123	3.0276	0.4125	0.0372

จากตาราง 12 กลุ่มตัวอย่างสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มี  
คะแนนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดดังนี้ คือ กลุ่มที่ 1 กลุ่มที่ 2 และ  
กลุ่มที่ 3 มีคะแนนเฉลี่ย 2.4974, 2.9500 และ 3.0276 ตามลำดับ และมีค่าเบี่ยงเบน-  
มาตรฐานตามลำดับของกลุ่มที่ 1, กลุ่มที่ 2 และกลุ่มที่ 3 ดังนี้ คือ 0.5534, 0.4446 และ  
0.4125

ตาราง 13 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของ  
ศูนย์สาธิตการตลาดของกลุ่มตัวอย่างสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดจำแนกตามระดับรายได้

รายได้เฉลี่ยต่อปี	N	$\bar{X}$	SD	S.E
ต่ำกว่า 5,000 บาท	54	2.8713	0.4051	0.0551
5,000 - 10,000 บาท	137	2.9347	0.5140	0.0439
สูงกว่า 10,000 บาท	68	3.0574	0.3469	0.0421

จากตาราง 13 กลุ่มตัวอย่างสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีระดับรายได้ต่างกันมีคะแนนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดดังนี้คือ กลุ่มที่ 1, กลุ่มที่ 2 และกลุ่มที่ 3 มีคะแนนค่าเฉลี่ย 2.8713, 2.9347 และ 3.0574 ตามลำดับ และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตามลำดับของกลุ่มที่ 1, กลุ่มที่ 2 และกลุ่มที่ 3 ดังนี้คือ 0.4051, 0.5140 และ 0.3469

ตาราง 14 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของ  
ศูนย์สาธิตการตลาดของกลุ่มตัวอย่างสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดจำแนกตามสถานภาพผู้นำ

สถานภาพการเป็นผู้นำ	N	$\bar{X}$	SD	S.E
เป็น	125	3.0308	0.3940	0.0350
ไม่เป็น	134	2.8817	0.5000	0.0430

จากตาราง 14 กลุ่มตัวอย่างสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีสถานภาพผู้นำต่างกัน มีคะแนนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดดังนี้คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพเป็นผู้นำและไม่เป็นผู้นำมีคะแนนค่าเฉลี่ยคือ 3.0308 และ 2.8817 ตามลำดับ และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตามลำดับดังนี้คือ 0.3940 และ 0.5000



ตาราง 15 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของ  
ศูนย์สาธิตการตลาดของกลุ่มตัวอย่างสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดจำแนกตามความรู้  
ความเข้าใจ

ความรู้ความเข้าใจ	N	$\bar{X}$	SD	S.E
ต่ำ	23	3.1326	0.3410	0.0711
ปานกลาง	199	2.8975	0.4808	0.0341
สูง	37	3.1446	0.2781	0.0457

จากตาราง 15 กลุ่มตัวอย่างสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีระดับความรู้ความเข้าใจต่างกัน มีคะแนนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดดังนี้คือ กลุ่มที่มีความรู้ความเข้าใจต่ำ กลุ่มที่มีความรู้ความเข้าใจปานกลาง และกลุ่มที่มีความรู้ความเข้าใจสูง มีคะแนนเฉลี่ยคือ 3.1326, 2.8975 และ 3.1446 ตามลำดับ และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตามลำดับของกลุ่มดังนี้คือ 0.3410, 0.4808 และ 0.2781

ตาราง 16 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของ  
ศูนย์สาธิตการตลาดของกลุ่มตัวอย่างสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดจำแนกตามความสัมพันธ์  
กับเจ้าหน้าที่

จำนวนครั้งการติดต่อสัมพันธ์ (ครั้ง/ปี)	N	$\bar{X}$	SD	S.E
0-3 ครั้ง	94	2.9117	0.4690	0.0484
4-6 ครั้ง	84	2.9482	0.4817	0.0526
7 ครั้งขึ้นไป	81	3.0080	0.4140	0.0460

จากตาราง 16 กลุ่มตัวอย่างสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ต่างกัน มีคะแนนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดดังนี้คือ กลุ่มที่มีความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ 0-3 ครั้งต่อปี, กลุ่มที่มีความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ 4-6 ครั้งต่อปี และกลุ่มที่มีความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ 7 ครั้งขึ้นไปต่อปี มีคะแนนค่าเฉลี่ยคือ 2.9117, 2.9482 และ 3.0080 ตามลำดับ และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตามลำดับกลุ่มดังนี้คือ 0.4690, 0.4817 และ 0.4140

ตาราง 17 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของ  
ศูนย์สาธิตการตลาดของกลุ่มตัวอย่างสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดจำแนกตามเจตคติต่อ  
ศูนย์สาธิตการตลาด

เจตคติต่อศูนย์สาธิตการตลาด	N	$\bar{X}$	SD	S.E
เจตคติสูง	143	2.8203	0.4200	0.035
เจตคติต่ำ	116	3.1181	0.4480	0.042

จากตาราง 17 กลุ่มตัวอย่างสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีเจตคติต่อศูนย์สาธิตการตลาด  
ต่างกันมีคะแนนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดดังนี้คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีเจตคติ  
ต่อศูนย์สาธิตการตลาดสูงและกลุ่มตัวอย่างที่มีเจตคติต่อศูนย์สาธิตการตลาดต่ำ มีคะแนนค่าเฉลี่ยคือ  
2.8203 และ 3.1181 ตามลำดับ และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตามลำดับกลุ่มดังนี้คือ 0.4200 และ  
0.4480

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบนัยสำคัญทางสถิติได้เสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดระหว่างสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีสถานภาพทางด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ การมีสถานภาพผู้นำ ความรู้ความเข้าใจ ความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ และเจตคติต่อศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance หรือ One-way ANOVA) ซึ่งใช้การทดสอบค่าเอฟ (F-test) และการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison tests) โดยวิธี Tukey's HSD ตามลำดับสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 สมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีเพศต่างกัน มีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดแตกต่างกัน

ตาราง 18 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีเพศต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P> F
ระหว่างกลุ่ม	1	0.0090	0.0090	0.0432	.8356
ภายในกลุ่ม	257	53.8250	0.2094		
รวม	258	53.8340			

จากตาราง 18 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดระหว่างสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีเพศต่างกันพบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ( $P = .8356$ ) แสดงว่าสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดเพศชายและเพศหญิงมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดไม่แตกต่างกัน ดังนั้นสมมติฐานข้อที่ 1 จึงได้รับการปฏิเสธ

สมมติฐานข้อที่ 2 สมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีอายุต่างกันมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน  
ของศูนย์สาธิตการตลาดแตกต่างกัน

ตาราง 19 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของ  
สมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีอายุต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P > F
ระหว่างกลุ่ม	2	1.0205	0.5102	2.4732	.0863
ภายในกลุ่ม	256	52.8136	0.2063		
รวม	258	53.8340			

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน  
ของศูนย์สาธิตการตลาดระหว่างสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีอายุต่างกัน คือระหว่างสมาชิกกลุ่มอายุ  
20-40 ปี, 41-60 ปี และสูงกว่า 60 ปี พบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ( $P = .0863$ ) แสดงว่า  
สมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีอายุต่างกันมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดไม่  
แตกต่างกัน ดังนั้นสมมติฐานข้อที่ 2 จึงได้รับการปฏิเสธ

สมมติฐานข้อที่ 3 สมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดแตกต่างกัน

ตาราง 20 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P > F
ระหว่างกลุ่ม	2	4.6306	2.3153	12.0463	.0000
ภายในกลุ่ม	256	49.2034	0.1922		
รวม	258	53.8340			

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดระหว่างสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีระดับการศึกษาต่างกันคือ กลุ่มระดับการศึกษาไม่จบระดับประถมศึกษา, กลุ่มจบระดับประถมศึกษา และกลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าระดับประถมศึกษาพบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติ ( $P = .0000$ ) แสดงว่าสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดแตกต่างกัน สมมติฐานข้อที่ 3 จึงได้รับการยอมรับ ดังนั้นจึงต้องทดสอบเปรียบเทียบเป็นรายคู่เพื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างกลุ่มสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัันดังแสดงในตาราง 21

ตาราง 21 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิก  
ศูนย์สาธิตการตลาดที่มีระดับการศึกษาต่างกันเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ไม่จบระดับ ประถมศึกษา	จบระดับ ประถมศึกษา	สูงกว่าระดับ ประถมศึกษา
ไม่จบระดับประถมศึกษา	2.4974		0.4526**	0.5302**
จบระดับประถมศึกษา	2.9500			0.0776
สูงกว่าระดับประถมศึกษา	3.0276			

\*\*P < .01

จากตาราง 21 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกันเป็นรายคู่ชี้ให้เห็นว่า สมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดกลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับประถมศึกษาและกลุ่มที่มีระดับการศึกษาจบระดับประถมศึกษา มีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดมากกว่าสมาชิกกลุ่มที่มีระดับการศึกษาไม่จบระดับประถมศึกษาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $P < .01$ ) แต่สมาชิกกลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับประถมศึกษาเทียบกับกลุ่มที่มีระดับการศึกษาจบระดับประถมศึกษาพบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าสมาชิกทั้งสองกลุ่มนี้มีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 4 สมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีรายได้ต่างกันมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดแตกต่างกัน

ตาราง 22 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีรายได้ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P > F
ระหว่างกลุ่ม	2	1.1469	0.5734	2.7863	.0635
ภายในกลุ่ม	256	52.6871	0.2058		
รวม	258	53.8340			

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดระหว่างสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีรายได้ต่างกันพบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ( $P = .0635$ ) แสดงว่าสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกันมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดไม่แตกต่างกัน ดังนั้นสมมติฐานข้อที่ 4 จึงได้รับการปฏิเสธ



สมมติฐานข้อที่ 5 สมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีสถานภาพผู้นำต่างกันมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดแตกต่างกัน

ตาราง 23 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีสถานภาพผู้นำต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P > F
ระหว่างกลุ่ม	1	1.4374	1.4374	7.0502	.0084
ภายในกลุ่ม	257	52.3966	0.2039		
รวม	258	53.8340			

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดระหว่างสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีสถานภาพเป็นผู้นำกับสมาชิกที่ไม่เป็นผู้นำพบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติ ( $P = .0084$ ) แสดงว่าสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพผู้นำต่างกันมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดแตกต่างกัน สมมติฐานข้อที่ 5 จึงได้รับการยอมรับ ดังนั้นจึงพิจารณาความแตกต่างโดยพิจารณาค่าเฉลี่ยของคะแนนการมีส่วนร่วมในตารางที่ 14 ซึ่งชี้ให้เห็นว่าสมาชิกกลุ่มที่มีสถานภาพเป็นผู้นำมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดมากกว่าสมาชิกกลุ่มที่มีสถานภาพไม่เป็นผู้นำ

สมมติฐานข้อที่ 6 สมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีความรู้ความเข้าใจต่างกัน มีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดแตกต่างกัน

ตาราง 24 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีความรู้ความเข้าใจต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P > F
ระหว่างกลุ่ม	2	2.7133	1.3567	6.7938	.0013
ภายในกลุ่ม	256	51.1207	0.1997		
รวม	258	53.8340			

จากตารางที่ 24 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดระหว่างสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดกลุ่มที่มีความรู้ความเข้าใจสูง กลุ่มที่มีความรู้ความเข้าใจปานกลาง และกลุ่มที่มีความรู้ความเข้าใจต่ำพบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติ ( $P = .0013$ ) แสดงว่าสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความรู้ความเข้าใจต่างกันมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดแตกต่างกัน สมมติฐานข้อที่ 6 จึงได้รับการยอมรับ ดังนั้นจึงต้องทดสอบเปรียบเทียบเป็นรายคู่เพื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความรู้ความเข้าใจต่างกันดังแสดงในตาราง 25

ตาราง 25 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิก  
ศูนย์สาธิตการตลาดที่มีความรู้ความเข้าใจต่างกันเป็นรายคู่

ระดับความรู้ความเข้าใจ	$\bar{X}$	ต่ำ	ปานกลาง	สูง
ต่ำ	3.1326		0.2351 **	0.0120
ปานกลาง	2.8975			0.2471 **
สูง	3.1446			

\*\*  $P < .01$

จากตาราง 25 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความรู้ความเข้าใจต่างกันชี้ให้เห็นว่า สมาชิกกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้ความเข้าใจต่ำและสมาชิกกลุ่มที่มีความรู้ความเข้าใจสูงก็มีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดมากกว่ากลุ่มที่มีความรู้ความเข้าใจปานกลาง โดยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $P < .01$ ) แต่สมาชิกกลุ่มที่มีความรู้ความเข้าใจสูงกับสมาชิกกลุ่มที่มีความรู้ความเข้าใจต่ำมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 7 สมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ต่างกันมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดแตกต่างกัน

ตาราง 26 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P > F
ระหว่างกลุ่ม	2	0.4074	0.2037	0.9760	.3782
ภายในกลุ่ม	256	53.4266	0.2087		
รวม	258	53.8340			

จากตาราง 26 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดระหว่างสมาชิกที่มีความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ต่างกันคือ กลุ่มที่มีความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ 0-3 ครั้งต่อปี, 4-6 ครั้งต่อปี และ 7 ครั้งขึ้นไปต่อปีพบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ( $P = .3782$ ) แสดงว่าสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ต่างกันมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดไม่แตกต่างกัน ดังนั้นสมมติฐานข้อที่ 7 จึงได้รับการปฏิเสธ

สมมติฐานข้อที่ 8 สมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีเจตคติต่อศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน  
มีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดแตกต่างกัน

ตาราง 27 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของ  
สมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีเจตคติต่อศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P > F
ระหว่างกลุ่ม	1	5.6808	5.6808	30.3194	.0000
ภายในกลุ่ม	257	48.1532	0.1874		
รวม	258	53.8340			

จากตาราง 27 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดระหว่างสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดกลุ่มที่มีเจตคติสูงและกลุ่มที่มีเจตคติต่ำต่อศูนย์สาธิตการตลาดพบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติ ( $P = .0000$ ) แสดงว่าสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีเจตคติต่อศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน มีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดแตกต่างกัน สมมติฐานข้อที่ 8 จึงได้รับการยอมรับ ดังนั้นจึงพิจารณาความแตกต่างโดยพิจารณาค่าเฉลี่ยของคะแนนการมีส่วนร่วมในตาราง 17 ซึ่งชี้ให้เห็นว่าสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดกลุ่มที่มีเจตคติต่อศูนย์สาธิตการตลาดต่ำมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดมากกว่าสมาชิกกลุ่มที่มีเจตคติต่อศูนย์สาธิตการตลาดสูง