

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับองค์ประกอบคุณภาพ การให้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัด มหาสารคาม ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าสินเชื่อเพื่อธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดมหาสารคาม ที่ได้รับการ พิจารณาอนุมัติสินเชื่อจำนวน 600 ราย (ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัด มหาสารคาม. 2552 : 2)

2. กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าสินเชื่อเพื่อธุรกิจขนาด กลางและขนาดย่อมของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดมหาสารคาม ที่ได้รับ การพิจารณาอนุมัติสินเชื่อจำนวน 240 ราย

สำหรับการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวนดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยได้มาโดย ใช้สูตรการคำนวณตามวิธีของ ยามาเน่ (Yamane. 1973 : 727 ; อ้างใน บุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 38) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = ขนาดตัวอย่างที่ต้องการสุ่ม

e = ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง กำหนดให้เท่ากับ .05

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

ดังนั้น เมื่อแทนค่าในสูตรแล้วจะได้ผลดังต่อไปนี้

$$n = \frac{600}{1 + 600(0.05)^2}$$

$$= 240$$

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ 240 ราย

เมื่อได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวนดังกล่าว จากนั้นผู้วิจัยจะได้ดำเนินการสุ่มตัวอย่างโดยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งเป็นชั้นภูมิและแต่ละชั้นภูมิสุ่มแบบง่าย โดยมีขั้นตอนและมีรายละเอียดที่ปรากฏอยู่ในตารางที่ 1

1.2.1 แบ่งชั้นภูมิตามประเภทธุรกิจ 3 ประเภท

1.2.2 คำนวณขนาดตัวอย่างโดยสูตรของทาร์โรว์ยามานะ

1.2.3 คำนวณขนาดตัวอย่างในแต่ละประเภทของธุรกิจ ตามสัดส่วนของ

ประชากร แต่ละประเภท

1.2.4 ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างในแต่ละประเภทสินเชื่อบริษัทโดยสุ่มแบบกำหนด

สัดส่วน (Quota sampling) วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ, 2552 : 142) เพื่อดำเนินการแจก

แบบสอบถามกับลูกค้าที่มาใช้บริการ 10 คน แรกในแต่ละวันจนครบตามจำนวน 240 คน

ตารางที่ 1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างของลูกค้าสินเชื่อบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อมของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดมหาสารคาม

ลำดับที่	ประเภทสินเชื่อ	จำนวนผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม	
		ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
1	กิจการอุตสาหกรรม	232	93
2	กิจการค้าส่งและค้าปลีก	310	124
3	กิจการบริการ	58	23
รวม		600	240

ที่มา : ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดมหาสารคาม, 2552 : 8

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งสร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้นซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน มีรายละเอียด ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้านาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) โดยครอบคลุมเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ประเภทธุรกิจ และวัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 ปัจจัยทางการตลาดบริการสินเชื่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดมหาสารคาม โดยครอบคลุมถึง ผลิตภัณฑ์ราคาช่องทางการให้บริการ การส่งเสริมการตลาด พนักงาน ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) จำนวน 35 ข้อ

ตอนที่ 3 องค์ประกอบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของธนาคารกสิกรไทย สาขามหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม โดยครอบคลุมถึง อาคารสถานที่ ความไว้วางใจต่อเจ้าหน้าที่ ความสะดวกในการให้บริการ ความเชื่อมั่นในการให้บริการ และบุคลิกภาพและอัธยาศัยไมตรี ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า จำนวน 35 ข้อ

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนการขยายสินเชื่อเพื่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดมหาสารคาม และทำการปรึกษาและขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม โดยประยุกต์ใช้แบบสอบถามจาก
2. กำหนดขอบเขตและเนื้อหาในการตั้งคำถาม เพื่อให้สามารถตอบปัญหาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ตั้งไว้ ให้ครอบคลุมจุดมุ่งหมายของการวิจัย โดยยึดหลักว่าต้องอยู่ในหลักแห่งข้อเท็จจริง
3. นำเครื่องมือการวิจัยมากำหนดเป็นแบบสอบถามแล้วนำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อทำการตรวจสอบ ให้คำแนะนำ และแก้ไขปรับปรุง

4. นำแบบสอบถามปรับปรุงแก้ไขแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ทั้งความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) และความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิ มีดังนี้

4.1 ผศ.ดร.วิมลมาศ ปฐมวณิชกุล วุฒิการศึกษา ปร.ด. (การศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น) ตำแหน่งผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เป็นผู้เชี่ยวชาญ ด้าน โครงสร้างและเนื้อหา เพื่อตรวจสอบความครอบคลุม และความถูกต้องของแบบสอบถาม

4.2 ดร.ไพศาล วรรคำ วุฒิการศึกษา กศ.ด. (วิจัยและประมวลผลการศึกษา) ตำแหน่งรองคณบดีฝ่ายวิชาการ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เป็นผู้เชี่ยวชาญ ด้านสถิติ และการวัดผลและการประเมินผลการศึกษา เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบเครื่องมือ

4.3 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิรวัดน์ ชมระกา วุฒิการศึกษา D.M. (การจัดการธุรกิจ) ตำแหน่งประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ เป็นผู้เชี่ยวชาญ ด้านการใช้ภาษาการวิจัย เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง เหมาะสมของข้อความที่ใช้

5. ผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อคำถามแต่ละข้อ แล้ว นำมาวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการสอบถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ด้วยค่า IOC (Index of Item Objective Congruence)

6. วิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการสอบถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยด้วยค่า IOC ซึ่งรายการสอบถามต้องมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไปทุกข้อและแบบสอบถามทั้งฉบับด้วยค่า IOC ต้องมีค่าเท่ากับ 0.67–1.00 หมายความว่า แบบสอบถามมีความเที่ยงตรงสูงสอดคล้องระหว่างข้อคำถามวัตถุประสงค์ และงานวิจัยเรื่องนี้มีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ดังภาคผนวก ข

7. นำแบบสอบถามมาทำการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน จากนั้นนำเสนอประธานกรรมการและกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ เพื่อขอคำแนะนำเพิ่มเติม จนกระทั่งได้แบบสอบถามฉบับร่างที่สมบูรณ์

8. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มทดลองซึ่งมิใช่เป็นกลุ่มตัวอย่าง คือ ได้แก่ ลูกค้ำธารนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดมหาสารคาม ที่ให้บริการสินเชื่อประเภทอื่น

9. ทำการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม ดำเนินการเป็นลำดับดังนี้

9.1 หากค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation พิจารณาข้อที่มีคุณภาพผ่านเกณฑ์คือ คัดเลือกข้อที่มีค่าอำนาจจำแนกรายข้อ ตั้งแต่ .20 ขึ้นไป ดังรายละเอียดแสดงไว้ที่ภาคผนวก ข และรายละเอียดรายด้านดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation

รายการ	ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ
1) ผลิตภัณฑ์ (Product)	อยู่ระหว่าง 0.73 - 0.87
2) ราคา(Price)	อยู่ระหว่าง 0.54 - 0.82
3) ช่องทางการให้บริการ (Place)	อยู่ระหว่าง 0.64 - 0.84
4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	อยู่ระหว่าง 0.53 - 0.67
5) พนักงาน (People)	อยู่ระหว่าง 0.72 - 0.83
6) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)	อยู่ระหว่าง 0.56 - 0.72
7) กระบวนการให้บริการ (Process)	อยู่ระหว่าง 0.64 - 0.88
8) อาคารสถานที่ (Place)	อยู่ระหว่าง 0.44 - 0.65
9) ความไว้วางใจต่อเจ้าหน้าที่ (People)	อยู่ระหว่าง 0.41 - 0.65
10) ความสะดวกในการให้บริการ (Access)	อยู่ระหว่าง 0.64 - 0.82
11) ความเชื่อมั่นในการให้บริการ Reliability)	อยู่ระหว่าง 0.54 - 0.80
12) บุคลิกภาพและอัธยาศัยไมตรี (Courtesy)	อยู่ระหว่าง 0.34 - 0.63

9.2 นำข้อที่มีค่าอำนาจจำแนกผ่านเกณฑ์ หากค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งหมด โดยใช้วิธีคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งงานวิจัยเรื่องนี้มีค่าความเชื่อมั่นทั้งหมดเท่ากับ 0.78 ดังรายละเอียดแสดงไว้ที่ภาคผนวก ข

10. ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการทดลองใช้ (Try-out) มาหาคุณภาพของแบบสอบถามและนำมาปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์และถูกต้องมากที่สุด จากนั้นจึงสร้างขึ้นเป็นแบบสอบถามฉบับจริง

11. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรเป้าหมาย จำนวน 240 คน ซึ่งเป็นลูกค้าสินเชื่อเพื่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดมหาสารคาม ต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีความสัมพันธ์กัน กล่าวคือ เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลต้องสอดคล้องกับวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเมื่อนำกระบวนการวิจัยมาใช้เป็นกิจกรรม ซึ่งการรวบรวมข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องหรือน่าเชื่อถือ ยอมรับได้จึงเป็นเรื่องสำคัญก่อนที่จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีส่วนตอนดังนี้

1. ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างพร้อมกับตรวจสอบ

เอกสาร

2. ขออนุญาตราชการจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เพื่อขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือประชากรกลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถาม
3. การแจกแบบสอบถามให้ลูกค้าของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ผู้วิจัยได้อธิบายวิธีการ กรอกแบบสอบถาม ความมุ่งหมายในการศึกษาให้ลูกค้าให้ทราบ และรอเก็บคืน โดยตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ก่อนเก็บกลับคืนด้วย
4. ตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของเนื้อหาความในแบบสอบถามที่ตอบรับกลับมา
5. เมื่อได้รับแบบสอบถามแล้วนำมาสำรวจความสมบูรณ์ของการกรอก และนำแบบสอบถามทั้งหมด มาตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของเนื้อหาแล้วนำข้อมูลที่ ได้มาวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากได้ข้อมูลครบถ้วนและสมบูรณ์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการกระทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. การจัดกระทำข้อมูล

1.1 ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ได้แก่ ความผิดพลาด ข้อมูลไม่สมบูรณ์ ข้อมูลไม่สัมพันธ์กัน

1.2 แยกประเภทของข้อมูล ตามวัตถุประสงค์และกรอบของการวิจัย เพื่อง่ายต่อการวิเคราะห์

1.3 สร้างตารางแยกตัวแปร เพื่อความสะดวกในการวิเคราะห์

1.4 ลงรหัสในข้อมูลเพื่อสะดวกและประหยัดเวลาในการบันทึกข้อมูล

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยมีขั้นตอนดังนี้

2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าสินค้าเชื่อเพื่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดมหาสารคาม ครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ประเภทธุรกิจ และวัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อ ซึ่งใช้วิธีการประมวลผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการหาค่าความถี่และค่าร้อยละ จากแบบสอบถามตอนที่ 1

2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดบริการสินค้าเชื่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของธนาคารกสิกรไทย สาขามหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม โดยใช้วิธีการประมวลผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยาย และสรุปผลการดำเนินการวิจัยจากแบบสอบถามตอนที่ 2 เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และตอบสมมติฐานข้อที่ 1 กำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 99-100)

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	กำหนดให้	5 คะแนน
ระดับความคิดเห็นมาก	กำหนดให้	4 คะแนน
ระดับความคิดเห็นปานกลาง	กำหนดให้	3 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อย	กำหนดให้	2 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	กำหนดให้	1 คะแนน

แล้วหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 118)

คะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 - 5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นมากที่สุด

- คะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 - 4.50 หมายถึง มีความคิดเห็นมาก
 คะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51 - 3.50 หมายถึง มีความคิดเห็นปานกลาง
 คะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.51 - 2.50 หมายถึง มีความคิดเห็นน้อย
 คะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.00 - 1.50 หมายถึง มีความคิดเห็นน้อยที่สุด

2.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการ

ขนาดกลางและขนาดย่อมของธนาคารกสิกรไทย สาขามหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม โดยใช้วิธีการประมวลผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยายและสรุปผลการดำเนินการวิจัยจากแบบสอบถามตอนที่ 3 เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 และ และตอบสมมติฐานข้อที่ 2 ซึ่งกำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 99-100)

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	กำหนดให้	5	คะแนน
ระดับความคิดเห็นมาก	กำหนดให้	4	คะแนน
ระดับความคิดเห็นปานกลาง	กำหนดให้	3	คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อย	กำหนดให้	2	คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	กำหนดให้	1	คะแนน

แล้วหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ย ดังนี้

(บุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 118)

- คะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 - 5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นมากที่สุด
 คะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 - 4.50 หมายถึง มีความคิดเห็นมาก
 คะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51 - 3.50 หมายถึง มีความคิดเห็นปานกลาง
 คะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.51 - 2.50 หมายถึง มีความคิดเห็นน้อย
 คะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.00 - 1.50 หมายถึง มีความคิดเห็นน้อยที่สุด

2.4 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดบริการกับองค์ประกอบ

คุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการขนาดกลางและขนาดย่อมของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดมหาสารคามจากแบบสอบถามตอนที่ 2 และตอนที่ 3 เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 และสมมติฐานข้อที่ 3 ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 กลุ่ม ด้วยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยวิธีหาค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) ข้อมูลกลุ่มที่ 1 คือ ข้อมูลเกี่ยวกับคะแนนความคิดเห็น

ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยทางการตลาด และข้อมูลกลุ่มที่ 2 คือ ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบคุณภาพการให้บริการ ซึ่งใช้เกณฑ์การพิจารณาระดับความสัมพันธ์ ดังนี้ (ทิพยา กิจวิจารณ์. 2549 : 219)

$r_{xy} = -1$	แสดงว่า มีความสัมพันธ์ทางลบสูงสุดหรือสมบูรณ์
$-0.800 \geq r_{xy} \geq -0.999$	แสดงว่า มีความสัมพันธ์ทางลบสูง
$-0.600 \geq r_{xy} \geq -0.799$	แสดงว่า มีความสัมพันธ์ทางลบค่อนข้างสูง
$-0.400 \geq r_{xy} \geq -0.599$	แสดงว่า มีความสัมพันธ์ทางลบปานกลาง
$-0.200 \geq r_{xy} \geq -0.399$	แสดงว่า มีความสัมพันธ์ทางลบค่อนข้างต่ำ
$-0.001 \geq r_{xy} \geq -0.199$	แสดงว่า มีความสัมพันธ์ทางลบต่ำ
$r_{xy} = 0$	แสดงว่า ไม่มีความสัมพันธ์
$0.001 \leq r_{xy} \leq 0.199$	แสดงว่า มีความสัมพันธ์ทางบวกต่ำ
$0.200 \leq r_{xy} \leq 0.399$	แสดงว่า มีความสัมพันธ์ทางบวกค่อนข้างต่ำ
$0.400 \leq r_{xy} \leq 0.599$	แสดงว่า มีความสัมพันธ์ทางบวกปานกลาง
$0.600 \leq r_{xy} \leq 0.799$	แสดงว่า มีความสัมพันธ์ทางบวกค่อนข้างสูง
$0.800 \leq r_{xy} \leq 0.999$	แสดงว่า มีความสัมพันธ์ทางบวกสูง
$r_{xy} = 1$	แสดงว่า มีความสัมพันธ์ทางบวกสูงสุดหรือสมบูรณ์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติที่ใช้ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1.1 วิเคราะห์หาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าดัชนีความ

สอดคล้องระหว่างรายการข้อความของแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Item Objective Congruence : IOC) ซึ่งสูตรของ IOC มีดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544 : 213)

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC แทน ดัชนีความสอดคล้อง (Index Objective Congruence)

\sum แทน ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

R แทน คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อคำถามแต่ละข้อ

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

สำหรับเกณฑ์ของการให้คะแนน มีดังนี้

R = +1 หมายถึง ถ้าแน่ใจว่า ข้อคำถามวัด ได้ตรงตามวัตถุประสงค์

R = 0 หมายถึง ถ้าไม่แน่ใจว่า ข้อคำถามวัด ได้ตรงตามวัตถุประสงค์

R = -1 หมายถึง ถ้าแน่ใจว่า ข้อคำถามวัด ได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

1.2 หากำอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ (Discriminate Power)

โดยใช้เทคนิค Item - total Correlation วิเคราะห์หากำอำนาจจำแนกรายข้อของแบบสอบถาม

โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนแต่ละข้อกับคะแนนรวม (Item Total

Correlation) โดยใช้สูตร ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 164)

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

เมื่อ r แทน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนแต่ละข้อกับคะแนนรวม

$\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละข้อ

$\sum Y$ แทน ผลรวมของคะแนนรวม

N แทน จำนวนข้อของแบบวัด

$\sum XY$ แทน ผลรวมทั้งหมดของผลคูณระหว่างคะแนนแต่ละข้อกับคะแนนรวมแต่ละคู่

$\sum X^2$ แทน ผลรวมทั้งหมดของกำลังสองของคะแนนแต่ละข้อ

$\sum Y^2$ แทน ผลรวมทั้งหมดของกำลังสองของคะแนนรวม

6.1.3 วิเคราะห์หากำความเชื่อมั่น โดยใช้ สัมประสิทธิ์อัลฟา (α -

Coefficient) ของ ครอนบาค (บุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 96) โดยใช้สูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{k}{k - 1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right]$$

เมื่อ α แทน ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น

K แทน จำนวนข้อของเครื่องมือวัด

$\sum s_i^2$ แทน ผลรวมของความแปรปรวนของแต่ละข้อ

s_t^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนน

6.1.4 หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability of Test) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ตามวิธีของครอนบาค Cronbach ซึ่งหาได้จากสูตรดังนี้ (ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์. 2548 : 94)

$$r_{\alpha} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right]$$

กำหนดให้	r_{α}	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Alpha Coefficient)
	k	แทน	จำนวนข้อทั้งหมดของแบบสอบถาม
	s_i^2	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนเป็นรายข้อ
	s_t^2	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนทั้งหมด

2. สถิติพื้นฐาน

2.1 ร้อยละ

2.2 ค่าเฉลี่ย (Mean)

2.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์

การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (r_{xy} : Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดบริการกับองค์ประกอบคุณภาพการให้บริการ ของลูกค้าสินเชื่อเพื่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดมหาสารคาม จะมีค่าความสัมพันธ์อยู่ระหว่าง -1.00 ถึง 1.00

นอกจากนี้ ได้ตีความหมายของความสัมพันธ์จากค่าของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ดังนี้

ถ้าหากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเท่ากับ 0 แสดงว่า ไม่มีความสัมพันธ์

ถ้าหากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเท่ากับ -1.00 หรือ 1.00 แสดงว่า มี

ความสัมพันธ์กันสูงสุดหรือสมบูรณ์ (Perfect Correlation)

ถ้าหากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่ามากกว่า 0 จะเป็นความสัมพันธ์ทางบวกหรือตัวแปร 2 ตัว เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน

ถ้าหากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าน้อยกว่า 0 จะเป็นความสัมพันธ์ทางลบหรือตัวแปร 2 ตัว แปรผันแบบผกผันกัน คือ เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามกัน การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ดังกล่าว หาได้จากสูตร ดังนี้ (ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์. 2548 : 81)

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

กำหนดให้	r_{xy}	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)
	$\sum X$	แทน	ผลรวมคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดบริการ
	$\sum Y$	แทน	ผลรวมคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริษัทธุรกิจขนาดกลางขนาดย่อม
	n	แทน	จำนวนข้อมูลตัวอย่าง ($n=240$)

การทดสอบ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยใช้สถิติทดสอบซึ่งมีสูตร ดังนี้

$$t = r_{xy} \sqrt{\frac{n-2}{1-r_{xy}^2}}$$

โดยที่

t	แทน	ค่าสถิติทดสอบซึ่งมีการแจกแจงความน่าจะเป็นแบบที่ (t-distribution)
r_{xy}	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ซึ่งเป็นค่าประมาณของ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของประชากร (ρ_{xy})
N	แทน	จำนวนข้อมูลตัวอย่าง