บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “การเปิดรับ การรับรู้ พฤติกรรมการใช้บริการ และความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย” เป็นการศึกษาถึงการรับรู้เกี่ยวกับธนาคารฯ รวมถึงพฤติกรรมการใช้บริการ และความพึงพอใจของลูกค้าในด้านบุคลากร ด้านระบบการให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อมภายในธนาคารฯ และด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร/การประชาสัมพันธ์ โดยผู้ศึกษาได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยดังต่อไป

รูปแบบการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ โดยมีแนวทางการศึกษาในลักษณะการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพียงครั้งเดียว (One-shot case study) โดยใช้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามเอง (Self-administered Questionnaire)

ประชากร

ประชากรที่ศึกษาในการศึกษาครั้งนี้คือ ลูกค้าของธนาคารฯ ในสำนักงานใหญ่ ซึ่งสถิติจำนวนลูกค้า ในปี 2549 มีจำนวนทั้งสิ้น 27,272 ราย[1]

ด้วยลักษณะงานบริการของธนาคารฯ มีความแตกต่างกับธนาคารพาณิชย์ทั่วไป ดังนั้นกลุ่มลูกค้าผู้ใช้บริการของธนาคารฯ จึงมีความแตกต่างกัน ธนาคารฯ ให้บริการสินเชื่อบุคคล หรือนิติบุคคลผู้ขอสินเชื่อจากธนาคารฯ ซึ่งเป็นผู้ทำการผลิตสินค้าจำหน่าย หรือบริการ หรือรับจ้าง ซึ่งกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ ผู้ประกอบการไทยทั้งขนาดกลางและขนาดย่อมเท่านั้น

[1] เอสเอ็มอีแบงก์, “รายงานประจำปี,” 2549.

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าของสำนักงานใหญ่ ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย การกำหนดขนาดตัวอย่าง ผู้ศึกษาได้ใช้สูตรทาโรยามาเนะ (Taro Yamane) จากจำนวนลูกค้าของธนาคารฯ ในสำนักงานใหญ่ทั้งสิ้นจำนวน 27,272 รายในปี 2549 กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ความผิดพลาดไม่เกิน 5% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีสูตรการคำนวณ ดังนี้

สูตรของ Taro Yamane

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

โดยที่ n = จำนวนตัวอย่าง

e = ค่าความคลาดเคลื่อนจากการประมาณค่า คือ 0.05

N = จำนวนประชากรในการศึกษา

แทนค่าตามสูตรได้ดังนี้

$$n = \frac{27,272}{1+ (27,272 \times 0.05^2)}$$

$$n = 394.21$$

จากการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ตามสูตรของ Taro Yamane ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้เป็นจำนวน 394.21 คน และเพื่อเป็นการลดความผิดพลาดในการเก็บข้อมูล ผู้ศึกษาจึงเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 400 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การศึกษาในครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) โดยการสุ่มตัวอย่างมี 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Purposive Sampling) คือ ผู้ศึกษากำหนดสถานที่ในการได้พบประชากรกลุ่มตัวอย่าง คือ สำนักงานใหญ่ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย

ขั้นตอนที่ 2 ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) คือ ผู้ศึกษาเก็บข้อมูลจากลูกค้าของสำนักงานใหญ่ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย โดยไม่กำหนดลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

จากนั้นจึงแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม โดยเน้นกลุ่มตัวอย่างที่มีความเต็มใจที่จะตอบแบบสอบถามเพื่อที่จะทำให้ผลการศึกษามีความเชื่อถือได้มากที่สุด

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นคำถามปลายปิด (Close-Ended Questions) รวมคำถามทั้งสิ้น 12 ข้อ โดยแบ่งโครงสร้างคำถามออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

คำถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทของธุรกิจ รายได้ เป็นแบบเลือกตอบดังนี้

1. เพศ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่
   กลุ่มที่ 1 เพศชาย
   กลุ่มที่ 2 เพศหญิง
2. อายุ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่
   กลุ่มที่ 1 ไม่เกิน 30 ปี
   กลุ่มที่ 2 31-40 ปี
   กลุ่มที่ 3 มากกว่า 40 ปี
3. ระดับการศึกษา แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่
   กลุ่มที่ 1 ต่ำกว่าปริญญาตรี
   กลุ่มที่ 2 ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
   กลุ่มที่ 3 สูงกว่าปริญญาตรี
4. ประเภทของธุรกิจที่ประกอบการ แบ่งออกเป็น 11 กลุ่ม ได้แก่
   กลุ่มที่ 1 กลุ่มธุรกิจอาหาร
   กลุ่มที่ 2 กลุ่มธุรกิจยานพาหนะ และอุปกรณ์

กลุ่มที่ 3 กลุ่มธุรกิจแฟชั่น

กลุ่มที่ 4 กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว

กลุ่มที่ 5 กลุ่มธุรกิจค้าปลีก-ค้าส่ง และเคมีภัณฑ์

กลุ่มที่ 6 กลุ่มธุรกิจบริการ

กลุ่มที่ 7 กลุ่มธุรกิจด้านการผลิต

กลุ่มที่ 8 กลุ่มธุรกิจบรรจุภัณฑ์และหีบห่อ

กลุ่มที่ 9 กลุ่มธุรกิจเทคโนโลยี และพลังงาน

กลุ่มที่ 10 กลุ่มธุรกิจแฟรนไชน์และโอทอป

กลุ่มที่ 11 อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5. รายได้ต่อเดือนของการประกอบการ แบ่งออกเป็น 6 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 ต่ำกว่า 100,000 บาท

กลุ่มที่ 2 100,001-200,000 บาท

กลุ่มที่ 3 200,001-300,000 บาท

กลุ่มที่ 4 300,001-400,000 บาท

กลุ่มที่ 5 400,001-500,000 บาท

กลุ่มที่ 6 สูงกว่า 500,000 บาท

<u>ข้อมูลการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการให้บริการธนาคารฯ ของกลุ่มตัวอย่าง</u>

คำถามวัดการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับธนาคารฯ ผ่านสื่อบุคคล ที่กลุ่มตัวอย่างรู้จักแบ่งออกเป็น 5 ข้อ เป็นคำตอบแบบเลือกตอบ (Check list) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

- เปิดรับประจำ (มากกว่า 6 ครั้ง / เดือน) มีคะแนน 5 คะแนน
- เปิดรับค่อนข้างบ่อย (5-6 ครั้ง /เดือน) มีคะแนน 4 คะแนน
- เปิดรับบางครั้ง (3-4 ครั้ง / เดือน) มีคะแนน 3 คะแนน
- เปิดรับน้อย (1-2 ครั้ง /เดือน) มีคะแนน 2 คะแนน
- ไม่เคยเลย มีคะแนน 1 คะแนน

6. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับธนาคารฯ จากสื่อใดบ้าง

6.1 สื่อบุคคล แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของธนาคารฯ

กลุ่มที่ 2 สมาชิกในครอบครัว

กลุ่มที่ 3 เพื่อน/เพื่อนบ้าน

กลุ่มที่ 4 พนักงานคอลล์ เซ็นเตอร์ (call center) ของธนาคารฯ

กลุ่มที่ 5 บุคคลอื่น ๆ โปรดระบุ.....

คำถามวัดการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับธนาคารฯ ผ่านสื่อต่างๆ ที่นอกเหนือจากสื่อบุคคลที่กลุ่มตัวอย่างรู้จักโดยให้เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ซึ่งเกณฑ์การให้คะแนน คือ

ถ้าข้อใดตอบ ให้ค่า 1 คะแนน

ถ้าข้อใดไม่ตอบ ให้ค่า 0 คะแนน

6.2 สื่อต่าง ๆ ที่นอกเหนือจากสื่อบุคคล แบ่งออกเป็น 8 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 สื่อโทรทัศน์ ได้แก่ รายการเอสเอ็มอี ชี้ช่องรวย วันอาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 22.00-23.00 น. ช่อง NBT

กลุ่มที่ 2 สื่อวิทยุ ได้แก่ รายการเส้นทางเอสเอ็มอี คลื่น 94.00 MH_z ทุกวันอังคารและพฤหัสบดี เวลา 09.00-10.00 น. รายการ ชั่วโมงเศรษฐกิจ คลื่น 101.5 MH_z ทุกวันจันทร์ถึงศุกร์ เวลา 09.00-10.00 น. รายการประชาไทยทอล์ค คลื่น 102.00 MH_z ทุกวัน เวลา 08.00-09.00 น.

กลุ่มที่ 3 สื่ออินเทอร์เน็ต ได้แก่ www.smebank.co.th.

กลุ่มที่ 4 สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ นิตยสาร SME Today นิตยสาร Make Money และนิตยสาร U Channel

กลุ่มที่ 5 เอกสารประชาสัมพันธ์ ได้แก่ โปสเตอร์ แผ่นพับต่าง ๆ

กลุ่มที่ 6 งานออกร้าน/จัดนิทรรศการ เช่น งาน Money Expo งาน Market Place ที่ตึก ปตท. และตึกอิตัลไทย เป็นต้น

กลุ่มที่ 7 สื่อกลางแจ้ง/สื่อเคลื่อนที่

กลุ่มที่ 8 สื่ออื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

<u>ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับธนาคารฯ ของกลุ่มตัวอย่าง</u>

7. การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทบริการของธนาคารฯ ที่ลูกค้ารู้จัก แบ่งออกเป็น 15 ข้อ ให้เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อซึ่งเกณฑ์การให้คะแนนคือ

ถ้าข้อใดตอบ ให้ค่า 1 คะแนน

ถ้าข้อใดไม่ตอบ ให้ค่า 0 คะแนน

8. การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับขอบเขตบริการด้านอื่น ๆ ของธนาคารฯ ที่ลูกค้ารู้จักแบ่งออกเป็น 8 ข้อ เป็นคำตอบแบบเลือกตอบ (Check list) คือ

- รู้มากที่สุด (มากกว่า 6 ครั้ง / เดือน) มีคะแนน 5 คะแนน
- รู้มาก (5-6 ครั้ง /เดือน) มีคะแนน 4 คะแนน
- รู้ปานกลาง (3-4 ครั้ง / เดือน) มีคะแนน 3 คะแนน
- รู้น้อย (1-2 ครั้ง /เดือน) มีคะแนน 2 คะแนน
- ไม่รู้เลย มีคะแนน 1 คะแนน

<u>ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการของธนาคารฯ ของกลุ่มตัวอย่าง</u>

คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของธนาคารฯ ของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยคำถามดังต่อไปนี้ ความถี่ในการใช้บริการและช่วงเวลาที่ใช้บริการบ่อยที่สุด เป็นคำถามแบบให้เลือกตอบข้อเดียวเท่านั้น สำหรับคำถามเกี่ยวกับงานบริการที่เคยใช้จากธนาคารฯ เป็นคำถามแบบตอบได้มากกว่า 1 ข้อมีดังนี้

9. จำนวนครั้งในการใช้บริการของธนาคารฯ แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 ปีละ 2 ครั้งขึ้นไป
กลุ่มที่ 2 ปีละครั้ง
กลุ่มที่ 3 2 ปี / 1 ครั้ง
กลุ่มที่ 4 มากกว่า 2 ปี ขึ้นไป / 1 ครั้ง
กลุ่มที่ 5 อื่น ๆ โปรดระบุ.....

10. ช่วงใดที่ใช้บริการของธนาคารฯ บ่อยที่สุด

กลุ่มที่ 1 ช่วงเวลา 08.00-10.00 น.
กลุ่มที่ 2 ช่วงเวลา 10.01-12.00 น.
กลุ่มที่ 3 ช่วงเวลา 12.01-14.00 น.
กลุ่มที่ 4 ช่วงเวลา 14.01-16.00 น.

11. งานบริการของธนาคารฯ ที่ลูกค้ามาใช้บริการ แบ่งออกเป็น 15 ข้อ ให้เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ซึ่งเกณฑ์การให้คะแนน คือ

ถ้าข้อใดตอบ ให้ค่า 1 คะแนน
ถ้าข้อใดไม่ตอบ ให้ค่า 0 คะแนน

ข้อมูลความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารฯ ของกลุ่มตัวอย่าง

คำถามที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในการใช้บริการของธนาคารฯ เป็นแบบมาตรส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ดังต่อไปนี้

12. โดยมีประเด็นคำถามหลัก 4 ด้านได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านระบบการให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อมภายในธนาคารฯ ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร /การประชาสัมพันธ์ รวมประเด็นคำถามมีจำนวน 25 ข้อ

กลุ่มที่ 1 ด้านบุคลากร มีจำนวน 12 ข้อ
กลุ่มที่ 2 ด้านระบบการให้บริการ มีจำนวน 4 ข้อ
กลุ่มที่ 3 ด้านสภาพแวดล้อมของธนาคารฯ มีจำนวน 6 ข้อ
กลุ่มที่ 4 ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร /การประชาสัมพันธ์ มีจำนวน 3 ข้อ

โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารฯ ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้า ซึ่งแบ่งระดับออกเป็น 5 ระดับ โดยกำหนดตามความมากน้อย ดังต่อไปนี้

มากที่สุด ให้ 5 คะแนน
มาก ให้ 4 คะแนน
ปานกลาง ให้ 3 คะแนน
น้อย ให้ 2 คะแนน
น้อยที่สุด ให้ 1 คะแนน

นอกจากนี้ ยังกำหนดการแปลความหมายของค่าคะแนนเฉลี่ยโดยเฉลี่ยของมาตราส่วนประเมินค่าทางสถิติคะแนนเฉลี่ย (Arithmetic Mean) โดยกำหนดช่วงของการวัด ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด-คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{5-1}{5} = 0.80$$

ผู้ศึกษาได้นำค่าเฉลี่ย 0.80 ที่ได้นี้ มาใช้เพื่อบรรยายค่าคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 คะแนน หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 คะแนน หมายถึง มีความพึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 คะแนน หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 คะแนน หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 คะแนน หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ผู้ศึกษาได้ทำการทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และการหาความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถามดังต่อไปนี้

1. การทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถามที่ใช้เก็บข้อมูลนี้ ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนี้มาหาความเที่ยงตรง โดยให้ท่านรองศาสตราจารย์บำรุง สุขพรรณ์ อาจารย์ที่ปรึกษารายงานโครงการเฉพาะบุคคล ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิและมีความรู้ความเชี่ยวชาญทางด้านการศึกษาวิจัยทางวารสารศาสตร์เป็นผู้พิจารณาตรวจสอบในด้านความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โครงสร้างของแบบสอบถาม และความเหมาะสมของถ้อยคำที่ใช้ โดยได้รับคำแนะนำให้ปรับปรุงเนื้อหาและถ้อยคำภาษาที่ใช้ในบางข้อคำถามให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามในส่วนของเนื้อหาที่เกี่ยวข้อกับความพึงพอใจในการบริการไปปรึกษากับประธานและกรรมการรายงานโครงการเฉพาะบุคคล โดยให้ตรวจสอบความถูกต้องในด้านความเที่ยงตรงของเนื้อหาเพื่อขอคำแนะนำปรับปรุงแก้ไขแล้วจึงนำแบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบความเที่ยงตรงเป็นที่เรียบร้อยแล้วไปเก็บรวบรวมข้อมูลจริง

2. การหาความน่าเชื่อถือ (Reliability) นำแบบสอบถามไปทดสอบ (Pre-Test) กับกลุ่มลูกค้าของธนาคารฯ จำนวน 30 ชุด เพื่อทดลองตอบแบบสอบถามและนำแบบสอบถามไปแก้ไขข้อบกพร่องก่อนที่จะเก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของผลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามในตอนที่ 2-5 ซึ่งใช้ค่าความเชื่อมั่นของ ครอนบาค (Cronbach Alpha) โดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS

การเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้มีแหล่งที่มา ได้แก่

1. การศึกษาจากทฤษฎี ข้อมูลทางเอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นกรอบแนวความคิดในการศึกษา

2. ข้อมูลจากการสอบถามจากประชากรกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสอบถาม ทั้งนี้ในการสอบถามจะมอบแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบเอง และมีผู้ศึกษาให้ความกระจ่างเพิ่มเติมในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เข้าใจวิธีการตอบแบบสอบถาม ทั้งนี้ผู้ศึกษาเป็นผู้เก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาทำการวิเคราะห์โดยนำแบบสอบถามที่ได้กลับคืนมาทั้งหมด จากนั้นทำการวิเคราะห์ และประมวลผลโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ SPSS แล้วนำผลที่ได้จากการประมวลมาวิเคราะห์แล้วนำเสนอผลการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) แสดงค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้อธิบายข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง แล้วนำเสนอในรูปตารางประกอบคำบรรยาย

นอกจากนี้ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อวิเคราะห์และทดสอบสมมติฐาน ซึ่งสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การหาค่า t-test, และ One-Way ANOVA (F-test) และนำมาวิเคราะห์ดังนี้

ในการเปรียบเทียบตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับตัวแปรตาม ได้แก่ การรับรู้เกี่ยวกับธนาคารฯ พฤติกรรมการใช้บริการ และความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของธนาคารฯ โดยค่า t-Test ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปร 2 กลุ่ม และค่า F-test ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่มากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป

ในการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับธนาคารฯ กับพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของธนาคารฯ ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson’s product moment correlation efficient)

ในการวิเคราะห์ในครั้งนี้ได้กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ 0.05