

### บทที่ 3

#### วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาและค้นคว้าเรื่อง การศึกษาศักยภาพผู้ประกอบการที่เอื้อต่อธุรกิจชุมชน: กรณีศึกษาด้านค้าบ้านใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ครั้งนี้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยไว้ดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย
2. ประชากรและวิธีการเลือกตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การหาคุณภาพของเครื่องมือวิจัย
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### รูปแบบการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการวัดผลเพียงครั้งเดียว (One-shot-case Study) และการศึกษา ณ จุดเวลาใดเวลาหนึ่ง (Cross Sectional Study)

#### ประชากรและวิธีการเลือกตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ผู้ประกอบการในตลาดบ้านใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่ได้ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการของชมรมธุรกิจตลาดบ้านใหม่ จำนวน 70 ราย (ศิริพร สุพัฒพงษ์กุล, สัมภาษณ์, 13 กันยายน 2551) โดยกลุ่มประชากรนั้น เป็นกลุ่มที่เป็นทั้งผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าให้กับลูกค้าที่เข้ามาในตลาดบ้านใหม่

วิธีการเลือกตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการในตลาดบ้านใหม่ จำนวน 59 ราย โดยมีรายละเอียดดังขั้นตอนดังนี้

1. จากจำนวนกลุ่มประชากร(ผู้ประกอบการ) ในตลาดบ้านใหม่จำนวน 70 ราย (ศิริพร สุพัฒพงษ์กุล, สัมภาษณ์, 13 กันยายน 2551) ข้อมูลจากการสำรวจเป็นรายปี มาเลือกขนาดกลุ่ม

ตัวอย่าง โดยการเปิดตารางจากการเปรียบเทียบตารางมาตรฐานของ เครจซี และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970, pp.608-609) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 59 ราย

2. เมื่อทราบจำนวนขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการในการศึกษาแล้ว ในขั้นตอนนี้ทางผู้วิจัยจะทำหมายเลขแทนผู้ประกอบการทั้งหมด 70 ราย โดยเขียนหมายเลขในกระดาษตั้งแต่หมายเลข 1-70 ใส่ไปในกล่องที่จับสลาก และจะใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้วิธีการจับสลากหมายเลขหรือการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใส่คืน เพื่อหารายชื่อผู้ประกอบการในตลาดบ้านใหม่ ให้ได้จำนวน 59 ราย ตามตารางของเครจซี และมอร์แกน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เครื่องมือหลักที่ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่สนใจศึกษาคือแบบสอบถาม การสร้างแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจาก 2 แหล่ง

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source of Data) เป็นการสร้างแบบสอบถามตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดในการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการในตลาดบ้านใหม่ ทั้งในด้านของศักยภาพของผู้ประกอบ ทางด้านการตลาด การผลิต การเงิน การจัดการและความคาดหวังของผู้ประกอบการที่มีต่อการสนับสนุนจากองค์กรภาครัฐและเอกชน

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source of Data) โดยเก็บรวบรวมเป็นเอกสารบทความจากหนังสือ และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ และธุรกิจชุมชน ตลอดจนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ค้นคว้ามาจากแหล่งต่าง ๆ เช่น ห้องสมุดมหาวิทยาลัยบูรพา เว็บไซต์ผลงานวิจัยของกระทรวงศึกษาธิการ และเว็บไซต์ห้องสมุดของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ เป็นต้น

ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมนั้น นำมาใช้ในการในการกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา และตั้งคำถามในแบบสอบถาม ลักษณะของคำถามนั้นเป็นคำถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย ประกอบด้วยคำถาม 2 แบบ คือคำถามที่เป็นลักษณะปลายปิดและปลายเปิด โดยลักษณะของคำถามปลายปิด เป็นคำถามที่มีคำตอบให้เลือกหลายคำตอบหรือสองคำตอบ (Multiple Choice Questions and Dichotomous Questions) ส่วนคำถามปลายเปิดจะเปิดโอกาสให้ผู้ตอบระบุคำตอบและแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ แบบสอบถามนั้นแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ เป็นคำถามลักษณะปลายปิด มีข้อคำถามทั้งหมด 9 ข้อ ซึ่งเป็นข้อมูลที่มีระดับการวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) ได้แก่ เพศ สถานภาพ ประสบการณ์ในการประกอบอาชีพอย่างอื่นก่อนเริ่มทำธุรกิจของตนเอง อาชีพที่เคยทำมาก่อน ก่อนที่ทำธุรกิจของตนเอง เหตุผลในการเลือกประกอบอาชีพของตนเอง และข้อมูลที่มี

ระดับการวัดแบบอันดับ (Ordinal Scale) ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อายุตอนเริ่มธุรกิจของตนเอง

ส่วนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการ เป็นคำถามลักษณะปลายปิด มีข้อคำถามทั้งหมด 5 ข้อ แบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ ข้อมูลที่มีระดับการวัดแบบนามบัญญัติ มี 4 ข้อ ได้แก่ รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ ลักษณะการดำเนินงานของธุรกิจ ผลการดำเนินธุรกิจ ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย และข้อมูลที่มีระดับการวัดแบบอันดับ มี 1 ข้อ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

ส่วนที่ 3 ข้อคำถามเกี่ยวกับศักยภาพของผู้ประกอบการ เป็นลักษณะคำถามปลายปิด มีข้อคำถามทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการตลาด มีข้อคำถาม 6 ข้อ ด้านการผลิต มีข้อคำถาม 9 ข้อ ด้านการเงิน มีข้อคำถาม 4 ข้อ และด้านการจัดการ มีข้อคำถาม 3 ข้อ

ส่วนที่ 4 ข้อคำถามเกี่ยวกับระดับการสนับสนุนขององค์กรภาครัฐและเอกชน เป็นลักษณะคำถามปลายปิดแบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการสนับสนุนขององค์กรภาครัฐ มีข้อคำถาม 10 ข้อ และด้านการสนับสนุนขององค์กรภาคเอกชน มีข้อคำถาม 10 ข้อ

สำหรับคำถามในส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 นั้น เป็นคำถามที่เกี่ยวกับระดับความคิดเห็น เป็นการวัดแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ (5-Point Likert Scale) ดังนี้

5	คะแนน	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
4	คะแนน	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
3	คะแนน	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
2	คะแนน	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
1	คะแนน	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม โดยเป็นลักษณะเปิด ที่ให้ผู้ประกอบการแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ

### การหาคุณภาพของเครื่องมือวิจัย

งานวิจัยเรื่อง การศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการในตลาดบ้านใหม่นั้น ก่อนที่จะนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการในตลาดบ้านใหม่ แบบสอบถามจะต้องได้รับการทดสอบก่อนลงภาคสนามไปเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมและความชัดเจนของคำถามทุกข้อ มีขั้นตอนดังนี้

1. เมื่อสร้างแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดแล้ว นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไป เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ตรวจสอบความถูกต้อง และเสนอแนะเพิ่มเติม

2. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้ว มาจัดทำแบบทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยผู้วิจัยจะกำหนดให้มีแบบเลือกตอบ คือ สำคัญ ไม่สำคัญ ไม่แน่ใจ และช่องข้อเสนอนแนะในการแก้ไขปรับปรุงข้อคำถาม โดยมีการแทนค่าคำตอบ ดังนี้

สำคัญ    คะแนน เท่ากับ    +1

ไม่สำคัญ    คะแนน เท่ากับ    -1

ไม่แน่ใจ    คะแนน เท่ากับ    0

โดยผู้วิจัย นำแบบทดสอบคุณภาพของเครื่องมือไปให้ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ ความชำนาญในเรื่องที่เกี่ยวข้องตรวจสอบคุณภาพและความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ในเรื่องที่ทำวิจัย โดยได้รับกรุณาจากอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ซึ่งเป็นอาจารย์ประจำคณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา มีรายชื่อดังนี้

อาจารย์ ธนาวุฒิ โรจนรุ่งทวี

อาจารย์ ปิยะพร ธรรมชาติ

อาจารย์ ชายเกียรติ ชูศักดิ์

3. หลังจากที่ให้ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบคุณภาพและความเที่ยงตรงของเนื้อหาแล้ว นำแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์หาดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามกับลักษณะคำถาม (Index of Consistency: IOC) (บุญชม ศรีสะอาด, 2545) โดยใช้สูตรดังนี้

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

เมื่อ IOC แทน ดัชนีความสอดคล้อง

$\sum R$  แทน ผลรวมจากคะแนนรายชื่อที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิ

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมด

เมื่อได้ค่าดัชนีความสอดคล้องในแต่ละข้อย่อยแล้ว ค่า IOC ต้องมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.80 จึงถือว่ามีความเที่ยงตรงตามเนื้อหา ดังนั้นคำถามที่ได้ค่า IOC ต่ำกว่า 0.80 ต้องตัดทิ้ง ซึ่งผลที่ได้นั้นคำถามทุกมีค่าเท่ากับ 1 จึงไม่มีข้อคำถามที่จะต้องตัดทิ้ง โดยค่า IOC แต่ละข้อนั้นสามารถดูได้จากภาคผนวก ง

4. นำแบบสอบถามที่นำแบบสอบถามที่เตรียมไว้ ไปทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) กับผู้ประกอบการในตลาดคลองสวน จังหวัดสมุทรปราการ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับผู้ประกอบการตลาดบ้านใหม่จำนวน 11 ราย เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและเหมาะสมและความชัดเจนของ

แบบสอบถาม แล้วนำผลที่ได้มาหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้สูตร สัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$ -Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (วิเชียร เกตุสิงห์, 2541, หน้า 90)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_1^2} \right]$$

เมื่อ $\alpha$	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
$n$	แทน	จำนวนข้อของแบบสอบถาม
$\sum s_i^2$	แทน	ผลรวมของค่าความแปรปรวนของคะแนนของแบบสอบถาม
$s_1^2$	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนของแบบสอบถาม

สำหรับการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$ -Coefficient) ของครอนบัค นั้นสามารถใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Science) Version 15 ในการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นได้อีกทางหนึ่ง เพื่อให้มั่นใจได้ว่าแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษานี้ มีคุณภาพในการวัดค่าหรือศึกษาตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และกรอบแนวคิด ทฤษฎีที่ศึกษา โดยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาที่ยอมรับได้นั้น ควรจะมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.70 (Nunally, 1978 อ้างถึงใน วุฒิชชาติ สุนทรสมัย, 2550, หน้า 82) ซึ่งในการศึกษาศักยภาพผู้ประกอบการที่เอื้อต่อธุรกิจชุมชน ในส่วนของแบบสอบถามส่วนที่ 3 ที่เป็นคำถามเกี่ยวกับศักยภาพของผู้ประกอบการและส่วนที่ 4 การสนับสนุนจากองค์กรภาครัฐและภาคเอกชน ได้ค่าความเชื่อมั่นดังนี้

ส่วนที่ 3 ศักยภาพของผู้ประกอบการ แบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ

1. ด้านการตลาด	ค่าแอลฟา เท่ากับ	0.764
2. ด้านการผลิต	ค่าแอลฟา เท่ากับ	0.771
3. ด้านการเงิน	ค่าแอลฟา เท่ากับ	0.742
4. ด้านการจัดการ	ค่าแอลฟา เท่ากับ	0.898

ส่วนที่ 4 การสนับสนุนขององค์กรภาครัฐและเอกชน แบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ

1. การสนับสนุนจากภาครัฐ	ค่าแอลฟา เท่ากับ	0.937
2. การสนับสนุนจากภาคเอกชน	ค่าแอลฟา เท่ากับ	0.916

ดังนั้นค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ในภาพรวมนั้น มีค่าเท่ากับ 0.860 เป็นค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้

5. นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างในตลาดบ้านใหม่ ที่เป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจกรรมทั้งด้านการผลิตและจำหน่ายสินค้า

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีลำดับขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือราชการจาก คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้ประกอบการในตลาดบ้านใหม่
2. เตรียมแบบสอบถามและของที่ระลึกให้เพียงพอกับจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม
3. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 20 พฤศจิกายน – 10 ธันวาคม 2551 ในวันเสาร์และวันอาทิตย์ ตั้งแต่ 9.00 – 16.00 น.
4. เมื่อเก็บรวบรวมแบบสอบถามแล้ว นำมาตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถาม แล้วนำไปวิเคราะห์ข้อมูล

## การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความถูกต้องแล้ว มาลงรหัสข้อมูลตามคู่มือลงรหัส และประมวลผลข้อมูลโดยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS มีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ประกอบการ และส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับศักยภาพของผู้ประกอบการ โดยทั้ง 2 ส่วนนี้ มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) การวิเคราะห์ข้อมูลนั้นจะใช้ค่าความถี่และค่าร้อยละ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการศึกษาคุณภาพผู้ประกอบ และส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับการสนับสนุนขององค์กรภาครัฐและเอกชน ในส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 นั้น จะเป็นคำถามที่มีลักษณะเป็นความคิดเห็น ใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งมีการประเมินตามเกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00	จัดอยู่ในระดับความคิดเห็น	เห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49	จัดอยู่ในระดับความคิดเห็น	เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49	จัดอยู่ในระดับความคิดเห็น	เห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49	จัดอยู่ในระดับความคิดเห็น	เห็นน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49	จัดอยู่ในระดับความคิดเห็น	เห็นด้วยน้อยที่สุด

สำหรับการทดสอบสมมติฐาน สมมติฐานที่ 1-8 จะทดสอบโดยใช้ T - test ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 รูปแบบการตั้งธุรกิจที่แตกต่างกัน ทำให้ศักยภาพของผู้ประกอบการในด้านการตลาดแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 รูปแบบการตั้งธุรกิจที่แตกต่างกัน ทำให้ศักยภาพของผู้ประกอบการในด้านการผลิตแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 รูปแบบการตั้งธุรกิจที่แตกต่างกัน ทำให้ศักยภาพของผู้ประกอบการในด้านการเงินแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 รูปแบบการตั้งธุรกิจที่แตกต่างกัน ทำให้ศักยภาพของผู้ประกอบการในด้านการจัดการแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 ลักษณะการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ทำให้ศักยภาพของผู้ประกอบการในด้านการตลาดแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 6 ลักษณะการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ทำให้ศักยภาพของผู้ประกอบการในด้านการผลิตแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 7 ลักษณะการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ทำให้ศักยภาพของผู้ประกอบการในด้านการเงินแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 8 ลักษณะการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ทำให้ศักยภาพของผู้ประกอบการในการจัดการแตกต่างกัน

ในการทดสอบสมมติฐานที่ 9-10 ทดสอบโดยใช้ Pearson Product Moment Correlation Coefficient ในการทดสอบสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 9 การสนับสนุนของภาครัฐมีความสัมพันธ์ทางบวกกับศักยภาพของผู้ประกอบการ

สมมติฐานที่ 10 การสนับสนุนของภาคเอกชนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับศักยภาพของผู้ประกอบการ

การทดสอบสมมติฐานนี้ เป็นการหาความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน หรือหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล 2 ชุด (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541, หน้า 314) เพื่อความสัมพันธ์ของการสนับสนุนภาครัฐและเอกชนที่มีต่อศักยภาพของผู้ประกอบการ

ลักษณะที่สำคัญของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541, หน้า 310-311) มีดังนี้

1. ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่มีค่าอยู่ระหว่าง -1.00 ถึง 1.00 ค่า -1.00 และ +1.00 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสูงที่สุดแต่สัมพันธ์กันในทิศทางที่แตกต่างกัน ส่วนค่า 0.00 แสดงว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน

2. ข้อมูลมีความสัมพันธ์กันทางบวกหรือข้อมูลที่มีความสัมพันธ์ตามกัน หมายความว่า เหตุการณ์ใดก็ตามที่ได้คะแนนสูงในตัวแปรหนึ่งแล้วได้คะแนนสูงในอีกตัวแปรหนึ่งด้วย หรือ

ในทางกลับกัน เหตุการณ์ใดก็ตามที่ได้คะแนนต่ำในตัวแปรหนึ่งแล้วได้คะแนนต่ำในอีกตัวแปรหนึ่งด้วย

3. ข้อมูลมีความสัมพันธ์กันทางลบหรือข้อมูลที่มีความสัมพันธ์ตรงกันข้าม หมายความว่า เหตุการณ์ใดก็ตามที่ได้คะแนนต่ำในตัวแปรหนึ่งแล้วได้คะแนนสูงในอีกตัวแปรหนึ่ง หรือในทางกลับกัน เหตุการณ์ใดก็ตามที่ได้คะแนนสูงในตัวแปรหนึ่งแล้วได้คะแนนต่ำในอีกตัวแปรหนึ่งด้วย

การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2545, หน้า 92)

1. ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ตั้งแต่ 0 – 0.20 มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำมาก
2. ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ตั้งแต่ 0.21 – 0.40 มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ
3. ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ตั้งแต่ 0.41 – 0.60 มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง
4. ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ตั้งแต่ 0.61 – 0.80 มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง
5. ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ตั้งแต่ 0.80 – 1.00 มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงมาก