

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

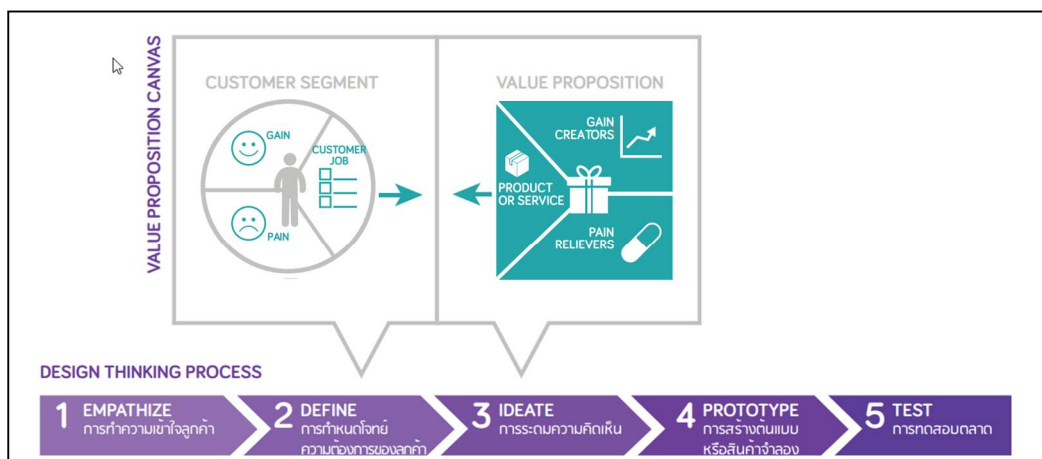
ประชากรในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ประกอบการอาหารจังหวัดอุดรดิตถ์ และกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกกลางสาตจังหวัดอุดรดิตถ์ สำหรับกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการอาหารที่สนใจและอยากอนุรักษ์กลางสาตให้คู่กับจังหวัดอุดรดิตถ์ มีแนวคิดการทำธุรกิจที่เป็นธรรมกับสังคม (Fair Trade) ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสนทนากลุ่ม (Focus group) คือ ผู้ประกอบการในพื้นที่ที่ร่วมดำเนินงานวิจัย ได้แก่ บริษัทสวนผลไม้ภูมิภาค บริษัทบุญดำรงศรีนพารม ร้านพาร์มเมอร์ซ็อบ ร้านบ้านบนดอย และแกนนำเกษตรกรผู้ปลูกกลางสาตคุณภาพ

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการเพิ่มมูลค่ากลางสาตด้วยการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิด Value Proposition Canvas และ Design Thinking Process (ภาพที่ 3.1) มาช่วยในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า คำนึงถึงความเป็นไปได้ในการผลิตและจำหน่ายเชิงพาณิชย์ภายใต้บริบทพื้นที่เพื่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชน โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

ตอนที่ 1 พัฒนาผลิตภัณฑ์จากกลางสาตที่มีมูลค่าเพิ่ม

- 1) ประชุมร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการในท้องถิ่น และภาคีเครือข่ายในพื้นที่ เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัย วางแผนดำเนินงานร่วมกัน และรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นโดยใช้แบบบันทึกการประชุม/แบบสนทนากลุ่ม
- 2) สสำรวจและวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภคทั่วไป จำนวนไม่น้อยกว่า 100 คน ครอบคลุมกลุ่มวัยรุ่น วัยทำงาน และผู้สูงอายุ โดยใช้กลางสาตสดและผลิตภัณฑ์ต้นแบบ สอบถามความพึงพอใจและความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกลางสาต
- 3) วิเคราะห์คุณภาพและคุณค่าทางโภชนาการของกลางสาตสดของจังหวัดอุดรดิตถ์
- 4) ออกแบบผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกลางสาตให้โดนใจกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- 5) วิเคราะห์ศักยภาพของผู้ประกอบการในพื้นที่ ด้านทัศนคติ ความพร้อม ความรู้ และความสามารถในการผลิต
- 6) ทดลองแปรรูปกลางสาต เป็น primary product และ intermediate product ร่วมกับกลุ่มผู้ประกอบการในท้องถิ่น โดยใช้กระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วมและการวิจัยแบบกึ่งทดลอง
- 7) ประเมินผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยใช้แบบประเมิน การสัมภาษณ์ และทดลองจำหน่ายผลิตภัณฑ์
- 8) วิเคราะห์คุณค่าและคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค เพื่อสร้างจุดขายของผลิตภัณฑ์
- 9) จัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ค้นข้อมูลผลการวิจัยให้ภาคีเครือข่ายในพื้นที่ โดยใช้แบบบันทึกการสังเกตแบบมีส่วนร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน/ผู้ประกอบการในท้องถิ่น เพื่อสรุปการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- 10) สังเคราะห์องค์ความรู้และถอดบทเรียนจากการดำเนินงานโดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้โดนใจลูกค้า
ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (มปป. ออนไลน์)

ตอนที่ 2 ศึกษากระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกลางสาตเชิงพาณิชย์ และการบริหารจัดการที่เหมาะสมกับศักยภาพของผู้ประกอบการในพื้นที่

- 1) วางแผนและออกแบบกระบวนการผลิตและการบริหารจัดการการผลิตร่วมกับผู้ประกอบการ
- 2) ทดลองผลิตสินค้าเชิงพาณิชย์ และจำหน่าย
- 3) วิเคราะห์ความคุ้มค่า
- 4) สรุปผลร่วมกับผู้ประกอบการ
- 5) ถอดบทเรียนการทำงาน โดยใช้การพูดคุยอย่างไม่เป็นทางการ และการสัมภาษณ์
- 6) สังเคราะห์องค์ความรู้ และนวัตกรรมจากงานวิจัย
- 7) ถ่ายทอดเทคโนโลยีและองค์ความรู้จากงานวิจัย ในรูปแบบการจัดนิทรรศการ เอกสารแผ่นพับ สื่อวีดิทัศน์ และการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ประกอบด้วย

- 1) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณและคุณภาพ ได้แก่ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม แบบบันทึกผลการทดลอง การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสนทนากลุ่มย่อยแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้
- 2) เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการทดลอง ได้แก่ ชุดอุปกรณ์/เครื่องมือแปรรูปอาหาร เครื่องมือวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยวิธี Duncan's New Multiple – Range Test (DMRT) และใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ