

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่องการพัฒนาารณารณเข่นแผลงลอย เพื่อแสดงอตัลัษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคิน ในเขตคูเมืองเก่าจ้งหวัดเชียงใหม่ เป็นงานวิจัยที่ศึกษาให้ทราบถึงอตัลัษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคิน ในเขตคูเมืองเก่าจ้งหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำมาถ่ายทอดผ่านผลิตถันท์ กรณึศึกษาผลิตถันท์ ย่านตลาดอาหารกลางคินในเขตคูเมืองเก่าจ้งหวัดเชียงใหม่ เนื่องจาผลิตถันท์รณเข่นแผลงลอย ชุมชน เป็นผลิตถันท์ที่ชุมชนผลิตขึ้นเพื่อสร้งรายได้ให้กับกลุ่มในแต่ละชุมชน ดั่งนั้น เพื่อให้ การถ่ายทอดแสดงอตัลัษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคินในเขตคูเมืองเก่าจ้งหวัดเชียงใหม่ เป็นที่รู้จัก และเกิดการรับรู้ของบุคคลภายนอกอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยจึงมีวิธีดำเนินการวิจัยและนำเสนอ ดั่งนี้

3.1 รูปแบบวิธีการวิจัยและขั้นตอนการวิจัย

3.2 ข้อมูลการวิจัย

3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.4 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและวิธีการสร้างเครื่องมือ

3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.8 สรุปผล อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

3.1 รูปแบบวิธีการวิจัยและขั้นตอนการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงประยุกต์ (Applied Research) ด้วยการศึกษาคูมูลเชิงลึกจาก เอกสาร และข้อมูลภาคสนาม เพื่อนำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์แสดงอตัลัษณ์ย่านตลาดอาหาร กลางคินในเขตคูเมืองเก่าจ้งหวัดเชียงใหม่ ตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ ผ่านเครื่องมือแบบสอบถาม ก่อนนำมาประยุกต์ร่วมกับองค์ความรู้ปัจจุบัน ได้แก่ หลักในการออกแบบทั้งการออกแบบรณเข่น แผลงลอย และการออกแบบอตัลัษณ์ และทฤษฎีและแนวคิดด้านการรับรู้ เพื่อนำไปสู่การออกแบบ สำหรับผลิตถันท์ชุมชน เพื่อแสดงอตัลัษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคินในเขตคูเมืองเก่าจ้งหวัด เชียงใหม่ ให้ผู้บริโภคทั้งภายในและภายนอกจังหวัดเกิดจากการรับรู้ได้ มีขั้นตอนในการดำเนินงาน วิจัย ดั่งนี้

3.1.1 ผู้วิจัยศึกษาและรวบรวมข้อมูลคู่มือเมืองเก่าจังหวัดเชียงใหม่ ผลิตภัณฑ์ชุมชน จากการทำทบทวนวรรณกรรมและลงพื้นที่ภาคสนาม ตลอดจนข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ การออกแบบ และการรับรู้ จากการทำทบทวนวรรณกรรม เพื่อนำมาเป็นหลักในการศึกษา วิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูล และสร้างเครื่องมือในการวิจัย

3.1.2 ผู้วิจัยเก็บข้อมูลอัตลักษณ์แสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่าจังหวัดเชียงใหม่จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่จำนวน 7 ท่าน ตามโครงสร้างคำถามการพัฒนาารถเข็นแผงลอย เพื่อแสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่าจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำไปสู่การกำหนดอัตลักษณ์และองค์ประกอบสร้างสรรค์เพื่อการออกแบบ

3.1.3 ผู้วิจัยวิเคราะห์และสังเคราะห์เอกลักษณ์แสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่และองค์ประกอบสร้างสรรค์ เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลการพัฒนาารถเข็นแผงลอย เพื่อแสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่าจังหวัดเชียงใหม่

3.1.4 ผู้วิจัยศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชน จากการทำทบทวนวรรณกรรมและลงพื้นที่สนาม เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการพัฒนาารถเข็นแผงลอย เพื่อแสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่าจังหวัดเชียงใหม่

3.1.5 ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสอบถามผู้ประกอบการ และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้เป็นข้อมูลผลิตภัณฑ์ในการพัฒนาารถเข็นแผงลอย เพื่อแสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่าจังหวัดเชียงใหม่

3.1.6 ผู้วิจัยสรุปรายละเอียดข้อมูลเพื่อการออกแบบ

3.1.7 ผู้วิจัยออกแบบร่าง 1

3.1.8 ผู้วิจัยออกแบบและพัฒนาแบบ ครั้งที่ 2

3.1.9 ผู้วิจัยหุนจำลองผลิตภัณฑ์ ในแต่ละทาง จำนวน 3 ตลาด ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่

3.1.10 ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือแบบประเมิน สำหรับการพัฒนาารถเข็นแผงลอย เพื่อแสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่าจังหวัดเชียงใหม่ มีการตรวจสอบประสิทธิภาพเครื่องมือโดยการตรวจโครงสร้างทางภาษา ทดลองใช้และปรับปรุงเครื่องมือให้มีประสิทธิภาพก่อนนำไปใช้งาน

3.1.11 ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลการพัฒนาารถเข็นแผงลอย เพื่อแสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่าจังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้ทรงคุณวุฒิด้านผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้ทรงคุณวุฒิด้านผลิตภัณฑ์ และผู้ทรงคุณวุฒิเอกลักษณ์ แสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่จำนวน 7 คน เพื่อคัดเลือกรูปแบบที่มีความเหมาะสมในแต่ละ

แนวทาง จำนวน 3 ย่านตลาดอาหารกลางคืน ในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อใช้ในการสอบถามความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้ประกอบการพัฒนารถเข็นแผงลอย เพื่อแสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่าจังหวัดเชียงใหม่

3.1.12 ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลและพัฒนารูปแบบ

3.1.13 ผู้วิจัยผลิตผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

3.1.14 ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือแบบสอบถามความคิดเห็นและความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคมี่มีการตรวจสอบประสิทธิภาพเครื่องมือโดยการตรวจภาษา ทดลองใช้ และปรับปรุงเครื่องมือให้มีประสิทธิภาพก่อนนำไปใช้งาน

3.1.15 ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นและความพึงพอใจ

3.1.16 ผู้วิจัยสรุป อภิปรายผลเพื่อรายงานการวิจัยในรูปแบบวิทยานิพนธ์

3.2 ข้อมูลวิจัย

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและการลงพื้นที่ภาคสนาม แบ่งข้อมูลได้ออกเป็นข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ ดังนี้

3.2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ

ข้อมูลปฐมภูมิ คือ อัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ รูปแบบผลิตภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์รถเข็นแผงลอย เพื่อแสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ ความคิดเห็น ความพึงพอใจของผู้ประกอบการ และผลการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ สำหรับการพัฒนารถเข็นแผงลอย เพื่อแสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่าจังหวัดเชียงใหม่ โดยข้อมูลอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้จากการทบทวนวรรณกรรมร่วมกับการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ 3 ด้าน เพื่อกำหนดอัตลักษณ์และองค์ประกอบสร้างสรรค์เกี่ยวกับอัตลักษณ์เพื่อการออกแบบ ในขณะที่รูปแบบผลิตภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน ความคิดเห็น ความพึงพอใจของผู้ประกอบการ และผลการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อแสดงอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ได้จากเครื่องมือวิจัย

3.2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ

ข้อมูลทุติยภูมิ คือข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ สังเคราะห์ ข้อมูล เพื่อนำมาสร้างเครื่องมือ ได้แก่ แบบสอบถาม และแบบประเมิน รวมถึงใช้ในการออกแบบและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่าจังหวัดเชียงใหม่ ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมแบ่งออกเป็น 6 ส่วน คือ

- 1) หลักการผลิตภัณฑ์
- 2) หลักการด้านสุขาภิบาลอาหารสำหรับแผงลอยจำหน่ายอาหารประกอบด้วย
 - (ก) ข้อมูลแผงลอยจำหน่ายอาหารทำจากวัสดุที่ทำให้ความสะดวกสบาย
 - (ข) ข้อมูลอาหารปรุงสุกมีการปกปิด หรือมีการป้องกันสัตว์แมลงนำโรค
 - (ค) ข้อมูลสารปรุงแต่งอาหาร ต้องมีเลขสารบบอาหาร (อย.)
 - (ง) ข้อมูลน้ำดื่ม ต้องเป็นน้ำสะอาด ใสในภาชนะที่สะอาด มีการปกปิด
 - (จ) ข้อมูลเครื่องดื่ม ต้องใสภาชนะที่สะอาด มีการปกปิด และมีที่ดักที่มีด้ามยาว หรือมีก๊อก หรือทางเทริน้ำ
 - (ฉ) ข้อมูลน้ำแข็งที่ใช้บริโภค ต้องสะอาด เก็บในภาชนะที่สะอาด มีฝาปิด
 - (ช) ข้อมูลล้างภาชนะด้วยน้ำยาล้างภาชนะ แล้วล้างด้วยน้ำสะอาด 2 ครั้ง
 - (ซ) ข้อมูลช้อน ส้อม ตะเกียบ วางตั้งเอาด้ามขึ้นในภาชนะโปร่งสะอาด
 - (ฌ) ข้อมูลมีการรวบรวมมูลฝอย และเศษอาหารเพื่อนำไปกำจัดขยะ
 - (ญ) ข้อมูลผู้สัมผัสอาหารแต่งกายสะอาด สวมเสื้อมีแขน
 - (ฎ) ข้อมูลใช้อุปกรณ์หยิบจับอาหารที่ปรุงสำเร็จแล้วอาหารที่ปรุงสำเร็จ
 - (ฏ) ข้อมูลผู้สัมผัสอาหารที่มีบาดแผลที่มือต้องปกปิดแผลให้มิดชิดมือผู้สัมผัสอาหารที่มีบาดแผล
- 3) ทฤษฎีและแนวความคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย
 - (ก) การออกแบบโครงสร้าง
 - (ข) การออกแบบกราฟิก
- 4) ทฤษฎีและแนวความคิดการออกแบบเอกลักษณ์ ประกอบด้วย
 - (ก) การออกแบบเอกลักษณ์
 - (ข) ทฤษฎีสัญวิทยา
- 5) ทฤษฎีและแนวความคิดการศึกษาอัตลักษณ์ ประกอบด้วย
 - (ก) การศึกษาอัตลักษณ์
 - (ข) การสร้างอัตลักษณ์

อัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่
- 6) ทฤษฎีการสื่อสาร
- 7) ทฤษฎีการรับรู้ ประกอบด้วย

8) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย

- (ก) การศึกษาศิลปวัฒนธรรมสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์
- (ข) การศึกษาผลิตภัณฑ์ชุมชน
- (ค) การศึกษาอัตลักษณ์
- (ง) การศึกษาอิทธิพลของการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีผู้บริโภค

3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ประกอบด้วยกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่มดังนี้

3.3.1 ตัวแทนผู้บริโภค

เก็บรวบรวมข้อมูลการรับรู้จากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ชุมชน ในพื้นที่แสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน ในพื้นที่แสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ สำหรับเก็บข้อมูลการรับรู้อัตลักษณ์แสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ ที่ถ่ายทอดผ่านผลิตภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อแสดงอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่

3.3.2 ผู้บริโภค

ผู้บริโภคในพื้นที่แสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน ในพื้นที่แสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่

3.4 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

3.4.1 ตัวแปรต้น (Independent Variables) แบ่งออกเป็น 3 ส่วน

1) ตัวแปรที่ส่งผลต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์การศึกษาการพัฒนา รชเอ็นแวงลอย เพื่อแสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย

(ก) ปัจจัยด้านโครงสร้าง ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชน เทคโนโลยีผลิต

(ข) ปัจจัยด้านกราฟิก ได้แก่ อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ แสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ผลิตภัณฑ์ชุมชน และเทคโนโลยีการผลิต

2) ตัวแปรที่ส่งผลต่อความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่มีต่อผลิตภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์รชเอ็นแวงลอย แสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย

(ก) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ

(ข) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การใช้งานและการสื่อสารอัตลักษณ์

3) ตัวแปรที่ส่งผลต่อการรับรู้อัตลักษณ์ของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ชุมชน ผ่านผลิตภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อแสดงอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน แสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย

(ก) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค

(ข) ปัจจัยด้านโครงสร้างผลิตภัณฑ์ ได้แก่ รูปแบบและวัสดุ

(ค) ปัจจัยด้านกราฟิกผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ลวดลาย สี สัญลักษณ์และตัวอักษร

3.4.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

1) รูปแบบและประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อแสดงอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน แสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย

(ก) การผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนทุกประเภท วางตามขนาดได้อย่างเหมาะสมในผลิตภัณฑ์ชุมชน

(ข) การปกป้องผลิตภัณฑ์ชุมชนทุกประเภท ได้อย่างปลอดภัย ในผลิตภัณฑ์ชุมชน

(ค) การแสดงอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน แสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ได้อย่างเหมาะสมบนผลิตภัณฑ์ชุมชน

2) ความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ เพื่อแสดงอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน แสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย

(ก) การใช้งานมีความเหมาะสมในการปกป้องผลิตภัณฑ์รถเข็นแผงลอย

(ข) ภาพลักษณ์ มีความเหมาะสมในการแสดงอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน แสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ได้ด้านโครงสร้างและกราฟิก

3.5 เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการวิจัย

3.5.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีทั้งสิ้น 3 เครื่องมือ ประกอบด้วย แบบประเมิน และแบบสอบถาม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) แบบประเมินรูปแบบและประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อแสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้ทรงคุณวุฒิ ประกอบด้วย 2 ตอนดังนี้

(ก) แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ประเมิน ได้แก่ เพศ สถานะของผู้ประเมิน ประสบการณ์ในการทำงาน และภูมิลำเนา เป็นต้น

(ข) แบบสอบถามเกี่ยวกับการประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้ การคัดเลือกรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมที่สุดในแต่ละแนวทาง มีทั้งสิ้น

3 ตลาดอาหารกลางคืน

ดำเนินการวัดโดยใช้การเรียงลำดับ 1 ถึง 3 จากรูปแบบที่มีความเหมาะสมที่สุดไปหาน้อยที่สุด แสดงระดับคะแนนตามลำดับ แบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ

“ลำดับที่ 1” = 3

“ลำดับที่ 2” = 2

“ลำดับที่ 3” = 1

การประเมินรูปแบบพร้อมต้นแบบผลิตภัณฑ์ จากรูปแบบที่เลือกเป็นลำดับที่ 1 ในแต่ละแนวทาง ดำเนินการวัดโดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบบของ Likert Scale จำนวนทั้งหมด 25 ข้อ แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ

“มากที่สุด” = 5

“มาก” = 4

“ปานกลาง” = 3

“น้อย” = 2

“น้อยที่สุด” = 1

การแสดงผลของคะแนนเฉลี่ยพิจารณาจากคะแนนของคำตอบโดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

การประเมิน ระดับ ดีมาก

การประเมิน ระดับ ดี

การประเมิน ระดับ ปานกลาง

การประเมิน ระดับ น้อย

การประเมิน ระดับ ควรปรับปรุง

โดยใช้เกณฑ์การคำนวณ = $\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$

$$= \frac{5 - 1}{5} = \frac{4}{5} = 0.80$$

ดังนั้นระดับคะแนนเฉลี่ยของข้อคำตอบ 5 ระดับคะแนน จะมีขั้นตอนของระดับคะแนน คือ

1.00 – 1.80	หมายถึง	อยู่ในระดับควรปรับปรุง
1.81 – 2.60	หมายถึง	อยู่ในระดับน้อย
2.61 – 3.40	หมายถึง	อยู่ในระดับปานกลาง
3.41 – 4.20	หมายถึง	อยู่ในระดับดี
4.21 – 5.00	หมายถึง	อยู่ในระดับดีมาก

2) แบบสอบถามข้อมูลพฤติกรรม ประกอบด้วย 4 ตอนดังนี้

- (1) ปัจจัยในการซื้อผลิตภัณฑ์
- (2) ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค
- (3) ข้อมูลผลิตภัณฑ์ย่านตลาดอาหารกลางคืน

3) แบบสอบถามความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อแสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย 2 ตอน ดังนี้

- (1) แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อาชีพ เพศ อายุ และ ภูมิลำเนา เป็นต้น
- (2) แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและความพึงพอใจ แยกเป็น 3 กลุ่ม อัตลักษณ์ รูปแบบดำเนินการวัดโดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบบของ Likert Scale ข้อ แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ

“มากที่สุด”	=	5
“มาก”	=	4
“ปานกลาง”	=	3
“น้อย”	=	2
“น้อยที่สุด”	=	1

การแสดงระดับของคะแนนเฉลี่ยพิจารณาจากคะแนนของคำตอบโดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

การประเมิน	ระดับ	ดีมาก
การประเมิน	ระดับ	ดี
การประเมิน	ระดับ	ปานกลาง
การประเมิน	ระดับ	น้อย
การประเมิน	ระดับ	ควรปรับปรุง

การแสดงระดับของคะแนนเฉลี่ยพิจารณาจากคะแนนของคำตอบโดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

การประเมิน	ระดับ	ดีมาก
การประเมิน	ระดับ	ดี
การประเมิน	ระดับ	ปานกลาง
การประเมิน	ระดับ	น้อย
การประเมิน	ระดับ	ควรปรับปรุง

$$\begin{aligned} \text{โดยใช้เกณฑ์การคำนวณ} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = \frac{4}{5} = 0.80 \end{aligned}$$

ดังนั้นระดับคะแนนเฉลี่ยของข้อคำตอบ 5 ระดับคะแนน จะมีขั้นตอนของระดับคะแนน คือ

1.00 – 1.80	หมายถึง	อยู่ในระดับควรปรับปรุง
1.81 – 2.60	หมายถึง	อยู่ในระดับน้อย
2.61 – 3.40	หมายถึง	อยู่ในระดับปานกลาง
3.41 – 4.20	หมายถึง	อยู่ในระดับดี
4.21 – 5.00	หมายถึง	อยู่ในระดับดีมาก

ผู้วิจัยออกแบบเครื่องมือตามกรอบโครงสร้างของเนื้อหา ภายใต้กรอบหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ หลักการหาอัตลักษณ์ และตรวจสอบประสิทธิภาพของเครื่องมือโดยการตรวจภาษา และปรับปรุงเครื่องมือให้มีประสิทธิภาพก่อนนำไปใช้งานจริง

3.5.2 อุปกรณ์ที่ใช้ในการวิจัย

อุปกรณ์ที่ใช้ในการวิจัย มีดังนี้ กล้องถ่ายรูป และชิ้นงานผลิตภัณฑ์

3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลจากเครื่องมือในการวิจัย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.6.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบประเมินในการวิจัย ผู้วิจัยนำแบบประเมินไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 7 คนด้วยตนเองพร้อมผลิตภัณฑ์ต้นแบบและการอธิบายประกอบ เพื่อคัดเลือกและประเมินรูปแบบที่มีความเหมาะสม มีประสิทธิภาพของรถเข็นแผงลอย แสดงอัตลักษณ์

ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่มากที่สุดในแต่ละแนวทาง ผู้วิจัยนำแบบประเมินมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลและนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์

3.6.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลตลาดและความต้องการ จากแบบสอบถามผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้วิจัยสอบถามแบบสอบถามข้อมูลความต้องการผลิตภัณฑ์รถเข็นแผงลอยจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการร้านอาหารกลางคืนจำนวน 100 คน

3.6.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน และผู้บริโภค ผู้วิจัยนำแบบสอบถามความคิดเห็นและความพึงพอใจ ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ด้วยตนเอง พร้อมผลิตภัณฑ์ต้นแบบและการอธิบายประกอบ เพื่อสอบถามความคิดเห็นที่ผู้ประกอบการมีต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบและการอธิบายประกอบ เพื่อสอบถามความคิดเห็นที่ผู้ประกอบการมีต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ในแต่ละแนวทาง และรูปแบบที่มีความพึงพอใจมากที่สุด หลังจากนั้นผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลและนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์

3.6.4 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามการรับรู้ผู้บริโภค ผู้วิจัยนำแบบสอบถามพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อไปแจกผู้บริโภค จำนวน 100 คน บริเวณย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับรวบรวมจากเครื่องมือ คือ แบบสอบถามและแบบประเมินใช้โปรแกรมทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.=Standard Deviation) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อบรรยายข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมมา และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบพรรณนาประกอบการแสดงตารางสถิติ

3.8 สรุปผล อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยดำเนินการสรุปผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยด้วยความเรียงและแสดงภาพการผลการออกแบบและพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์รถเข็นแผงลอย เพื่อแสดงอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน แสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ อภิปรายผลของการเก็บข้อมูลและการนำเสนอรูปแบบ สุดท้ายผู้วิจัยนำเสนอข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้และเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป