

CHAPTER III

RESEARCH METHODOLOGY

This chapter is provided to describe the detail of research methodology of the study “Consumption Behavior of Korean Cultural product “Kim-Chi” in Bangkok”. This study will be carried out through;

1. Study design and conceptual framework
2. Population and sample Size
3. Research instrument
4. Questionnaire testing
5. Data collection
6. Data analysis

1. Study Design and Conceptual Framework

The best approach of this research is “Descriptive Studies” by using questionnaire as survey study method which collects data within the specified period and summarizes statically. The research method will be conducted to study the perception and attitude toward Korean cultural consumption among Thai people. In study, Kim-chi was used representing the Korean cultural product and to investigate the dominant factors that have influenced Thai people’s consumption of Kim-chi. Therefore, this research includes behaviors, causes of consumption, factors influencing consumption and perception of Kim-chi affecting consumption.

The conceptual framework of this study is focus on Kim-Chi consumption behavior. This framework will consist of concept of cultural product, main cause of consumption (to examine Thai consumer behavior influenced by Korean cultural product or trend of Korean wave), leading to illustrate significant relationship of consumer behavior and perception of Kim-Chi in Thai samples group. In addition, the concept of consumerism and factors influencing consumer behavior could be the model for more understanding in consumer behaviors and could be used

to concisely analyze the result of behaviors in finally. In order to clarify, I have explained by diagram in the figure 6.

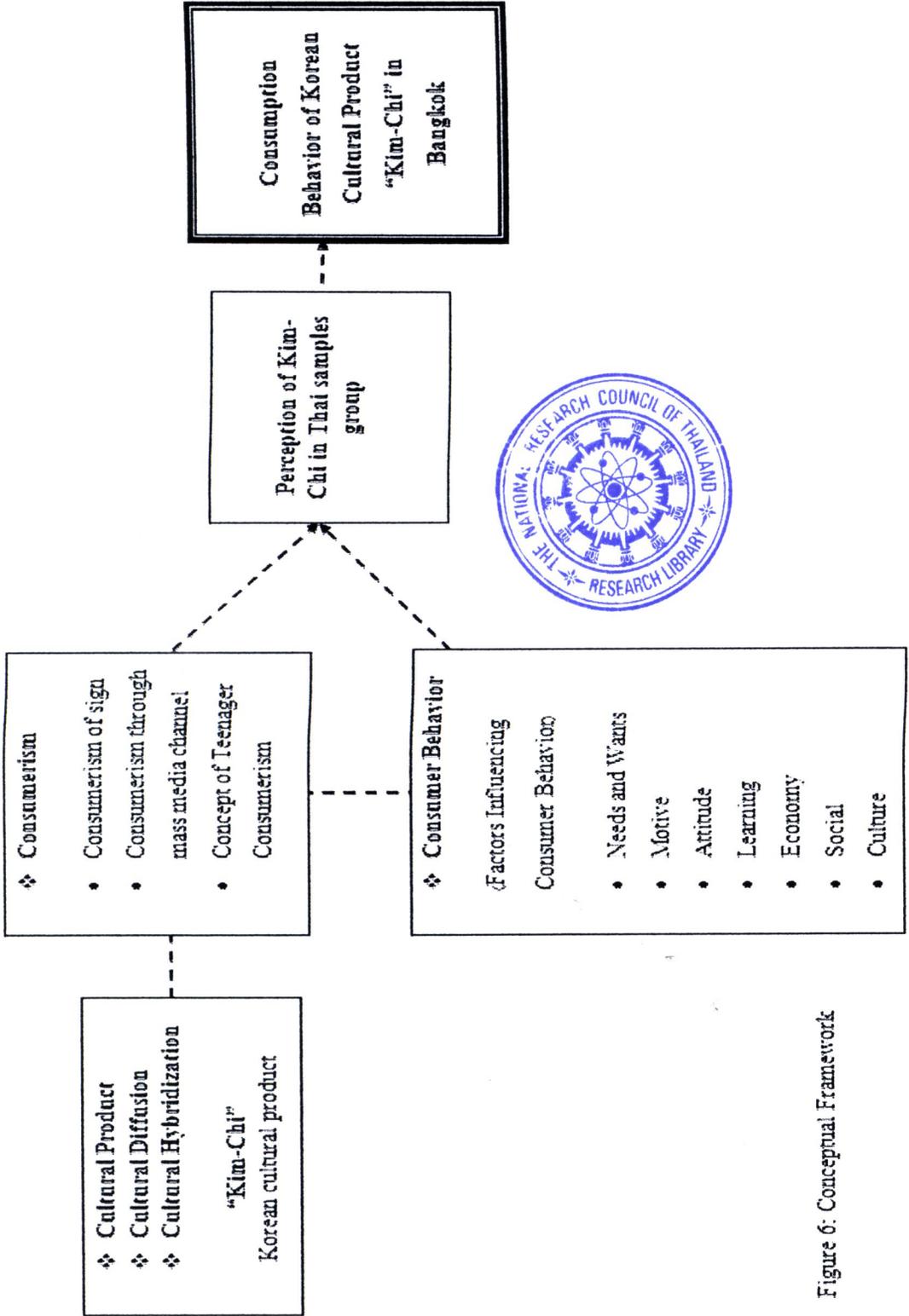


Figure 6: Conceptual Framework

2. Population and Sample Size

This study focuses on a group of Thai sample who have ever consumed Kim-Chi in various place and restaurants. This research is not limited period and place in eating Kim-Chi. In order to study consumption behavior and examine the research hypothesis which Thai consumer behaviors influenced by Korean wave or not, the sample could be both who have been favor of Korean wave and those who have never interested of it. In the same time, the majority of the sample group is Thai consumers who live in Bangkok Metropolitan area.

The sample size was calculated based on Yamane T. (1967) formula¹ with $\pm 5\%$ precision level, 95% confidence level and the population size of 5,702,595 which is a number of Thais living in Bangkok Metropolitan in 2009². The estimated sample size is from formula as below:

Formula

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

When

n = Number of sampling
 N = Number of population
 E = ...Error of sampling (5% or 0.05)

Therefore

$$n = \frac{5,702,595}{1+5,702,595(0.05)^2}$$

$$n = 399.97$$

¹ The formula table is presented in appendix A.

² Department of Local Administration. Statistics of 2009 Bangkok Metropolitan Population [online]. Bangkok Metropolitan Administration Data Center. Available from: http://203.155.220.230/stat_search/stat_06/stat06_01.html [May 9, 2010]

So the sample size in this research is 399.97 people but for convenience and correctly information, the researcher will collect the sample size as amount of 400 people.

3. Research Instrument

Questionnaires development with quota sampling method is instrument for survey study method. In this research, questionnaire is used as an instrument to gather the primary data from the respondents. The Primary data is gathered by directly distributing 400 questionnaires to a group of Thai samples who have ever consumed Kim-Chi and lived in Bangkok Metropolis. The constructing questionnaire is performed by designing questions to cover all the topics such as problems, objectives, theoretical framework, and so on. It can be classified in to four main parts to meet objective of the research. These parts can be categorized as follows.

Part 1: Characteristics of sample groups (age, gender, education, occupation and monthly income)

Part 2: Perception and attitude affecting Kim-chi consumption behavior

Part 3: Factors and causes affecting Kim-chi consumption

Part 4: Consumerism of sign toward Kim-chi as Korean cultural product

In order to achieve the objective of this study, a series of closed-fixed response questions including multiple choices and rank ordering were used with a few open-end questions to obtain the opinions of the respondents. The soft file of questionnaires is distributed via e-mail as well as via internet website on community web board posting such as pantip.com, facebook.com, jeban.com and popcornfor2.com and so on. This study employed internet survey because it allows the researcher to reach a large number of respondents, to monitor real-time data and it can specify in group of respondents who are in favor of Korean culture for this research. This questionnaire, which took around ten minutes to complete and was translated into Thai so as to provide a better understanding to respondents.

The source of research questionnaire was online at <http://www.quicktionnaire.com/ShowQuestion.aspx?sid=25199&lang=th>

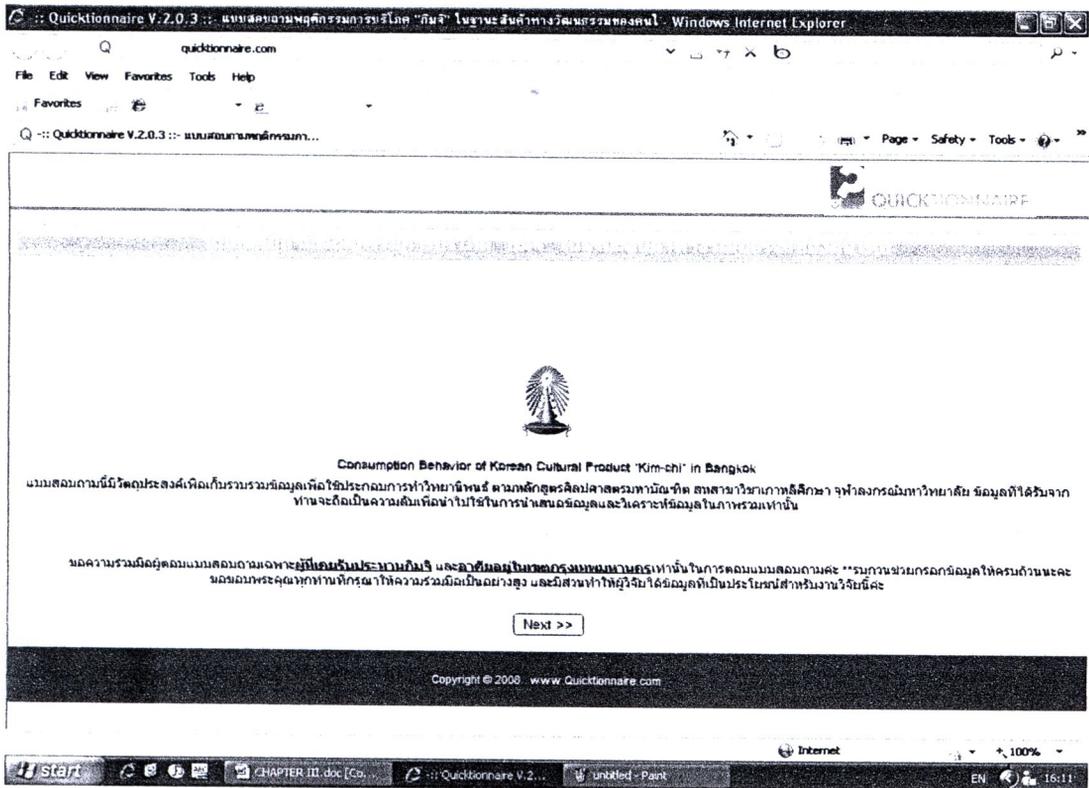


Figure 7: Introduction and welcome page of research questionnaire

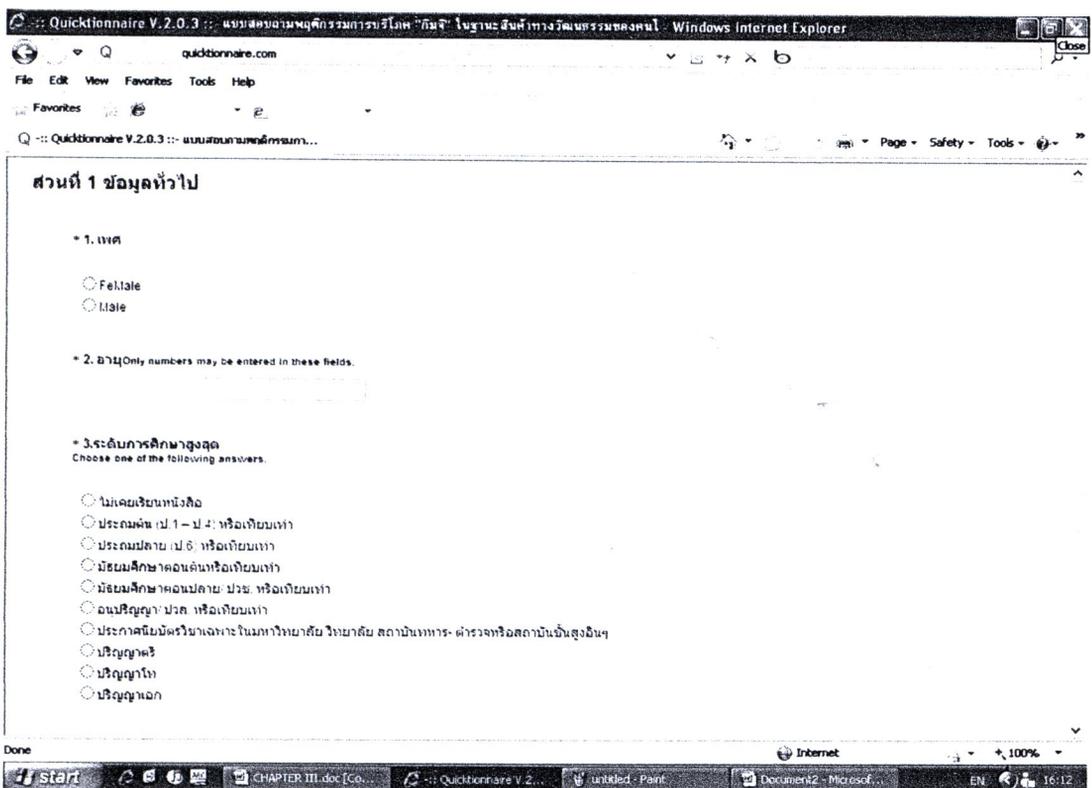


Figure 8: Questionnaire in the first part

Quicktionnaire V.2.0.3 :: Windows Internet Explorer

quictionnaire.com

File Edit View Favorites Tools Help

Quicktionnaire V.2.0.3 :: Page - Safety - Tools

ส่วนที่ 2 ภาพการรับรู้ที่ส่งผลต่อการบริโภคและพฤติกรรมการบริโภคกิมจิของคนไทย

* 6. ท่านคิดว่ากิมจิเป็นอาหารสุขภาพดีใด
Choose one of the following answers.

เกาหลี
 ญี่ปุ่น
 จีน
 ไทย
 ไม่แน่ใจ

* 7. เมื่อพูดถึง "กิมจิ" ท่านนึกถึงอาหารประเภทใดบ้าง? ตามที่คนคิดของท่านชื่อใดคือ "กิมจิ" (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
Check any that apply

ผักดองขาวดอง
 ผักดองพริก เช่น แดง กวางดอง, ไข่เต่าดอง, ไข่ปลาดอง, ชิงดอง
 อาหารทะเลดอง เช่น กุ้งดอง, ปลาหมึกดอง, ปูดอง, หอยนางรมดอง
 อาหารประเภทต่างๆ ที่มีกิมจิเป็นส่วนประกอบ เช่น ข้าวผัดกิมจิ, น้ำแกงกิมจิ, หมูผัดกิมจิ
 ผลิตภัณฑ์ในประเทศไทยที่ใช้กิมจิเป็นวัตถุดิบหรือส่วนผสม เช่น ปลาเส้นเรตกิมจิ, มันฝรั่งทอดกรอบรอกิมจิ, มะหนังกิมจิสำเร็จรูปรอกิมจิ, สาหร่ายทอดกรอบรอกิมจิ, กิมจิผงกิมจิ
 อื่นๆ โปรดระบุ (Other):

* 8. ท่านบริโภค "กิมจิ" ชนิดใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
Check any that apply

Done

Internet 100%

Start CHAPTER III.doc [Co... Quicktionnaire V.2... untitled - Paint Document2 - Microsof... EN 16:14

Figure 9: Questionnaire in the second part

Quicktionnaire V.2.0.3 :: Windows Internet Explorer

quictionnaire.com

File Edit View Favorites Tools Help

Quicktionnaire V.2.0.3 :: Page - Safety - Tools

ส่วนที่ 3 สาเหตุ/อิทธิพลปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคกิมจิของคนไทย

* 16. ท่านชื่นชอบวัฒนธรรมและอิทธิพลเชิงเกาหลีต่างๆ หรือไม่
Choose one of the following answers.

ใช่
 ไม่ชอบเลย

* กรุณาเลือกระดับความชื่นชอบ
Choose one of the following answers.

มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

* 17. อิทธิพลของอิทธิพลเชิงเกาหลีหรือคลื่นกระแสวัฒนธรรมเกาหลี (Korean Wave) มีผลต่อการลงหรือตัดสินใจรับทราบกิมจิและอาหารเกาหลีของท่านหรือไม่
Choose one of the following answers.

ใช่
 ไม่ใช่ (กรุณาย้ำมาไม่ข้อ 20)

* กรุณาระบุอาหารที่ท่านทาน
Choose one of the following answers.

รับประทานเฉพาะกิมจิ รับประทานทั้งกิมจิและอาหารเกาหลี

Done

Internet 100%

Start CHAPTER III.doc [Co... Quicktionnaire V.2... untitled - Paint CHAPTER II.doc [Co... EN 16:24

Figure 10: Questionnaire in the third part

Quicktionnaire V.2.0.3 :: Windows Internet Explorer

quicktionnaire.com

File Edit View Favorites Tools Help

Q :: Quicktionnaire V.2.0.3 ::

Page Safety Tools

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี และมีส่วนทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับงานวิจัยนี้ค่ะ

ส่วนที่ 4 กัมจิ : การบริโภคเชิงสัญลักษณ์สินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีของคนไทย

* ข้อ 21 กรุณาเลือกตอบตามทัศนคติของท่านในช่องที่เหมาะสมต่อไปนี้ (หมายเหตุ: เห็นด้วยอย่างยิ่ง, เห็นด้วย, เฉยๆ, ไม่เห็นด้วย, ไม่แน่ใจ)

21.1 กัมจิ คือ สัญลักษณ์หรือตัวแทนความเป็นเกาหลี	<input type="radio"/>				
21.2 การรับประทาน กัมจิ หมายถึงการเข้าถึงหรือสัมผัสวัฒนธรรมเกาหลี	<input type="radio"/>				
21.3 กัมจิ เป็นอาหารที่เป็นที่นิยมหรือมีความทันสมัยในปัจจุบัน	<input type="radio"/>				
21.4 กัมจิ มีรสชาติดีและอร่อย	<input type="radio"/>				
21.5 กัมจิ มีคุณค่าทางสารอาหารและมีประโยชน์ต่อร่างกาย	<input type="radio"/>				
21.6 โดยทั่วไป กัมจิ ที่จำหน่ายในประเทศไทยมีราคาแพงหรือค่อนข้างสูง	<input type="radio"/>				
21.7 กัมจิ ในประเทศไทยส่วนใหญ่มีการบริโภคชาติไทยเข้ากับคนไทย ซึ่งแตกต่างจากกัมจิที่ประเทศเกาหลี	<input type="radio"/>				
21.8 เมื่อมีโอกาสรับประทานอาหารเกาหลีถึงงานต้องรับประทาน กัมจิ ด้วยเสมอ	<input type="radio"/>				
21.9 บรรยากาศในร้านอาหารเกาหลีมีความสำคัญต่อท่านในการรับประทาน กัมจิ	<input type="radio"/>				

จนจบสอบถาม ขอขอบพระคุณในความร่วมมือเป็นอย่างสูงค่ะ

<< Previous Finish

Copyright © 2008 www.Quicktionnaire.com

Done

Internet 100%

start CHAPTER III.doc Quicktionnaire V.2.0.3 untitled - Paint Document2 - Microsoft

Figure 11: Questionnaire the fourth part

โหลสรับประทานกัมจิ :: Windows Internet Explorer

jeban.com

File Edit View Favorites Tools Help

Favorites

โหลสรับประทานกัมจิ

Page Safety Tools

keyword

โหลสรับประทานกัมจิ

by kimchi_thesis

ขอความร่วมมือนะครับหากเวลาผู้เขียนรับประทานกัมจิและอาศัยอยู่ในเกาหลีไปช่วยตอบแบบสอบถามหน่อยนะจะเป็นการเก็บข้อมูลเพื่อประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์เกี่ยวกับการบริโภค กัมจิ ในฐานะสินค้าทางวัฒนธรรมจะผ่านสักทีไปเลยจ่ะ...
<http://www.quicktionnaire.com>ShowQuestion.aspx?sid=251998&lang=th>
 ขอขอบคุณล่วงหน้าจ่ะและขออภัยหากกระทู้นี้เป็นที่รบกวนนะจ่ะ

Last Update : 16 กรกฎาคม 2553 18:22:19 7 comments

Share | Facebook | Twitter | StumbleUpon

ได้เลยจ้า ยินดีจ้ะ

Comment 1 by bEEbO date: 16 กรกฎาคม 2553 19:26:47

ทำใจรับร้อยนะ จ้า

Comment 2 by faryell date: 16 กรกฎาคม 2553 20:14:44

ทำใจรับร้อยแล้วละจ้ะ

USER REVIEWS

ค้นหา

ค้นหา

ค้นหา

Internet 100%

start Document1 - Microsoft โหลสรับประทานกัมจิ...

Figure 12: An example of invitation of posting on website <http://www.jeban.com>

4. Questionnaire Testing

The process of pre-test of questionnaires is done according to below detail:

4.1 Content Validity: To ensure that all questions cover the problems and objectives that researchers would like to know by having the content validity, the researchers brought the questionnaire to get the consulting from the advisor to investigate and make the collection until all questions were validated to be effective for use in real survey. This process is to check the appropriateness and clearness of language and scale measurement used in each question so that they can be analyzed to answer the problems most accurately.

4.2 Reliability: Cronbach's Alpha is used to measure the reliability of the questionnaire with few exceptions the reliability reach 0.70 or higher. It means that most of measures show adequate measurement qualities (Wichian Kaesing, 1988: 93) as follows by;

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[\frac{1 - \sum V_i}{V_t} \right]$$

When k is the number above.

V_i is the variance of each score.

V_t is the variance of scores and all questions.

The result shows, when run separately into two parts; 1) the relationship analysis between influence of Korean wave and consumption "Kim Chi" of Thai people nowadays: Alpha = 0.7104 and 2) the relationship analysis between consumption of sign of the cultural products and consumption "Kim Chi" of Thai people nowadays: Alpha = 0.7348 that means it can be concluded that the questionnaire is a reliable and proper sample instrument to be used for conducting a survey. The sample group of 30 respondents was asked to complete the questionnaires and the reliability analysis.

5. Data Collection

The data gathering that contributed with this research comes from 2 kinds of resources are following:

5.1 The primary data that is gathered by directed distributing 400 questionnaires included those Bangkok people who had ever consumed the Kim-chi food. After each respondent in the questionnaires, it is re-checked for ensuring completeness before collecting and analyzing data. The period of data collection was in one month time; that was July 13, 2010 to August 13, 2010.

5.2 Secondary data that the researcher studied from library research, related theories from researches, journal, related documents, textbooks and internet sites.

6. Data Analysis

6.1 Editing: Edit procedure were conducted to make the data ready for coding and transferring to data storage. Each questionnaire was examined the error data before coding. An audit was carried out on the consistency and completeness of the answer.

6.2 Coding: All parts are pre-coded in numerical form before transferring data to computer program and verified.

6.3 Data Processing: All collected data of completed questionnaires were entered into a data file and analyzed by using statistical computer program to determine descriptive statistic. Frequency counts, percentage distribution, and means were calculated and analyzed. Whereas, Inferential Statistics is used to do hypothesis in this research testing by Pearson's product moment correlation. In this study the 0.05 significant levels (95% probability of making a correct statement) is chosen for testing. Finally, the result of research will be explained by descriptive information following completely data collecting, answer the hypothesis and analyzed by theoretical framework.

6.4 Measurement of Rating Variables: The research has established measurement to rating variables are as follow:

6.4.1 To assess the exposure attitude of Kim-chi consumer toward Korean cultural product by using Likert scale method, the score is divided into five levels as follows:

Significant level of preference

Very much	5	points
Much	4	points
Average	3	points
Least	2	points
Very least	1	point

Significant level of attitude

Strongly agree	5	points
Agree	4	points
Fair	3	points
Disagree	2	points
Strongly disagree	1	point

Then, mean (\bar{X}) and standard deviation (S.D.) were used to explain and interpret the level of attitude by dividing into five levels for significant as follows:

- Scores between 4.21 - 5.00 means strongly positive attitude
- Scores between 3.41 - 4.20 means positive attitude
- Scores between 2.61 - 3.40 means moderate attitude
- Scores between 1.81 - 2.60 means negative attitude
- Scores between 1.00 - 1.80 means strongly negative attitudes

6.4.2 To assess the level of correlation (correlation coefficient) considering into five levels (Joseph F. Hair: 2006: 358) as follows:

Correlation coefficient between 0.00-0.20 means very low relationship.

Correlation coefficient between 0.21-0.40 means low relationship.

Correlation coefficient between 0.41-0.70 means a moderate relationship.

Correlation coefficient between 0.71-0.91 means high relationship.

Correlation coefficient between 0.90-1.00 means very high relationship.