

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาตามแผนงานวิจัย เรื่อง การพัฒนาศักยภาพเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่าจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่าจังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษาได้ผลการวิจัย ผู้วิจัยสามารถสรุปผลอภิปรายผลและมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการสรุปผลโดยให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย 3 ข้อดังนี้

5.1.1 เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็น และบทบาทของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น นักท่องเที่ยว ผู้ค้าแผงลอย และชุมชนในพื้นที่ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่าจังหวัดเชียงใหม่ ในการวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อวิเคราะห้ศักยภาพย่านตลาดอาหารกลางคืน ในเขตคูเมืองเก่าจังหวัดเชียงใหม่

จากผลการวิจัยดังกล่าว อาจสรุปได้อีกแนวทางหนึ่งคือ การวางแผนแบบมีส่วนร่วม และเสวนาแบบมีส่วนร่วมระหว่างผู้บริหารเทศบาลนครเชียงใหม่ ผู้ประกอบการหาบเร่แผงลอย ผู้วิจัยซึ่งสรุปสาระสำคัญได้แก่ (1) หน่วยงานกำกับดูแลและสนับสนุนการบริหารจัดการตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่าจังหวัดเชียงใหม่ ควรกำหนดเป็นนโยบายให้ชัดเจนเกี่ยวกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมโดยใช้สร้างเอกลักษณ์อาหารและพื้นที่ รวมถึงร้านค้า เป็นตัวสื่อสารและเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว (2) ควรมีการพูดคุยคณะกรรมการบริหารจัดการตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่าจังหวัดเชียงใหม่ หรือพื้นที่ที่มีการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับตลาดอาหารกลางคืนอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ เช่น 1-2 ครั้งต่อเดือน (3) ควรมีการปรับภูมิทัศน์บริเวณพื้นที่ตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่าจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวถนนคนเดินกับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ (4) ควรจัดตั้งป้ายประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ เช่น ประเภทอาหาร หรือการแต่งกายสุขภาพอาหารปลอดภัย แอปพลิเคชัน แสตงที่ตั้งร้านแผงลอยอาหารสำหรับอาหารท้องถิ่นชนิดต่าง ๆ (5) มีการจัดการทางด้านสิ่งแวดล้อม และปรับปรุงแนวทางจัดผังตลาดที่เหมาะสมกับอัตลักษณ์ของพื้นที่ ตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่าจังหวัดเชียงใหม่ (6) ควรจัดให้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยว ในท้องถิ่นในการนำนักท่องเที่ยวแวะชมและชิมอาหารที่เข้าร่วมโครงการ หรือมีคุณสมบัติของอาหารสำหรับการท่องเที่ยว (7) ส่งเสริมการแต่งกายตามวัฒนธรรมท้องถิ่นของแต่ละตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่าจังหวัดเชียงใหม่ (8) ควรสนับสนุนให้มีการใช้ภาชนะใส่อาหารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น หรือภูมิปัญญาไทย เพื่อเป็นการเรียนรู้

เกี่ยวกับวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของท้องถิ่นผ่านวัตถุดิบที่ใช้ในการทำอาหาร และเพื่อทดแทนการใช้โฟม อาทิ ภาชนะจากใบตอง ภาชนะจากชานอ้อย (9) ส่งเสริมการการแสดงอัตลักษณ์รถเข็นแผงลอย การจัดร้านค้า รวมถึงโชนนั่งรับประทานอาหารที่เหมาะสมกับพื้นที่ เพื่อช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวและเกิดภาพจำและการรับรู้ใหม่ ๆ

5.1.2 เพื่อพัฒนาและยกระดับองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยว ด้านมาตรฐานสุขาภิบาลอาหาร ด้านการออกแบบแผงลอยและรูปแบบตลาดโดยใช้อัตลักษณ์พื้นถิ่น ด้านสื่อออนไลน์และด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม สำหรับย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่าจังหวัดเชียงใหม่

ผลสรุปการพัฒนาและยกระดับองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยว ด้านมาตรฐานสุขาภิบาลอาหาร ด้านการออกแบบแผงลอยและรูปแบบตลาดโดยใช้อัตลักษณ์พื้นถิ่น ด้านสื่อออนไลน์และด้านการจัดการการเสริมสร้างภาพลักษณ์ คงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อม สำหรับย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่าจังหวัดเชียงใหม่ โดยได้จัดโครงการ (1) การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวและการดูแลสุขภาพเชื่อมโยงตลาด และท้องถิ่น ซึ่งได้ผลการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อการบริโภคอาหารริมทาง อีกทั้งได้พัฒนามาตรฐานสุขาภิบาลอาหาร รวมถึงการพัฒนาาระบบสารสนเทศจัดการฐานข้อมูลร้านค้า ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อการพัฒนาศักยภาพธุรกิจ (2) ในด้านการเสริมสร้างภาพลักษณ์คงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ได้ส่งเสริมอัตลักษณ์พื้นถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวของย่านตลาดอาหารกลางคืน การพัฒนารถเข็น แผงลอย เพื่อแสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืน การปรับปรุงประสิทธิภาพตำแหน่งการจัดวางสินค้าใน ร้านขายอาหาร ร้านรถเข็น แผงลอย การออกแบบและพัฒนาชุดเฟอร์นิเจอร์ สำหรับนั่งรับประทานอาหาร ในร้านรถเข็น แผงลอย และการออกแบบเครื่องแต่งกายสำหรับผู้ประกอบการอาหารเพื่อแสดงอัตลักษณ์ของย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่าจังหวัดเชียงใหม่ อีกทั้งยังได้ (3) ส่งเสริมและพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จากการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อมย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่

5.1.3 เพื่อเสนอแนะและถ่ายทอดองค์ความรู้ เกี่ยวกับผลการวิจัยสู่ผู้ใช้ประโยชน์กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น นักท่องเที่ยว ผู้ค้าแผงลอย และชุมชนในพื้นที่ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่าจังหวัดเชียงใหม่

สรุปข้อเสนอแนะและถ่ายทอดองค์ความรู้ เกี่ยวกับผลการวิจัยสู่ผู้ใช้ประโยชน์กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น นักท่องเที่ยว ผู้ค้าแผงลอย และชุมชนในพื้นที่ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่าจังหวัดเชียงใหม่ของผลการทดสอบการวิจัยเป็นการเปรียบเทียบผลการทดสอบจากข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่ม กล่าวคือ กลุ่มผู้ประกอบการแผงลอย (จำนวน 60 ตัวอย่าง) กลุ่มตัวแทนย่านตลาดอาหารกลางคืน (จำนวน 60 ตัวอย่าง)

กลุ่มนักท่องเที่ยว (จำนวน 260 ตัวอย่าง) และกลุ่มตัวแทนของการบริหารส่วนท้องถิ่น (จำนวน 20 ตัวอย่าง) ซึ่งจากผลทดสอบในเชิงเปรียบเทียบ พบว่า มีผลการทดสอบในทิศทางเดียวกันของทุกกลุ่มตัวอย่าง กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่มให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ด้านความสะอาดของอาหารหาบเร่แผงลอย ณ ตลาดอาหารกลางคืน ในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวในนั้น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ หากนักท่องเที่ยวรับรู้ว่ามีอาหารหาบเร่แผงลอย ณ ตลาดอาหารกลางคืน สะอาดถูกสุขอนามัย มีแนวโน้มที่นักท่องเที่ยวจะเลือกไปเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยวในนั้น ๆ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของอาหารหาบเร่แผงลอย ณ สถานที่ท่องเที่ยว ในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว สำหรับผลการทดสอบดังกล่าวกับกลุ่มตัวอย่าง อาจสรุปได้ว่า ผลของการทดสอบดังกล่าวกับกลุ่มตัวอย่าง หากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารโดยกลุ่มหาบเร่แผงลอย ต้องการดึงดูดนักท่องเที่ยว ดังกล่าว ควรให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของอาหารหาบเร่แผงลอย ณ สถานที่ท่องเที่ยว และการสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยวว่า อาหารหาบเร่แผงลอย ณ สถานที่ท่องเที่ยวในนั้น ๆ มีความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว

ในส่วนของความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของร้านอาหารหาบเร่แผงลอย ณ สถานที่ท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างได้รับรู้ว่าร้านอาหารหาบเร่แผงลอย ณ ตลาดอาหารกลางคืน มีการจัดพื้นที่สำหรับจัดเก็บรักษาอาหาร วัสดุคืบ และอุปกรณ์การประกอบอาหาร การจัดพื้นที่รับประทานอาหาร มีป้ายแสดงรายการอาหารและราคาที่ชัดเจน รวมทั้งมีระบบการสั่งอาหารที่เข้าใจง่ายไม่ยุ่งยาก ย่อมมีแนวโน้มที่นักท่องเที่ยวจะเลือกสถานที่ท่องเที่ยวในนั้น ๆ ในการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างยังให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ด้านสังคมของร้านอาหารหาบเร่แผงลอย ณ สถานที่ท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการที่ร้านอาหารหาบเร่แผงลอย ณ สถานที่ท่องเที่ยวมีการจัดพื้นที่เปิดในที่โล่งแจ้งเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับสภาพแวดล้อมทางสังคมโดยรอบ ได้พบเห็นความเป็นอยู่ของคนท้องถิ่น ได้เรียนรู้วิถีชีวิตของท้องถิ่น ซึ่งจะส่งผลให้มีแนวโน้มที่นักท่องเที่ยว ตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยว ณ สถานที่ในนั้น ๆ กลุ่มตัวอย่างที่การวิจัยได้เก็บรวบรวมแบบสอบถาม ไม่ว่าจะกลุ่มใดต่างก็ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการที่อาหารหาบเร่แผงลอย ณ สถานที่ท่องเที่ยวจะสะท้อนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของท้องถิ่นหรือไม่ มีความเป็นเอกลักษณ์และความสำคัญเชิงวัฒนธรรมดั้งเดิมหรือไม่ ต่างก็ไม่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว

การที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารหาบเร่แผงลอย ณ สถานที่ท่องเที่ยว ต้องพิจารณาให้ทุกมิติ เนื่องจากนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญหรือความสนใจกับความเป็นเอกลักษณ์และความสำคัญเชิงวัฒนธรรมดั้งเดิมของอาหาร อย่างไรก็ตาม อาจตีความผลการวิจัยนี้

ได้อีกมิติหนึ่งคือ หากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่การวิจัยนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม ไม่ได้เป็นกลุ่มตลาดเป้าหมายของการยกระดับท่องเที่ยวตลาดอาหารกลางคืนเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว จึงจำเป็นต้องศึกษาเกี่ยวกับลักษณะและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เพื่อคัดเลือกนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่มีความต้องการในการท่องเที่ยว และเรียนรู้วัฒนธรรม วิถีชีวิตท้องถิ่นความเป็นอยู่และความเป็นเอกลักษณ์ผ่านอาหารและ/หรือร้านอาหารหาบเร่แผงลอย ณ สถานที่ท่องเที่ยว หรือการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ด้านการจัดสร้างขึ้นเทียมเป็นการเฉพาะเพื่อการท่องเที่ยวของอาหารหรือร้านอาหารหาบเร่แผงลอยกับการตัดสินใจเลือกเที่ยวตลาดอาหารกลางคืน พบว่า ผลการทดสอบเป็นไปในทิศทางเดียวกันสำหรับข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง มีการรับรู้ว่าอาหารหรือร้านอาหารหาบเร่แผงลอยเป็นสิ่งที่ถูกจัดสร้างขึ้นเทียมเป็นการเฉพาะเพื่อการท่องเที่ยว ไม่ได้เป็นของจริงดั้งเดิม ย่อมมีแนวโน้มที่นักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวจะไม่เลือกเดินทางไปท่องเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ รวมถึงการไม่มีนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างกลุ่มใดเลยให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าเงินของอาหารหาบเร่แผงลอยกับการตัดสินใจเลือกเที่ยวตลาดอาหารกลางคืน กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ไม่ว่าจะรูปแบบการปรุงอาหาร รูปแบบการจัดวางอาหาร และรูปแบบการรับประทานอาหารหาบเร่แผงลอย ณ ตลาดอาหารกลางคืนจะเป็นอย่างไร คุ้มค่าเงินที่ใช้ไปหรือไม่ นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดไม่ได้ให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ดังกล่าวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารหาบเร่แผงลอย ณ สถานที่ท่องเที่ยว ควรที่จะให้ความสำคัญกับการพัฒนาเนื้อหาเรื่องราว และความสามารถของอาหาร และ/หรือร้านอาหารในการสะท้อนวิถีชีวิตท้องถิ่น สังคม ความเป็นอยู่ และวัฒนธรรม มากกว่าที่จะให้ความสำคัญกับราคา และการรับรู้ของนักท่องเที่ยวว่า คุ้มหรือไม่คุ้มเงินที่ใช้ไป จึงยังมีความเป็นไปได้ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวยังไม่ได้ให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าเงิน แต่หากมีการพัฒนาองค์ประกอบต่าง ๆ ของอาหารและ/หรือร้านอาหารหาบเร่แผงลอย ณ ตลาดอาหารกลางคืน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้านวิถีชีวิต สังคม ความเป็นอยู่ และวัฒนธรรม รวมทั้งความสะอาด ความปลอดภัย ฯลฯ ซึ่งอาจทำให้ต้นทุนและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น และอาจมีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่ง อาจต้องคำนึงถึงความคุ้มค่าเงินที่ใช้ไป ณ สถานการณ์นั้น

5.2 อภิปราย

5.2.1 การเก็บข้อมูล

1) ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยเก็บข้อมูลในช่วง เดือนมิถุนายน – ธันวาคม ส่งผลต่อจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง แสดงให้เห็นว่าช่วงเดือนมิถุนายน – ธันวาคม ซึ่งตรงกับช่วงประเพณีเทศกาลสำคัญประจำปีของจังหวัดเชียงใหม่ เช่น ประเพณียี่เป็ง เข้าพรรษา วันหยุดชดเชย มีนักท่องเที่ยวจากต่างพื้นที่จำนวนมาก ผู้ประกอบการหาบเร่แผงลอยในตลาดอาหาร

กลางคืนอยู่รวมกันและออกมาค้าขายทุกร้านค้า จะเป็นช่วงที่นักท่องเที่ยวออกมารวมตัวกัน เพื่อจับจ่ายซื้อของ มีผู้บริโภคทั้งที่เป็นคนเชียงใหม่ และจังหวัดใกล้เคียงมากกว่าช่วงเวลาอื่น เนื่องจากเป็นเทศกาลสำคัญและมีความสำคัญต่อคนภาคเหนือ ในขณะที่เดือนอื่น ๆ ในรอบปี ที่ผ่านมา ติดเกิดความไม่แน่นอนเรื่องสถานการณ์โรคระบาด covid 19 ถึงแม้จะไม่ใช้ช่วงระยะเวลา งานเทศกาล แต่ด้วยความกังวลจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้น จึงไม่ค่อยมีผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยวมากนัก แต่ยังมีผู้บริโภคในพื้นที่เขตเมืองอยู่บ้าง และผู้บริโภคส่วนใหญ่มีอายุตั้งแต่ 25 ขึ้นไป เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มาซื้ออาหารประจำอยู่แล้ว ต่างแวะเข้ามาอุดหนุนซื้ออาหาร ซึ่งเป็นการเพิ่มรายได้เข้ามามากขึ้น ผู้ประกอบการหลังจากผ่านสถานการณ์โรคระบาด Covid 19 ในรอบแรกได้กลับเข้ามาประจำที่ตลาดอาหารกลางคืนมากยิ่งขึ้น

2) วิธีการในการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่ต่างกัน ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค แสดงให้เห็นว่าการเก็บข้อมูลส่งผลการรับรู้ของผู้บริโภค แสดงให้เห็นว่าการเก็บข้อมูลพร้อมโครงการต้นแบบที่อยู่ในแผนงานนี้ ส่งผลให้ผู้บริโภครับรู้ได้ดีกว่าการเก็บข้อมูลและแสดงเป็นรูปภาพ เพียงอย่างเดียว ความแตกต่างระหว่างรูปภาพและของจริง ส่งผลโดยตรงต่อการรับรู้ทางสายตา และส่งผลต่ออารมณ์ ในขณะที่เดียวกันการเก็บข้อมูลหลังจากผู้บริโภคเพิ่งออกมาจากบริเวณร้านแผงลอยในตลาดอาหารกลางคืนเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ ส่งผลให้เกิดการรับรู้ที่ดีกว่าการเก็บผู้บริโภคที่ยังไม่ได้เดินเข้าไปในบริเวณรอบคูเมือง หรือมีการทิ้งช่วงระยะเวลาจากร้านค้าแผงลอย เนื่องจากผู้บริโภคยังสามารถระลึกถึงความเชื่อมโยงระหว่างตลาดอาหารกลางคืนได้

5.2.2 การพัฒนาศักยภาพเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่าจังหวัดเชียงใหม่

1) ผลการศึกษาทั้งในส่วนของเชิงคุณภาพ สามารถจัดสร้างแผนงาน เพื่อพัฒนาศักยภาพเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่าจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อพัฒนาและยกระดับองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยว ด้านมาตรฐานสุขาภิบาลอาหาร ด้านการออกแบบแผงลอย และรูปแบบตลาด โดยใช้อัตลักษณ์พื้นถิ่น ด้านสื่อออนไลน์ และด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมสำหรับย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่าจังหวัดเชียงใหม่ และเสนอแนะและถ่ายทอดองค์ความรู้ เกี่ยวกับผลการวิจัยสู่ผู้ใช้ประโยชน์กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น นักท่องเที่ยว ผู้ค้าแผงลอย และชุมชนในพื้นที่ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่าจังหวัดเชียงใหม่ สำหรับแต่ละภาคส่วนต่อไป

ก) สอดคล้องกับแนวคิดของ ดร.โรจนศักดิ์ โฉมวิไลลักษณ์ การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารโดยกลุ่มหาบเร่แผงลอยกับการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ได้ตั้งนี้ การสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับผู้ที่สนใจและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ทำให้ทราบถึงสภาพพฤติกรรม ความต้องการและความสนใจของ

กลุ่มนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มที่แตกต่างกัน เพื่อสร้างและนำเสนอแนะแนวทางเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติในการจัดการและการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับเพื่อความเหมาะสมสำหรับแต่ละกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยว และการเสนอข้อเสนอแนะแนวทางการดำเนินงานเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติในรูปแบบของโครงการต้นแบบ จะเกิดประโยชน์กับผู้ที่เกี่ยวข้องจากภาคส่วนต่าง ๆ กับการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หน่วยงานกำกับดูแล และสนับสนุนผู้ค้าอาหารหาบเร่แผงลอย ณ สถานที่ท่องเที่ยว สามารถประยุกต์ข้อเสนอแนะดังกล่าว ในการดำเนินการให้เหมาะสมกับแต่ละพื้นที่หรือสถานที่ท่องเที่ยวของตน เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร

ข) การสร้างเรื่องราวที่จะเล่าจริง ๆ แล้วทรัพยากร หรือบริบทการสร้างภาพลักษณ์ของตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ นำมาเชื่อมโยง นักท่องเที่ยวถือเป็นเรื่องใกล้ตัวมากที่สุดเพียงแต่การเริ่มต้นเรื่องเล่าได้อย่างไร ดำเนินเรื่องอย่างไรและจบเรื่องได้อย่างไร ซึ่งผู้ประกอบการแผงลอย ในตลาดอาหารกลางคืนอาจยังไม่มีประสบการณ์การอ่านเรื่องราวของตลาดอาหารผู้อื่นอาจช่วยได้ เพียงแต่เราไม่ควรสร้างเรื่องซ้ำกับของผู้อื่น

นักวิจัยขอแนะนำว่าอาจเริ่มจากเรื่องใกล้ตัวเรา เช่น จากเรื่องราวจากพื้นที่ทางประวัติศาสตร์ ตัวบุคคล อันได้แก่เจ้าของร้านแผงลอย หรือลูกจ้าง เรื่องราวจากอาหารพื้นถิ่น ความสวยงาม ความแปลกใหม่ ของอาหารที่โดดเด่นในตลาดอาหารกลางคืน หรือเรื่องราวของผู้บริโภคเป้าหมาย แล้วนำประเด็นที่ค้นพบมาร้อยเรียงออกมาเป็นเรื่องราวที่น่าประทับใจดังแผนภาพ

- วัตถุประสงค์ที่นำมาในการเล่าเรื่อง

(1) ประวัติศาสตร์

การบอกเล่าเรื่องราว ถึงสิ่งที่ได้ทำมาในระยะเวลาที่ยาวนาน (ตำนาน) ช่วยทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงสิ่ง ที่เกิดขึ้นต่อเนื่องดังนั้น การได้มาบริโภคอาหารที่ตลาดอาหารกลางคืนเขตคูเมืองเก่าจังหวัดเชียงใหม่ จึงหมายถึงการได้เป็นส่วนหนึ่งของตำนาน ยิ่งหากเป็นตลาดที่มีเรื่องราวที่อยู่มาอย่างยาวนาน ยิ่งจะช่วยตอกย้ำถึงการได้มีบทบาทสำคัญจากประวัติศาสตร์หรืออีกรูปแบบที่จะกล่าวถัดไปคือตำนานของตลาดอาหารกลางคืน

(2) การสร้างประสบการณ์ชีวิต

การสร้างเรื่องราวให้กับอาหาร ละร้านค้าแผงลอย เป็นเรื่องที่น่าสนใจและน่าเชื่อถือกว่าการแนะนำขายแบบตรง ๆ อาจเกิดจาก การชอบเรื่องราวของผู้ประกอบการพ่อค้าแม่ค้า แต่ต้องให้อยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริงไม่เช่นนั้นจะกลายเป็นเรื่องที่ไม่มีความน่าเชื่อถือ

(3) การแสดงออกถึงสรรพคุณ ธรรมชาติของสินค้าหรือแหล่งผลิตวัตถุดิบ

คุณภาพที่แตกต่าง แม้ว่าจะมีตลาดอาหารกลางคืน หรือตลาดนัดประเภทเดียวกัน เกิดขึ้นมากมาย แต่ตลาดที่จะอยู่ได้จะต้องมีคุณภาพที่ดี และสามารถพิสูจน์ได้ว่าคุณภาพที่ดึนั้นขึ้นอยู่กับ

ความพึงพอใจของผู้บริโภค และนักท่องเที่ยว เช่น สินค้าประเภทอาหารที่ผลิตจากวัตถุดิบที่สะอาด ถูกหลักสุขาภิบาลอาหาร และมีประโยชน์ต่อสุขภาพของผู้บริโภคโดยเฉพาะปัจจุบันคนหันมาใส่ใจสุขภาพ และใช้ อาหารที่ปลอดภัยปรุงแต่งมากขึ้น ผู้ประกอบการ จะต้องทำให้ผู้บริโภครับรู้ได้ว่าภายใต้คุณภาพที่ต่างต่างนั้น รสชาติโดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่งอย่างชัดเจนคือทำอย่างไรถึงจะทำให้ลูกค้าพิสูจน์ได้ถึงความแตกต่างหรือที่เรียกว่า “ จุดขาย ”

การแสดงที่มาของแหล่งอาหาร และวัตถุดิบถือเป็นต้นทุนอีกอย่างหนึ่งที่ใช้ในการสร้างเรื่องราวได้ เช่น การใช้วัตถุดิบ ผ่านภาพสัญลักษณ์ เพื่อแสดงถึงประเภท และที่มาของอาหารต้องแสดงชัดเจน อาจใช้เหตุการณ์ วัฒนธรรมการกินต่าง ๆ หน้าตาของอาหารในพื้นที่ที่เกิดขึ้นมาเชื่อมโยงกับเรื่องราวที่เล่า ทำให้ประเด็นที่เล่ามีความน่าเชื่อถือได้หรือการค้นพบแรงบันดาลใจ เหตุการณ์สำคัญต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นหรือการเกิดปรากฏการณ์สำคัญมาเชื่อมโยงกับเรื่องราว

- เทคนิคการเล่า

(1) กำหนดแนวเรื่อง Theme แก่นของแนวเรื่องที่ต้องการจะสื่อ One main idea มีประเด็นต้อง “โดดเด่น” และ “แตกต่าง” หากการเล่าเรื่องมีหลายประเด็นควรมีการกำหนดประเด็นสำคัญและประเด็นรอง เพื่อลำดับความสำคัญของเรื่องและเนื้อหา ไม่เช่นนั้นผู้ฟังจับใจความสำคัญยากหรือที่เรียกว่า “ แข่งขันเล่าเรื่อง ”

(2) กลุ่มเป้าหมาย การศึกษาถึงพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายและไลฟ์สไตล์ จะบ่งบอกได้ว่าเทคนิคการเล่า เรื่องสอดคล้องกับการเลือกสื่อที่จะใช้เล่าเรื่อง

ขั้นตอนที่ 1 : ทำความรู้จักกลุ่มเป้าหมายการจะเข้าถึงใครได้ ต้องรู้จักเขาก่อน ต้องรู้ว่ากลุ่มเป้าหมายเป็นใคร รวมถึงข้อมูลพื้นฐานด้วย เช่น เพศ อายุการศึกษา ความชอบ สถานที่ทำงาน ที่อยู่ เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 2 : ทำความเข้าใจพฤติกรรมกลุ่มผู้บริโภค การได้ข้อมูลพื้นฐาน ต้องสังเกตพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวถึงความต้องการ เช่น เขาชอบอะไรเป็นพิเศษ การจัดวางชอบทำอะไร แต่งตัวแบบไหน หน้าร้านทำอะไรจึงจะดึงดูดลูกค้า ใช้สมาร์ทโฟนหรือไม่ ซื้ออาหารออนไลน์หรือไม่ซื้อออฟไลน์ที่ไหน ชอบรับประทานอะไรเป็นพิเศษ ใช้แอฟอะไรสั่งอาหารบ้าง เวลาค้นหาอาหารหรือบริการค้นหาอย่างไร ก่อนจะตัดสินใจ ซื้ออาหารหรือบริการ มีเหตุผลอะไรมาช่วยในการตัดสินใจบ้าง เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 3 : วิเคราะห์แล้วนำมาปรับกลยุทธ์ทางการตลาด รู้จักและเข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายแล้ว ให้นำมาวิเคราะห์ในการทำกลยุทธ์ทางการตลาด ตัวอย่างเช่น กลุ่มเป้าหมายเป็นคนเชียงใหม่ อายุ 20-40 ปี ชอบสีหรือธีมแบบใด การตกแต่งรถแผงลอย อาจมีกราฟฟิคที่ใช้ก็ต้องใช้สีพาสเทล รวมถึงหน้าร้านด้วย กลุ่มเป้าหมายมีพฤติกรรมชอบซื้ออาหาร

ของออนไลน์ ชอบเล่นโซเชียล และแชทผ่านไลน์ เราก็ควรลงโฆษณาโปรโมทตามสื่อที่กลุ่มเป้าหมาย จะเห็นและคิดกลยุทธ์ให้ผู้บริโภค

3) การประกอบอาหารหรือบริการ ให้เข้ากับเรื่องราวที่เล่า หมายถึง ทุก ๆ แง่มุมของ ความประณีต พิถีพิถัน ในการทำอาหารที่ทำให้เกิดสิ่งที่มีคุณค่าขึ้นมา ไม่ใช่แค่สิ่งที่มองเห็นหรือสัมผัส ได้เป็นทั้งชื่อและแก่นแท้ของร้านค้าแฝงลอย เป็นทั้งเปลือกนอกและเนื้อใน เป็นทั้งสิ่งที่อยู่ภายในและ ในร้านที่แสดงอยู่

5.3 ข้อเสนอแนะ

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้หรือพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้และ เพื่อการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1) นักวิจัย ในการนำผลการวิจัยไปใช้ต้องศึกษาให้เข้าใจถึงความต้องการ และ การใช้งานของผู้ประกอบการ หรือหน่วยงานภาครัฐ ควบคู่ไปกับคุณค่าของตลาดอาหารกลางคืน เนื่องจากการสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ควรมีการประสานเชื่อมโยงกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว หรือบริษัทตัวแทนด้านการท่องเที่ยวในการสื่อสารภาพลักษณ์ เกี่ยวกับอาหารและการท่องเที่ยวเชิงอาหารของสถานที่ท่องเที่ยวว่ามีความเป็นเอกลักษณ์ด้านใด มีความเชื่อมโยงถึงหรือสะท้อนวัฒนธรรม สังคมหรือวิถีชีวิตความเป็นอยู่อย่างไร นอกจากนี้ ควรมีการสร้างภาพลักษณ์ด้านความสะอาด ทัศนสภาพอาหารแฝงลอย และความปลอดภัย ของอาหาร รวมไปถึงการเป็นอัตลักษณ์ดั้งเดิมของวัฒนธรรมด้านอาหารและความเป็นเอกลักษณ์ ของตลาดอาหารกลางคืนท้องถิ่น เพื่อไม่ให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกว่า อาหารหรือการท่องเที่ยว เพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร ณ สถานที่ท่องเที่ยวนี้ เป็นสิ่งที่สร้างขึ้นไม่ใช่ของจริง และจะปฏิเสธ ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวนี้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวปลายทาง

2) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ในการนำผลการวิจัยไปใช้ต้องศึกษาทำความเข้าใจ ที่วัตถุประสงค์ในการใช้งาน คือ มุ่งเน้นการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการรถเข็นแผงลอยบริเวณ ตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขต คูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน โดยการถ่ายทอดองค์ความรู้ ด้านการออกแบบและพัฒนารูปแบบรถเข็นแผงลอย เพื่อแสดงอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของรถเข็น แผงลอย ช่วยให้อาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า มีอัตลักษณ์เป็นของตัวเอง อีกทั้งยังเป็นการโฆษณาจุดเด่นของแต่ละหมู่บ้านให้บุคคลภายนอกได้ทราบด้วย