

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องการพัฒนาารช้่นแฉงลอย เพือแสดงอ้ตลัษณ์ย่านตลาดอาหารกลางค้่นในเขตคูเมืองเก้า จ้งหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยสามารถสรุปผล อภิปรายผล และมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการสรุปผลโดยให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย 3 ข้อดังนี้

5.1.1 วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาประสิทธิภาพและพัฒนารช้่นแฉงลอย เพือแสดงอ้ตลัษณ์ย่านตลาดอาหารกลางค้่นในเขตคูเมืองเก้าจ้งหวัดเชียงใหม่

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพือศึกษาประสิทธิภาพและพัฒนารช้่นแฉงลอย เพือแสดงอ้ตลัษณ์ย่านตลาดอาหารกลางค้่นในเขตคูเมืองเก้าจ้งหวัดเชียงใหม่ของกลุ่มผู้ประกอบการ แฉงลอย และผู้บริภคตลาดอาหารกลางค้่นที่มีต่อรช้่นแฉงลอย เพือแสดงอ้ตลัษณ์ ย่านตลาดอาหารกลางค้่นในเขตคูเมืองเก้าจ้งหวัดเชียงใหม่

ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์รช้่นแฉงลอย ที่สามารถรองรับร้านอาหารแฉงลอยได้หลายหลายประเภทได้แก่ ร้านแฉงลอยผัด - ทอด ต้ม - ลวก ป้้ง - ย่าง และผลไม้ - ของหวาน โดยเน้นการแสดงอ้ตลัษณ์ของพื้นที่เพือให้เกิดการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก และเกิดการรับรู้ที่ดีเกี่ยวกับย่านตลาดอาหารกลางค้่นในเขตคูเมืองเก้า จ้งหวัดเชียงใหม่ ดังนั้น เพือให้ได้มาซึ่งข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการออกแบบผู้วิจัยจึงมีการเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องคือ การสำรวจผลิตภัณฑ์ชุมชน เพือให้ทราบชนิดของอาหารในชุมชน และอ้ตลัษณ์ของตลาดที่ใช้เป็นตัวแทนผลิตภัณฑ์ชุมชน ในครั้งนี้พบว่า การศึกษาอ้ตลัษณ์ย่านตลาดอาหารกลางค้่นในเขตคูเมืองเชียงใหม่ โดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ผู้เชี่ยวชาญ พบว่าอ้ตลัษณ์ทั้ง 3 อ้ตลัษณ์ที่มีความเหมาะสม และสามารถนำมาใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพเหมาะสม สอดคล้องกับอ้ตลัษณ์ย่านตลาดอาหารกลางค้่นในเขตคูเมืองเชียงใหม่ ได้แก่ (1) กลุ่มอ้ตลัษณ์ตลาดประตูช้างเผือก ได้แรงบันดาลใจจากการนำอ้ตลัษณ์ค้่มประตูช้างเผือกที่ด้านทิศเหนือของประตูเมืองเชียงใหม่ (2) กลุ่มอ้ตลัษณ์ตลาดประตูเชียงใหม่ ได้แรงบันดาลใจจากการนำอ้ตลัษณ์พื้นที่ และสถาปัตยกรรมของตลาดเก้าประตูเชียงใหม่ มาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบกลุ่มอ้ตลัษณ์ และ (3) ตลาดสมเพชร ได้แรงบันดาลใจจากการนำอ้ตลัษณ์ของประตูท่าแพ ด้านตะวันออกของประตูเมืองเชียงใหม่ มาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบ ผู้วิจัยนำอ้ตลัษณ์ของทั้ง 3 ตลาด มาวิเคราะห์หาลักษณะเด่นด้านรูปธรรมหรือลักษณะทางกายภาพ ที่สามารถมองเห็นหรือจับต้องได้ ลักษณะเด่นทางด้านนามธรรม หรือแนวคิดที่ มา และวิเคราะห์หาองค์ประกอบสร้างสรรค์ทางการออกแบบ เพือใช้กำหนดแนวทาง

ในการออกแบบโดยใช้ลักษณะเด่นด้านต่าง ๆ ของอัตลักษณ์เป็นสิ่งกำหนด โดยใช้แนวทางในการดึงเอาลักษณะเด่นด้านรูปธรรม และนามธรรมของตลาด โดยแนวทางนี้จะเป็นสิ่งกำหนดในแต่ละกลุ่มอัตลักษณ์เพื่อสร้างรูปแบบให้มีความหลากหลาย ภายใต้ข้อกำหนดเดียวกัน อันได้แก่ ร้านแผงลอยผัด – ทอด ต้ม – ลวก ปิ้ง – ย่าง และผลไม้ - ของหวาน แบ่งออกได้เป็น 3 ตลาดอาหารกลางคืน ได้แก่ ตลาดประตูเชียงใหม่ ตลาดประตูช้างเผือก และตลาดสมเพชร จากตัวอย่างภาพที่ 5.1

01 รถเข็นแผงลอย ตลาด ช้างเผือก	รถเข็นแผงลอย ประเภท ผัด/ทอด	รถเข็นแผงลอย ประเภท ต้ม/ลวก	รถเข็นแผงลอย ประเภท ปิ้ง/ ย่าง	รถเข็นแผงลอย ประเภท ผลไม้ และของหวาน
02 รถเข็นแผงลอย ตลาด ประตู เชียงใหม่	รถเข็นแผงลอย ประเภท ผัด/ทอด	รถเข็นแผงลอย ประเภท ต้ม/ลวก	รถเข็นแผงลอย ประเภท ปิ้ง/ ย่าง	รถเข็นแผงลอย ประเภท ผลไม้ และของหวาน
03 รถเข็นแผงลอย ตลาด สมเพชร	รถเข็นแผงลอย ประเภท ผัด/ทอด	รถเข็นแผงลอย ประเภท ต้ม/ลวก	รถเข็นแผงลอย ประเภท ปิ้ง/ ย่าง	รถเข็นแผงลอย ประเภท ผลไม้ และของหวาน

ภาพที่ 5.1 รูปแบบรถเข็นแผงลอย

ผู้วิจัยคัดเลือกและประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์สำหรับการพัฒนารถเข็นแผงลอย เพื่อแสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 6 ท่านครอบคลุม 3 ด้านที่เกี่ยวข้องคือ รถเข็นแผงลอย ผลิตภัณฑ์ชุมชน และเอกลักษณ์ ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ สรุปผลรูปแบบรถเข็นแผงลอยที่มีความเหมาะสมในแต่ละอัตลักษณ์ คือ

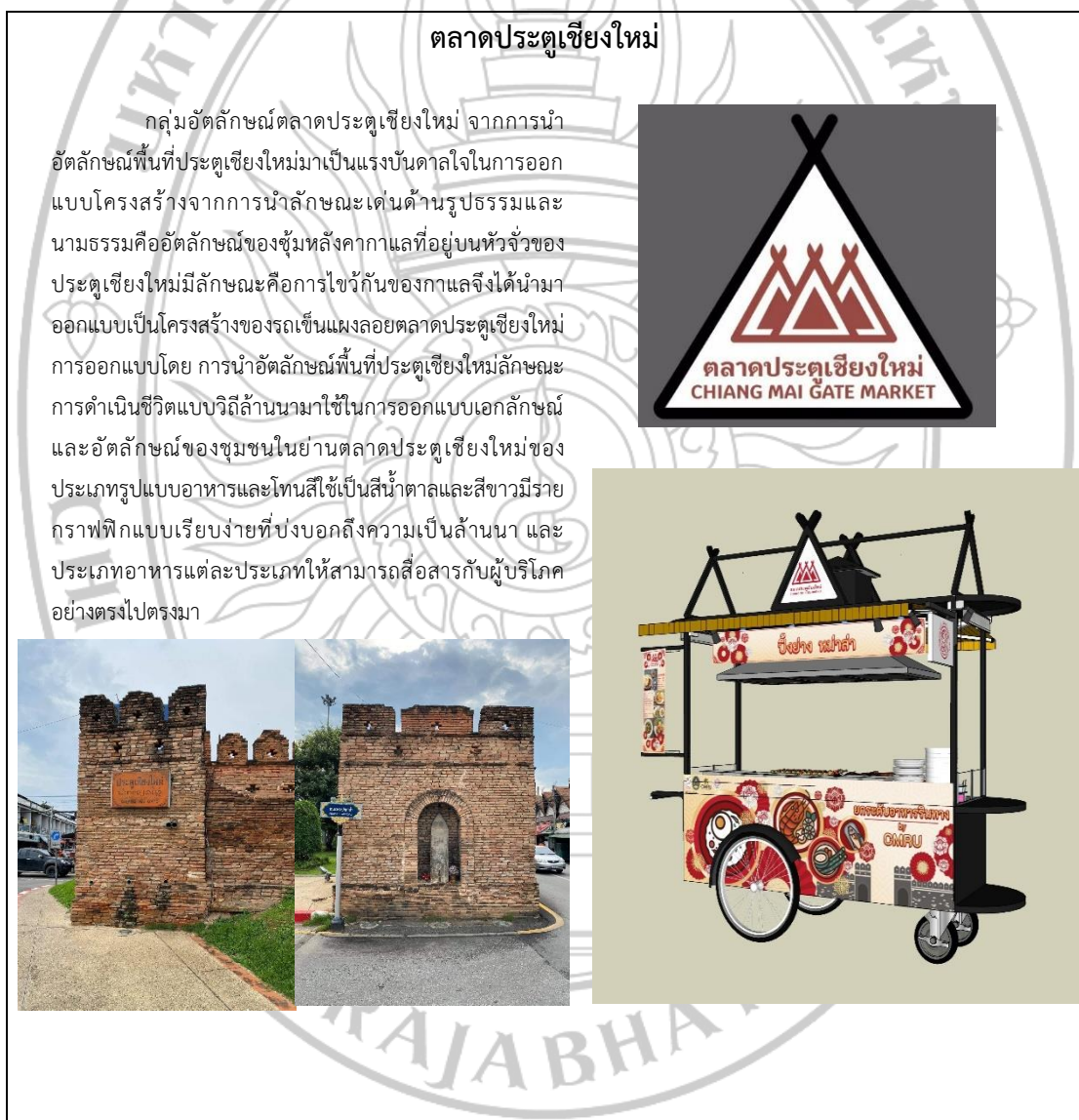
1) กลุ่มอัตลักษณ์วิถีชีวิต ตลาดประตูช้างเผือก ได้เฝ้าเดี่ยวการออกแบบมาจากการนำอัตลักษณ์คุ่มประตูช้างเผือก มาจากช้างเผือก โลโก้ที่เป็นรูปช้างมิงาที่บ่งบอกความเป็นอัตลักษณ์ของตลาดช้างเผือกได้มากที่สุด เป็นจุดเด่นอยู่ที่ประซ้างเผือกเป็นซ้างเผือกสีขาวที่ติดอยู่กับ

กำแพงเป็นจุดเด่นเห็นได้ง่าย นำเครื่องวงกลมของโค้งรูปปั้นช้างเผือกมาประยุกต์เป็นหลังคาของรถเข็นแผงลอย เพื่อถ่ายทอดออกมาให้เรียบง่ายคุ้นเคยเป็นอย่างดี ใช้ลักษณะของเด่นการดำเนินชีวิตในพื้นที่ตลาดช้างเผือกเป็นหลักในการออกแบบโครงสร้างของรถเข็นเป็นหลัก โดยการออกแบบคูสี เน้นการใช้สีแดงและสีน้ำตาลเป็นหลัก และการจัดวางกราฟิกแบบเรียบง่ายให้สามารถสื่อสารกับผู้บริโภคอย่างตรงไปตรงมา



ภาพที่ 5.2 รูปแบบผลิตภัณฑ์รถเข็นแผงลอยตลาดช้างเผือก

2) กลุ่มอัตลักษณ์วิถีชีวิต ตลาดประตูเชียงใหม่ จากการนำอัตลักษณ์พื้นที่ประตูเชียงใหม่มาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบโครงสร้างจากการนำลักษณะเด่นด้านรูปธรรมและนามธรรม คือ อัตลักษณ์ของซุ้มหลังคาจากาแลที่อยู่บนหัวจั่วของประตูเชียงใหม่มีลักษณะคือ การไขว้กันของกาแล จึงได้นำมาออกแบบเป็นโครงสร้างของรถเข็นแผงลอยตลาดประตูเชียงใหม่ การออกแบบโดยการนำอัตลักษณ์พื้นที่ประตูเชียงใหม่ลักษณะการดำเนินชีวิตแบบวิถีล้านนามาใช้ในการออกแบบเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ของชุมชนในย่านตลาดประตูเชียงใหม่ของประเภทรูปแบบอาหาร และโทสนีใช้เป็นสีน้ำตาลและสีขาวมีรายการภาพิกแบบเรียบง่ายที่บ่งบอกถึงความเป็นล้านนา และประเภทอาหารแต่ละประเภทให้สามารถสื่อสารกับผู้บริโภคอย่างตรงไปตรงมา



ภาพที่ 5.3 รูปแบบผลิตภัณฑ์รถเข็นแผงลอยตลาดประตูเชียงใหม่

3) กลุ่มอัตลักษณ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลาดสมเพชร จากการนำอัตลักษณ์ของประตูท่าแพ มาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบโครงสร้างจากการนำลักษณะเด่นด้านรูปธรรมและนามธรรม คือ ลักษณะการดำเนินชีวิตแบบวิถีล้านนาและชุมชนบริเวณตลาดสมเพชรและประตูท่าแพ การออกแบบโครงสร้างของรถเข็นแผงลอยตลาดสมเพชรได้แรงบันดาลใจมาจาก การนำอัตลักษณ์ของประตูท่าแพ มาเป็นหลังคาของรถเข็นแผงลอยมาใช้ในการออกแบบและถ่ายทอดให้ออกมาแบบเรียบง่าย และ บ่งบอกต่อสถานที่นั้น โดยเน้นการใช้สีน้ำตาลและสีขาวเป็นหลัก และการใส่ภาพกราฟฟิคที่เป็น ประเภทของอาหารเพื่อสามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้อย่างตรงไปตรงมาการถ่ายทอดออกมาให้ เรียบง่ายของชุมชนโดยออกแบบให้เข้ากับตลาดสมเพชรมากที่สุด



ภาพที่ 5.4 รูปแบบผลิตภัณฑ์รถเข็นแผงลอยตลาดประตูเชียงใหม่

ผู้วิจัยนำรูปแบบผลิตภัณฑ์สำหรับการพัฒนารถเข็นแผงลอย เพื่อแสดงอัตลักษณ์ ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ทั้ง 3 รูปแบบ ไปสอบถามความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน ย่านบริเวณตลาดอาหารกลางคืน จำนวน 10 ร้านค้าพบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นและพึงพอใจต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่แสดงอัตลักษณ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลาดอาหารกลางคืน

ผลการออกแบบประตูข้างเผือกได้เอื้อต่อการออกแบบมาจากการนำอัตลักษณ์คุ่มประตูข้างเผือก มาจากข้างเผือก โลโก้ที่เป็นรูปข้างมิงาที่บ่งบอกความเป็นอัตลักษณ์ของตลาดข้างเผือกได้มากที่สุด เป็นจุดเด่นอยู่ที่ประซ่างเผือกเป็นข้างเผือกสีขาวที่ติดอยู่กับกำแพงเป็นจุดเด่นเห็นได้ง่าย นำเครื่องกลมของโค้งรูปปั้นข้างเผือกมาประยุกต์เป็นหลังคาของรถเข็นแผงลอย เพื่อถ่ายทอดออกมาให้เรียบง่ายคุ้นเคยเป็นอย่างดี ใช้ลักษณะของเด่นการดำเนินชีวิตในพื้นที่ตลาดข้างเผือกเป็นหลัก ในการออกแบบโครงสร้างของรถเข็นเป็นหลัก โดยการออกแบบคูสี เน้นการใช้สีแดงและสีน้ำตาลเป็นหลัก และการจัดวางกราฟิกแบบเรียบง่ายให้สามารถสื่อสารกับผู้บริโภคอย่างตรงไปตรงมา โดยออกแบบให้เข้ากับรถเข็นแผงลอยมากที่สุด

ผลของการออกแบบผลิตภัณฑ์รถเข็นแผงลอยตลาดประตูเชียงใหม่จากการนำอัตลักษณ์พื้นที่ประตูเชียงใหม่มาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบโครงสร้างจากการนำลักษณะเด่นด้านรูปธรรมและนามธรรม คือ อัตลักษณ์ของซุ้มหลังคาเก่าที่อยู่บนหัวจั่วของประตูเชียงใหม่มีลักษณะคือ การไขว่กันของกาแลจึงได้นำมาออกแบบเป็นโครงสร้างของรถเข็นแผงลอยตลาดประตูเชียงใหม่ การออกแบบโดย การนำอัตลักษณ์พื้นที่ประตูเชียงใหม่ลักษณะการดำเนินชีวิตแบบวิถีล้านนาใช้ในการออกแบบเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของชุมชนในย่านตลาดประตูเชียงใหม่ของประเภทรูปแบบอาหารและโชนสีใช้เป็นสีน้ำตาลและสีขาวมีรายการกราฟิกแบบเรียบง่ายที่บ่งบอกถึงความเป็นล้านนาและประเภทอาหารแต่ละประเภทให้สามารถสื่อสารกับผู้บริโภคอย่างตรงไปตรงมา

ผลของการออกแบบผลิตภัณฑ์รถเข็นแผงลอยตลาดสมเพชรจากการนำอัตลักษณ์ของประตูท่าแพมาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบโครงสร้างจากการนำลักษณะเด่นด้านรูปธรรมและนามธรรม คือ ลักษณะการดำเนินชีวิตแบบวิถีล้านนาและชุมชนบริเวณตลาดสมเพชรและประตูท่าแพ การออกแบบโครงสร้างของรถเข็นแผงลอยตลาดสมเพชรได้แรงบันดาลใจมาจาก การนำอัตลักษณ์ของประตูท่าแพมาเป็นหลังคาของรถเข็นแผงลอยมาใช้ในการออกแบบและถ่ายทอดให้ออกมาแบบเรียบง่าย และบ่งบอกต่อสถานที่นั้น โดยเน้นการใช้สีน้ำตาลและสีขาวเป็นหลัก และการใส่ภาพกราฟิกที่เป็นประเภทของอาหาร เพื่อสามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้อย่างตรงไปตรงมา การถ่ายทอดออกมาให้เรียบง่ายของชุมชนโดยออกแบบให้เข้ากับตลาดสมเพชรมากที่สุด

5.1.2 วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความคิดเห็นและความพึงพอใจของกลุ่มผู้ประกอบการแผงลอยและผู้บริโภคตลาดอาหารกลางคืนที่มีต่อรถเข็นแผงลอย เพื่อแสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่าจังหวัดเชียงใหม่

การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นการพัฒนารถเข็นแผงลอย เพื่อแสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ ให้มีความสอดคล้องกับความต้องการและความพึงพอใจของผู้ประกอบการ ดังนั้นในการดำเนินการวิจัยจึงมีการสอบถามความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้ประกอบการภายหลังจากที่มีการคัดเลือกและประเมินรูปแบบโดยผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้วิจัยนำรูปแบบรถเข็นแผงลอยสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อแสดงเอกลักษณ์วิสาหกิจชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 7 รูปแบบ ไปสอบถามความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้ประกอบการ สรุปผลได้ดังนี้

รูปแบบรถเข็นที่แสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ประกอบการร้านค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน บริเวณพื้นที่ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 12 ร้านค้า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ตำแหน่งเจ้าของร้าน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 100 เป็นเพศหญิงจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 75 และเพศชายจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 25 คน มีอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 50 อายุ 41-50 มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 34 และอายุ 31-40 ปี และอายุ 21-30 ปี จำนวนอย่างละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 8

ตลาดข้างเผือกจากการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อแสดงอัตลักษณ์ตลาดข้างเผือก จังหวัดเชียงใหม่ วิเคราะห์โดยแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่ารูปแบบรถเข็นแผงลอยอยู่ในระดับ ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 เมื่อแยกศึกษาแต่ละประเด็นพบว่า การสื่อสาร การแสดง เอกลักษณ์อยู่ในระดับ ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 รองลงมาคือ การใช้งานรถเข็นแผงลอย อยู่ในระดับ ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 และภาพรวมรถเข็นแผงลอย อยู่ในระดับ ดี มีค่าเฉลี่ย 3.78 ผู้วิจัยรวบรวมข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นปลายเปิดของผู้ประเมิน พบว่าโดยรวมรูปแบบผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับความเป็นหมู่บ้านเป็นอย่างมาก เนื่องจากใช้ได้จริง ใช้ง่าย เหมาะกับการนำมาขายในชุมชน อีกทั้งยังสื่อความเป็นชุมชนออกมาอย่างเรียบง่าย

ตลาดประตูเชียงใหม่จากการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อแสดงอัตลักษณ์รถเข็นแผงลอยเพื่อแสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ วิเคราะห์โดยแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่ารูปแบบผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับ ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 เมื่อแยกศึกษาแต่ละประเด็นพบว่า การสื่อสาร การแสดง เอกลักษณ์อยู่ในระดับ ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 รองลงมาคือภาพรวมรถเข็นแผงลอยอยู่ในระดับ ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 และการใช้งาน

รถเข็นแผงลอย อยู่ในระดับ ดี มีค่าเฉลี่ย 3.83 ตามลำดับ รายละเอียดตามตารางที่ 4.37 ผู้วิจัยรวบรวมข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นปลายเปิดของผู้ประเมิน พบว่าโดยรวมรูปแบบผลิตภัณฑ์สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์และเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้อย่างมาก ผู้บริโภคสามารถรู้แหล่งผลิตของรถเข็นแผงลอยและตัวสินค้าเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับแม่ค้ามากขึ้น

ตลาดสมเพชร จากการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์รถเข็นแผงลอย เพื่อแสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ วิเคราะห์โดยแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่ารูปแบบผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับ ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 เมื่อแยกศึกษาแต่ละประเด็นพบว่าภาพรวมผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับ ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 รองลงมา คือ การสื่อสาร การแสดงอัตลักษณ์อยู่ในระดับ ดี มีค่าเฉลี่ย 4.05 และ การใช้งานผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับ ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 ตามลำดับ รายละเอียดตามตารางที่ 4.38 ผู้วิจัยรวบรวมข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นปลายเปิดของผู้ประเมิน พบว่าโดยรวมรูปแบบผลิตภัณฑ์มีความแข็งแรง สวยงาม ลวดลายสามารถสื่อความเป็นธรรมชาติของชุมชนได้เป็นอย่างดี การใช้งานสะดวกสามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ภายในได้ดี

สรุปผลได้ว่า รถเข็นแผงลอย เพื่อแสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ รูปแบบอัตลักษณ์ของย่านตลาดอาหารกลางคืนรอบคูเมืองเชียงใหม่ สามารถทำให้ผู้ประกอบการพึงพอใจมากที่สุด เนื่องจากรูปแบบภาพรวมผลิตภัณฑ์รถเข็นแผงลอยอยู่ในระดับที่ดีมาก ส่วนรูปแบบการสื่อสารแสดงอัตลักษณ์ และการใช้งานผลิตภัณฑ์รถเข็นแผงลอย อยู่ในระดับที่ดีตามลำดับ และสามารถแสดงอัตลักษณ์เชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์รถเข็นแผงลอยได้ เป็นการเล่าเรื่องผ่านอัตลักษณ์ความเป็นอยู่ สิ่งแวดล้อม และสถาปัตยกรรมที่มีจุดเด่นสะดุดตาของแต่ละตลาดรอบคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ ทำให้สามารถสื่อสาร และเกิดการจดจำได้ง่ายกว่ารูปแบบอื่น ๆ การใช้กราฟิกเพื่อแสดงถึงการแบ่งประเภทของอาหารให้เห็นอย่างเด่นชัด และความเข้าใจของรูปแบบอาหารอย่างชัดเจน การใช้โทนสีที่แสดงความแตกต่างของผลิตภัณฑ์รถเข็นแผงลอย ทำให้รถเข็นของแต่ละตลาดมีความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์รถเข็นแผงลอย โครงสร้างของผลิตภัณฑ์รถเข็นแผงลอยเป็นลักษณะในการแสดงจุดเด่นของอัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ตลาดรอบคูเมืองเก่าจังหวัดเชียงใหม่ เป็นที่จดจำได้ง่าย และบ่งบอกความเป็นอัตลักษณ์ของตลาดมากที่สุด

5.2 อภิปราย

5.2.1 การเก็บข้อมูล

1) ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลการรับรู้ผู้บริโภค ผู้วิจัยเก็บข้อมูลในช่วงเดือนตุลาคม – ธันวาคม ส่งผลต่อจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง แสดงให้เห็นว่าช่วงเดือนตุลาคม – ธันวาคม ซึ่งตรงกับช่วงประเพณีเทศกาลสำคัญประจำปี ของจังหวัดเชียงใหม่ เช่น ประเพณียี่เป็ง มีนักท่องเที่ยวจากต่างพื้นที่จำนวนมาก พ่อค้า แม่ค้าในตลาดอาหารกลางคืนอยู่รวมกัน และออกมาค้าขายทุกร้านค้า จะเป็นช่วงที่นักท่องเที่ยวออกมารวมตัวกันเพื่อจับจ่ายซื้อของ มีผู้บริโภคทั้งที่เป็นคนเชียงใหม่ และจังหวัดใกล้เคียงมากกว่าช่วงเวลาอื่น เนื่องจากเป็นเทศกาลสำคัญและมีความสำคัญต่อคนภาคเหนือ ในขณะที่เดือนอื่น ๆ ในรอบปีที่ผ่านมา ติดเกิดความไม่แน่นอนเรื่องสถานการณ์โรคระบาด Covid-19 ถึงแม้จะไม่ใช้ช่วงระยะเวลางานเทศกาล แต่ด้วยความกังวลจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้น จึงไม่ค่อยมีผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยวมากนัก แต่ยังคงมีผู้บริโภคในพื้นที่เขตเมืองอยู่บ้าง และผู้บริโภคส่วนใหญ่มีอายุตั้งแต่ 25 ขึ้นไป เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มาซื้ออาหารประจำอยู่แล้ว ต่างแวะเข้ามาอุดหนุนซื้ออาหาร ซึ่งเป็นการเพิ่มรายได้เข้ามามากขึ้น ผู้ประกอบการหลังจากผ่านสถานการณ์โรคระบาด Covid-19 ในรอบแรกได้กลับเข้ามาประจำที่ตลาดอาหารกลางคืนมากยิ่งขึ้น

2) วิธีการในการเก็บข้อมูลการรับรู้ของผู้บริโภคที่ต่างกัน ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค แสดงให้เห็นว่าการเก็บข้อมูลพร้อมรถเข็น แผงลอย เพื่อแสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่าจังหวัดเชียงใหม่ต้นแบบ ส่งผลการรับรู้ของผู้บริโภค แสดงให้เห็นว่าการเก็บข้อมูลพร้อมรถเข็น แผงลอย ต้นแบบส่งผลให้ผู้บริโภครับรู้ได้ดีกว่าการเก็บข้อมูลและแสดงเป็นรูปภาพเพียงอย่างเดียว ความแตกต่างระหว่างรูปภาพและของจริง ส่งผลโดยตรงต่อการรับรู้ทางสายตา และส่งผลต่ออารมณ์ ในขณะเดียวกัน การเก็บข้อมูลหลังจากผู้บริโภคเพิ่งออกมาจากบริเวณร้านค้า ส่งผลให้เกิดการรับรู้ที่ดีกว่าการเก็บข้อมูลที่ยังไม่ได้เดินเข้าไปในบริเวณร้านค้า หรือมีการทิ้งช่วงระยะเวลาจากร้านค้า เนื่องจากผู้บริโภคยังสามารถระลึกถึงความเชื่อมโยงระหว่างร้านแผงลอยอาหารได้

5.2.2 การพัฒนารถเข็น แผงลอย เพื่อแสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่าจังหวัดเชียงใหม่

1) การออกแบบและพัฒนา วัสดุและเทคโนโลยีการผลิตมีผลต่อการออกแบบ พัฒนาและการผลิตต้นแบบรถเข็นแผงลอย การผลิตเพื่อเป็นรถเข็นแผงลอย เพื่อแสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่าจังหวัดเชียงใหม่ ต้นแบบมีข้อจำกัดด้านวัสดุและเทคโนโลยีการผลิตที่มากกว่าการผลิตต้นแบบรถเข็นแผงลอยจริง การใช้วัสดุที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงการผลิตจริง ช่วยลดต้นทุนของการผลิตได้ อาจส่งผลต่อรูปแบบ หรือมีข้อจำกัดในด้านการผลิตที่ไม่สามารถผลิตได้เหมือนแบบตามแผนงาน เช่น การทำโครงสร้างของพื้นที่ใต้ที่เก็บของรถเข็น ซึ่งควรเป็น

แผ่นโลหะเคลือบสารกันสนิม แต่ต้องปรับเปลี่ยนมาใช้แผ่นไม้อันที่มีขนาดหนามากกว่า 3 มิลลิเมตร เพื่อรับน้ำหนักสิ่งของ ป้องกันการเกิดสนิม ลดต้นทุนการผลิตเพื่อความเหมาะสมกับราคา และง่ายต่อการซ่อมบำรุง ซึ่งการเปลี่ยนมาใช้วัสดุแผ่นไม้นี้ ทำให้ต้องแลกมาด้วยอายุการใช้งานของวัสดุ ชนิดไม้ที่มีอายุสั้นกว่าโลหะ ได้แก่ เหล็กแผ่น หรือ สแตนเลส ซึ่งจำเป็นต้องปรับแก้ไขให้เกิดความเหมาะสม การเลือกใช้วัสดุที่นำมาประกอบรถเข็น ความหนาของโลหะ สีที่ใช้เคลือบกันสนิม ซึ่งต้องหาเฉดสีที่มีความสวยงาม เหมาะสมกับอัตลักษณ์ของตลาดอาหารกลางคืน ส่วนขนาดของรถเข็นแผงลอย จำเป็นต้อง ออกแบบให้เหมาะสมกับการประกอบอาหารแต่ละประเภท อาหาร ได้แก่ ต้ม - ลวก ปิ้ง - ย่าง ผัด - ทอด และของหวาน - ผลไม้ อีกทั้ง การออกแบบรถเข็นแผงลอย เพื่อแสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่าจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อแสดงถึงการรับรู้ของตลาดอาหารกลางคืนของทั้งสามตลาด ได้แก่ ตลาดอาหารกลางคืนข้างฝือก ตลาดอาหารกลางคืนประตูเชียงใหม่ และตลาดอาหารกลางคืนสมเพชร การแสดงการรับรู้ให้นักท่องเที่ยวและผู้บริโภคในพื้นที่ เกิดการรับรู้จำเป็นต้องใช้รูปทรงของสถาปัตยกรรมโบราณสถานในบริเวณตลาดอาหารกลางคืนมาใช้เป็นแนวคิดในการออกแบบ เพื่อสร้างภาพจำและเรื่องราวของรถเข็นแผงลอยให้แก่ผู้บริโภค ได้แก่ ชุมประตูเมือง ศาลา หรือสถาปัตยกรรมขออาคารเก่าแก่ในพื้นที่ มาใช้เพื่อสร้างภาพจำใหม่ ๆ ให้ผู้บริโภค และนักท่องเที่ยวเกิดภาพจำได้และเข้าถึงได้ง่ายยิ่งขึ้น ดังนั้น ในการออกแบบและพัฒนาควรมีการปรึกษาผู้ผลิต หรือผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ เพื่อศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการผลิต ควบคุมตลอดระยะเวลาในการออกแบบ เพื่อป้องกันข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นได้มากที่สุด โดยการผลิตยังต้องคำนึงถึงปัจจัยการออกแบบรถเข็นแผงลอย เพื่อใช้ประกอบอาหาร การจอด และมีประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสม สามารถสื่ออัตลักษณ์ผ่านผลิตภัณฑ์รถเข็นได้ ดังต่อไปนี้

- สอดคล้องกับแนวคิดของอาจารย์ ศศิธร ทองเปรมจิตต์ สร้างเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ผ่านการออกแบบและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ต้องอาศัยการสร้างเรื่องเล่า โดยมีวัตถุประสงค์และเทคนิคการเล่าได้ดังนี้

- การสร้างเรื่องราวที่จะเล่าจริง ๆ แล้วทรัพยากร หรือบริบทการสร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์นำมาเชื่อมโยง ลูกค้าน่าหมายถือเป็นเรื่องใกล้ตัวมากที่สุดเพียงแต่การเริ่มต้นเรื่องเล่าได้อย่างไร ดำเนินเรื่องอย่างไรและจบเรื่องได้อย่างไร ตรงนี้เองที่ผู้สร้างแบรนด์อาจยังไม่มีประสบการณ์การอ่านเรื่องราวของแบรนด์ผู้อื่นอาจช่วยได้ เพียงแต่เราไม่ควรสร้างเรื่องราวซ้ำกับผู้อื่น

นักวิจัยขอแนะนำว่าอาจเริ่มจากเรื่องใกล้ตัวเรา เช่น จากเรื่องราวจากพื้นที่ทางประวัติศาสตร์ ตัวบุคคล อันได้แก่ เจ้าของร้านแผงลอย หรือลูกจ้าง เรื่องราวจากอาหารพื้นถิ่น ความสวยงาม

ความแปลกใหม่ของอาหารที่โดดเด่นในตลาดอาหารกลางคืน หรือเรื่องราวของผู้บริโภคเป้าหมาย แล้วนำประเด็นที่ค้นพบมาร้อยเรียงออกมาเป็นเรื่องราวที่น่าประทับใจดังแผนภาพ

ก) วัตถุประสงค์ ที่นำมาในการเล่าเรื่อง

(1) ประวัติศาสตร์

การบอกเล่าเรื่องราว ถึงสิ่งที่ได้ทำมาในระยะเวลาที่ยาวนาน (ตำนาน) ช่วยทำให้ผู้บริโภครับรู้ถึงสิ่งที่เกิดขึ้นต่อเนื่อง ดังนั้น การได้มาบริโภคอาหารจากรถเข็นแผงลอย ของตลาดอาหารกลางคืน เขตคูเมืองเก่าจังหวัดเชียงใหม่ จึงหมายถึงการได้เป็นส่วนหนึ่งของตำนาน ยิ่งหากเป็นตลาดที่มีเรื่องราวที่อยู่มาอย่างยาวนาน ยิ่งจะช่วยต่อยอดถึงการได้มีบทบาทสำคัญ จากประวัติศาสตร์หรืออีกรูปแบบที่จะกล่าวถัดไปคือตำนานของตลาดอาหารกลางคืน

(2) การสร้างประสบการณ์ชีวิต

การสร้างเรื่องราวให้กับผลิตภัณฑ์ เป็นเรื่องที่น่าสนใจและน่าเชื่อถือกว่า การแนะนำขายแบบตรง ๆ อาจเกิดจากการชอบเรื่องราวของผู้ประกอบการ พ่อค้า แม่ค้า แต่ต้องให้อยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริงไม่เช่นนั้นจะกลายเป็นเรื่องที่ไม่มีความน่าเชื่อถือ

(3) การแสดงออกถึงสรรพคุณ อรรถประโยชน์ของสินค้าหรือแหล่งผลิตวัตถุดิบ

คุณภาพที่แตกต่าง แม้ว่าจะมีตลาดอาหารกลางคืน หรือตลาดนัดประเภทเดียวกันเกิดขึ้นมากมาย แต่ตลาดที่จะอยู่ได้จะต้องมีคุณภาพที่ดี และสามารถพิสูจน์ได้ว่าคุณภาพที่ดี นั้นขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว เช่น สินค้าประเภทอาหารที่ผลิตจากวัตถุดิบที่สะอาด ถูกหลักสุขาภิบาลอาหาร และมีประโยชน์ต่อสุขภาพของผู้บริโภคโดยเฉพาะปัจจุบัน คนหันมาใส่ใจสุขภาพ และใช้อาหารที่ปลอดภัยปรุงแต่งมากขึ้น ผู้ประกอบการจะต้องทำให้ผู้บริโภครับรู้ได้ว่าภายใต้คุณภาพที่แตกต่างนั้น รสชาติโดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่งอย่างชัดเจน คือทำอย่างไรถึงจะทำให้ลูกค้าพิสูจน์ได้ถึงความแตกต่างหรือที่เรียกว่า “จุดขาย”

การแสดงที่มาของแหล่งอาหาร และวัตถุดิบถือเป็นต้นทุนอีกอย่างหนึ่งที่ใช้ในการสร้างเรื่องราวได้ เช่น การใช้วัตถุดิบ ผ่านภาพสัญลักษณ์ เพื่อแสดงถึงประเภทและที่มาของอาหาร ต้องแสดงชัดเจน อาจใช้เหตุการณ์ วัฒนธรรมการกินต่าง ๆ หน้าตาของอาหารในพื้นที่ที่เกิดขึ้นมาเชื่อมโยงกับเรื่องราวที่เล่า ทำให้ประเด็นที่เล่ามีความน่าเชื่อถือได้หรือการค้นพบแรงบันดาลใจ เหตุการณ์สำคัญต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นหรือการเกิดปรากฏการณ์สำคัญมาเชื่อมโยงกับเรื่องราว

ข) เทคนิคการเล่า

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

(2) กลุ่มเป้าหมาย การศึกษาถึงพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายและไลฟ์สไตล์ จะบ่งบอกได้ว่าเทคนิคการเล่า เรื่องสอดคล้องกับการเลือกสื่อที่จะใช้เล่าเรื่อง

ขั้นตอนที่ 1 : ทำความรู้จักกลุ่มเป้าหมายการจะเข้าถึงใครได้เราต้องรู้จัก เขาก่อน เราต้องรู้ว่ากลุ่มเป้าหมายของเราเป็นใคร รวมถึงข้อมูลพื้นฐานด้วย เช่น เพศ อายุการศึกษา ความชอบ สถานที่ทำงาน ที่อยู่ เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 2 : ทำความเข้าใจพฤติกรรมกลุ่มผู้บริโภค การได้ข้อมูลพื้นฐาน ต้องสังเกตพฤติกรรมของผู้บริโภคถึงความต้องการ เช่น เขาชอบอะไรเป็นพิเศษ การจัดวาง ชอบทำอะไร แต่งตัวแบบไหน หน้าร้านทำอย่างไรจึงจะดึงดูดลูกค้า ใช้สมาร์ทโฟนหรือไม่ ซื้ออาหาร ออนไลน์หรือไม่ ซื้อออฟไลน์ที่ไหน ชอบรับประทานอะไรเป็นพิเศษ ใช้แอปอะไรสั่งอาหารบ้าง เวลาค้นหาอาหารหรือบริการค้นหาอย่างไร ก่อนจะตัดสินใจ ซื้ออาหารหรือบริการมีเหตุผลอะไรมา ช่วยในการตัดสินใจบ้าง เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 3 : วิเคราะห์แล้วนำมาปรับกลยุทธ์ทางการตลาด รู้จักและเข้าใจ พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายแล้ว ให้นำมาวิเคราะห์ในการทำกลยุทธ์ทางการตลาด ตัวอย่างเช่น กลุ่มเป้าหมายเป็นคนเชียงใหม่ อายุ 20-40 ปี ชอบสีหรือธีมแบบใด การตกแต่งรถแผงลอย อาจมีกราฟฟิคที่ใช้ก็ต้องใช้สีพาสเทล รวมถึงหน้าร้านด้วย กลุ่มเป้าหมายมีพฤติกรรมชอบซื้ออาหาร ของออนไลน์ ชอบเล่นโซเชียลและแชทผ่านไลน์ เราก็ควรลงโฆษณาโปรโมทตามสื่อที่กลุ่มเป้าหมาย จะเห็นและคิดกลยุทธ์ให้ผู้บริโภค

(3) การประกอบอาหารหรือบริการ ให้เข้ากับเรื่องราวที่เล่า หมายถึง ทุก ๆ แง่มุมของความประณีต พิถีพิถัน ในการทำอาหารที่ทำให้เกิดสิ่งที่มีคุณค่าขึ้นมา ไม่ใช่แค่ สิ่งที่มองเห็นหรือสัมผัสได้ เป็นทั้งชื่อและแก่นแท้ของร้านค้าแผงลอย เป็นทั้งเปลือกนอกและเนื้อใน เป็นทั้งสิ่งที่อยู่ภายในและในร้านที่แสดงอยู่

2) การนำเสนอรูปแบบผลิตภัณฑ์รถเข็นแผงลอยที่ใช้ลักษณะเด่นด้านรูปธรรมของ อัตลักษณ์ที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับการแสดงอัตลักษณ์ของรถเข็นแผงลอยรอบคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ของแต่ละตลาด ส่งผลให้เกิดการรับรู้ได้ง่ายกว่าการใช้ลักษณะเด่นด้านอื่น ๆ ในอัตลักษณ์เดียวกันหรือการใช้ลักษณะเด่นด้านรูปธรรม แต่อัตลักษณ์ไม่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับ รถเข็นแผงลอยเห็นได้ว่า ผลการประเมินรูปแบบรถเข็นแผงลอยและการสอบถามผู้ประกอบการ เกี่ยวกับความคิดเห็นและความพึงพอใจเป็นไปในทางทิศทางเดียวกัน นอกจากนี้ยังพบว่ารูปแบบที่มีการเพิ่มองค์ประกอบที่มีสัญลักษณ์เด่นอื่น ๆ เข้าไปด้วยจะยิ่งทำให้เกิดการรับรู้การจดจำได้ดียิ่งขึ้น

ก. สอดคล้องกับแนวความคิดเรื่ององค์ประกอบในการสร้างเพื่อสื่อสารอัตลักษณ์
 รอบคูเมืองเก่าจังหวัดเชียงใหม่ตามหลักของ สุมิตรา ศรีวิบูลย์ 3 ด้าน คือ

- **ด้านอัตลักษณ์** พบว่าสิ่งที่เป็นรูปธรรมมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์
 รถเข็นแผงลอยรอบคูเมืองเก่าจังหวัดเชียงใหม่ คือ รถเข็นแผงลอยวิถีชีวิตภูมิปัญญาท้องถิ่นและ
 ศิลปะวัฒนธรรมและประเพณีผู้วิจัยออกแบบโดยใช้ลักษณะเด่นของแต่ละประตูก่อรอบคูเมือง
 เชียงใหม่ ได้แก่ ประตูช้างเผือก ประตูท่าแพ และประตูเชียงใหม่ และองค์ประกอบทางจิตรกรรม
 ประติมากรรม และสถาปัตยกรรมรอบสถานที่ในคูเมืองเก่าจังหวัดเชียงใหม่ อีกทั้งยังมีพื้นที่รอบ ๆ
 ของแต่ละตลาดและยังใช้ลักษณะอัตลักษณ์ของลายกราฟิกที่เป็นล้านนาเพื่อให้สื่อถึง
 ความเป็นอัตลักษณ์ของแต่ละตลาดได้อย่างชัดเจน ซึ่งเป็นศิลปะแบบสมัยล้านนา อีกทั้งยังสื่อถึง
 ภาพกราฟิกของการสื่อสารอย่างตรงไปตรงมาของประเภทอาหาร เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงง่าย
 และเข้าใจอย่างทันที

- **ด้านภาพลักษณ์** สิ่งที่เป็นนามธรรมแสดงถึงความรู้สึกของการใช้ชีวิตของผู้คน
 ในพื้นที่รอบคูเมืองเชียงใหม่ในแต่ละตลาดที่แตกต่างกันไป ความกลมเกลียวทางด้านวิถีชีวิตภูมิปัญญา
 ท้องถิ่นของแต่ละตลาด และศิลปะวัฒนธรรมและประเพณี ผู้วิจัยออกแบบโดยการใช้อยู่และเทคนิค
 การพิมพ์และตราสัญลักษณ์ที่ออกแบบเป็นลวดลาย ให้บ่งบอกอัตลักษณ์ความเป็นตลาดแต่ละตลาด
 อย่างชัดเจนบนผลิตภัณฑ์รถเข็นแผงลอยของแต่ละตลาดอย่างเด่นชัด

- **ด้านการวางตำแหน่ง** สิ่ง que แสดงถึงคุณค่าจุดต่างของผู้วิจัยออกไป โดยการใช้อยู่
 ลวดลายแสดงถึงผลิตภัณฑ์ที่ติดตั้งบนโครงสร้างของรถเข็นแผงลอย สื่อถึงคุณค่าของรถเข็นแผงลอย
 นอกจากนี้การออกแบบทำให้ผลิตภัณฑ์รถเข็นแผงลอยมีความโดดเด่น และมีความเชื่อมโยงกับ
 เรื่องราวได้มากยิ่งขึ้น

5.3 ข้อเสนอแนะ

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้หรือพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้และ
 เพื่อการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1) นักออกแบบ ในการนำผลการวิจัยไปใช้ต้องศึกษาให้เข้าใจถึงความต้องการ และ
 การใช้งานของผู้ประกอบการ ควบคู่ไปกับคุณค่าของรถเข็นอาหาร เนื่องจากภาวะระดมทุน
 ในการสร้างรถเข็นแผงลอยและขายอาหาร ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จึงต้องลดราคาต้นทุนผลิตภัณฑ์
 รถเข็นแผงลอย จนส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ แต่การออกแบบมุ่งเน้นแต่ภาพลักษณ์
 ของผลิตภัณฑ์รถเข็นแผงลอยเพียงอย่างเดียว อาจส่งผลกระทบต่อราคาต้นทุนจนผู้ประกอบการ
 ไม่สามารถนำไปใช้ได้ ดังนั้นการออกแบบจึงต้องสร้างความสมดุลระหว่างความต้องการ
 ของผู้ประกอบการ และภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์รถเข็นให้ควบคู่กันไป

2) ผู้ประกอบการรถเข็นแผงลอย การนำผลการวิจัยไปใช้ต้องศึกษาทำความเข้าใจถึงรูปแบบการใช้งานผลิตภัณฑ์รถเข็นแผงลอย และกราฟฟิกของแต่ละร้านค้าในตลาด คือ การนำกราฟฟิกที่ออกแบบอัตลักษณ์ของแต่ละผู้ประกอบการในตลาดมาใส่ลงในผลิตภัณฑ์รถเข็นแผงลอยของผู้ประกอบการต้องการ เพื่อคงความเป็นอัตลักษณ์ของร้านรถเข็นแผงลอยไว้ การสร้างความน่าเชื่อถือ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ร้านตนเอง เพราะไม่ใช่เพียงร้านค้าเพียงหนึ่งร้าน แต่ส่งผลถึงกลุ่มผู้ประกอบการอื่น ๆ ในตลาดรถเข็นแผงลอยย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ด้วย เนื่องจากเป็นรถเข็นที่ผู้ประกอบการในแต่ละตลาดนำไปใช้ในแบบเดียวกัน

3) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ในการนำผลการวิจัยไปใช้ต้องศึกษาทำความเข้าใจที่วัตถุประสงค์ในการใช้งาน คือ มุ่งเน้นการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการรถเข็นแผงลอยบริเวณตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน โดยการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการออกแบบและพัฒนาารูปแบบรถเข็นแผงลอย เพื่อแสดงอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของรถเข็นแผงลอย ช่วยให้อาณาเขตอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่ามีอัตลักษณ์เป็นตัวของตัวเอง อีกทั้งยังเป็นการโฆษณาจุดเด่นของแต่ละหมู่บ้านให้บุคคลภายนอกได้ทราบด้วย

5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1) การเก็บข้อมูล ในการทำวิจัยครั้งต่อไปเสนอแนะให้ผู้วิจัยเก็บข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ ในการรับรู้ของผู้บริโภค ร่วมด้วย เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเพียงแต่ในการรับรู้ของคนในย่านตลาดอาหารกลางคืน และคนเชียงใหม่ร่วมกับสิ่งที่ยังปรากฏอยู่ หรือสิ่งประชาสัมพันธ์ให้บุคคลภายนอกรับรู้เพียงเท่านั้น ถ้าได้มีข้อมูลการรับรู้ของผู้บริโภคร่วมด้วย อาจจะทำให้อัตลักษณ์ที่ได้มีความน่าสนใจ และมีมุมมองที่กว้างขึ้น นอกจากนี้การเก็บข้อมูลการรับรู้ของผู้บริโภค เสนอแนะให้มีการเก็บเป็นช่วงระยะเวลาที่มากขึ้น หรือเก็บในช่วงงานเทศกาลอื่น ๆ นอกเหนือเทศกาลสำคัญในเดือนตุลาคม เนื่องจากจะได้มีความหลากหลายของกลุ่มตัวอย่าง

2) การพัฒนารถเข็นแผงลอย เพื่อแสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ ในการวิจัยครั้งต่อไปเสนอแนะให้ผู้วิจัยเก็บข้อมูลและออกแบบผลิตภัณฑ์รถเข็นแผงลอยใช้ลักษณะการออกแบบผลิตภัณฑ์เจาะจงไปที่ผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่งที่เป็นจุดเด่นในแต่ละย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่