

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญ และที่มาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	6
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ	7
1.5 ทฤษฎี สมมติฐาน และกรอบแนวความคิดของการโครงการวิจัย	7
1.6 กรอบแนวความคิดของแผนงานวิจัย	9
1.7 วิธีการดำเนินการวิจัย	10
1.8 ระยะเวลาการทำวิจัยและแผนการดำเนินงาน	11
1.9 การทบทวนวรรณกรรม/สารสนเทศที่เกี่ยวข้อง	13
1.10 นิยามคำศัพท์	15
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	17
2.1 ความต้องการและสถิติทางการตลาดของรถเข็นแผงลอย	17
2.2 อັตลักษณ์ของตลาดอาหารกลางคิน จังหวัดเชียงใหม่	20
2.3 รถเข็นแผงลอย	25
2.4 ทฤษฎีและแนวคิดการออกแบบเอกลักษณ์	35
2.5 ทฤษฎีและแนวคิดการศึกษาเอกลักษณ์	43
2.6 ทฤษฎีและแนวคิดการสื่อสาร	61
2.7 ทฤษฎีและแนวคิดการรับรู้	62
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	67

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	69
3.1 รูปแบบวิธีการวิจัยและขั้นตอนการวิจัย	69
3.2 ข้อมูลวิจัย	71
3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	73
3.4 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	73
3.5 เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการวิจัย	74
3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล	77
3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล	78
3.8 สรุปผล อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	78
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	79
4.1 ผลการสอบถามข้อมูลการตลาดจากผู้ประกอบการ สำหรับการพัฒนารถเข็นแผงลอย เพื่อแสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่	79
4.2 ผลการสอบถามข้อมูลจากผู้บริโภค สำหรับการพัฒนารถเข็นแผงลอย เพื่อแสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่	87
4.3 ผลการออกแบบและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ภัณฑ์ การพัฒนารถเข็นแผงลอย เพื่อแสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่	93
4.4 ผลการประเมินการศึกษาการพัฒนารูปแบบรถเข็นแผงลอย เพื่อแสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่	110
4.5 ผลการสอบถามความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่มีต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ รถเข็นแผงลอยเพื่อแสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่	132
4.6 ผลการสอบถามการรับรู้อัตลักษณ์ของผู้บริโภค ผ่านรูปแบบผลิตภัณฑ์ รถเข็นแผงลอย เพื่อแสดงอัตลักษณ์ย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่	138

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ	143
5.1 สรุปผล	143
5.2 อภิปราย	151
5.3 ข้อเสนอแนะ	155
บรรณานุกรม	157
ภาคผนวก	159
ภาคผนวก ก รายชื่อผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องในการวิจัย	160
ภาคผนวก ข เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	162
ภาคผนวก ค เนื้อหาเพิ่มเติมในงานวิจัย	173
ภาคผนวก ง ภาพเขียนแบบเพื่อการผลิต	181
ภาคผนวก จ ภาพการเก็บข้อมูลในงานวิจัยการออกแบบและพัฒนารูปแบบ ประวัติผู้วิจัย	185 204

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ประเภทของร้านค้าตลาดประตูเชียงใหม่	52
2.2 ประเภทของร้านค้าตลาดข้างฝือก	53
2.3 ประเภทของร้านค้าตลาดสมเพชร	54
4.1 ประเภทของร้านค้าตลาดประตูเชียงใหม่	80
4.2 ประเภทของร้านค้าตลาดข้างฝือก	81
4.3 ประเภทของร้านค้าตลาดสมเพชร	82
4.4 แสดงผู้บริโภคอาหารจากร้านของท่านส่วนใหญ่เน้นเพศอะไรและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม	82
4.5 แสดงผู้บริโภคอาหารจากร้านของท่าน ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุใดมากที่สุดและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม	83
4.6 แสดงระดับรายได้ต่อเดือนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม	83
4.7 แสดงผู้บริโภค ประกอบอาชีพ และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม	84
4.8 แสดงผู้บริโภค อาหารจากร้านค้าของท่าน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม	84
4.9 แสดงร้านค้าของท่านใช้บริการ รับ-ส่ง อาหารออนไลน์แบบใด และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม	85
4.10 แสดงนักท่องเที่ยวที่เข้ามารับประทานในร้านอาหารของท่านส่วนมากเป็นนักท่องเที่ยวประเภท และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม	85
4.11 แสดงช่วงระยะเวลาใดที่ผู้ซื้อนิยมบริโภคอาหารเทศกาล และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม	86
4.12 แสดงท่านคิดว่า เพราะเหตุใดผู้ซื้อจึงนิยมผลิตภัณฑ์ตลาดและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม	86
4.13 แสดงสภาพของผู้บริโภค และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม	87
4.14 แสดงเพศของผู้บริโภค และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม	87
4.15 แสดงระดับการศึกษาของผู้บริโภค และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม	87
4.16 แสดงสถานะของผู้บริโภค และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม	88
4.17 แสดงผู้บริโภคเคยบริโภคอาหารในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม	88

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.18 แสดงการบริโภคอาหารประเภทใดของผู้บริโภคและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม	89
4.19 แสดงการบริโภคอาหารเพื่อวัตถุประสงค์ใด และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม	89
4.20 แสดงโดยปกติท่านมีค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารเฉลี่ยต่อครั้งเป็นเท่าใด ขอให้ตนเองของผู้บริโภค และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม	90
4.21 แสดงประเภทของผู้บริโภค และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม	90
4.22 แสดงโดยความคาดหวังวัสดุและพื้นผิวรถเข็นแผงลอย วัสดุโลหะ เช่น เหล็ก เมทัลชีท สแตนเลส และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม	91
4.23 แสดงโดยรถเข็นของผู้บริโภค และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม	91
4.24 แสดงรูปแบบรถเข็นท่านจะให้ความสำคัญกับสิ่งใด	92
4.25 แสดงภาพประกอบและการออกรถเข็นแผงลอย ตลาดข้างเผือก	93
4.26 แสดงภาพประกอบและการออกรถเข็นแผงลอย ตลาดประตูเชียงใหม่	95
4.27 แสดงภาพประกอบและการออกรถเข็นแผงลอย	97
4.28 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประเมิน	111
4.29 การคัดเลือกรูปแบบผลิตภัณฑ์จากตลาดข้างเผือก	111
4.30 การคัดเลือกรูปแบบผลิตภัณฑ์จากตลาดประตูเชียงใหม่	112
4.31 การคัดเลือกรูปแบบผลิตภัณฑ์จากตลาดสมเพชร	112
4.32 แสดงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ การประเมินรูปแบบรถเข็นแผงลอยประเภท ผัด/ทอด	114
4.33 ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการประเมิน รูปแบบผลิตภัณฑ์ รถเข็นแผงลอยประเภท ต้ม/ลวก	118
4.34 ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการประเมิน รูปแบบผลิตภัณฑ์	123
4.35 ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการประเมิน รูปแบบผลิตภัณฑ์เข็นแผงลอยประเภทผลไม้และของหวาน	128
4.36 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	132

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.37 ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์รถเข็นแผงลอยตลาดข้างเผือก	133
4.38 ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์รถเข็นแผงลอย ตลาดประตูเชียงใหม่	135
4.39 ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์รถเข็นแผงลอย ตลาดสมเพชร	137
4.40 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	139
4.41 ความสามารถในการสื่อสารอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์	140
4.42 ระดับในการสื่อสารอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์	140
4.43 ความเหมาะสมสำหรับผลิตภัณฑ์ตลาด	140
4.44 การมีส่วนร่วมช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผลิตภัณฑ์ตลาด	141
4.45 ความสามารถทำให้การซื้อผลิตภัณฑ์ตลาด ณ แหล่งกำเนิดมีมูลค่าเพิ่ม	141
4.46 ข้อเสนอแนะ	142

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 อັตลัษณัฎบแบนรด์	8
2.1 ตลาคขัางเผือก แบนที่ตลาคขัางเผือก	22
2.2 ตลาคประตุเชียงใหม่ แบนที่ตลาคประตุเชียงใหม่	23
2.3 ตลาคสมเพชร แบนที่ตลาคสมเพชร	24
2.4 รลเชันประเกทผัด/ทอด	25
2.5 องค้ประกอบขอรลเชันประเกทผัด/ทอด	25
2.6 รลเชันประเกทตัม/ลวค	26
2.7 องค้ประกอบขอรลเชันประเกทตัม/ลวค	26
2.8 รลเชันประเกทปั้ง/ยัาง	27
2.9 องค้ประกอบขอรลเชันประเกทปั้ง/ยัาง	27
2.10 รลเชันประเกทผลไม้และขอรลเชัน	28
2.11 องค้ประกอบขอรลเชันประเกทผลไม้และขอรลเชัน	28
2.12 รลเชันแผลงลอย	29
2.13 รลเชันแผลงลอย	30
2.14 รลเชันแผลงลอย	30
2.15 รลเชันแผลงลอย	31
2.16 รลเชันแผลงลอย (คร็องตัม)	31
2.17 รลเชันแผลงลอย	32
2.18 รลเชันแผลงลอย	32
2.19 รลเชันแผลงลอย	33
2.20 รลเชันแผลงลอย	33
2.21 รลเชันแผลงลอย	34
2.22 รลเชันแผลงลอย	34
2.23 อັตลัษณัฎบแบนรด์	36
2.24 กรบวณการในการสร้งอັตลัษณัฎบแบนรด์	37
2.25 ลำตบการท้งานออกแบบเพือสร้งเอกลัษณัฎ	38
2.26 แผลง The signifier หรือต้วหมายและ The signified หรือล้งที่หมายถ้ง	42

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
2.27 ประสบการณ์ที่ตรง หรือสอดคล้องกันของผู้ส่งสารและผู้รับสาร	50
2.28 ขอบเขตแผนที่ของตลาดประตูเชียงใหม่	50
2.29 ขอบเขตแผนที่ของตลาดข้างเผือก	51
2.30 ขอบเขตแผนที่ของตลาดสมเพชร	51
2.31 อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่	55
2.32 ตลาดประตูเชียงใหม่ในอดีต	56
2.33 ตลาดประตูเชียงใหม่ในปัจจุบัน	57
2.34 ตลาดข้างเผือกในอดีต	58
2.35 ตลาดข้างเผือกในปัจจุบัน	58
2.36 ตลาดสมเพชร ถนนท่าแพในอดีต	59
2.37 ตลาดสมเพชร ถนนท่าแพในปัจจุบัน	60
2.38 องค์ประกอบทางการสื่อสาร	61
2.39 กระบวนการทางพฤติกรรม	62
2.40 กระบวนการศึกษาการรับรู้ผู้บริโภคของการวิจัย	67
4.1 การแบ่งแนวทางการออกแบบ	98
4.2 ผลลัพธ์รกรเห็นผังลอยตลาดข้างเผือกประเภท ผัด/ทอด	99
4.3 ผลลัพธ์รกรเห็นผังลอยตลาดข้างเผือกประเภท ต้ม/ลวก	100
4.4 ผลลัพธ์รกรเห็นผังลอยตลาดข้างเผือกประเภท ปิ้ง/ย่าง	101
4.5 ผลลัพธ์รกรเห็นผังลอยตลาดข้างเผือกประเภท ผลไม้และของหวาน	102
4.6 ผลลัพธ์รกรเห็นผังลอยตลาดประตูเชียงใหม่ประเภท ผัด/ทอด	103
4.7 ผลลัพธ์รกรเห็นผังลอยตลาดประตูเชียงใหม่ประเภท ต้ม/ลวก	104
4.8 ผลลัพธ์รกรเห็นผังลอยตลาดประตูเชียงใหม่ประเภท ปิ้ง/ย่าง	105
4.9 ผลลัพธ์รกรเห็นผังลอยตลาดประตูเชียงใหม่ประเภท ผลไม้และของหวาน	106
4.10 ผลลัพธ์รกรเห็นผังลอยตลาดสมเพชรประเภท ผัด/ทอด	107
4.11 ผลลัพธ์รกรเห็นผังลอยตลาดสมเพชรประเภท ต้ม/ลวก	108
4.12 ผลลัพธ์รกรเห็นผังลอยตลาดตลาดสมเพชรประเภท ปิ้ง/ย่าง	109
4.13 ผลลัพธ์รกรเห็นผังลอยตลาดสมเพชรประเภท ผลไม้และของหวาน	110

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
5.1 รูปแบบรถเข็นแผงลอย	141
5.2 รูปแบบผลิตภัณฑ์รถเข็นแผงลอยตลาดข้างเผือก	145
5.3 รูปแบบผลิตภัณฑ์รถเข็นแผงลอยตลาดประตูเชียงใหม่	146
5.4 รูปแบบผลิตภัณฑ์รถเข็นแผงลอยตลาดประตูเชียงใหม่	147

