

หัวข้อวิจัย	กลยุทธ์สร้างสรรค์ที่ยั่งยืนเกี่ยวกับสายผลิตภัณฑ์อาหาร สายผลิตภัณฑ์ซอปปิ้ง และสายผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในถนนคนเดิน: กรณีศึกษาจังหวัด เชียงใหม่ และภูเก็ต
ผู้ดำเนินการวิจัย	ดร. วรินทร์า ศิริสุทธิกุล รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ดร. อัจฉรียา ศักดิ์นรงค์
หน่วยงาน	ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
ปี พ.ศ.	2557

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์สร้างสรรค์ที่ยั่งยืนเกี่ยวกับสายผลิตภัณฑ์อาหาร สายผลิตภัณฑ์ซอปปิ้ง และสายผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในถนนคนเดิน ของจังหวัด เชียงใหม่ และภูเก็ต โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในถนนคนเดินเชียงใหม่/ท่าแพ ประกอบด้วย นักท่องเที่ยวชาวไทย ชาวจีน และชาวตะวันตก กลุ่มละ 138 คน รวมทั้งสิ้น 414 คน และนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในถนนคนเดินกลาง ประกอบด้วย นักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวตะวันตก กลุ่มละ 138 คน รวมทั้งสิ้น 276 คน จากผลการวิจัย พบว่า

คณะกรรมการบริหาร/ผู้ประกอบการ ถนนคนเดินเชียงใหม่/ท่าแพ ควรมุ่งเน้นกลยุทธ์สร้างสรรค์ที่ยั่งยืนสายผลิตภัณฑ์อาหาร ได้แก่ (1) กลยุทธ์การสร้างสรรคสายอาหาร/ขนมไทย ภาคเหนือ สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวตะวันตก โดยใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ สร้างสรรค์ให้มีรูปแบบน่ารับประทาน และสะดวกต่อการบริโภค รวมทั้งมีการใช้บรรจุภัณฑ์ที่รักษาสิ่งแวดล้อม (2) กลยุทธ์การสร้างสรรคสายผลิตภัณฑ์ขนมไทยดั้งเดิม สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวจีน โดยสร้างสรรค์นวัตกรรมการเก็บรักษาได้นาน ดีไซน์รูปแบบคงความเป็นไทย ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สามารถมองเห็นขนมไทย ให้เป็นที่ดึงดูดใจผู้ซื้อรวมทั้งใส่บรรจุภัณฑ์ที่สามารถซื้อเป็นของฝากของที่ระลึก ส่วน (3) กลยุทธ์การสร้างสรรคสายผลิตภัณฑ์อาหาร/ขนมไทยประยุกต์ (4) กลยุทธ์การสร้างสรรคสายผลิตภัณฑ์ขนมนานาชาติ (5) กลยุทธ์การสร้างสรรคสายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวตะวันตก สายผลิตภัณฑ์ซอปปิ้ง ประกอบด้วย (1) กลยุทธ์การสร้างสรรคสินค้า

ประเพณีศิลปะสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ชาวจีน และชาวตะวันตก โดยเน้นสินค้าแฮนด์เมค สินค้าตกแต่ง สินค้าหัตถกรรมชาวเขา สินค้าพื้นเมืองเหนือ สายผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ชาวจีน และชาวตะวันตก โดยเน้นดนตรีพื้นบ้าน อาหารพื้นเมือง ประเพณีล้านนา ซึ่งกลยุทธ์ดังกล่าว มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรม ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอนาคต และความตั้งใจจะแนะนำ/บอกต่อ

คณะกรรมการบริหาร/ผู้ประกอบการ ถนนคนเดินกลาง ควรมุ่งเน้นกลยุทธ์สร้างสรรค์ที่ยั่งยืนสายผลิตภัณฑ์อาหาร ได้แก่ (1) กลยุทธ์การสร้างสรรค์สายอาหาร/ขนมไทยภาคใต้ (2) กลยุทธ์การสร้างสรรค์สายขนมนานาชาติ สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวตะวันตก โดยมีการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ที่สามารถเก็บขนมหรืออาหารได้นานขึ้น โดยการทำให้รูปอัดเม็ด หรือทำเป็นแบบแห้ง และสามารถนำมาปรุงใหม่โดยใช้ความร้อน ภาชนะที่ใช้ควรใช้วัสดุดิบที่มาจากธรรมชาติเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม ส่วน (3) กลยุทธ์การสร้างสรรค์สายผลิตภัณฑ์ขนมไทยดั้งเดิม (4) กลยุทธ์การสร้างสรรค์สายผลิตภัณฑ์อาหาร/ขนมไทยประยุกต์ (5) กลยุทธ์การสร้างสรรค์สายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวตะวันตก สายผลิตภัณฑ์ข้อบ่งชี้ ได้แก่ กลยุทธ์การสร้างสรรค์สินค้าประเพณีศิลปะสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวตะวันตก โดยเน้นสินค้าที่ทำด้วยมือ สินค้าตกแต่งบ้าน สินค้าหัตถกรรมภาคใต้ และสินค้าพื้นเมืองภาคใต้สายผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวตะวันตก โดยมีหัตถกรรมพื้นเมือง หนังสติ๊ก ดนตรีไทยภาคใต้ ซึ่งกลยุทธ์ดังกล่าว มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรม ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอนาคต และความตั้งใจจะแนะนำ/บอกต่อ

Research Title	Sustainable Creative Strategies of Food, Shopping and Cultural Tourism Product Lines in Walking Streets: Case Studies of Chiangmai and Phuket Province
Researcher	1. Dr. Varintra Sirisuthikul 2. Assoc.Prof. Sirivan Serirat 3. Dr. Atchareeya Saknarong
Organization	Department of Business Administration Faculty of Social Sciences, Srinakharinwirot University Suan Dusit Rajabhat University
Year	2014

Abstract

The purpose of this research is to study sustainable creative strategies for food product line, shopping product line, and cultural tourism product line in walking street of Chiangmai and Phuket province. A total of 414 samples were collected from Thai, Chinese and Western tourists in Chiangmai / Thapae walking streets, with 138 samples from each nationalities. Another 276 samples were collected from Thai and Western tourists from Thalang walking street in Phuket, with 138 samples from each nationalities. The results were as follow:

The organizing committee/ vendors in Chiangmai / Thapae walking streets should focus on sustainable creative strategies for food product line as follows:

(1) creative strategies for Northern region food / dessert product line for Thai and western tourists should focus on quality of ingredients, creating attractive visual designs and convenient consumption, and also using environment friendly packages;
(2) creative strategies for traditional Thai dessert product line for Thai and Chinese tourists should focus on creating innovations in prolong preservation, originality of Thai-style design, designing see-through package that Thai dessert inside package

could be seen to make them attractive to customers, and should also sell in package that can be bought as souvenirs.

As for (3) creative strategies for food / Thai-fusion dessert product line, (4) creative strategies for food / international dessert product line, (5) creative strategies for drinks product line for western tourists.

Shopping product lines constitute of 1) creative strategies for art and craft products for Thai, Chinese and western tourists by focusing on handmade products, decoration products, hill-tribe handicrafts, local northern region products. Cultural tourism product line constitute of creating cultural tourism products for Thai, Chinese and western tourists by focusing on local music, local foods, Lanna traditions, in which these strategies positively affect the innovation recognition, overall satisfaction of tourists, trends for future travel behaviors, and the intention to recommend to others.

The organizing committee/ vendors in Thalang walking streets should focus on sustainable creative strategies on food product line as follows:

(1) creative strategies for Southern region food / dessert product line, and (2) creative strategies for traditional Thai dessert product line for Thai and Chinese tourists by creating innovation that could prolong food / dessert reservation, in the form of pellet or dried preservation that could revert to their original properties by heat. Package should use natural ingredients to protect environments.

As for (3) creative strategies for Traditional Thai dessert product line, (4) creative strategies for food / Thai-fusion dessert product line, (5) creative strategies for drinks product line for western tourists.

Shopping product lines constitute of creative strategies for art and craft products for Thai, and western tourists by focusing on handmade products, home-decoration products, southern handicrafts, and southern local products. Cultural tourism product line constitute of creating cultural tourism products for Thai and western tourists, by using local handicrafts, Thai traditional shadow puppets, southern music, in which these strategies positively affect the innovation recognition, overall satisfaction of tourists, trends for future travel behaviors, and the intention to recommend to others.