

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อภาษาไทย	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญ	ช
สารบัญภาพ	ฅ
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญแผนภาพ	ฒ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	7
ขอบเขตของโครงการวิจัย	7
ขั้นตอนและวิธีการศึกษา	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
ระยะเวลาในการทำวิจัย	9
นิยามศัพท์	9
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
พฤติกรรมผู้บริโภค	11
พฤติกรรมผู้บริโภคจีนรุ่นใหม่	17
งานหัตถกรรมของภาคเหนือตอนบน	18
ข้อมูลบริบทชุมชนมณฑลยูนนาน	39
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
บทที่ 3 วิธีดำเนินงานวิจัย	62
ขอบเขตของการวิจัย	62
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	62
เครื่องมือในการวิจัย	63

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	64
การวิเคราะห์ข้อมูล	65
บทที่ 4 ผลการดำเนินงานวิจัย	66
ข้อมูลด้านบริบทชุมชนด้านสังคม วัฒนธรรม ประเพณี และข้อมูลทางกายภาพเงินตอนใต้	66
ปัจจัยและพฤติกรรม การเลือกซื้อสินค้าเพื่ออุปโภคและบริโภคของผู้บริโภค ในพื้นที่เงินตอนใต้	94
การรับรู้และความต้องการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมไทยของกลุ่มผู้บริโภค ในพื้นที่เงินตอนใต้ ที่มีผลต่องานหัตถกรรมช่าง 10 สาขาของภาคเหนือตอนบน	108
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย	144
สรุปผลการวิจัย	144
อภิปรายผล	154
ข้อเสนอแนะ	155
บรรณานุกรม	160
ภาคผนวก	159
ภาคผนวก ก แบบสอบถามฉบับภาษาไทย	161
ภาคผนวก ข แบบสอบถามฉบับภาษาจีน	171
ภาคผนวก ค ประวัติผู้วิจัย	183

สารบัญภาพ

			หน้า
ภาพที่	2.1	เครื่องปั้นดินเผาบ้านเหมืองกุง	22
ภาพที่	2.2	ผลิตภัณฑ์เครื่องหนังในปัจจุบัน อาทิ เสื้อผ้า หมวก เข็มขัด รองเท้า กระเป๋า	23
ภาพที่	2.3	กลองบูชา (กลองบูชา หรือ ก้องบูชา) (ชาย) และกลองแวง (ขวา)	23
ภาพที่	2.4	ภาชนะเครื่องใช้ทำด้วยโลหะเงิน	26
ภาพที่	2.5	งานไม้แกะสลักในพื้นที่อำเภอสันป่าตอง เป็นงานผลิตตามคำสั่งซื้อ	29
ภาพที่	2.6	งานหัตถกรรมกระดาษ เช่น ร่มโบราณ โคม ตัดกระดาษ เป็นต้น	31
ภาพที่	2.7	ตัวอย่างงานจักสานในตำบลป่าบง อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่	33
ภาพที่	2.8	แผนที่มณฑลยูนนาน	39
ภาพที่	4.1	สภาพทั่วไปในเมืองคุนหมิง มณฑลยูนนาน	80
ภาพที่	4.2	การเดินทางสัญจร โดยรถโดยสารและแท็กซี่ในเมืองคุนหมิง	81
ภาพที่	4.3	ห้างสรรพสินค้า Yunfang International Shopping Center ในคุนหมิง	82
ภาพที่	4.4	ห้างสรรพสินค้า Walmart ในคุนหมิง	82
ภาพที่	4.5	ห้างสรรพสินค้า Shalom Plaza ในคุนหมิง	82
ภาพที่	4.6	ร้านค้า และร้านอาหารแผงลอยเวลากลางคืน ในคุนหมิง	83
ภาพที่	4.7	ภัตตาคาร หรือร้านอาหารในคุนหมิง	83
ภาพที่	4.8	สภาพทั่วไปในเขตเมืองเชียงรุ่ง ดิบสองปันนา	85
ภาพที่	4.9	บรรยากาศภายในศูนย์กระจายสินค้าหัตถกรรมไทย โครงการ 9 จอม 12 เลียง เมืองเชียงรุ่ง เขตปกครองตนเองชนชาติไทสิบสองปันนา	85
ภาพที่	4.10	สภาพสองข้างทางสู่เมืองเชียงรุ่ง เป็นสวนกล้วย ซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจของท้องถิ่น สามารถพบรถบรรทุกกล้วยจำนวนมากระหว่างทาง	89
ภาพที่	4.11	การแสดงมิงกาลาบา ของเมืองเชียงรุ่ง มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับชาวไทลื้อ และชาวเขาเผ่าต่าง ๆ	90
ภาพที่	4.12	การแสดงมิงกาลาบา มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับชาวไทลื้อ/ชาวเขาเผ่าต่าง ๆ	90
ภาพที่	4.13	การแสดงมิงกาลาบามีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับชาวไทลื้อ/ชาวเขาเผ่าต่าง ๆ	91
ภาพที่	4.14	เมืองเชียงรุ่ง บริเวณติดกับแม่น้ำหลานซาง ในเทศกาลวันสงกรานต์ต์ของชาวไทลื้อ	92

สารบัญญภาพ (ต่อ)

		หน้า
ภาพที่ 4.15	โซว์การเลี้ยงนกงู กิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยวของเมืองเชียงรุ่ง	93
ภาพที่ 4.16	บรรยากาศภายในห้างสรรพสินค้า Walmart กลางเมืองเชียงรุ่ง	93
ภาพที่ 4.17	บรรยากาศร้านอาหารประเภทปิ้งย่าง ขามคำคั้นในเมืองเชียงรุ่ง	93
ภาพที่ 4.18	บริเวณถนนคนเดินเมืองเชียงรุ่งในเวลาค่ำ	94



สารบัญตาราง

			หน้า
ตารางที่ 2.1	ผู้ผลิตสินค้าที่ได้รับการคัดสรรสุดยอดสินค้า OPC ปี 2555 ของภาคเหนือตอนบน		19
ตารางที่ 2.2	ข้อมูลเศรษฐกิจพื้นฐานของมณฑลยูนนาน		40
ตารางที่ 2.3	สัดส่วนการผลิตในภาคต่างๆ ต่อ GDP ของยูนนาน ในปี 1985 2003 และ 2008 (%)		41
ตารางที่ 2.4	เปรียบเทียบสัดส่วนของค่าใช้จ่ายในด้านต่างๆ ของชาวยูนนาน		44
ตารางที่ 2.5	แสดงข้อมูลเบื้องต้นของเมืองสำคัญทางเศรษฐกิจในมณฑลยูนนาน		46
ตารางที่ 2.6	สภาพเส้นทางคมนาคมของยูนนาน		50
ตารางที่ 4.1	ข้อมูลเศรษฐกิจพื้นฐานของมณฑลยูนนาน		67
ตารางที่ 4.2	สัดส่วนการผลิตในภาคต่างๆ ต่อ GDP ของยูนนาน ปี 1985 2003 2008 (%)		75
ตารางที่ 4.3	สัดส่วนค่าใช้จ่ายสำหรับสินค้าบริโภคของประชาชนในเขตเมือง (%)		78
ตารางที่ 4.4	ตารางเปรียบเทียบผู้บริโภค 3 กลุ่มหรือ 3 ช่วงวัย ได้แก่ กลุ่มที่เกิดหลังปี ค.ศ. 1970 กลุ่มที่เกิดหลังปี ค.ศ. 1980 และกลุ่มที่เกิดหลังปี ค.ศ. 1990		105
ตารางที่ 4.5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มที่อยู่อาศัย		108
ตารางที่ 4.6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ		108
ตารางที่ 4.7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ		109
ตารางที่ 4.8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา		109
ตารางที่ 4.9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามสถานภาพ		110
ตารางที่ 4.10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสมาชิกภายในครอบครัว		110
ตารางที่ 4.11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ		111
ตารางที่ 4.12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้		111
ตารางที่ 4.13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยมาประเทศไทย		112
ตารางที่ 4.14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่		113

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่พักในจังหวัดเชียงใหม่	113
ตารางที่ 4.16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	114
ตารางที่ 4.17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	115
ตารางที่ 4.18	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมที่เคยไปในจังหวัดเชียงใหม่	115
ตารางที่ 4.19	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ	116
ตารางที่ 4.20	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย	117
ตารางที่ 4.21	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการรู้จักสินค้าหัตถกรรมไทย	117
ตารางที่ 4.22	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามท่านทราบหรือไม่ว่าประเทศไทยโดยเฉพาะทางภาคเหนือเป็นแหล่งงานหัตถกรรมที่สำคัญของประเทศและของภูมิภาคอาเซียน	118
ตารางที่ 4.23	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามท่านทราบหรือไม่ว่าประเทศไทยสามารถผลิตสินค้าหัตถกรรมเพื่อส่งออกยังต่างประเทศทั้งในทวีปเอเชียและทวีปยุโรป	118
ตารางที่ 4.24	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามท่านรู้จักสินค้าหัตถกรรมของไทยหรือไม่	119
ตารางที่ 4.25	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามท่านซื้อสินค้าประเภทหัตถกรรมบ้างหรือไม่	119
ตารางที่ 4.26	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามท่านสามารถซื้อสินค้าหัตถกรรมจากแหล่งใด	120

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลา และโอกาสที่ท่านซื้อสินค้าหัตถกรรม	120
ตารางที่ 4.28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผล ในการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรม	121
ตารางที่ 4.29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการซื้อ แต่ละครั้งใช้จ่ายเงินครั้งละประมาณเท่าไร	121
ตารางที่ 4.30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามหากต้องการ ซื้อสินค้าหัตถกรรมของไทยจะไปซื้อที่แหล่งใด	122
ตารางที่ 4.31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม สินค้าหัตถกรรมที่ซื้อ	123
ตารางที่ 4.32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามในอนาคต ถ้าท่านได้มาเยือนประเทศไทย / จังหวัดเชียงใหม่ ท่านจะซื้อสินค้าหัตถกรรม หรือไม่	125
ตารางที่ 4.33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการแนะนำ ให้ผู้อื่นซื้อสินค้าหัตถกรรมของไทย	125
ตารางที่ 4.34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าของที่ระลึกที่ขึ้นชื่อของไทย	126
ตารางที่ 4.35 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านปัจจัยส่วนผสม ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ	127
ตารางที่ 4.36 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านองค์ประกอบด้านสี ของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมมีผลต่อการเลือกซื้อ	131
ตารางที่ 4.37 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านองค์ประกอบด้านสี ของผลิตภัณฑ์จะต้องมีลักษณะอย่างไร	132
ตารางที่ 4.38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ของไทย/จังหวัดเชียงใหม่ควรมีสีในโทนใด	133
ตารางที่ 4.39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านสีของผลิตภัณฑ์ จะต้องมีความกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่น ๆ ด้วยหรือไม่	133

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.40	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านองค์ประกอบด้านรูปร่าง รูปทรง ของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีผลต่อการเลือกซื้อ	134
ตารางที่ 4.41	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของไทย/จังหวัดเชียงใหม่ควรมีรูปร่าง รูปทรงแบบใด	134
ตารางที่ 4.42	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านรูปร่าง รูปทรงของผลิตภัณฑ์จะต้องมีความกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่น ๆ ด้วยหรือไม่	135
ตารางที่ 4.43	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านองค์ประกอบของสีจลนศาสตร์ของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีผลต่อการเลือกซื้อ	135
ตารางที่ 4.44	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านองค์ประกอบด้านลวดลายของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจะต้องมีลักษณะอย่างไร	136
ตารางที่ 4.45	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านผลิตภัณฑ์หัตถกรรมไทย/จังหวัดเชียงใหม่ควรมีสวดลายแบบใด	137
ตารางที่ 4.46	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านลวดลายของผลิตภัณฑ์จะต้องมีความกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่น ๆ ด้วยหรือไม่	137
ตารางที่ 4.47	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอารมณ์ความรู้สึกของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมมีผลต่อการเลือกซื้อ	138
ตารางที่ 4.48	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านองค์ประกอบด้านอารมณ์ความรู้สึกของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจะต้องมีลักษณะอย่างไร	138
ตารางที่ 4.49	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอารมณ์ความรู้สึกของจะต้องมีความกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่น ๆ ด้วยหรือไม่	140
ตารางที่ 4.50	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมของท่านพิจารณาจากปัจจัยใดก่อน	140

สารบัญตาราง

ตารางที่ 2.1 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

หน้า

15



สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 บริบทชุมชน	76
บริบทชุมชนอำเภอคอยสะเกิด จังหวัดเชียงใหม่	76
บริบทชุมชนอำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่	91
บริบทชุมชนอำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่	98
บริบทชุมชนอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่	106
บริบทชุมชนอำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่	114
บริบทชุมชนอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่	120
บทที่ 5 สถานภาพของผู้ประกอบการงานหัตถกรรม	127
บริบทและศักยภาพภูมิปัญญาท้องถิ่นงานหัตถกรรมช่าง 10 สาขาในจังหวัดเชียงใหม่	127
วิเคราะห์ความสอดคล้องปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านงานหัตถกรรมช่าง 10 สาขา ในจังหวัดเชียงใหม่	165
การสืบทอดองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านงานหัตถกรรมช่าง 10 สาขา ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ในระดับท้องถิ่น ระดับชุมชน ระดับประเทศสู่สากล	167
บทที่ 6 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	
บริบทและศักยภาพภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมงานกระดาษในจังหวัดเชียงใหม่ ความสอดคล้องปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านงานหัตถกรรมกระดาษในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อสืบทอดองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านงานหัตถกรรมกระดาษในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ในระดับท้องถิ่น ระดับชุมชน ระดับประเทศสู่สากล ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป	
บรรณานุกรม	
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถามแบบสัมภาษณ์	
ภาคผนวก ข ตารางการจัดกิจกรรมอบรม สัมมนา การเรียนรู้ ในโครงการวิจัย	
ภาคผนวก ค กิจกรรมเพื่อสืบทอดองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นงานหัตถกรรม	