บทที่ 6

วิเคราะห์การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงในงานหัตถกรรม สาขาโลหะของจังหวัดเชียงใหม่

การวิเคราะห์เกี่ยวกับการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงในงานหัตถกรรมสาขาโลหะของจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาจากที่ทางผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์โดยรวมองค์ความรู้จากผู้ประกอบการ ซึ่งได้นำข้อมูลดังกล่าว มาวิเคราะห์ในหัวข้อดังต่อไปดังนี้

1. วิเคราะห์การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงในงานหัตถกรรมสาขาโลหะของจังหวัดเชียงใหม่

2. การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ในการบริหารธุรกิจหัตถกรรมสาขาโลหะ

1. วิเคราะห์การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงในงานหัตถกรรมสาขาโลหะของจังหวัดเชียงใหม่

การวิเคราะห์การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงในงานหัตถกรรมสาขาโลหะของจังหวัดเชียงใหม่นั้น จะใช้การหาค่าร้อยละเข้ามาช่วยในการวิเคราะห์หัตถกรรมสาขาโลหะของจังหวัดเชียงใหม่ เพราะการหาค่าร้อยละจัดว่าเป็นค่าสถิติที่นิยมใช้กันมาก ทั้งการวิจัย การศึกษาการเมือง หรือโดยเฉพาะนิสิต นักศึกษาทำวิจัย วิทยานิพนธ์ โดยเป็นการเปรียบเทียบความถี่ หรือจำนวนที่ต้องการกับความถี่หรือจำนวนทั้งหมดที่เทียบเป็น 100 และค่าร้อยละจะแสดงความหมายของค่า และสามารถนำค่าที่ได้ไปเปรียบเทียบได้ ซึ่งสามารถใช้เกณฑ์การหาค่าร้อยละอย่างง่ายจากสูตรต่อไปนี้ดังนี้

$$P = \frac{f}{N} \times 100$$

เมื่อ P แทน ค่าร้อยละ

f แทน ความถี่ที่ต้องการแปลงให้เป็นค่าร้อยละ

N แทน จำนวนความถี่ทั้งหมด (จำนวนผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาโลหะที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 9 คน)

1.1 เศรษฐกิจพอเพียงในการผลิตสินค้า

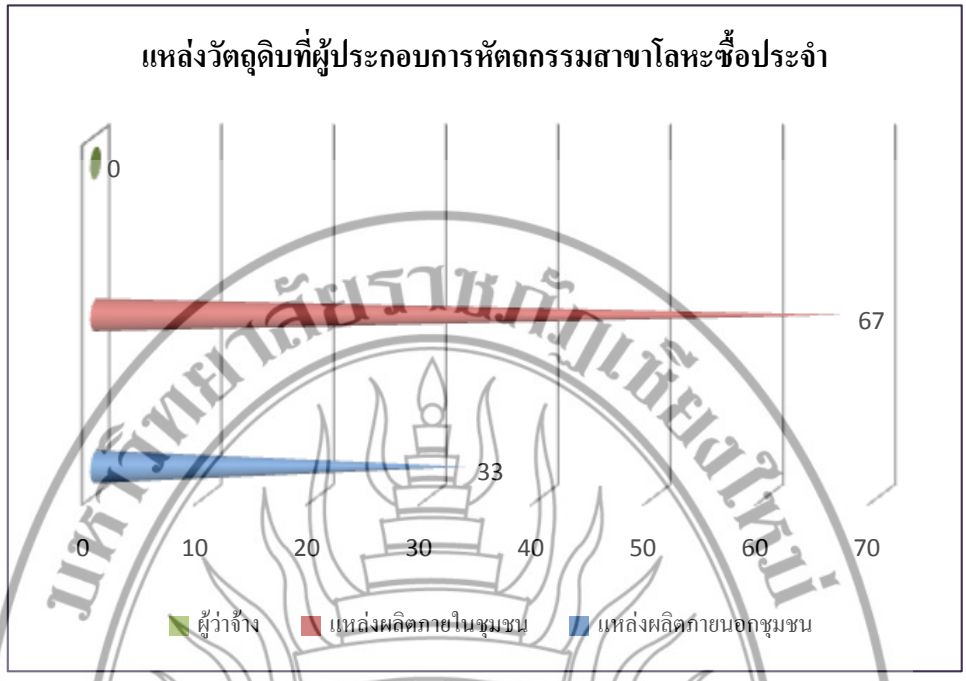
ประเด็นที่นำมาวิเคราะห์การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงในการผลิตหัตถกรรมสาขาโลหะนั้น จะประกอบไปด้วยการเลือกสรรวัตถุดิบ การบริหารงานในการผลิตหัตถกรรมสาขาโลหะ การบริหารจัดการด้านสถานที่ในการปฏิบัติงาน และการออกแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1.1 การเลือกสรรวัตถุดิบ ในการเลือกสรรวัตถุดิบของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาโลหะ อาจจะมีลักษณะการเลือกสรรที่คล้ายกันหรือเหมือนกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่จะทำการผลิตด้วย ซึ่งสามารถเปรียบเทียบข้อมูลดังกล่าวได้ตามตารางที่ 6.1

รายชื่อผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาโลหะ	แหล่งในการซื้อวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตหัตถกรรมโลหะของผู้ประกอบการ		
	แหล่งผลิตภายนอกเขตชุมชน	แหล่งผลิตภายในเขตชุมชน	ผู้ว่าจ้าง
1. ดิเรก สิทธิการ	√	√	-
2. สนิท พันธวงค์	-	√	-
3. มณฑกานต์ ตันทรัตน์	-	√	-
4. ดวงใจ ปัญญาวงค์	-	-	-
5. หทัยรัตน์ ไชยรักษ์	-	√	-
6. สุพรรณ สิทธิการ	√	√	-
7. วัฒนา เรือนศรี	√	-	-
8. รัตติกาล พรมมี	-	-	-
9. สุรัตน์ ทานำ	-	√	-
รวมค่าร้อยละ	33	67	0

ตารางที่ 6.1 การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงในการเลือกสรรวัตถุดิบ

จากตารางที่ 6.1 จะสังเกตได้ว่าส่วนใหญ่ผู้ประกอบการซื้อวัตถุดิบจากแหล่งผลิตภายในชุมชนคิดเป็นร้อยละ 67 โดยวัตถุดิบที่ซื้อ ได้แก่ ทองคำ เงิน อลูมิเนียม แผ่นโลหะ ซื้อมาจากร้านขายทองแถวถนนวัวลาย ร้านธนบุรีอลูมิเนียม ร้านกฤติหนองหอย และร้านเครื่องเงินชาวเขาเป็นต้น รองลงมาจะเป็นการจัดซื้อวัตถุดิบจากแหล่งผลิตภายนอกชุมชน คิดเป็นร้อยละ 33 วัตถุดิบที่จัดซื้อ เช่น ทองแดง ทองเหลือง นิกเกิล ซึ่งสั่งซื้อจากกรุงเทพฯ และวัตถุดิบที่ผู้ว่าจ้างนำมาให้คิดเป็นร้อยละ 0 สามารถแจกแจงดังแผนภูมิที่ 6.1



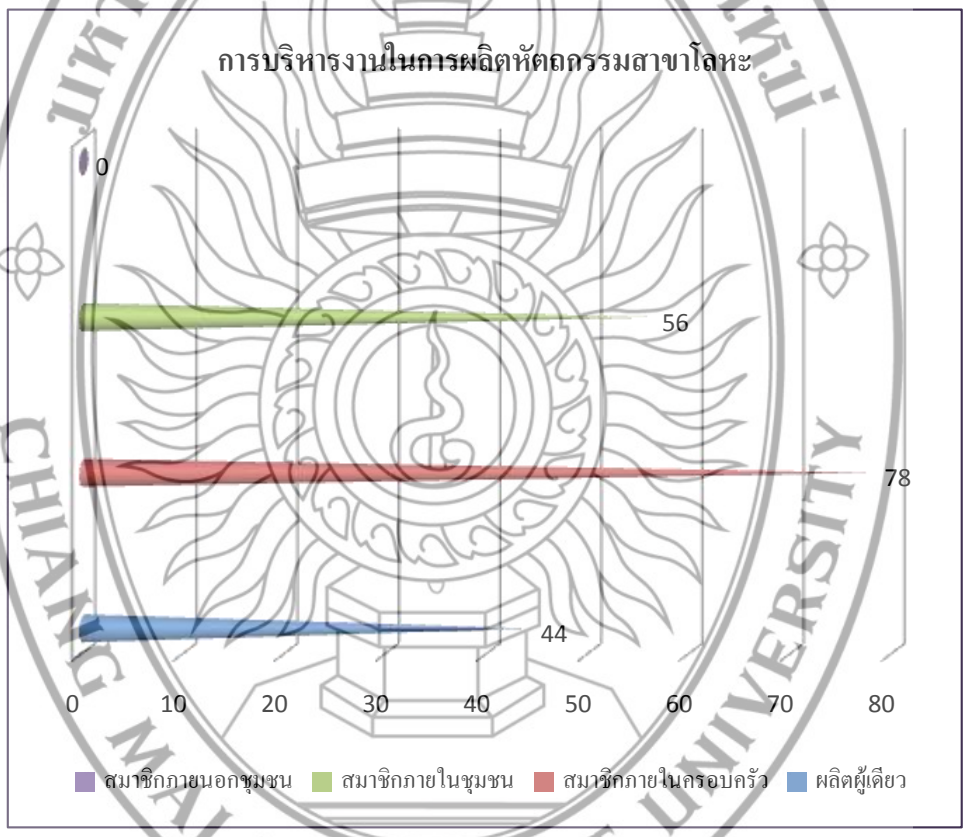
แผนภูมิที่ 6.1 แหล่งวัตถุดิบที่ผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาโลหะซื้อประจำ

1.1.2 การบริหารงานในการผลิตหัตถกรรมสาขาโลหะ ในกระบวนการผลิตหัตถกรรมสาขาโลหะของผู้ประกอบการนั้น จะมีสมาชิกภายในครอบครัว สมาชิกภายในชุมชนเข้ามาช่วยในกระบวนการผลิตด้วย สามารถแจกแจงรายละเอียดดังตารางที่ 6.2

รายชื่อผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาโลหะ	การบริหารงานในการผลิตหัตถกรรมสาขาโลหะ			
	ผลิตเพียงผู้เดียว	สมาชิกภายในครอบครัว	สมาชิกภายในกลุ่ม	สมาชิกภายนอกชุมชน
1. ดิเรก สิทธิการ	-	√	√	-
2. สนิท พันธวงค์	√	-	√	-
3. มณฑกานต์ ตันทรัตน์	√	-	√	-
4. ดวงใจ ปัญญาวงค์	-	√	√	-
5. หทัยรัตน์ ไชยรักษ์	-	√	√	-
6. สุพรรณ สิทธิการ	-	√	√	-
7. วัฒนา เรือนศรี		√	√	-
8. รัตติกาล พรมมี	√	-	-	-
9. สุรัตน์ ทานำ	√	-	-	-
รวมค่าร้อยละ	**44**	**56**	**78**	**0**

ตารางที่ 6.2 การบริหารงานในการผลิตหัตถกรรมสาขาโลหะ

จากตารางที่ 6.2 จะเห็นได้ว่าการบริหารงานในการผลิตหัตถกรรมสาขาโลหะส่วนใหญ่เป็นการบริหารงานร่วมกับสมาชิกภายในกลุ่มถึงร้อยละ 78 รองลงมาเป็นการบริหารงานร่วมกับสมาชิกภายในครอบครัวคิดเป็นร้อยละ 56 และการบริหารด้วยตนเองคิดเป็นร้อยละ 44 และการบริหารงานร่วมกับสมาชิกภายนอกชุมชน คิดเป็นร้อยละ 0 ตามลำดับ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาโลหะ ได้ให้เหตุผลในการบริหารงานร่วมกับสมาชิกภายในกลุ่มและสมาชิกภายในครอบครัว ก็เป็นเพราะว่ามีความรู้จักและสนิทสนมกันเป็นอย่างดี ทำให้การบริหารงานร่วมกันนั้นไม่มีปัญหาอะไร สามารถแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ของแต่ละคนได้เพื่อทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ทำการผลิตออกมานั้น มีคุณภาพและได้มาตรฐาน ดังแผนภูมิที่ 6.2



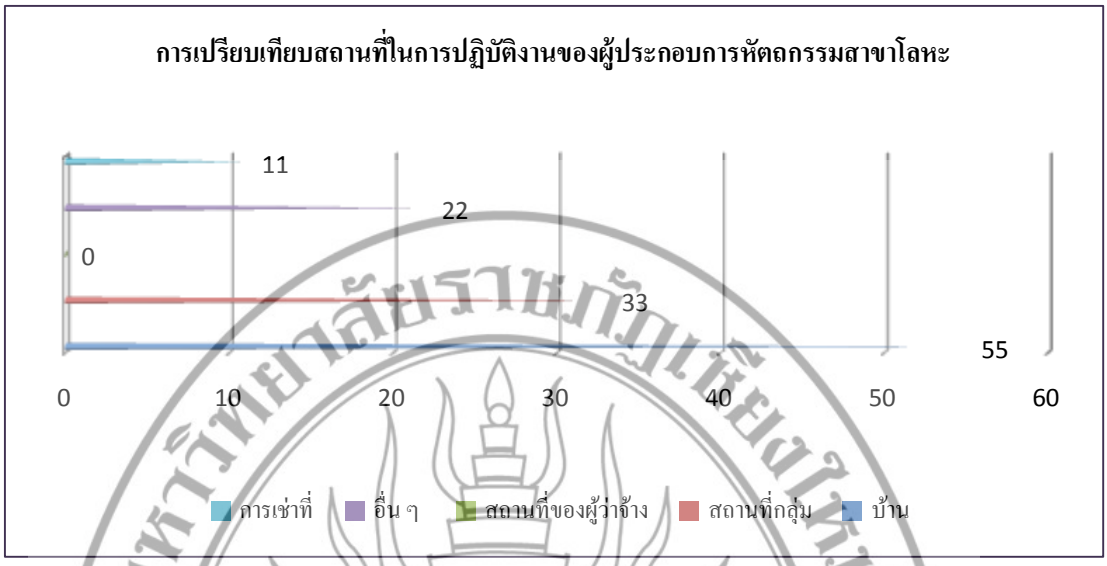
แผนภูมิที่ 6.2 การบริหารงานในการผลิตหัตถกรรมสาขาโลหะ

1.1.3 การบริหารจัดการด้านสถานที่ในการปฏิบัติงาน ในการบริหารสถานที่ในการปฏิบัติงานนั้น ทางผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาโลหะได้มีการจัดสรรสถานที่ที่ใช้ในการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับปรัชญาแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ฯ ทรงมีพระราชดำรัสให้แก่ปวงชนชาวไทย เพื่อแสดงให้เห็นถึงความพอเพียงของผู้ประกอบการ สามารถอธิบายได้ดังตารางที่ 6.3 ดังนี้

รายชื่อผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาโลหะ	สถานที่ในการผลิตและจำหน่ายหัตถกรรมสาขาโลหะ				
	สถานที่ส่วนบุคคล			อื่น ๆ	การเช่าสถานที่
	บ้าน	สถานที่ของกลุ่ม	สถานที่ของผู้ว่าจ้าง		
1. ดิเรก สิทธิการ	-	√	-	-	-
2. สนิท พันธวงค์	√	-	-	√	-
3. มณฑกานต์ ตันทรัตน์	√	√	-	-	-
4. ดวงใจ ปัญญาวงค์	-	-	-	√	-
5. หทัยรัตน์ ไชยรักษ์	-	-	-	-	√
6. สุพรรณ สิทธิการ	√	-	-	-	-
7. วัฒนา เรือนศรี	-	√	-	-	-
8. รัตติกาล พรมมี	√	-	-	-	-
9. สุรัตน์ ทานำ	√	-	-	-	-
รวมค่าร้อยละ	**55**	**33**	**0**	**22**	**11**

ตารางที่ 6.3 การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงในบริหารสถานที่ในการปฏิบัติงานหัตถกรรมโลหะ

จากตารางที่ 6.3 จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่นิยมใช้บ้านเป็นสถานที่ในการผลิตหัตถกรรมสาขาโลหะ คิดเป็นร้อยละ 55 รองลงมาจะเป็นการใช้สถานที่ของกลุ่มเป็นสถานที่ในการปฏิบัติงานนั้น จะใช้สถานที่ของกลุ่มฮ่วมเฮียนศิลป์ และกลุ่มหัตถศิลป์ล้านนาวัดศรีสุพรรณ คิดเป็นร้อยละ 33 ส่วนการใช้สถานที่อื่น ๆ เป็นที่ปฏิบัติงานนั้น ได้แก่ การใช้ศูนย์การเรียนรู้ คิดเป็นร้อยละ 22 สำหรับการเช่าสถานที่เป็นสถานที่ปฏิบัติงาน คิดเป็นร้อยละ 11 และการใช้สถานที่ของผู้ว่าจ้างเป็นสถานที่ปฏิบัติงาน คิดเป็นร้อยละ 0 ตามลำดับ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการสามารถสรุปได้ว่า ในการเลือกสถานที่ในการปฏิบัติงานจะมีการนำเอาหลักแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ด้วย โดยในการลงทุนเกี่ยวกับสถานที่ในการปฏิบัติงานนั้นจะต้องมีความเสี่ยงทางด้านการลงทุนที่น้อยที่สุด ซึ่งการใช้สถานที่บ้าน สถานที่ของกลุ่ม หรือศูนย์การเรียนรู้นั้น ถือว่าไม่ต้องเสียค่าเช่าที่ สามารถจัดหาวัตถุดิบ หรือวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว และทำให้ผู้ประกอบการประหยัดค่าใช้จ่ายทางด้านการเช่าสถานที่เพื่อการผลิตและการจัดจำหน่ายไปได้อีกทางหนึ่ง สำหรับการเช่าสถานที่ในการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาโลหะบางท่านนั้น ในการเลือกสถานที่เช่าจะต้องต้องคำนึงถึงประโยชน์ที่ทางผู้ประกอบการจะได้รับมากที่สุด เช่น สถานที่เช่านั้นอยู่ในชุมชน เดินทางสะดวก เป็นต้น ซึ่งในที่นี้จะเป็นการเปรียบเทียบสถานที่ในการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาโลหะดังแผนภูมิที่ 6.3 ดังนี้



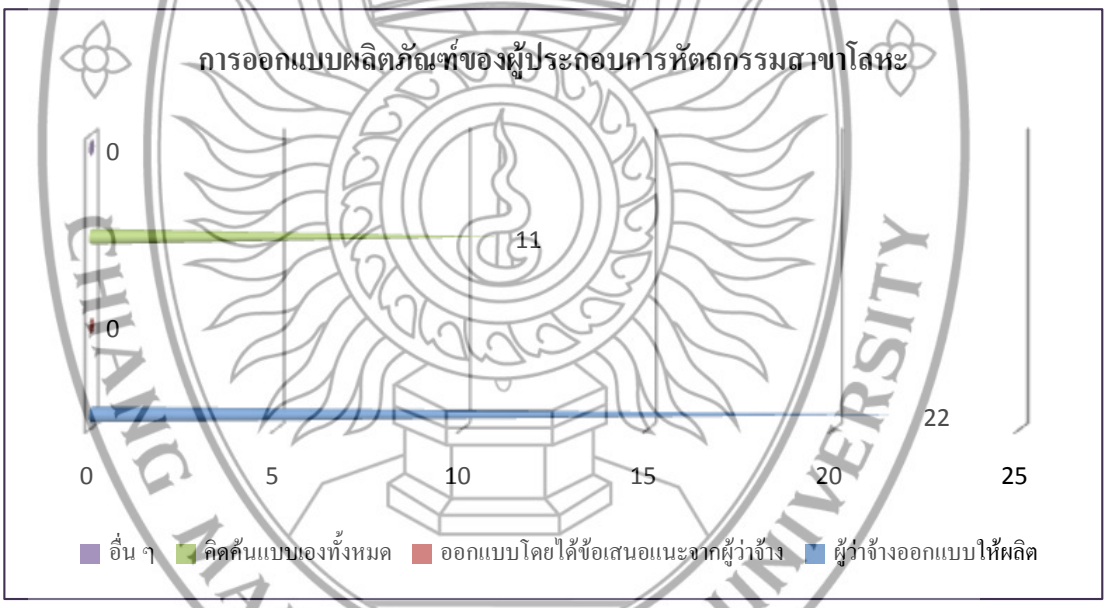
แผนภูมิที่ 6.3 การเปรียบเทียบสถานที่ในการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาโลหะ

1.1.4 การออกแบบผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาโลหะ การออกแบบผลิตภัณฑ์ จำเป็นต้องพิจารณาถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นประการแรก เพราะ การออกแบบจะต้องคำนึงถึงวัสดุและเวลาการผลิตไปพร้อมกัน โดยการออกแบบนั้นต้องใช้ความรู้ และความคิดสร้างสรรค์ทางด้านต่าง ๆ มาประกอบกัน เพื่อสร้างสรรค์ผลงานทางด้านหัตถกรรมสาขาโลหะให้มีความแตกต่าง ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด ดังตารางที่ 6.4

รายชื่อผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาไม้แกะสลัก	การออกแบบผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาไม้แกะสลัก			
	ผู้ว่าจ้างออกแบบให้ผลิต	ออกแบบโดยได้ข้อเสนอแนะจากผู้ว่าจ้าง	คิดค้นแบบเองทั้งหมด	อื่น ๆ
1. ดิเรก สิทธิการ	-	-	-	-
2. สนิท พันธวงค์	-	-	√	-
3. มณฑกานต์ ตันทรัตน์	-	-	-	-
4. ดวงใจ ปัญญาวงค์	-	-	-	-
5. หทัยรัตน์ ไชยรักษ์	√	-	-	-
6. สุพรรณ สิทธิการ	-	-	-	-
7. วัฒนา เรือนศรี	-	-	-	-
8. รัตติกาล พรมมี	√	-	-	-
9. สุรัตน์ ทานำ	-	-	-	-
รวมค่าร้อยละ	**22**	**0**	**11**	**0**

ตารางที่ 6.4 การออกแบบผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาโลหะ

จากตารางที่ 6.4 จะเห็นได้ว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมสาขาโลหะนั้น ผู้ประกอบการออกแบบตามที่ผู้ว่าจ้างออกแบบให้ผลิตถึงร้อยละ 22 ซึ่งผู้ว่าจ้างออกแบบจากการสังเกตว่าผู้บริโภคชอบรูปแบบผลิตภัณฑ์แบบใด อยากให้มีรูปแบบใดเพิ่มเติม เป็นต้น รองลงมาเป็นการออกแบบด้วยการคิดค้นแบบเองทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 11 โดยในการคิดค้นแบบเองทั้งหมดนั้น ยึดลวดลายของงานแบบดั้งเดิม และผสมผสานลวดลายใหม่ ๆ เข้าไปด้วยกัน ตลอดจนการออกแบบโดยได้ข้อเสนอแนะจากผู้ว่าจ้าง และการออกแบบโดยการศึกษาด้วยวิธีอื่น ๆ นั้น มีค่าร้อยละเท่ากัน คือ 0 (ในส่วนของข้อมูลการออกแบบผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาโลหะนั้น ยังมีผู้ประกอบการบางรายไม่ได้ให้ข้อมูลทางด้านนี้ไว้ ประกอบไปด้วยคุณดิเรก คุณมณฑกานต์ คุณดวงใจ คุณสุพรรณ คุณวัฒนา และคุณสุรัตน์) จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาโลหะเพิ่มเติม ทำให้ทราบว่า ถ้าหากลวดลายหรือผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกมาเป็นที่นิยมของผู้บริโภค ผู้ประกอบการก็จะทำการดัดแปลงผลงานนั้น ให้มีลักษณะที่คล้าย ๆ กัน แต่ยังคงลักษณะวิธีการทำที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละบุคคลไว้ ซึ่งสามารถแจกแจงเป็นแผนภูมิเปรียบเทียบ ดังแผนภูมิที่ 6.4 ดังนี้



แผนภูมิที่ 6.4 การออกแบบผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาโลหะ

1.2 เศรษฐกิจพอเพียงกับการบริหารจัดการด้านการตลาด

ประเด็นที่นำมาวิเคราะห์การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงกับการบริหารจัดการด้านการตลาดของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาโลหะนั้น จะประกอบไปด้วยหัวข้อดังต่อไปนี้คือ การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์สาขาโลหะ และช่องทางในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สาขาโลหะ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

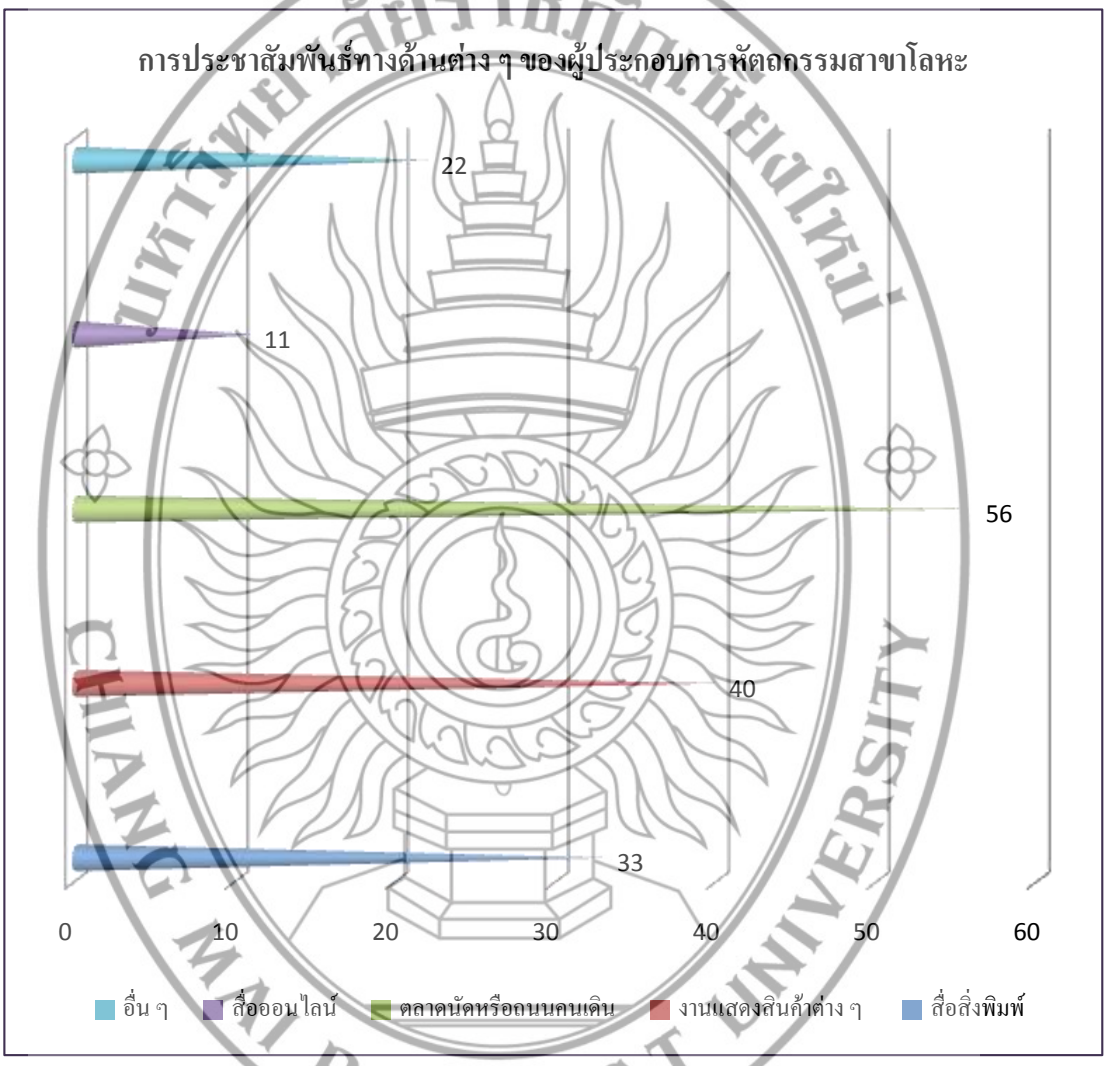
1.2.1 การประชาสัมพันธ์หัตถกรรมสาขาโลหะ การประชาสัมพันธ์ทางการตลาดถือว่าเป็นเครื่องมือที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาโลหะ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างทัศนคติความเชื่อถือและภาพลักษณ์ที่ดีของผลิตภัณฑ์ ในที่นี้จะเป็นการเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เพื่อการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการดังตารางที่ 6.5

รายชื่อผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาโลหะ	การประชาสัมพันธ์ทางด้านต่าง ๆ ของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาโลหะ				
	สื่อสิ่งพิมพ์	งานแสดงสินค้าต่าง ๆ	ตลาดนัดหรือถนนคนเดิน	สื่อออนไลน์	อื่น ๆ
1. ดิเรก สิทธิการ	-	√	-	-	-
2. สนิท พันธวงค์	-	-	√	-	√
3. มณฑกานต์ ต้นทรัตน์	-	√	--	-	-
4. ดวงใจ ปัญญาวงค์	√	-	√	-	√
5. หทัยรัตน์ ไชยรักษ์	√	-	-	√	-
6. สุพรรณ สิทธิการ	-	√	√		-
7. วัฒนา เรือนศรี	-	√	√	-	-
8. รัตติกาล พรมมี	-	-	-	-	-
9. สุรัตน์ ทานำ	√	-	√	-	-
รวมค่าร้อยละ	33	44	56	11	22

ตารางที่ 6.5 การประชาสัมพันธ์ของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาโลหะ

จากตารางที่ 6.5 จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาโลหะ มีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ่านทางตลาดนัดหรือถนนคนเดินวัวลาย และถนนคนเดินวันอาทิตย์ (ท่าแพ) มากที่สุดถึงร้อยละ 56 รองลงมาจะเป็นการประชาสัมพันธ์ผ่านงานแสดงสินค้าต่าง ๆ เช่น งานที่หอศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ งานมหกรรมสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ งานที่ทางอำเภอหรือทางจังหวัดจัดขึ้น คิดเป็นร้อยละ 44 ทางด้านการประชาสัมพันธ์สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร แผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 33 ส่วนการประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีอื่น ๆ เช่น ทางโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 22 และการประชาสัมพันธ์ทางด้านสื่อออนไลน์คิดเป็นร้อยละ11 (อินเตอร์เน็ต) (โดยในส่วนของข้อมูลการประชาสัมพันธ์ของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาไม้แกะสลัก ยังมีผู้ประกอบการบางส่วนที่ไม่ได้ให้ข้อมูลในส่วนนี้ ซึ่งคือคุณรัตติกาล เหตุผลที่ผู้ประกอบการไม่ได้ให้ข้อมูล ก็เป็นเพราะว่าเป็นข้อมูลที่เป็นความลับของผู้ประกอบการเอง ไม่สามารถที่จะเปิดเผยข้อมูลได้) เมื่อสอบถามผู้ประกอบหัตถกรรมสาขาโลหะทำให้ทราบว่า การนำผลิตภัณฑ์ไปแสดงยัง

สถานที่ต่าง ๆ ตลาดนัดหรือถนนคนเดิน และงานแสดงสินค้าต่าง ๆ นั้น ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย หรือเสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่า การใช้สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์เสียอีก และเพื่อให้เข้ากับสภาวะทางการเมืองและเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาแบบนี้ ผู้ประกอบการควรจะมีการใช้จ่ายที่พอประมาณและประหยัด ถ้ามีเงินเหลือก็แบ่งเก็บออมไว้บางส่วน ช่วยเหลือผู้อื่นบางส่วน ซึ่งสามารถแจกแจงเป็นแผนภูมิที่ 6.5 ดังนี้



แผนภูมิที่ 6.5 การประชาสัมพันธ์ของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาโลหะ

1.2.2 ช่องทางในการจัดจำหน่ายหัตถกรรมสาขาโลหะ ผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาโลหะมีช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อยู่หลายทางด้วยกัน ทั้งนี้การประชาสัมพันธ์สามารถทำให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปด้วยความราบรื่น บรรลุยังเป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งจะเห็นได้จากหน่วยงานหรือองค์การ ๆ ที่ประสบความสำเร็จทางธุรกิจนั้น ได้มีการนำเอาช่องทางการจัดจำหน่ายเข้ามาเป็นช่วยในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภค ซึ่งในที่นี้จะเป็นการเปรียบเทียบ

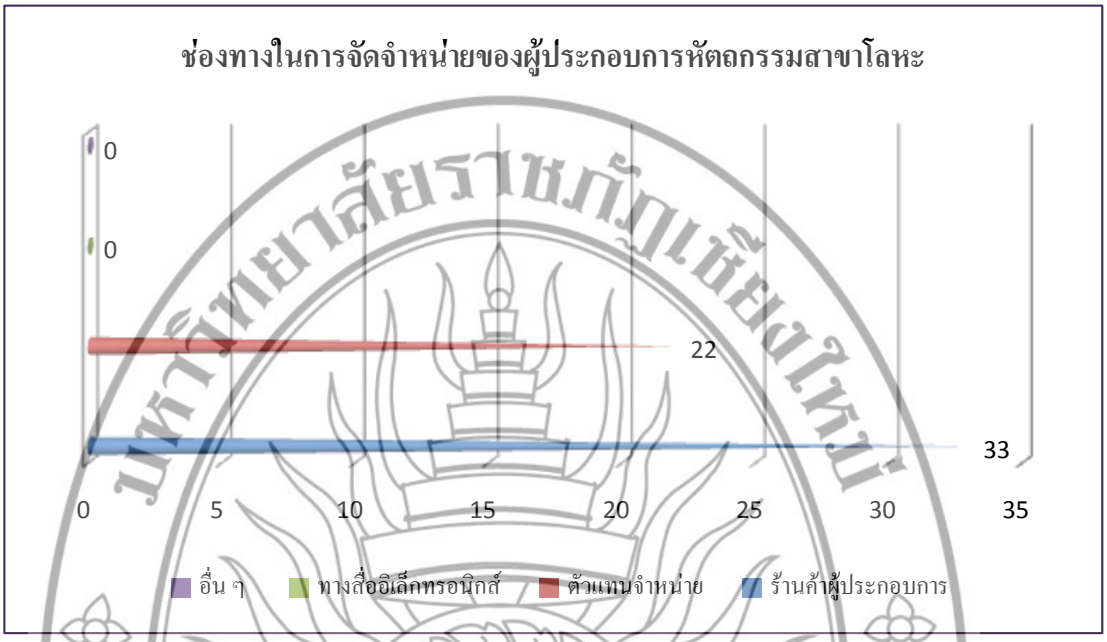
ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของการกระจายสินค้าจากผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาโลหะไปสู่ผู้บริโภค ดังตารางที่ 6.6

รายชื่อผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาโลหะ	แหล่งในการกระจายหัตถกรรมสาขาโลหะของผู้ประกอบการไปสู่ผู้บริโภค			
	ร้านค้าผู้ประกอบการ	ตัวแทนจำหน่าย	ทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์	อื่น ๆ
1. ดิเรก สิทธิการ	√	-	-	-
2. สนิท พันธวงค์	-	-	-	-
3. มณฑกานต์ ตันทรัตน์	-	-	-	-
4. ดวงใจ ปัญญาวงค์	√	√	-	-
5. หทัยรัตน์ ไชยรักษ์	√	-	-	-
6. สุพรรณ สิทธิการ	-	-	-	-
7. วัฒนา เรือนศรี	-	√	-	-
8. รัตติกาล พรมมี	-	-	-	-
9. สุรัตน์ ทานำ	-	-	-	-
รวมค่าร้อยละ	**33**	**22**	**0**	**0**

ตารางที่ 6.6 ช่องทางในการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาโลหะ

จากตารางที่ 6.6 จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาโลหะ ใช้ช่องทางในการจัดจำหน่ายที่เป็นร้านค้าของผู้ประกอบการเอง ในการจำหน่ายสินค้าไปยังผู้บริโภค คิดเป็นร้อยละ 33 ทั้งนี้ก็เพราะว่า เป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในการเช่าสถานที่ สำหรับการจัดจำหน่ายโดยการใช้ตัวแทนจำหน่ายนั้น คิดเป็นร้อยละ 22 ซึ่งสาเหตุที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จำหน่ายสินค้าผ่านทางตัวแทนจำหน่าย ก็เพราะว่าช่วยลดต้นทุนทางการตลาด และลดความเสี่ยงทางด้านสินค้าคงคลัง ส่วนทางด้านการจัดจำหน่ายผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และการจัดจำหน่ายโดยวิธีการอื่น ๆ คิดเป็นค่าร้อยละ 0 เพราะในปัจจุบันโลกของเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาททางด้านการดำเนินชีวิตของคนในสังคมมากขึ้น ไม่ว่าเราจะอยู่ที่ไหน หรือทำอะไร ก็สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว (ในส่วนของข้อมูลช่องทางในการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาโลหะนั้น ยังมีผู้ประกอบการบางรายไม่ได้ให้ข้อมูลทางด้านนี้ไว้ ประกอบไปด้วยคุณสนิท คุณมณฑกานต์ คุณสุพรรณ คุณรัตติกาล และคุณสุรัตน์ ซึ่งเหตุผลที่ผู้ประกอบการให้กับทางผู้วิจัยคือ ไม่ต้องการ ที่จะเปิดเผยหรือเผยแพร่ข้อมูลเหล่านี้) ซึ่งช่องทางในการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาโลหะทั้งหมดนั้น ล้วนแต่มีการนำเอาหลัก

แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงเข้ามาประยุกต์ใช้ด้วย ซึ่งผู้วิจัยสามารถแจกแจงรายละเอียดดังกล่าวเป็นแผนภูมิที่ 6.6 ดังนี้



แผนภูมิที่ 6.6 ช่องทางในการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาโลหะ

1.3 เศรษฐกิจพอเพียงกับการถ่ายทอดความรู้สู่ชุมชน

การถ่ายทอดความรู้สู่ชุมชนของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาโลหะนั้น ในส่วนของแนวทางในการถ่ายทอดความรู้ทางด้านงานหัตถกรรมสาขาโลหะของแต่ละบุคคล อาจมีแตกต่างกันออกไปแล้วแต่เอกลักษณ์ของแต่ละบุคคล ซึ่งผู้วิจัยได้มีการนำเอาปรัชญาแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในการถ่ายทอดความรู้สู่ชุมชนของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาโลหะ ดังต่อไปนี้

1.3.1 คุณดิเรก สิทธิการ

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ทำให้ทราบว่า คุณดิเรก ได้รับการถ่ายทอดงานดุนโลหะมาจากปู่ย่าตายาย ซึ่งปู่เป็นช่างมาจากพม่า และปัจจุบันคุณดิเรก เป็นครูภูมิปัญญาท้องถิ่นทางด้านการสอนตอกลาย ให้กับศูนย์การศึกษานอกโรงเรียน ศูนย์การเรียนชุมชนวัดศรีสุพรรณ เด็กนักเรียนโรงเรียนเทศบาลวัดศรีสุพรรณ และผู้ที่สนใจ

1.3.2 คุณสนิท พันธวงค์

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ทำให้ทราบว่า คุณสนิท ดำเนินกิจการเกี่ยวกับงานโลหะมาตั้งแต่รุ่นคุณพ่อคุณแม่ แต่ยังไม่ได้มีการถ่ายทอดความรู้ทางด้านหัตถกรรมสาขาโลหะแก่ชุมชน เนื่องจากทำงานเฉพาะในกลุ่มของผู้ประกอบการเอง แต่ถ้ามีผู้สนใจไม่ว่าจะเป็นนักเรียน

นักศึกษา เข้ามาสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลและวิธีการผลิตผลิตภัณฑ์ คุณสนิทก็จะเต็มใจที่จะตอบคำถามทุกคำถาม ด้วยความเต็มใจ และถ้ามีเวลาเหลือ คุณสนิท ก็จะมีการสาธิตวิธีการทำผลิตภัณฑ์คร่าว ๆ ให้กับผู้ที่สนใจได้รับชมด้วย

1.3.3 คุณมณฑกานต์ ตันทรัตน์

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ทำให้ทราบว่า แนวทางในการถ่ายทอดความรู้ทางด้านงานหัตถกรรมสาขาโลหะคือ จะใช้สถานที่ของกลุ่มหัตถศิลป์ล้านนาวัดศรีสุพรรณเป็นสถานที่ให้ความรู้และสาธิตวิธีการทำหัตถกรรมสาขาโลหะ ให้กับผู้ที่สนใจไม่ว่าจะเป็นนักเรียน นักศึกษา และบุคคลทั่วไป ได้เข้ามาศึกษาและมาฝึกหัดทำงานหัตถกรรมสาขาโลหะ

1.3.4 คุณดวงใจ ปัญญาวงค์

จากการที่ได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ทำให้ทราบว่า แนวทางในการถ่ายทอดความรู้ทางด้านงานหัตถกรรมสาขาโลหะนั้น จะมีการถ่ายทอดความรู้ให้กับสมาชิกภายในครอบครัวเท่านั้น ส่วนการถ่ายทอดความรู้แก่ชุมชนนั้นยังไม่มี แต่ส่วนใหญ่ก็จะมีนักเรียน นักศึกษา เข้ามาสอบถามถึงข้อมูลผลิตภัณฑ์ ซึ่งคุณดวงใจเองก็มีความเต็มใจที่จะให้ข้อมูลเหล่านั้น

1.3.5 คุณหทัยรัตน์ ไชยรักษ์

คุณหทัยรัตน์ ได้รับการถ่ายทอดมาจากรุ่นคุณปู่คุณย่า จนมาถึงรุ่นของผู้ประกอบการเอง โดยจะมีการถ่ายทอดความรู้ให้กับสมาชิกภายในครอบครัวเท่านั้น สำหรับแนวทางในการถ่ายทอดความรู้ทางด้านงานหัตถกรรมสาขาโลหะสู่ชุมชนนั้น คุณหทัยรัตน์ยังไม่ได้มีการถ่ายทอด แต่จะมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการทำและข้อมูลผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้ที่สนใจ เข้ามาสอบถามข้อมูลเท่านั้น

1.3.6 คุณสุพรรณ สิทธิการ

จากการพูดคุยกับคุณสุพรรณ ทำให้ทราบว่า ผู้ประกอบการมีการถ่ายทอดความรู้ทางด้านงาน โลหะให้กับสมาชิกที่ทำงานร่วมกันภายในกลุ่มเท่านั้น สำหรับการถ่ายทอดความรู้สู่ชุมชนยังไม่มี แต่จะเป็นไปในลักษณะของการตอบข้อซักถามจากนักเรียน นักศึกษา หรือผู้ที่สนใจ เกี่ยวกับข้อมูลของผลิตภัณฑ์ที่ทำมากกว่า และการสาธิตวิธีการทำเท่านั้น

1.3.7 คุณวัฒนา เรือนศรี

แนวทางในการถ่ายทอดความรู้สู่ชุมชนทางด้านงานหัตถกรรมสาขาโลหะของคุณวัฒนาคือ จะใช้สถานที่ของกลุ่มฮ่วมเฮียนศิลป์ เป็นสถานที่ให้ความรู้และสาธิตวิธีการทำหัตถกรรมสาขาโลหะ ให้กับผู้ที่สนใจ ได้เข้ามาศึกษาและมาฝึกหัดทำงานหัตถกรรมสาขาโลหะ ตลอดจนจะมีกลุ่มนักเรียน และนักศึกษา เข้ามาสอบถามและขอข้อมูลเกี่ยวกับการทำผลิตภัณฑ์ ซึ่งคุณวัฒนาก็มีความยินดีที่จะตอบทุกคำถาม

1.3.8 คุณรัตติกาล พรมมี

จากการพูดคุยกับคุณรัตติกาล ทำให้ทราบว่า สำหรับแนวทางในการถ่ายทอดความรู้ทางด้านงานหัตถกรรมสาขาโลหะ ส่วนใหญ่จะมีบุคคลที่สนใจในงานโลหะ เข้ามาสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และวิธีการทำ ซึ่งคุณรัตติกาลเองก็มีความเต็มใจที่จะให้ข้อมูลที่ผู้สนใจเข้ามาสอบถามนั้นอย่างละเอียด และพร้อมที่จะสาธิตวิธีการทำให้ดูด้วย

1.3.9 คุณสุรัตน์ ทานำ

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทำให้ทราบว่า คุณสุรัตน์ จัดตั้งกลุ่มขึ้นมาเพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับครอบครัว รวมทั้งเป็นการอนุรักษ์อาชีพเก่าแก่ของบรรพบุรุษให้คงอยู่ เพื่อให้รุ่นลูกรุ่นหลายเป็นผู้สืบทอดต่อไป ซึ่งแนวทางในการถ่ายทอดความรู้ทางด้านงานหัตถกรรมสาขาโลหะของคุณสุรัตน์ยังไม่มีสู่ชุมชน แต่จะเป็นในลักษณะการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และวิธีการทำ สำหรับผู้ที่สนใจมากกว่า

2. การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ในการบริหารจัดการธุรกิจ

การวิเคราะห์ SWOT Analysis เป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์ ซึ่งช่วยผู้บริหารกำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน โอกาสและอุปสรรค จากสภาพแวดล้อมภายนอก ตลอดจนผลกระทบที่มีศักยภาพจากปัจจัยเหล่านี้ต่อการทำงานขององค์กร

S มาจาก Strengths หมายถึง จุดเด่นหรือจุดแข็ง ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยภายใน เป็นข้อดีที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในบริษัท

W มาจาก Weaknesses ซึ่งหมายถึง จุดด้อยหรือจุดอ่อน ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยภายในเป็นปัญหาหรือข้อบกพร่องที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในต่าง ๆ ของบริษัท ซึ่งบริษัทจะต้องหาวิธีในการแก้ปัญหานั้น

O มาจาก Opportunities ซึ่งหมายถึง โอกาส ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอก เป็นผลมาจากการที่สภาพแวดล้อมภายนอกของบริษัทเอื้อประโยชน์หรือส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กร

T มาจาก Threats ซึ่งหมายถึง อุปสรรค ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอก เป็นข้อจำกัดที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งธุรกิจจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องและพยายามขจัดอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

ในการวิเคราะห์ SWOT Analysis ในบทนี้เป็นการศึกษาเพื่อค้นหาศักยภาพและช่องทางในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาโลหะ ดังตารางที่ 6.7

การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis	การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
2.1 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของคุณดิเรก สิทธิการ	**<u>จุดแข็ง</u>** 1.ผู้ประกอบการมีความรู้และความชำนาญทางด้านงานโลหะมานาน โดยสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ 2. สถานที่ที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์อยู่ใกล้แหล่งชุมชน ทำให้สามารถกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคได้ง่าย 3. ผู้ประกอบการมีช่องทางในการจัดจำหน่ายที่แน่นอนคือ ถนนคนเดิน 4. ผู้ประกอบการมีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ่านทางการออกงานแสดงสินค้าต่าง ๆ 5. ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการได้รับการรับรองคุณภาพจากโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 6. ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการมีลักษณะรูปแบบที่แตกต่างจากคนอื่น และไม่เหมือนใคร **<u>จุดอ่อน</u>** 1. ผู้ประกอบการไม่มีการส่งเสริมทางการขาย เพราะราคาผลิตภัณฑ์เป็นราคาตายตัวอยู่แล้ว 2. ผู้สืบทอดงานทางด้านหัตถกรรมโลหะลดน้อยลง 3. ผู้ประกอบการไม่มีตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เป็นของตนเอง เนื่องจากต้องเสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินการค่อนข้างมาก 4. ผู้ประกอบการมีการประชาสัมพันธ์ค่อนข้างน้อย ทำให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลทางผลิตภัณฑ์ไม่ทั่วถึง **<u>โอกาส</u>** 1. รัฐบาลมีนโยบายในการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างจริงจัง

การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis	การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
2.1 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Anlaysis ของคุณดิเรก สิทธิการ	2. ในปัจจุบันมีหน่วยงานทั้งทางภาครัฐและเอกชน เข้ามามีบทบาททางด้านการช่วยเหลือผู้ประกอบการมากขึ้น ไม่ว่าจะทางด้านการผลิต การจัดจำหน่าย **<u>อุปสรรค</u>** 1. ผู้ประกอบการมีคู่แข่งขันในตลาดเดียวกันเป็นจำนวนมาก 2. ในปัจจุบันปัญหาทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิตของผู้ประกอบการคือ วัตถุดิบมีราคาที่สูงขึ้น และค่าขนส่งก็มีราคาสูงขึ้นด้วย
2.2 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของคุณสนิท พันธวงค์	**<u>จุดแข็ง</u>** 1.ผู้ประกอบการมีความรู้และความชำนาญทางด้านงานโลหะมานาน 2. สถานที่ที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์อยู่ใกล้แหล่งชุมชน ทำให้สามารถกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคได้ง่าย และการขนส่งวัตถุดิบต่าง ๆ สะดวก 3. ผู้ประกอบการมีช่องทางในการจัดจำหน่ายที่แน่นอนอยู่ 2 แห่งคือ ถนนคนเดินวัวลายและบ้านถวาย 4. ผู้ประกอบการมีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ่านทางถนนคนเดินวัวลาย 5. ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน จากกระทรวงอุตสาหกรรม 6. ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการมีความหลากหลาย สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis	การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
2.2 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของคุณสนิท พันธวงค์	7. ราคาผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับชิ้นงาน **<u>จุดอ่อน</u>** 1. ผู้ประกอบการไม่มีการส่งเสริมทางการขาย เพราะราคาผลิตภัณฑ์เป็นราคาตายตัวอยู่แล้ว 2. ผู้ประกอบการไม่มีตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของตนเอง เองจากผู้ประกอบการไม่มีความรู้ทางด้านนี้ 3. ผู้ประกอบการมีการประชาสัมพันธ์น้อย ทำให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไม่สามารถไปถึงผู้บริโภคได้ หรืออาจจะถึงแต่ก็เป็นข้อมูลเพียงเล็กน้อยเท่านั้น **<u>โอกาส</u>** 1. ในปัจจุบันมีหน่วยงานทั้งทางภาครัฐและเอกชน เข้ามามีบทบาททางด้านการช่วยเหลือผู้ประกอบการทั้งทางด้านการผลิต การจัดจำหน่าย และการจัดหาแหล่งเงินทุนมากขึ้น 2. รัฐบาลมีนโยบายในการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างจริงจัง ทำให้เปิดโอกาสทางด้านการตลาดมากขึ้น 3. กระแสสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์กำลังมาแรง เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการเสนอผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ๆ ให้กับผู้บริโภค **<u>อุปสรรค</u>** 1. ผลิตภัณฑ์ที่ผู้ประกอบการผลิตออกมานั้นบางครั้งทำให้ผู้บริโภคแยกแยะได้ยาก 2. ผู้ประกอบการมีคู่แข่งขันเป็นจำนวนมาก 3. ในปัจจุบันปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ ส่งผลให้ราคาวัตถุดิบสูงขึ้น

การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis	การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
2.3 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของคุณมณฑกานต์ ตันทรัตน์	**<u>จุดแข็ง</u>** 1. ผู้ประกอบการมีประสบการณ์ทำงานทางด้านงานโลหะมานาน 2. ผู้ประกอบการมีการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมทางด้านการตลาดคือ ได้มีการจัดทำใบปลิว แผ่นพับ จัดตั้งโชว์ไว้ที่วัดศรีสุพรรณตลอดจนมีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ่านทางสื่อโทรทัศน์ ที่จัดทำขึ้นโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 3. ผู้ประกอบการมีการจัดตั้งศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อเป็นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น 4. ราคาผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับวัตถุดิบและท้องตลาด 5. ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการมีคุณภาพ และได้มาตรฐาน **<u>จุดอ่อน</u>** 1. ผู้ประกอบการไม่มีการส่งเสริมการขาย เพราะราคาผลิตภัณฑ์เป็นราคาตายตัวอยู่แล้ว 2. ผู้ประกอบการไม่มีตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เป็นของตนเอง เพราะผู้ประกอบการขาดความรู้ความเข้าใจทางด้านนี้ ตลอดจนต้องเสียค่าใช้จ่ายทางด้านนี้สูง และผู้ประกอบการยังไม่มีงบประมาณสนับสนุนทางด้านนี้ 3.ผู้ประกอบการมีปัญหาทางด้านสุขภาพ บางครั้งอาจทำให้มีผลกระทบต่องานที่ทำ **<u>โอกาส</u>** 1. กระแสสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์กำลังได้รับความนิยมจากคนในสังคมมากขึ้น

การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis	การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
2.3 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของคุณมณฑกานต์ ตันทรัตน์	2. การเปิดการค้าเสรี ทำให้ผู้ประกอบการมีโอกาสขยายการผลิตมากขึ้น 3. ผู้ประกอบการเคยได้รับความช่วยเหลือจากทางภาครัฐในการให้งบประมาณมาจัดงานในงานมหกรรมต่าง ๆ 4. ปัจจุบันมีหน่วยงานทั้งทางภาครัฐและเอกชนเข้ามามีบทบาททางด้านการช่วยเหลือธุรกิจของผู้ประกอบการมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นทางด้านการผลิต การตลาด การจัดจำหน่าย **<u>อุปสรรค</u>** 1. ผู้ประกอบการมีคู่แข่งขันในตลาดเดียวกันอยู่หลายราย ทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถแยกแยะผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการและคู่แข่งขันได้ 2. ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจและการเมือง ส่งผลทำให้ราคาวัตถุดิบมีราคาสูงขึ้น 3. จุดอิ่มตัวของผู้บริโภค ทางด้านการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์โลหะ
2.4 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของคุณดวงใจ ปัญญาวงค์	**<u>จุดแข็ง</u>** 1. ผู้ประกอบการมีประสบการณ์ทำงานทางด้านงานโลหะมา 10 ปี 2. ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการมีแบบลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ ไม่เหมือนกัน 3. ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการมีความหลากหลาย และมีคุณภาพ 4.ราคาผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับวัตถุดิบและราคาท้องตลาด 5. ผู้ประกอบการมีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ่านทางถนนคนเดิน หนังสือนิตยสาร และทางโทรทัศน์ เป็นต้น

การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis	การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
2.4 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของคุณดวงใจ ปัญญาวงค์	6. ผู้ประกอบการมีการส่งเสริมทางการตลาด โดยการติดป้ายโฆษณา 7. ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนจากกระทรวงอุตสาหกรรม 8. ผู้ประกอบการมีการส่งเสริมการขายให้กับผู้บริโภค พ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก โดยจะลดราคาผลิตภัณฑ์ให้เมื่อมีการซื้อคราวละมาก ๆ 9. ผู้ประกอบการมีช่องทางในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่แน่นอนคือ จะมีร้านค้าของตนเองและมีพ่อค้าคนกลางมาช่วยในการกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภค **<u>จุดอ่อน</u>** 1.ปัจจุบันบุคคลที่มีความรู้ทางด้านงานโลหะจริง ๆ มีจำนวนลดลง 2. ไม่มีตราสินค้าเป็นของตนเอง ทำให้ผู้บริโภคยังไม่ค่อยรู้จักผลิตภัณฑ์ และผู้ประกอบการขาดความรู้ความเข้าใจทางด้านนี้ **<u>โอกาส</u>** 1. ปัจจุบันมีหน่วยงานทั้งทางภาครัฐและเอกชนเข้ามามีบทบาททางด้านการช่วยเหลือธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างจริงจัง 2. การเปิดการค้าเสรี ทำให้ผู้ประกอบการมีโอกาสขยายการผลิตมากขึ้น 3.กระแสผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์กำลังได้รับความสนใจจากผู้บริโภคมากขึ้น **<u>อุปสรรค</u>** 1. ผู้ประกอบการมีคู่แข่งขันในตลาดเดียวกันอยู่หลายราย

การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis	การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
2.4 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของคุณดวงใจ ปัญญาวงค์	2. ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจและการเมือง ส่งผลทำให้ราคาวัตถุดิบมีราคาสูงขึ้น 3. จุดอิ่มตัวของผู้บริโภค ทางด้านการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์โลหะ
2.5 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของคุณหทัยรัตน์ ไชยรักษ์	**<u>จุดแข็ง</u>** 1. ผู้ประกอบการมีประสบการณ์ทำงานมานาน 2. ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการมีความแปลกใหม่ไม่เหมือนใคร และมีคุณภาพ 3. ผู้ประกอบการมีช่องทางในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่แน่นอนคือ จะมีร้านค้าของตนเองที่อยู่ภายในชุมชน 4. ผู้ประกอบการมีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์โดยการมีเว็บไซต์ของทางกลุ่ม และการจัดทำแผ่นพับ 5. ราคาผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับวัตถุดิบและท้องตลาด 6. ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน 7. ผู้ประกอบการมีการจัดทำบรรจุภัณฑ์อย่างง่ายเพื่อช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า 8. ผู้ประกอบการมีการส่งเสริมทางการตลาดให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงผลิตภัณฑ์อยู่สม่ำเสมอ **<u>จุดอ่อน</u>** 1. ผู้ประกอบการไม่มีการส่งเสริมการขาย เพราะราคาผลิตภัณฑ์ที่ทำการผลิตนั้นเป็นราคาตายตัวอยู่แล้ว 2. ผู้ประกอบการไม่มีตราสินค้าเป็นของตนเอง ทำให้ผู้บริโภคยังไม่ค่อยรู้จักผลิตภัณฑ์ และผู้ประกอบการขาดความรู้ความเข้าใจทางด้านนี้

การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis	การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
2.5 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของคุณหทัยรัตน์ ไชยรักษ์	3. ผู้ประกอบการไม่มีการส่งเสริมทางการตลาดเพราะยังขาดงบประมาณสนับสนุนจากทางภาครัฐหรือเอกชนอยู่ <u>โอกาส</u> 1. ปัจจุบันมีหน่วยงานทั้งทางภาครัฐและเอกชนเข้ามามีบทบาททางด้านการช่วยเหลือธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผู้ประกอบการมากขึ้น 2. การเปิดการค้าเสรี ทำให้ผู้ประกอบการมีโอกาสขยายการผลิตมากขึ้น <u>อุปสรรค</u> 1. ผู้ประกอบการมีคู่แข่งขันในตลาดเดียวกันอยู่หลายราย ทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถแยกแยะผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการและคู่แข่งขันได้ 2. ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจและการเมือง ส่งผลทำให้ราคาวัตถุดิบมีราคาสูงขึ้น 3. จุดอิ่มตัวของผู้บริโภค ทางด้านการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์โลหะ
2.6 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของคุณสุพรรณ สิทธิการ	<u>จุดแข็ง</u> 1. ผู้ประกอบการมีประสบการณ์ในการทำงานทางด้านงานโลหะมานาน 2. ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการมีรูปแบบที่หลากหลาย ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค 3. ผู้ประกอบการมีช่องทางในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่แน่นอนคือ ตลาดนัดหรือถนนคนเดิน 4. มีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ตามงานแสดงสินค้าต่าง ๆ งาน OTOP เป็นต้น 5. ราคาผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับท้องตลาด

การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis	การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
2.6 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของคุณสุพรรณ สิทธิการ	**<u>จุดอ่อน</u>** 1. ผู้ประกอบการไม่มีตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ เพราะยังขาดงบประมาณทางด้านนี้อยู่ 2. มีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์น้อย ทำให้ข่าวสารทางด้านผลิตภัณฑ์ไปไม่ถึงผู้บริโภค 3. ผู้ประกอบการไม่มีการส่งเสริมการขาย เพราะราคาผลิตภัณฑ์เป็นราคาตายตัวอยู่แล้ว 4. ผู้ประกอบการไม่มีการส่งเสริมทางการตลาด เพราะยังขาดงบประมาณทางด้านนี้อยู่ **<u>โอกาส</u>** 1. ในปัจจุบันมีหน่วยงานทั้งทางภาครัฐและเอกชน เข้ามามีบทบาททางด้านการช่วยเหลือผู้ประกอบการมากขึ้น 2. กระแสสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์กำลังมาแรง เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการเสนอผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ๆ ให้กับผู้บริโภครายใหม่ ๆ 3. รัฐบาลมีนโยบายในการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างจริงจัง ทำให้เปิดโอกาสทางด้านการตลาดของผู้ประกอบการมากขึ้น **<u>อุปสรรค</u>** 1. ผู้ประกอบการมีคู่แข่งขันเป็นจำนวนมาก เพราะขั้นตอนการผลิตผลิตภัณฑ์มีวิธีคล้าย ๆ กัน 2. ในปัจจุบันปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ การเมืองและสังคม ส่งผลให้ราคาวัตถุดิบมีราคาสูงขึ้น 3. จุดอิ่มตัวของผู้บริโภคทางด้านการตลาดงานหัตถกรรมสาขาโลหะ
2.7 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของคุณวัฒนา เรือนศรี	**<u>จุดแข็ง</u>** 1. ผู้ประกอบการมีประสบการณ์ทำงานทางด้านงานโลหะมานาน

การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis	การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
2.7 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของคุณวัฒนา เรือนศรี	2. ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการมีความแปลกใหม่ไม่เหมือนใคร 3. ผู้ประกอบการมีช่องทางในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่แน่นอนคือ มีพ่อค้าคนกลางมารับผลิตภัณฑ์ไปจำหน่าย หรือกระจายผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภค 4. ผู้ประกอบการมีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ คือ งานแสดงสินค้าตามที่ต่าง ๆ และถนนคนเดิน 5. ราคาผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับวัตถุดิบและท้องตลาด **<u>จุดอ่อน</u>** 1. ผู้ประกอบการไม่มีการส่งเสริมการขาย ราคาผลิตภัณฑ์เป็นราคาตายตัวอยู่แล้ว 2. ผู้ประกอบการไม่มีบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าทำให้ผู้บริโภคยังไม่ค่อยรู้จักผลิตภัณฑ์ 3. ผู้ประกอบการไม่มีการส่งเสริมทางการตลาดเพราะยังขาดงบประมาณสนับสนุนทางด้านนี้อยู่ **<u>โอกาส</u>** 1. ผู้ประกอบการจะได้รับความช่วยเหลือจากโครงการไทยเข้มแข็ง 2.ปัจจุบันมีหน่วยงานทั้งทางภาครัฐและเอกชนเข้ามามีบทบาททางด้านการช่วยเหลือธุรกิจของผู้ประกอบการมากขึ้น ทั้งทางด้านการผลิตและจัดจำหน่าย 3. กระแสสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เปิดโอกาสทางด้านการตลาดให้กับผู้ประกอบการ **<u>อุปสรรค</u>** 1. ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจและการเมือง ส่งผลทำให้ราคาวัตถุดิบมีราคาสูงขึ้น

การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis	การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
2.7 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของคุณวัฒนา เรือนศรี	2. ผู้ประกอบการมีคู่แข่งขันในตลาดเดียวกันอยู่หลายราย ทำให้ผู้บริโภคแยกแยะผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการและผู้ผลิตได้ยาก 3.จุดอิ่มตัวของผู้บริโภค ทางด้านการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์โลหะ
2.8 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของคุณรัตติกาล พรมมี	<u>จุดแข็ง</u> 1. ผู้ประกอบการมีประสบการณ์ในการทำงานทางด้านงานโลหะมา 10 ปี 2. ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการมีรูปแบบที่หลากหลาย ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค 3. ผู้ประกอบการมีการตรวจสอบสินค้าก่อนออกจำหน่ายด้วยตัวของผู้ประกอบเองทุกครั้ง ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ทำการผลิตออกมานั้นมีคุณภาพ 4. ราคาผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับท้องตลาด <u>จุดอ่อน</u> 1. ผู้ประกอบการไม่มีตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ เพราะยังขาดความรู้ความเข้าใจทางด้านนี้อยู่ตลอดจนไม่มีงบประมาณทางด้านนี้ 2. ผู้ประกอบการมีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์น้อย ทำให้ข่าวสารทางด้านผลิตภัณฑ์ไปไม่ค่อยถึงผู้บริโภค 3. ผู้ประกอบการไม่มีการส่งเสริมการขาย ราคาผลิตภัณฑ์ที่ทำการผลิตออกมานั้นเป็นราคาตายตัวอยู่แล้ว เพราะได้ทำการตกลงกับลูกค้าไว้ก่อนแล้ว 4. ผู้ประกอบการไม่มีการส่งเสริมทางการตลาด เพราะยังขาดความรู้ความเข้าใจทางด้านนี้ตลอดจนยังขาดงบประมาณสนับสนุนจากทางหน่วยงานที่รับผิดชอบ

การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis	การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
2.8 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของคุณรัตติกาล พรมมี	**<u>โอกาส</u>** 1. ในปัจจุบันมีหน่วยงานทั้งทางภาครัฐและเอกชน เข้ามามีบทบาททางด้านการช่วยเหลือธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากขึ้น 2. กระแสสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ให้กับผู้บริโภครายใหม่ ๆ **<u>อุปสรรค</u>** 1. ผู้ประกอบการมีคู่แข่งขันเป็นจำนวนมาก เพราะกระบวนการการผลิตผลิตภัณฑ์มีวิธีคล้ายกัน 2. ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม ส่งผลให้ราคาวัตถุดิบมีราคาสูงขึ้น
2.9 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของคุณสุรัตน์ ทานำ	**<u>จุดแข็ง</u>** 1. ผู้ประกอบการมีประสบการณ์การทำงานทางด้านงานโลหะมานาน 2. ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการเน้นการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค 3. ผู้ประกอบการมีช่องทางในการจัดจำหน่ายและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์คือ งานแสดงสินค้าตามสถานที่ต่าง ๆ ที่ทางอำเภอหรือจังหวัดจัดขึ้น และถนนคนเดิน 4. ราคาผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับท้องตลาด 5. ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการมีรูปแบบและมีความหลากหลาย สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค 6. ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการได้รับการยอมรับรองคุณภาพคือ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนจากกระทรวงอุตสาหกรรม

การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis	การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
2.9 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของคุณสุรัตน์ ทานำ	**<u>จุดอ่อน</u>** 1. ผู้ประกอบการไม่มีการส่งเสริมการขาย เพราะก่อนที่จะทำการผลิตภัณฑ์นั้น ได้ทำการตกลงราคากับลูกค้าไว้ก่อน ซึ่งเป็นราคาตายตัว 2. ผู้ประกอบการไม่มีการส่งเสริมทางการตลาด เพราะไม่มีหน่วยงานทั้งทางภาครัฐและเอกชนเข้ามาช่วยเหลือทางด้านนี้ 3. ผู้ประกอบการไม่มีตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของตนเอง เพราะขาดความรู้ทางด้านนี้อยู่ **<u>โอกาส</u>** 1. ปัจจุบันมีหน่วยงานทั้งทางภาครัฐและเอกชนเข้ามามีบทบาททางด้านการช่วยเหลือธุรกิจของผู้ประกอบการ ทั้งทางภาคธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2. กระแสสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์กำลังมาแรง เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ให้แก่ผู้บริโภค **<u>อุปสรรค</u>** 1. ผู้ประกอบการมีคู่แข่งขันในตลาดเดียวกันเป็นจำนวนมาก และผลิตภัณฑ์ที่ทำการผลิตออกมานั้น มีลักษณะคล้าย ๆ กัน 2. ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจและการเมือง ส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิตของผู้ประกอบการทำให้ราคาวัตถุดิบมีราคาสูงขึ้น

ตารางที่ 6.7 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ในการบริหารจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาโลหะ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ CHIANG MAI RAJABHAT UNIVERSITY