

บทที่ 6

วิเคราะห์การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงในงานหัตถกรรม สาขาเครื่องเงินของจังหวัดเชียงใหม่

การวิเคราะห์เกี่ยวกับการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงในงานหัตถกรรมสาขาเครื่องเงินของจังหวัดเชียงใหม่ นั้น เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาจากที่ทางผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทำการสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการ ซึ่งได้นำข้อมูลหรือประเด็นที่สำคัญต่าง ๆ ดังกล่าวมาวิเคราะห์ในหัวข้อดังต่อไปนี้

1. วิเคราะห์การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงในงานหัตถกรรมสาขาเครื่องเงินของจังหวัดเชียงใหม่
2. การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ในการบริหารธุรกิจหัตถกรรมสาขาเครื่องเงิน

1. วิเคราะห์การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงในงานหัตถกรรมสาขาเครื่องเงินของจังหวัดเชียงใหม่

การวิเคราะห์การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงในงานหัตถกรรมสาขาเครื่องเงินของจังหวัดเชียงใหม่ นั้น จะใช้การหาค่าร้อยละ เข้ามาช่วยในการวิเคราะห์หัตถกรรมสาขาเครื่องเงินของจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อความสะดวกในการสรุปเรื่องราวเกี่ยวกับข้อมูลนั้น ๆ จะช่วยทำให้เกิดการวิเคราะห์ข้อมูลถูกต้องดีขึ้น เพราะค่าร้อยละเป็นการแจกแจง และเปรียบเทียบข้อมูลทางสถิติวิธีหนึ่งซึ่งสามารถใช้เกณฑ์การหาค่าร้อยละอย่างง่าย ดังนี้

$$P = \frac{F \times 100}{n}$$

เมื่อ	P	แทน	ร้อยละ
	F	แทน	ความถี่ที่ต้องการแปลค่าให้เป็นร้อยละ
	n	แทน	จำนวนความถี่ทั้งหมด

(จำนวนผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาเครื่องเงิน
ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 คน)

1.1 เศรษฐกิจพอเพียงในการผลิตสินค้า

ประเด็นที่นำมาวิเคราะห์การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงในการผลิตหัตถกรรมเครื่องเงินนั้น จะประกอบไปด้วยการเลือกสรรวัตถุดิบ การจ้างแรงงาน การบริหารจัดการด้านสถานที่ในการปฏิบัติงาน และการออกแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1.1 การเลือกสรรวัตถุดิบ ในการเลือกสรรวัตถุดิบของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาเครื่องเงินนั้น อาจจะมีลักษณะการเลือกสรรวัตถุดิบที่คล้ายกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของการผลิตผลิตภัณฑ์ด้วย ซึ่งสามารถเปรียบเทียบข้อมูลดังกล่าวได้ตามตารางที่ 6.1

รายชื่อผู้ประกอบการ หัตถกรรมสาขาเครื่องเงิน	แหล่งในการซื้อวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตหัตถกรรมเครื่องเงินของผู้ประกอบการ		
	แหล่งผลิตภายในชุมชน	ผู้ว่าจ้างนำมาให้	แหล่งผลิตภายนอกชุมชน
1. ทองยนต์ วัฒนวิชาวาสวัสดิ์	*	-	-
2. อนงค์ แสงมณี	*	-	-
3. ประธาน สืบบุญมา	-	-	-
4. เจริญ บุญตัน	-	-	-
5. อัมภาพร ฟรังค์	*	-	-
6. คุณดุสิต โอมา	-	-	-
7. เสนีย์ ไชยรังษี	-	*	-
8. มานพ ชัยแก้ว	-	-	*
9. ชลกาล สัตว์ต่อชาติ	*	-	*
10. เอกชัย ถวิวิศาล	-	-	-
รวมค่าร้อยละ	40	10	20

ตารางที่ 6.1 การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงในการเลือกสรรวัตถุดิบ

จากตารางที่ 6.1 จะสังเกตได้ว่าส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจะซื้อวัตถุดิบจากแหล่งผลิตภายในชุมชนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 40 ซึ่งวัตถุดิบที่จัดซื้อส่วนใหญ่ภายในชุมชน ได้แก่ เม็ดเงินซื้อจากร้านทอง เครื่องเงินของเก่าที่ถูกกล้านำมาขายให้หรือเครื่องเงินเก่าที่ผู้ประกอบการมีอยู่แล้วนำมาทุบและหลอมใหม่ แผ่นอะลูมิเนียม ซื้อจากร้านอะลูมิเนียมภายในชุมชน ส่วนการซื้อวัตถุดิบจากแหล่งผลิตภายนอกชุมชนคิดเป็นร้อยละ 20 วัตถุดิบที่จัดซื้อ เช่น ทองแดง ซื้อมาจากกรุงเทพฯ และวัตถุดิบที่รับมาจากผู้ว่าจ้างคิดเป็นร้อยละ 10 โดยผู้ประกอบการงานหัตถกรรมเครื่องเงินคิดเพียงค่าแรงที่ใช้ในการผลิตเท่านั้น (ในส่วนของข้อมูลการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงในการเลือกสรรวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตหัตถกรรมเครื่องเงิน ยังมีผู้ประกอบการบางรายให้ข้อมูล

เพียงแต่ว่ามีคำสั่งซื้อเม็ดเงิน แต่ไม่ได้ระบุแหล่งในการจัดซื้อวัตถุดิบ ซึ่งประกอบด้วยคุณประธาน คุณเจริญ คุณดุสิต คุณเอกชัย) สามารถแจกแจงดังแผนภูมิที่ 6.1



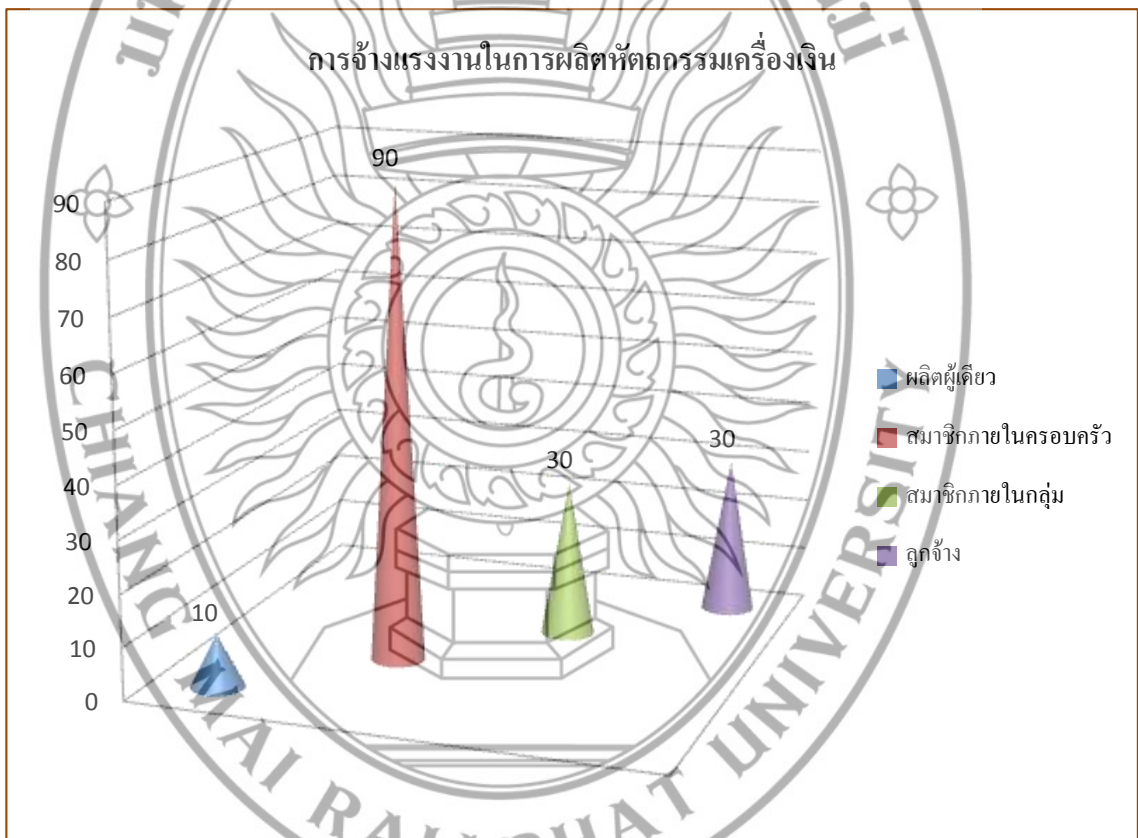
แผนภูมิที่ 6.1 แหล่งวัตถุดิบที่ผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาเครื่องเงินซื้อประจำ

1.1.2 การจ้างแรงงานในการผลิตหัตถกรรมสาขาเครื่องเงิน ในกระบวนการผลิตหัตถกรรมเครื่องเงินของผู้ประกอบการนั้น จะมีทั้งสมาชิกภายในครอบครัว สมาชิกภายในชุมชน หรือลูกจ้าง เข้ามาช่วยเหลือในกระบวนการผลิตด้วย ดังตารางที่ 6.2

รายชื่อผู้ประกอบการ หัตถกรรมสาขาเครื่องเงิน	การจ้างแรงงานในการผลิตหัตถกรรมสาขาเครื่องเงิน			
	ผลิตเพียงผู้เดียว	สมาชิกภายในครอบครัว	สมาชิกภายในชุมชน	ลูกจ้าง
1. ทองยงค์ วงษ์วิชาสวัสดิ์	-	*	-	*
2. อนงค์ แสงมณี	-	*	-	*
3. ประธาน ล้อบุญมา	-	*	*	-
4. เจริญ บุญตัน	-	*	*	-
5. อภาพร ฟรังค์	-	*	-	-
6. คุณดุสิต โอมา	-	*	-	-
7. เสนีย์ ไชยรังษิ	*	-	-	-
8. มานพ ชัยแก้ว	-	*	-	-
9. ชลกาล สัตว์ต่อชาติ	-	*	*	-
10. เอกชัย ถวิลวิศาล	-	*	-	*
รวมค่าร้อยละ	10	90	30	30

ตารางที่ 6.2 การจ้างแรงงานในการผลิตหัตถกรรมสาขาเครื่องเงิน

จากตารางที่ 6.2 จะเห็นได้ว่าการจ้างแรงงานในการผลิตหัตถกรรมสาขาเครื่องเงินนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นการจ้างแรงงานภายในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 90 รองลงมาก็จะเป็นการจ้างแรงงานสมาชิกภายในชุมชนและลูกจ้าง ที่มีค่าร้อยละเท่ากันคือ 30 และการใช้แรงงานของผู้ประกอบการเอง คิดเป็นร้อยละ 10 เหตุผลที่ผู้ประกอบการจ้างแรงงานภายในครอบครัวและการจ้างแรงงานภายในชุมชนนั้น ก็เป็นเพราะว่ามีความรู้จักสนิทสนมกันเป็นอย่างดี ทำให้สามารถทำงานร่วมกันได้อย่างไม่มีปัญหา และผลิตภัณฑ์ที่ทำการผลิตออกมานั้นมีความประณีตงดงามตลอดจนการใช้แรงงานของผู้ประกอบการนั้น ก็เป็นเพราะว่าผู้ประกอบการเองมีความรู้ความชำนาญ และประสบการณ์ทางด้านการทำงานเครื่องเงินมานาน ซึ่งข้อมูลเปรียบเทียบค่าร้อยละของการจ้างแรงงานที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจพอเพียง ดังแผนภูมิที่ 6.2 ดังนี้



แผนภูมิที่ 6.2 การจ้างแรงงานในการผลิตหัตถกรรมสาขาเครื่องเงิน

1.1.3 การบริหารจัดการด้านสถานที่ในการปฏิบัติงาน ในการบริหารจัดการด้านสถานที่ในการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาเครื่องเงินนั้น ได้มีการจัดสรรสถานที่ที่ใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อแสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ดังตารางที่ 6.3 ดังนี้

รายชื่อผู้ประกอบการ หัตถกรรมสาขาเครื่องเงิน	สถานที่ในการผลิตและจำหน่ายหัตถกรรมสาขาเครื่องเงิน			
	บ้าน	สถานที่ของกลุ่ม	สถานที่ของผู้ว่าจ้าง	ร้านผลิตและจำหน่าย ผลิตภัณฑ์
1. ทองยนต์ วงษ์วิชาสวัสดิ์	-	-	-	*
2. อนงค์ แสงมณี	-	*	-	-
3. ประชาน ล้อบุญมา	-	*	-	-
4. เจริญ บุญตัน	-	*	-	-
5. อากาศ พริงแก้ว	*	-	-	-
6. คุณดุสิต โอมา	*	*	-	-
7. เสนีย์ ไชยรัมย์	-	-	*	-
8. มานพ ชัยแก้ว	-	*	-	-
9. ชลกาล สัตว์ต่อชาติ	*	-	-	-
10. เอกชัย ถวิลวิศาล	-	-	*	-
รวมค่าร้อยละ	30	50	20	10

ตารางที่ 6.3 การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงในการบริหารสถานที่ในการปฏิบัติงาน
งานหัตถกรรมสาขาเครื่องเงิน

จากตารางที่ 6.3 จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่นิยมใช้สถานที่ของกลุ่มเป็นสถานที่ปฏิบัติงาน คิดเป็นร้อยละ 50 โดยสถานที่ของกลุ่มของผู้ประกอบการทำเครื่องเงินนั้น จะมีอยู่ที่วัดหมื่นสารและวัดศรีสุพรรณ รองลงมาจะเป็นการใช้สถานที่บ้านของผู้ประกอบการเองในการปฏิบัติงาน คิดเป็นร้อยละ 30 ส่วนการใช้สถานที่ของผู้ว่าจ้างในการปฏิบัติงานนั้น คิดเป็นร้อยละ 20 ซึ่งผู้ประกอบการบางรายจะปฏิบัติงานอยู่ที่โรงงานทำเครื่องเงินสยามซูวีเนียร์ บริษัทพัฒนาอนันต์วงศ์ จำกัด (ซิลเวอร์แวร์) และการใช้สถานที่ภายในร้านของผู้ประกอบการเองในการผลิตเครื่องเงิน คิดเป็นร้อยละ 10 จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ สามารถสรุปได้ว่า เหตุผลที่ผู้ประกอบการเลือกใช้สถานที่บ้าน สถานที่ของกลุ่ม สถานที่ของผู้ว่าจ้าง และร้านของผู้ประกอบการเองนั้น เป็นที่ปฏิบัติงานทางการผลิตและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมสาขาเครื่องเงิน ก็เพราะว่าสามารถลดภาระในเรื่องการลงทุนในการจัดหาสถานที่ที่ใช้การผลิตและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเครื่องเงิน ไม่ว่าจะเป็นทางด้านการเช่าสถานที่ และสะดวกในเรื่องของการจัดหาหรือจัดเก็บวัตถุดิบ อุปกรณ์ต่าง ๆ ซึ่งแนวคิดของผู้ประกอบการส่วนใหญ่ มีแนวโน้มที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจพอเพียง เพราะเป็นการใช้ทุนของตนเองที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และรู้จักการใช้สอยพื้นที่ที่มีอยู่อย่างจำกัดให้ได้ประโยชน์มากที่สุด ซึ่งในที่นี่จะเป็นการเปรียบเทียบสถานที่ในการบริหารงานของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาเครื่องเงิน ดังแผนภูมิที่ 6.3 ดังนี้



แผนภูมิที่ 6.3 การเปรียบเทียบสถานที่ในการบริหารงานของผู้ประกอบการ
หัตถกรรมสาขาเครื่องเงิน

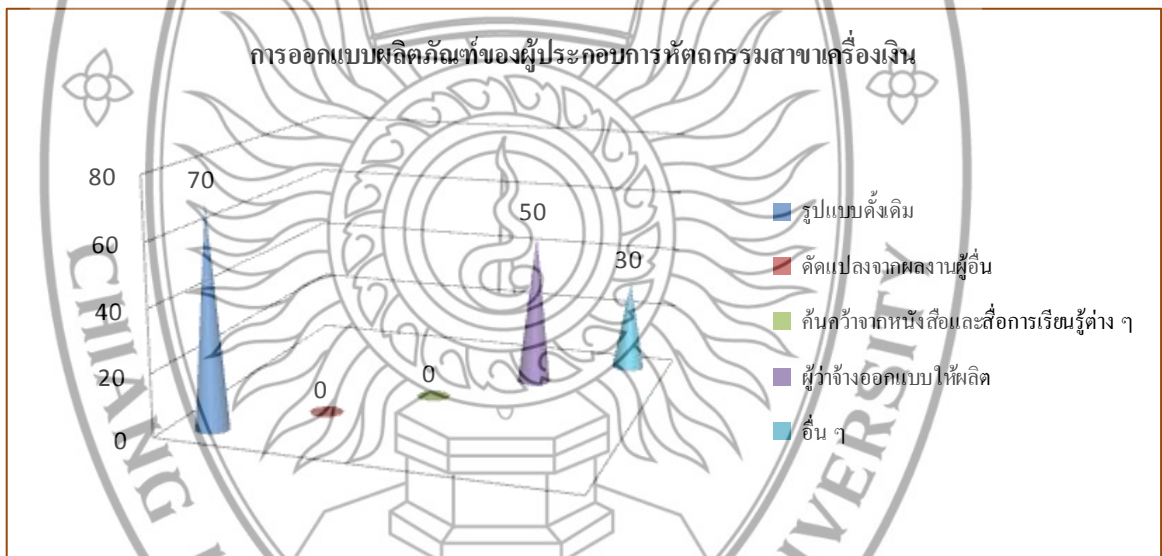
1.1.5 การออกแบบผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาเครื่องเงิน

การออกแบบผลิตภัณฑ์คือการรู้จักวางแผนจัดการตั้งแต่ขั้นตอน และรู้จักเลือกใช้วัสดุวิธีการ
เพื่อทำตามที่ต้องการนั้น โดยการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์สิ่งใหม่ขึ้นมาให้มีความแตกต่าง ตอบสนอง
ความต้องการของผู้บริโภคและท้องตลาดให้ได้มากที่สุด ดังตารางที่ 6.4

รายชื่อผู้ประกอบการ หัตถกรรมสาขาเครื่องเงิน	การออกแบบผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาเครื่องเงิน				
	รูปแบบ ดั้งเดิม	ดัดแปลง จากผลงาน ผู้อื่น	ค้นคว้าจาก หนังสือและสื่อ การเรียนรู้ ต่างๆ	ผู้ว่าจ้าง ออกแบบให้ ผลิต	อื่น ๆ
1. ทองยนต์ วงษ์วิลาสจัลดี	*	-	-	*	-
2. อนงค์ แสงมณี	*	-	-	-	-
3. ประธาน ล้อบุญมา	*	-	-	-	*
4. เจริญ บุญตัน	*	-	-	-	-
5. อากาศ ฟรังค์	-	-	-	-	*
6. คุณดุสิต โอมา	-	-	-	*	*
7. เสนีย์ ไชยรังษี	-	-	-	*	-
8. มานพ ชัยแก้ว	*	-	-	-	-
9. ชลกาล สัตว์ต่อชาติ	*	-	-	*	-
10. เอกชัย ถวิลวิศาล	*	-	-	*	-
รวมค่าร้อยละ	70	0	0	50	30

ตารางที่ 6.4 การออกแบบผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาเครื่องเงิน

จากตารางที่ 6.4 จะเห็นได้ว่า ส่วนใหญ่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ หัตถกรรมสาขาเครื่องเงิน จะใช้รูปแบบดั้งเดิม คือ ลายนูนสูง ลาย 12 ราศี ลายดอกกระถิน คิดเป็น ร้อยละ 70 รองลงมาก็จะเป็นผู้ว่าจ้างออกแบบให้ผลิต คิดเป็นร้อยละ 50 โดยผู้ว่าจ้างจะดัดแปลง ผลงานมาจากชิ้นงานที่ได้พบเจอ และทำการศึกษาจากพฤติกรรมของผู้บริโภคว่ามีการชอบรูปแบบ หรือลวดลายแบบใด ส่วนการออกแบบโยการศึกษาด้วยวิธีอื่น ๆ นั้น ส่วนมากก็จะเป็นการออกแบบ ลวดลายเอง โดยการนำเอาลวดลายแบบดั้งเดิมมาประยุกต์ใช้ให้เกิดลวดลายใหม่ ๆ เช่น ลายลายรด ค้อน ตลอดจนการดัดแปลงจากผลงานผู้อื่น การค้นคว้าจากหนังสือและสื่อการเรียนรู้ต่าง ๆ คิดเป็น ร้อยละ 0 จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาเครื่องเงิน ทำให้ทราบว่า ถ้าหากลวดลาย หรือผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกมาได้รับความนิยม ก็จะมีการดัดแปลงผลงานนั้น ให้มีลักษณะที่คล้ายกัน แต่ยังคงลักษณะวิธีการทำที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละบุคคลไว้ ซึ่งสามารถแจกแจงเป็นแผนภูมิ เปรียบเทียบ ดังแผนภูมิที่ 6.4 ดังนี้



แผนภูมิที่ 6.4 การออกแบบผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาเครื่องเงิน

1.2 เศรษฐกิจพอเพียงกับการบริหารจัดการด้านการตลาด

ประเด็นที่น่าสนใจคือการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงกับการบริหารจัดการ ด้านการตลาดของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาเครื่องเงิน นั้น จะประกอบไปด้วย การประชาสัมพันธ์และช่องทางในการจัดจำหน่าย ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.2.1 การประชาสัมพันธ์และช่องทางการจัดจำหน่ายหัตถกรรมสาขาเครื่องเงิน

ในปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันว่า การประชาสัมพันธ์และช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นสิ่งจำเป็น ในการดำเนินงานของทุก ๆ หน่วยงาน ไม่ใช่เฉพาะแต่บริษัทเอกชน เท่านั้น ยังรวมไปถึงองค์กร

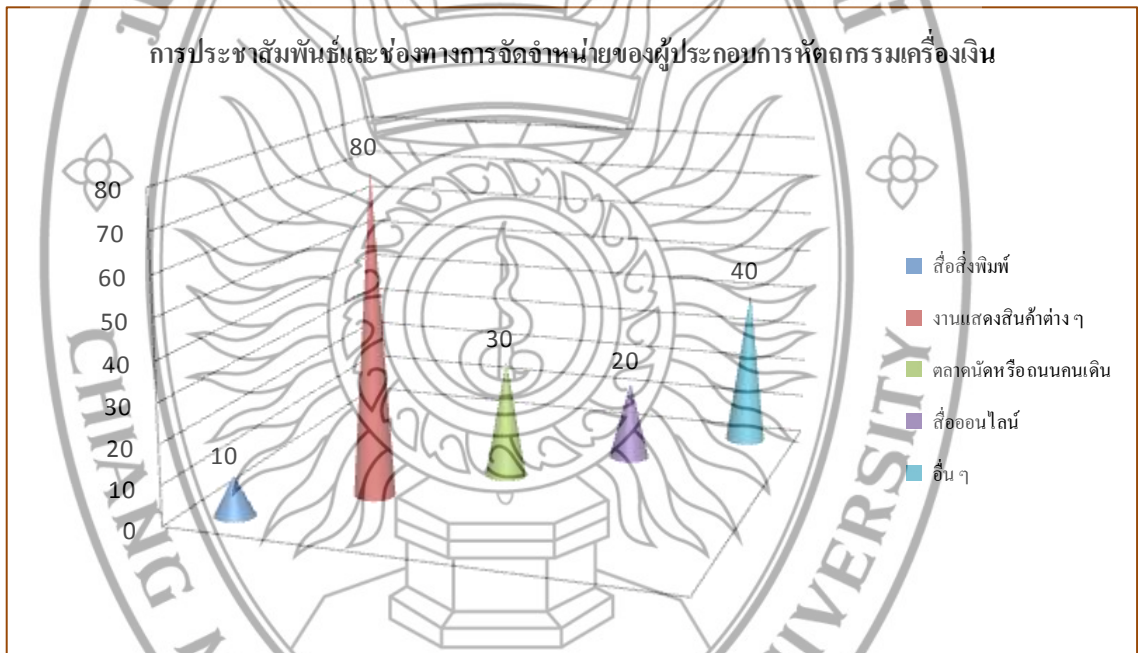
สถาบันของรัฐ และรัฐวิสาหกิจต่าง ๆ ล้วนแต่ให้ความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์และช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อให้การดำเนินงานนั้นเป็นไปด้วยความราบรื่น บรรลุยังเป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งจะเห็นได้จากหน่วยงาน องค์กร สถาบันต่าง ๆ ที่มีชื่อเสียงและประสบความสำเร็จ ได้ใช้การประชาสัมพันธ์และช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งในการติดต่อสื่อสาร และได้มีการนำเอาหลักปรัชญาแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงเข้ามาประยุกต์ใช้กับการประชาสัมพันธ์และช่องทางการจัดจำหน่ายด้วย ในที่นี้จะเป็นการเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการ ดังตารางที่ 6.5

รายชื่อผู้ประกอบการ หัตถกรรมสาขาเครื่องเงิน	การประชาสัมพันธ์และช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของ ผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาเครื่องเงิน				
	สื่อสิ่งพิมพ์	งานแสดง สินค้าต่าง ๆ	ตลาดนัดหรือ ถนนคนเดิน	สื่อออนไลน์	อื่น ๆ
1. ทองยนต์ วงษ์วิชาสวัสดิ์	-	-	*	*	*
2. อนงค์ แสงมณี	-	*	*	-	-
3. ประธาน สืบบุญมา	*	*	-	*	-
4. เจริญ บุญตัน	-	*	*	-	-
5. อากาศ ฟรังค์	-	*	-	-	-
6. คุณคูสิต โอมา	-	-	-	-	*
7. เสนีย์ ไชยรังษี	-	*	-	-	*
8. มานพ ชัยแก้ว	-	*	-	-	*
9. ชลกาล สัตว์ต่อชาติ	-	*	-	-	-
10. เอกชัย ถวิลวิศาล	-	*	-	-	-
รวมค่าร้อยละ	10	80	30	20	40

ตารางที่ 6.5 การประชาสัมพันธ์และช่องทางการจัดจำหน่าย
ของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาเครื่องเงิน

จากตารางที่ 6.5 จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาเครื่องเงิน จะมีการประชาสัมพันธ์และช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านทางงานแสดงสินค้าต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นงานนมกรรมสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) งาน Big ที่ศูนย์ไบเทคบางนา และงานที่ทางจังหวัดหรืออำเภอจัดขึ้น ซึ่งมีถึงร้อยละ 80 รองลงมาก็จะเป็นการประชาสัมพันธ์และช่องทางการจัดจำหน่ายทางด้านอื่น ๆ เช่น ร้านค้าของผู้ประกอบการ และงานนิทรรศการ มีถึงร้อยละ 40 ส่วนการประชาสัมพันธ์และช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางตลาดนัดหรือถนนคนเดิน คิดเป็นร้อยละ 30 ตลอดจนการประชาสัมพันธ์และช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทาง

สื่ออิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 20 และการประชาสัมพันธ์และช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์ คือ แผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 10 เมื่อสอบถามผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาเครื่องเงินทำให้ทราบว่า การนำผลิตภัณฑ์ไปแสดงยังสถานที่ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นงานแสดงสินค้า งานนิทรรศการ ตลาดนัดหรือถนนคนเดิน และร้านค้าของตนเองนั้น ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายมากเมื่อเทียบกับการประชาสัมพันธ์ผ่านการใช้สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์เสียอีก และในสภาวะทางการเมืองและเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอนแบบนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ผู้ประกอบการมีการแนวทางในการประชาสัมพันธ์และช่องทางการจัดจำหน่ายคือ เลือกลงทุนประชาสัมพันธ์และช่องทางการจัดจำหน่ายที่ลดความเสี่ยงทางการลงทุน โดยใช้จ่ายพอประมาณ และประหยัด ซึ่งผู้วิจัยสามารถเปรียบเทียบการประชาสัมพันธ์ของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาเครื่องเงิน ดังแผนภูมิที่ 6.5



แผนภูมิที่ 6.5 การประชาสัมพันธ์และช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาเครื่องเงิน

2. การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ในการบริหารจัดการธุรกิจ

การวิเคราะห์สถานการณ์ มีประเด็นสำคัญที่ประกอบด้วย จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม (SWOT = Strength, Weakness, Opportunity และ Threat) คือ การสำรวจตรวจสอบสภาพภายในองค์กรและสภาพแวดล้อมภายนอก เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการวางแผน เพื่อให้แผนนั้นได้ใช้ประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่และแก้ปัญหาที่ไม่พึงประสงค์ โดยอาศัยทั้งปัจจัยจากภายในและภายนอกมาเป็นฐานคิดสำหรับกำหนดแผนงานโครงการ

ในการวิเคราะห์ SWOT Analysis ในบทนี้เป็นการศึกษาเพื่อค้นหาศักยภาพและช่องทางในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาเครื่องเงิน ดังนี้

2.1.1 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของคุณทองยนต์ วงษ์วิชาสวัสดิ์

การวิเคราะห์ SWOT Analysis	รายละเอียดการวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
1.จุดแข็ง	<p>1.1 ผู้ประกอบการมีความรู้และความชำนาญทางด้านเครื่องเงินเป็นอย่างดี</p> <p>1.2 สถานที่ที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์อยู่ใกล้แหล่งชุมชน ทำให้สามารถกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคได้ง่าย</p> <p>1.3 ผู้ประกอบการมีช่องทางในการจัดจำหน่ายที่แน่นอนคือ มีร้านค้าของตนเอง ที่ใช้ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์</p> <p>1.4 ผู้ประกอบการมีการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ทุกครั้งด้วยตนเอง ก่อนที่จะทำการจัดจำหน่าย</p> <p>1.5 ผู้ประกอบการมีการจัดทำเอกสารส่งเสริมการตลาดที่ต่อเนื่อง โดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นการสร้างการรับรู้ทางด้านผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภค ซึ่งผู้ประกอบการมีเว็บไซต์เป็นของตนเองชื่อว่า www.thonhyonsilver.com และ www.thaitumbon.com</p> <p>1.6 ผู้ประกอบการมีตราสินค้าเป็นของตนเอง 1.7 ราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับชิ้นงานที่ลูกค้าสั่งทำ</p>
2.จุดอ่อน	<p>2.1 ผู้ประกอบการไม่มีการส่งเสริมทางการขาย เพราะราคาผลิตภัณฑ์เป็นราคาตายตัวอยู่แล้ว</p> <p>2.2 ผู้สืบทอดงานทางด้านเครื่องเงินลดน้อยลง</p> <p>2.3 ผู้ประกอบการไม่มีบรรจุกิจภัณฑ์เป็นของตนเอง เนื่องจากต้องเสียค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง</p>

การวิเคราะห์ SWOT Analysis	รายละเอียดการวิเคราะห์ ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
2.จุดอ่อน	2.4 ผู้ประกอบการไม่สามารถควบคุมและกำหนดราคาของเม็ดเงินได้
3.โอกาส	3.1 รัฐบาลมีนโยบายในการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างจริงจัง 3.2 ในปัจจุบันมีหน่วยงานทั้งทางภาครัฐและเอกชน เข้ามามีบทบาททางการช่วยเหลือผู้ประกอบการมากขึ้น ไม่ว่าจะทางด้านการผลิตหรือการจัดจำหน่าย
4.อุปสรรค	4.1 ผู้ประกอบการมีคู่แข่งในตลาดเดียวกันเป็นจำนวนมาก 4.2 ในปัจจุบันปัญหาทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิตของผู้ประกอบการคือ เม็ดเงินมีราคาที่สูงขึ้น และผันตามราคาของทองคำ 4.3 ผลิตภัณฑ์ที่ผู้ประกอบการผลิตออกมานั้น มีความเหมือนและไม่แตกต่างจากคู่แข่งมากนัก ทำให้ผู้บริโภคแยกแยะได้ยาก

ตารางที่ 6.6 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของคุณทองยงค์ วงษ์วิชาสวัสดิ์

2.1.2 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของคุณองงค์ แสงมณี

การวิเคราะห์ SWOT Analysis	รายละเอียดการวิเคราะห์ ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
1.จุดแข็ง	1.1 ผู้ประกอบการมีความชำนาญทางด้านเครื่องเงินเป็นอย่างดี 1.2 สถานที่ที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์อยู่ใกล้แหล่งชุมชน ทำให้สามารถกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคได้ง่าย และสะดวกต่อการขนส่ง
	รายละเอียดการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ SWOT Analysis	ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
1.จุดแข็ง	<p>1.3 ผู้ประกอบการมีช่องทางในการจัดจำหน่ายที่แน่นอนคือ มีร้านค้าของทางกลุ่ม ที่ใช้ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์</p> <p>1.4 ผู้ประกอบการมีการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ทุกครั้ง ก่อนที่จะทำการจัดจำหน่าย</p> <p>1.5 ผู้ประกอบการมีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ่านงานแสดงสินค้าและถนนเดินวันเสาร์วันอาทิตย์</p>
2.จุดอ่อน	<p>2.1 ผู้ประกอบการไม่มีการส่งเสริมทางการขาย เพราะราคาผลิตภัณฑ์เป็นราคาตายตัวอยู่แล้ว</p> <p>2.2 ผู้สืบทอดงานทางด้านเครื่องเงินลดน้อยลง</p> <p>2.3 ผู้ประกอบการไม่มีตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เป็นของตนเอง แต่จะใช้ชื่อกลุ่มแทน เนื่องจากทางกลุ่มยังไม่มียงบประมาณทางด้านนี้เท่าที่ควร</p> <p>2.4 ผู้ประกอบการไม่สามารถควบคุมและกำหนดราคาของเม็ดเงินได้</p> <p>2.5 ผู้ประกอบการมีการส่งเสริมทางการตลาดน้อย ทำให้ผู้บริโภครู้จักผลิตภัณฑ์ไม่มากนัก</p>
3.โอกาส	<p>3.1 รัฐบาลมีนโยบายในการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างจริงจัง</p> <p>3.2 ในปัจจุบันมีหน่วยงานทั้งทางภาครัฐและเอกชน เข้ามามีบทบาททางการช่วยเหลือผู้ประกอบการมากขึ้น</p> <p>3.3 กระแสสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์กำลังมาแรง เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการเสนอผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ๆ ให้กับผู้บริโภค</p>
การวิเคราะห์ SWOT Analysis	รายละเอียดการวิเคราะห์

	ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
4.อุปสรรค	<p>4.1 ผู้ประกอบการมีคู่แข่งเป็นจำนวนมาก</p> <p>4.2 ในปัจจุบันปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ ส่งผลให้เม็ดเงินมีราคาที่สูงขึ้น และผันผวนตามราคาของทองคำ</p> <p>4.3 ผลกระทบที่ผู้ประกอบการผลิตออกมานั้น บางครั้งทำให้ผู้บริโภคแยกแยะไม่ออกว่าผลิตภัณฑ์ไหนเป็นผู้ประกอบการหรือคู่แข่ง</p>

ตารางที่ 6.7 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของคุณอนงค์ แสงมณี

2.1.3 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของคุณคุณประธาน ลือบุญมา

การวิเคราะห์ SWOT Analysis	รายละเอียดการวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
1.จุดแข็ง	<p>1.1 ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการมีคุณภาพและหลากหลาย สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค</p> <p>1.2 ผู้ประกอบการมีความถนัดทางด้านงานเครื่องเงินมานาน</p> <p>1.3 ผู้ประกอบการมีช่องทางในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่แน่นอนคือ มีร้านค้าของกลุ่มที่จำหน่ายให้กับผู้บริโภค</p> <p>1.4 ผู้ประกอบการมีการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับชิ้นงาน</p> <p>1.5 ผู้ประกอบการมีการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนนำออกจำหน่ายทุกครั้ง</p> <p>1.6 ผู้ประกอบการมีสถานที่ในการผลิตอยู่ในชุมชน ทำให้ง่ายต่อการขนส่งสินค้า การกระจายสินค้า</p>
	รายละเอียดการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ SWOT Analysis	ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
1.จุดแข็ง	<p>1.7 ผู้ประกอบการมีการใช้ตั้งชื่อตราสินค้าช่วยในการสร้างการรับรู้ชื่อตราสินค้าให้กับผู้บริโภค</p> <p>1.8 ผู้ประกอบการมีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ตามงานแสดงสินค้าต่าง ๆ มีเว็บไซต์ของทางกลุ่มคือ www.chiangmaisisipa.com www.thaitumbon.com และแผ่นพับ</p> <p>1.9 ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการได้รับการรับรองคุณภาพจากเชียงใหม่แบรนด์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน และโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์</p>
2.จุดอ่อน	<p>2.1 ผู้ประกอบการไม่มีการส่งเสริมทางการขายเพราะราคาผลิตภัณฑ์เป็นราคาตายตัวอยู่แล้ว</p> <p>2.2 ผู้ประกอบการไม่สามารถควบคุมและกำหนดราคาของเม็ดเงินได้เครื่องเงินลด</p> <p>2.3 ผู้ประกอบการไม่มีตราบรรจุภัณฑ์เป็นของตนเอง เนื่องจากทางกลุ่มยังไม่มียงบประมาณสนับสนุนทางด้านนี้เท่าที่ควร</p> <p>2.4 ผู้สืบทอดงานทางด้านเครื่องเงินน้อยลง</p>
3.โอกาส	<p>3.1 รัฐบาลมีนโยบายในการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างจริงจัง</p> <p>3.2 ในปัจจุบันมีหน่วยงานทั้งทางภาครัฐและเอกชน เข้ามามีบทบาททางด้านการช่วยเหลือผู้ประกอบการมากขึ้น</p> <p>3.3 กระแสสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์กำลังมาแรง เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการเสนอผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ๆ ให้กับผู้บริโภคได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น</p>
การวิเคราะห์ SWOT Analysis	รายละเอียดการวิเคราะห์

	ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
4.อุปสรรค	<p>4.1 ในปัจจุบันทองคำมีราคาสูงขึ้น ส่งผลให้เม็ดเงินมีราคาที่สูงขึ้นตามด้วย</p> <p>4.2 ผู้ประกอบการมีคู่แข่งเป็นจำนวนมาก</p> <p>4.3 ผู้บริโภคแยกแยะไม่ออกว่าผลิตภัณฑ์ไหนเป็นของผู้ประกอบการหรือคู่แข่ง</p>

ตารางที่ 6.8 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของคุณคุณประธาน ลือบุญมา

2.1.4 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของคุณเจริญ บุญตัน

การวิเคราะห์ SWOT Analysis	รายละเอียดการวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
1.จุดแข็ง	<p>1.1 ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการมีการตรวจสอบคุณภาพทุกขั้นตอนการผลิตสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค</p> <p>1.2 ผู้ประกอบการมีความรู้และถนัดทางด้านงานเครื่องเงินมานาน</p> <p>1.3 ผู้ประกอบการมีช่องทางในการจัดจำหน่ายและการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ที่แน่นอนให้กับผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศคืองานแสดงสินค้าและถนนคนเดิน</p> <p>1.4 ผู้ประกอบการมีการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับชิ้นงานที่ผู้บริโภคสั่งทำ</p> <p>1.5 ผู้ประกอบการมีสถานที่ในการผลิตอยู่ในชุมชน ทำให้ง่ายต่อการขนส่งสินค้า การกระจายสินค้า</p>
2.จุดอ่อน	<p>2.1 ผู้ประกอบการไม่มีการส่งเสริมการขายเพราะราคาของผลิตภัณฑ์เป็นราคาตายตัวอยู่แล้ว</p> <p>2.2 ผู้ประกอบการไม่สามารถควบคุมและกำหนดราคาเม็ดเงินได้</p>
	รายละเอียดการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ SWOT Analysis	ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
2. จุดอ่อน	2.3 ผู้ประกอบการไม่มีการส่งเสริมทางการตลาด และไม่มีตราสินค้า บรรลุภัณฑ์ ทำให้กิจการ ยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคมากนัก เนื่องจาก ยังไม่มีงบประมาณสนับสนุนทางด้านนี้
3. โอกาส	<p>3.1 รัฐบาลมีนโยบายในการส่งเสริมธุรกิจขนาด กลางและขนาดย่อมอย่างจริงจังมากขึ้น ทำให้ ผู้ประกอบการมีโอกาสขยายภาคการผลิตมากขึ้น ด้วย</p> <p>3.2 กระแสทางด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์ (OTOP) กำลังเป็นที่นิยม จึงเป็น โอกาสของผู้ประกอบการที่จะเสนอผลิตภัณฑ์ ชนิดใหม่ ๆ เพิ่มทางเลือกในการเลือกซื้อสินค้า ของผู้บริโภค</p> <p>3.3 รัฐบาลมีนโยบายให้หน่วยงานทั้งทางภาครัฐ และทางภาคเอกชน เข้ามามีบทบาททางด้าน การช่วยเหลือผู้ประกอบการมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นทางด้านการผลิต การจัดจำหน่าย การตลาด การประชาสัมพันธ์ การมีแหล่ง กู้ยืมเงิน เป็นต้น</p>
4. อุปสรรค	<p>4.1 ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการที่ทำการผลิต ออกมานั้น ไม่แตกต่างจากคู่แข่งมากนัก ทำให้ผู้บริโภคแยกความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ที่ผลิตออกมานั้นได้ยาก</p> <p>4.2 ผู้ประกอบการมีคู่แข่งกันในตลาดเดียวกันอยู่ เป็นจำนวนมาก</p> <p>4.3 ในช่วงที่สภาวะทางด้านเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน ทำให้ราคาเมล็ดเงินมีราคาค่อนข้างสูง</p>

ตารางที่ 6.9 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของคุณเจริญ บุญตัน

2.1.5 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของคุณอำภาพร ฟรังค์

การวิเคราะห์ SWOT Analysis	รายละเอียดการวิเคราะห์ ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
1.จุดแข็ง	<p>1.1 ผู้ประกอบการเน้นการผลิตสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยจะมีการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ด้วยตนเองก่อนจัดจำหน่ายทุกครั้ง และผลิตภัณฑ์มีรูปแบบที่หลากหลาย</p> <p>1.2 ผู้ประกอบการมีความรู้และความชำนาญทางด้านการทำเครื่องเงินมานาน</p> <p>1.3 ผู้ประกอบการมีช่องทางในการจัดจำหน่ายและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ที่แน่นอนคืองานแสดงสินค้าต่าง ๆ</p> <p>1.4 ราคาผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับความยากง่ายของผลิตภัณฑ์</p> <p>1.5 ผู้ประกอบการมีสถานที่ที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์อยู่ในแหล่งชุมชน ทำให้ง่ายต่อการกระจายสินค้า การขนส่ง และการจัดเก็บวัตถุดิบ</p> <p>1.6 ผู้ประกอบการมีบรรจุภัณฑ์เป็นถุงผ้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม</p>
2.จุดอ่อน	<p>2.1 ผู้ประกอบการไม่มีตราสินค้าของตนเอง ทำให้ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักของผู้บริโภค</p> <p>2.2 ผู้ประกอบการไม่มีการส่งเสริมการตลาดและมีช่องทางในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ที่น้อยมาก ทำให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ไปถึงลูกค้าไม่ทั่วถึง</p> <p>2.3 ผู้ประกอบการไม่สามารถทำการควบคุมและกำหนดราคาของเม็ดเงินได้ เพราะราคาเม็ดเงินบางครั้งต้องนำเข้าจากต่างประเทศ</p>
การวิเคราะห์ SWOT Analysis	รายละเอียดการวิเคราะห์

	ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
3.โอกาส	<p>3.1 รัฐบาลมีนโยบายในการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างจริงจัง</p> <p>3.2 หน่วยงานทั้งทางภาครัฐและเอกชน เข้ามามีบทบาททางด้านการช่วยเหลือผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากขึ้น</p> <p>3.3 กระแสนิยมของผู้บริโภคทางด้านผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์กำลังได้รับความนิยม</p>
4.อุปสรรค	<p>4.1 สภาพะทางด้านเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน ทำให้ราคาวัตถุดิบมีราคาสูงขึ้นกว่าเดิม</p> <p>4.2 ผู้ประกอบการมีคู่แข่งในตลาดเดียวกันอยู่เป็นจำนวนมาก</p> <p>4.3 ผลิตภัณฑ์ที่ทำการผลิตออกมานั้น ทำให้ผู้บริโภคแยกความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ที่เป็นของผู้ประกอบการและคู่แข่งได้ยาก</p>

ตารางที่ 6.10 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของคุณอำภพร พริงค์

2.1.6 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของคุณดุสิต โอมมา

การวิเคราะห์ SWOT Analysis	รายละเอียดการวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
1.จุดแข็ง	<p>1.1 ผู้ประกอบการเน้นการผลิตสินค้าที่แตกต่างจากคู่แข่ง และมีความคุณภาพ</p> <p>1.2 ผู้ประกอบการมีความรู้และความชำนาญทางด้านการทำเครื่องเงินมานาน</p> <p>1.3 ผู้ประกอบการมีช่องทางในการจัดจำหน่ายที่แน่นอนคือ มีร้านค้าของตนเอง</p> <p>1.4 ราคาผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตชิ้นงานที่ และเหมาะสมกับราคาของท้องตลาด</p>
	รายละเอียดการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ SWOT Analysis	ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
1.จุดแข็ง	1.5 ผู้ประกอบการมีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์โดยการบอกต่อของผู้บริโภคเท่านั้น 1.6 ผู้ประกอบการมีสถานที่ที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์อยู่ในแหล่งชุมชน ทำให้ง่ายต่อการกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภค
2.จุดอ่อน	2.1 ผู้ประกอบการไม่มีตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของตนเองทำให้ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคมากนัก 2.2 ผู้ประกอบการไม่มีการส่งเสริมการตลาดและมีช่องทางในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ที่น้อยมาก ทำให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ไปถึงลูกค้าไม่ทั่วถึงเท่าที่ควร 2.3 ผู้ประกอบการไม่สามารถกำหนดและควบคุมราคาของเมล็ดเงินได้
3.โอกาส	3.2 การเปิดตลาดเสรี ทำให้มีแนวโน้มการขายตัวไปสู่ตลาดใหม่ได้ดี 3.3 กระแสหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์กำลังเป็นที่สนใจของคนในสังคม จึงเป็นโอกาสของผู้ประกอบการที่จะเสนอผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ๆ และเพิ่มทางเลือกในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค
4.อุปสรรค	4.1 ผู้ประกอบการมีคู่แข่งจำนวนมากรายทั้งนี้เป็นเพราะธุรกิจเครื่องเงิน สามารถทำการลอกเลียนแบบได้ง่าย 4.2 จุดอึดตัวทางด้านการตลาดของผู้บริโภค 4.3 สถานะทางด้านเศรษฐกิจและการเมืองที่ไม่แน่นอน ทำให้ราคาวัตถุดิบมีราคาสูงขึ้น

ตารางที่ 6.11 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของคุณคูสิต โอบา

2.1.7 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของคุณเสนีย์ ไชยรัมย์

การวิเคราะห์ SWOT Analysis	รายละเอียดการวิเคราะห์ ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
1.จุดแข็ง	<p>1.1 ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการมีรูปแบบที่หลากหลาย ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค</p> <p>1.2 ผู้ประกอบการมีความรู้ในด้านการทำเครื่องเงินมานาน</p> <p>1.3 ผู้ประกอบการมีการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ทุกครั้งก่อนการจัดจำหน่ายด้วยตนเอง</p> <p>1.4 ผู้ประกอบการมีการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับท้องตลาด</p> <p>1.5 ผู้ประกอบการมีช่องทางในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์คือ มีร้านค้าเป็นของตนเอง</p> <p>1.6 สถานที่ผลิตผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการอยู่ใกล้แหล่งชุมชน จึงสามารถกระจายสินค้าไปยังแหล่งต่าง ๆ ได้สะดวกและรวดเร็ว</p> <p>1.7 ผู้ประกอบการมีตราสินค้าเป็นของตนเอง</p> <p>1.8 ในการสร้างการรับรู้ในเรื่องของผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภคนั้น ผู้ประกอบการจะนำผลิตภัณฑ์ไปแสดงตามงานต่าง ๆ เช่น งานโอท็อป งานที่ทางจังหวัดหรืออำเภอจัดขึ้น</p>
2.จุดอ่อน	<p>2.1 ผู้ประกอบการ ไม่สามารถควบคุมราคาของเม็ดเงินได้</p> <p>2.2 ผลิตภัณฑ์ที่ผู้ประกอบการผลิตออกมานั้น ไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค เพราะไม่มีการส่งเสริมการตลาด ไม่มีการส่งเสริมการขาย ดังนั้นจึงสามารถจำหน่ายได้เฉพาะตลาดล่างเท่านั้น</p> <p>2.3 ผู้ประกอบการไม่มีตราสินค้าเป็นของตนเอง ทำให้ผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นที่จดจำของผู้บริโภค</p>
	รายละเอียดการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ SWOT Analysis	ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
3.โอกาส	<p>3.1 กระแสทางด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) กำลังเป็นที่นิยม จึงเป็นโอกาสของผู้ประกอบการที่จะ เพิ่มทางเลือกในการเลือกซื้อให้กับผู้บริโภคมากขึ้น</p> <p>3.2 การขยายตัวทางเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้นในปัจจุบัน ทำให้อัตราการเติบโตในภาคการผลิตเพิ่มขึ้นไปด้วย</p> <p>3.3 รัฐบาลมีนโยบายในการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อย่างจริงจังมากขึ้น</p>
4.อุปสรรค	<p>4.1 ผู้ประกอบการมีคู่แข่งจำนวนมากราย</p> <p>4.2 สถานะทางการเมืองและเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน ทำให้มีผลกระทบต่อกระบวนการทางการผลิตของผู้ประกอบการ เช่น การผันผวนทางด้านราคาของเมล็ดเงิน ที่ผันผวนตามราคาทองคำ</p> <p>4.3 จุดอิมตัวของตลาดผู้บริโภค</p>

ตารางที่ 6.12 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของคุณเสณีย์ ไชยรังสี

2.1.8 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของคุณมานพ ชัยแก้ว

การวิเคราะห์ SWOT Analysis	รายละเอียดการวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
1.จุดแข็ง	<p>1.1 ผู้ประกอบการมีความรู้และความชำนาญในด้านการทำเครื่องเงินมานาน โดยได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ</p> <p>1.2 ผู้ประกอบการจะมีการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ทุกขั้นตอนการผลิต ด้วยตัวของผู้ประกอบการเอง</p>
การวิเคราะห์ SWOT Analysis	รายละเอียดการวิเคราะห์

	ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
<p>1.จุดแข็ง</p>	<p>1.3 ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการมีรูปแบบหลากหลาย และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเป็นอย่างดี</p> <p>1.4 ในการกำหนดราคาของผู้ประกอบการนั้นมีเหมาะสมสอดคล้องกับท้องตลาดและต้นทุนการผลิต</p> <p>1.5 ผู้ประกอบการมีช่องทางในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์คือ มีผู้บริโภคมาซื้อผลิตภัณฑ์ถึงสถานที่ผลิต</p> <p>1.6 สถานที่ผลิตผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการอยู่ในแหล่งชุมชน จึงสามารถกระจายสินค้าไปยังแหล่งต่าง ๆ ได้ง่าย</p> <p>1.7 ในการสร้างการรับรู้ในเรื่องของผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภคนั้น ผู้ประกอบการจะนำผลิตภัณฑ์ไปแสดงตามงานต่าง ๆ ตลอดจนมีการถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับหัตถกรรมเครื่องเงินสู่ชุมชนด้วย</p> <p>1.8 ผู้ประกอบการจะเป็นผู้ผลิตเครื่องเงินเองทุกขั้นตอน ทำให้เครื่องเงินที่ผลิตออกมามีมาตรฐาน</p>
<p>2.จุดอ่อน</p>	<p>2.1 ผู้ประกอบการมีการประชาสัมพันธ์ทางการตลาดและการส่งเสริมการขายค่อนข้างน้อย ทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่ค่อยเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคเท่าที่ควร</p> <p>2.2 ผู้ประกอบการไม่มีตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของตนเอง จึงทำให้สามารถจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคได้เฉพาะตลาดต่างเท่านั้น</p>
<p>การวิเคราะห์ SWOT Analysis</p>	<p>รายละเอียดการวิเคราะห์</p>

	ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
2.จุดอ่อน	2.3 ผู้ประกอบการไม่สามารถควบคุมและกำหนดราคาของเมล็ดเงินที่มีการผูกผันตามราคาทองคำได้
3.โอกาส	3.1 การขยายตัวทางเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้นในปัจจุบัน และรัฐบาลมีนโยบายในการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทำให้เปิดโอกาสทางการผลิตและการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้นไปด้วย 3.2 ในปัจจุบันกระแสทางด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์กำลังมาแรง จึงเป็นโอกาสอันดีที่ผู้ประกอบการจะมีโอกาสหาลูกค้ารายใหม่ ๆ
4.อุปสรรค	4.1 ผู้ประกอบการมีคู่แข่งทางด้านการค้าจำนวนมากราย 4.2 ผลิตภัณฑ์มีการเลียนแบบได้ง่าย ทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องสร้างความแตกต่างทางด้านผลิตภัณฑ์ 4.3 สภาวะทางการเมืองและเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน ทำให้มีผลต่อการผูกผันทางด้านราคาของวัตถุดิบของผู้ประกอบการ

ตารางที่ 6.13 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของคุณมานพ ชัยแก้ว

2.1.9 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของคุณชวลิต สัตว์ต่อชาติ

การวิเคราะห์ SWOT Analysis	รายละเอียดการวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
1.จุดแข็ง	1.1 ผู้ประกอบการเน้นการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อฝึกฝนฝีมือ และเพื่อสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น 1.2 ผู้ประกอบการมีความรู้และความเชี่ยวชาญทางด้านงานเครื่องเงินมานาน
	รายละเอียดการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ SWOT Analysis	ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
1.จุดแข็ง	<p>1.3 ผู้ประกอบการมีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าทุกขั้นตอนการผลิต</p> <p>1.4 สถานที่ในการผลิตอยู่ในแหล่งชุมชน ทำให้ง่ายต่อการขนส่งวัตถุดิบและกระจายผลิตภัณฑ์ไปตามแหล่งต่างๆ การจัดจำหน่าย</p> <p>1.5 ผู้ประกอบการมีช่องทางในและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ผ่านทางร้านค้า งานแสดงสินค้าตามสถานที่ต่างๆ และถนนคนเดินวัวลาย</p>
2. จุดอ่อน	<p>2.1 ผู้ประกอบการไม่มีตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของตนเอง ทำให้ขาดรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์</p> <p>2.2 ผู้ประกอบการไม่มีการส่งเสริมทางการตลาด ทำให้ผู้บริโภคทราบข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์น้อย</p> <p>2.3 ผู้ประกอบการไม่มีการส่งเสริมการขาย เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่สั่งทำจากลูกค้าโดยตรงอยู่แล้ว</p>
3.โอกาส	<p>3.1 รัฐบาลมีนโยบายในการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลาง ธุรกิจขนาดย่อม และสินค้า OTOP อย่างจริงจัง ทำให้ผู้ประกอบการมีโอกาสในการขยายการผลิตผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น</p> <p>3.2 หน่วยงานทั้งทางภาครัฐและเอกชน เข้ามามีบทบาททางด้านการช่วยเหลือผู้ประกอบการมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นด้านการผลิต การตรวจสอบคุณภาพสินค้า การจัดจำหน่าย เป็นต้น</p>
4.อุปสรรค	4.1 ผู้ประกอบการมีคู่แข่งขึ้นทางการค้าและคู่แข่งขึ้นในระดับตลาดหมู่บ้านอยู่เป็นจำนวนมาก
การวิเคราะห์ SWOT Analysis	รายละเอียดการวิเคราะห์

	ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
	4.2 ในสถานะทางด้านการเมืองและเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน ทำให้ผู้ประกอบการต้องเสียค่าใช้จ่ายในการซื้อวัตถุดิบที่สูงมากขึ้นกว่าเดิม

ตารางที่ 6.14 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของคุณชลดกาด ตั้วต่อชาติ

2.1.10 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของคุณเอกชัย ถวิลวิศาล

การวิเคราะห์ SWOT Analysis	รายละเอียดการวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
1.จุดแข็ง	<p>1.1 ผลผลิตของผู้ประกอบการมีมาตรฐานตรงกับความต้องการของผู้บริโภค</p> <p>1.2 ผู้ประกอบการมีความรู้ความชำนาญในด้านงานเครื่องเงิน</p> <p>1.3 ผู้ประกอบการมีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าทุกขั้นตอนการผลิต</p> <p>1.4 ผู้ประกอบการมีการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับท้องตลาด</p> <p>1.5 ผู้ประกอบการมีช่องทางในการจัดจำหน่ายและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ่านทางตลาดอนุสาร ในที่บราซัง และงานแสดงสินค้าตามงานต่าง ๆ เช่น เมืองทองธานี</p> <p>1.6 สถานที่ผลิตผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการอยู่ใกล้แหล่งชุมชน จึงสามารถกระจายสินค้าไปยังแหล่งต่าง ๆ ได้สะดวกและตรงเวลา</p>
2.จุดอ่อน	2.1 ผู้ประกอบการไม่มีการส่งเสริมการขายและการส่งเสริมทางการตลาด ทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่เป็นที่รู้จักมากนัก และไม่สามารถที่จะดึงดูดใจผู้บริโภคได้
การวิเคราะห์ SWOT Analysis	รายละเอียดการวิเคราะห์

	ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
2.จุดอ่อน	<p>2.2 ผู้ประกอบการไม่มีตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของตนเอง ทำให้การรับรู้ทางด้านตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคไม่ทั่วถึงและมีน้อยตามไปด้วย</p> <p>2.3 ผลผลิตที่ผู้ประกอบการผลิตออกมานั้นสามารถจำหน่ายให้กับผู้บริโภคได้เฉพาะตลาดล่างเท่านั้น</p>
3.โอกาส	<p>3.1 รัฐบาลมีนโยบายในการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทำให้การขยายตัวทางเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้น เปิดโอกาสทางการผลิตมากขึ้นตามไปด้วย</p> <p>3.2 มีหน่วยงานทั้งทางภาครัฐและเอกชน เข้ามาจับตลาดทางด้านความช่วยเหลือแก่ผู้ประกอบการมากขึ้น ทั้งทางด้านการผลิตและการจัดจำหน่าย</p>
4.อุปสรรค	<p>4.1 ผู้ประกอบการมีคู่แข่งจำนวนมากภายในตลาดเดียวกัน</p> <p>4.2 สภาวะทางการเมืองและเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน ทำให้มีผลกระทบต่อกระบวนการทางการผลิตของผู้ประกอบการ ไม่ว่าจะเป็นผลผันทางด้านราคาของวัตถุดิบ การขนส่ง</p> <p>4.3 สินค้าเลียนแบบได้ง่าย ทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องสร้างความแตกต่างทางด้านผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคมากขึ้นกว่าเดิม</p>

ตารางที่ 6.15 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของคุณเอกชัย ฤทธิวิศาล