

บทที่ 6

วิเคราะห์การประยุกต์พระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ในงานหัตถกรรมสาขาเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบของจังหวัดเชียงใหม่

การวิเคราะห์เกี่ยวกับการประยุกต์ใช้พระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นในงานหัตถกรรมสาขาเครื่องปั้นดินเผาของจังหวัดเชียงใหม่ นั้น เป็นการวิเคราะห์จากประเด็นที่ได้ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ทางผู้ประกอบการและส่วช่างเครื่องปั้นดินเผา ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์ในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. การวิเคราะห์การประยุกต์ใช้พระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นในงานหัตถกรรมสาขาเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบของจังหวัดเชียงใหม่
2. การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ในการบริหารธุรกิจหัตถกรรมสาขาเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบ

1. วิเคราะห์การประยุกต์ใช้พระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นในงานหัตถกรรมสาขาเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบของจังหวัดเชียงใหม่

ในการคิดค่าร้อยละในส่วนการวิเคราะห์การประยุกต์ใช้พระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นในงานหัตถกรรมสาขาเครื่องปั้นดินเผาฯ ของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีการใช้ค่าร้อยละ เข้ามาช่วยในการวิเคราะห์หัตถกรรมสาขาเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบของจังหวัดเชียงใหม่ เพราะอัตราร้อยละ เป็นสถิติที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย ทั้งการวิจัย การศึกษา หรือโดยเฉพาะนิสิต นักศึกษาทำวิจัย วิทยานิพนธ์ และมักใช้สำหรับการเปรียบเทียบว่าปริมาณหนึ่ง ๆ มีขนาดเท่าไร โดยประมาณเมื่อเทียบกับอีกปริมาณหนึ่ง ซึ่งปริมาณอย่างแรกมักเป็นส่วนย่อยหรือเป็นการเปลี่ยนแปลงของปริมาณอย่างหลัง โดยใช้เกณฑ์การหาสัดส่วนร้อยละอย่างง่าย ดังนี้

$$X = \frac{Y}{P} \times 100$$

P

โดย X = ค่าร้อยละ

Y = ความถี่ที่ต้องการแปลค่าให้เป็นร้อยละ

P = จำนวนความถี่ทั้งหมด (จำนวนผู้ประกอบการหัตถกรรม

สาขาเครื่องปั้นดินเผาฯ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 11 คน)

1.1 เศรษฐกิจพอเพียงในการผลิตสินค้า

สำหรับเศรษฐกิจพอเพียงในการผลิตสินค้า มีประเด็นที่นำมาวิเคราะห์การประยุกต์ใช้พระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตหัตถกรรมสาขาเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบ ประกอบไปด้วยการจัดหาวัตถุดิบ การจ้างแรงงาน วิธีการผลิตงานหัตถกรรมสาขาเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบ การบริหารจัดการด้านสถานที่ในการผลิต ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

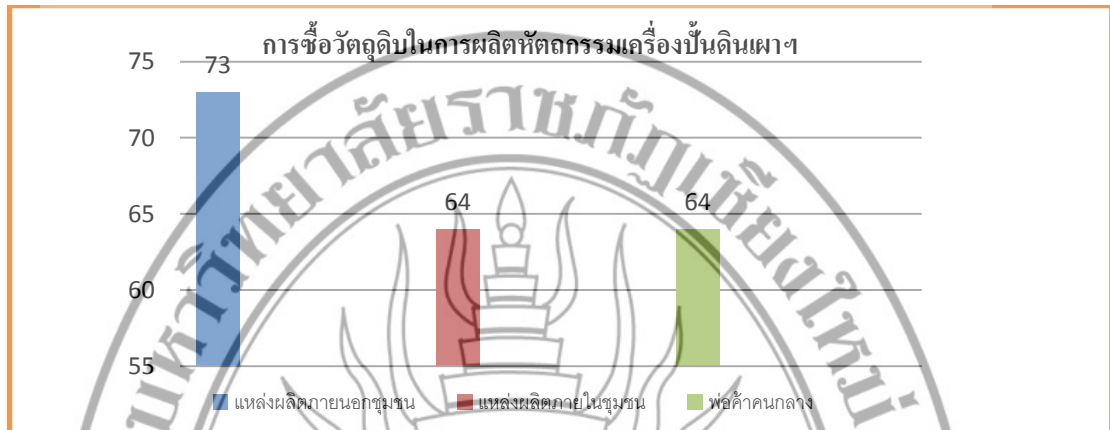
1.1.1 การจัดหาวัตถุดิบในการจัดหาวัตถุดิบเพื่อนำมาผลิตหัตถกรรมสาขาเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบนั้น ผู้ประกอบการมีการจัดซื้อจากแหล่งต่าง ๆ ซึ่งลักษณะการซื้อวัตถุดิบของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาเครื่องปั้นดินเผานั้น มีการนำแนวคิดทางด้านเศรษฐกิจพอเพียงเข้ามาประยุกต์ใช้กับการจัดซื้อด้วย ดังตารางที่ 6.1

รายชื่อผู้ประกอบการ หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาฯ	แหล่งผลิตภายนอก เขตชุมชน	แหล่งผลิตภายในเขต ชุมชน	พ่อค้าคนกลาง
1. คุณวิภาดาญจน์ เกี่ยวการค้า	*	*	*
2. คุณดารุณี นันโท	*	*	-
3. คุณสงวน ศิริลาพา	*	*	*
4. คุณกมลวรรณ กิติ	*	*	-
5. คุณสมนึก ชัยตามล	*	-	-
6. คุณบัวแก้ว ศรีจันทร์	-	-	*
7. คุณจุติตรา ศรีจันทร์	*	-	-
8. คุณอัมพร สมมาธิ	-	*	*
9. คุณจันทร์ สืบสุริยะ	-	*	*
10. คุณถวิล ปะมาละ	*	*	*
11. คุณกานดา กาญจนกร	*	-	*
รวมร้อยละ	73	64	64

ตารางที่ 6.1 การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงในการเลือกสรรวัตถุดิบ

จากตารางที่ 6.1 จะสังเกตได้ว่าผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่ซื้อวัตถุดิบจากแหล่งภายนอกเขตชุมชนมีอัตราร้อยละ 73 วัตถุดิบที่จัดซื้อได้แก่ดินเหนียว ดินดำ มาจากอำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน ส่วนการจัดซื้อวัตถุดิบจากแหล่งผลิตภายในชุมชนคิดเป็นร้อยละ 64 ส่วนวัตถุดิบและอุปกรณ์ที่จัดซื้อ คือ สีน้ำ สีพลาสติก ดินเหนียว ดินดำ

บ้านป่าตาล ตำบลสันผักหวาน อำเภอดง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นดินจากผู้ประกอบอาชีพทำอัฐมอญ โดยจะแบ่งขายดินที่โม่แล้วให้กับผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา และวัตถุดิบที่รับมาจากพ่อค้าคนกลางหรือผู้ว่าจ้าง คิดเป็นร้อยละ 64 ตามลำดับ



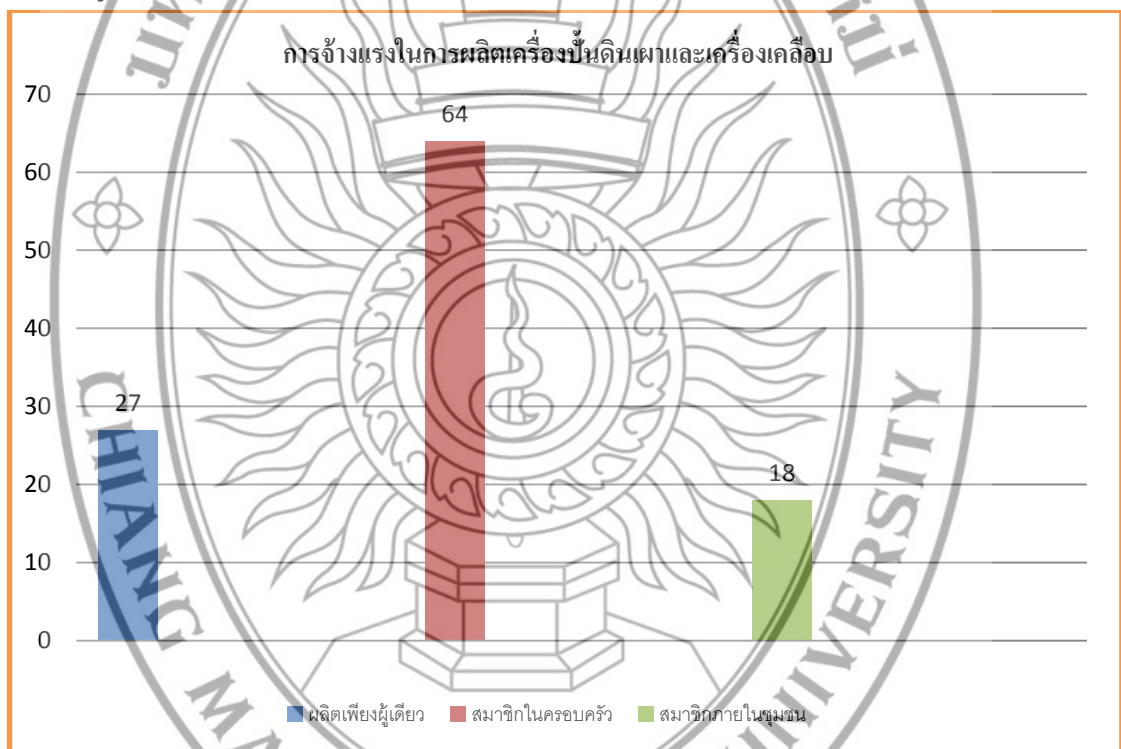
แผนภูมิที่ 6.1 แหล่งวัตถุดิบในการหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบ

1.1.2 การจ้างแรงงานในการผลิตหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ในการผลิตหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผานั้น ผู้ประกอบการบางรายจะมีการบริหารงานเป็นกลุ่มและบริหารงานเพียงคนเดียว ซึ่งแรงงานที่เข้ามาช่วยในกระบวนการผลิตของผู้ประกอบการนั้น เป็นสมาชิกภายในครอบครัว สมาชิกภายในชุมชน และผู้ว่าจ้าง ซึ่งสามารถสรุปรายละเอียดได้ดังตารางที่ 6.2

รายชื่อผู้ประกอบการ หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา	การจ้างแรงงานในการผลิตเครื่องปั้นดินเผา		
	ผลิตเพียงผู้เดียว	สมาชิกในครอบครัว	สมาชิกภายในชุมชน
1. คุณวิภาดาญจน์ เกี่ยวการค้า	-	*	-
2. คุณคารุณี นันโท	-	-	*
3. คุณสงวน ศิริลาพา	-	*	-
4. คุณกมลวรรณ กิติ	*	-	-
5. คุณสมนึก ชัยตามล	-	*	*
6. คุณบัวแก้ว ศรีจันทร์	*	-	-
7. คุณจุติตรา ศรีจันทร์	-	*	-
8. คุณอัมพร สมานธิ	-	*	-
9. คุณจันทร์ สืบสุริยะ	*	-	-
10. คุณถวิล ปะมาละ	-	*	-
11. คุณกานดา กาญจนกร	-	*	-
รวมร้อยละ	27	64	18

ตารางที่ 6.2 การจ้างแรงงานในการผลิตเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบ

จากตารางที่ 6.2 จะเห็นได้ว่า การจ้างแรงงานในการผลิตเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบ ส่วนใหญ่เป็นแรงงานภายในครอบครัวคิดเป็นร้อยละ 64 รองลงมาเป็นการผลิตเพียงผู้เดียว คิดเป็นร้อยละ 27 และการจ้างแรงงานภายในชุมชนคิดเป็นร้อยละ 18 ตามลำดับ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบ ทำให้ทราบว่าเหตุผลที่จ้างแรงงาน เพราะเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในการจ้างแรงงาน ส่วนการจ้างแรงงานในท้องถิ่น เนื่องจากส่วนใหญ่มีความสนิทสนม และไว้วางใจเป็นเดิมทุนแล้ว จึงทำให้ทราบว่าการทำงานนั้นไม่มีปัญหาสามารถทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ทำให้สินค้าที่ทำการผลิตออกมานั้นมีคุณภาพ ซึ่งข้อมูลเปรียบเทียบร้อยละของการจ้างแรงงานที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจพอเพียง ดังแผนภูมิที่ 6.2



แผนภูมิที่ 6.2 การจ้างแรงงานในการผลิตหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบ

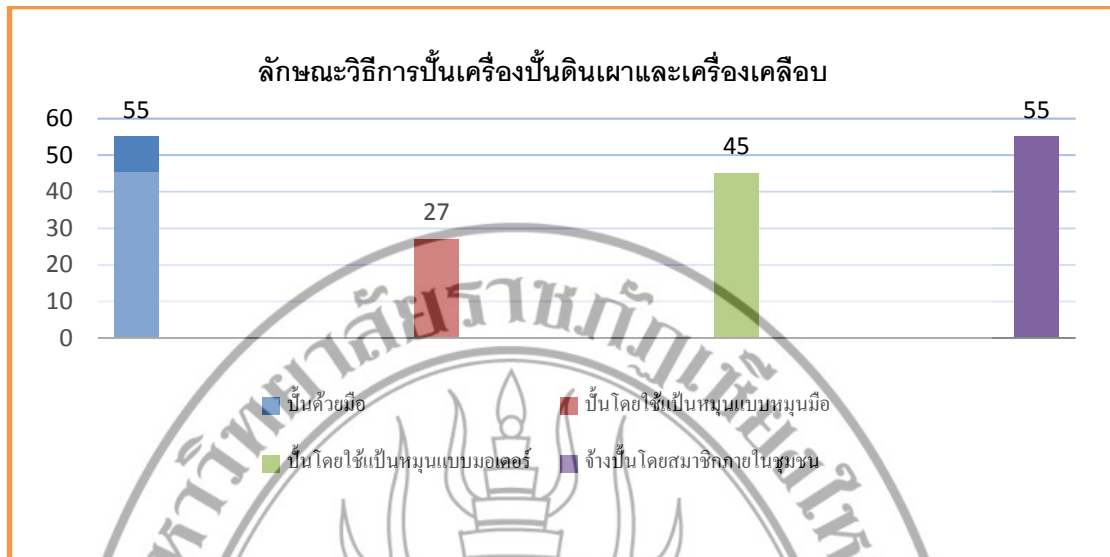
1.1.3 วิธีการผลิตหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ผู้ประกอบการมีลักษณะในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา โดยในการผลิตหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผานั้น มีการจ้างแรงงานที่มีทั้งสมาชิกภายในครอบครัว สมาชิกภายในชุมชน และลูกจ้าง ซึ่งกระบวนการผลิตหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา มีตั้งแต่การใช้เป็นหมุนทั้งแบบหมุนมือและมอเตอร์ หรือปั้นด้วยมือ รวมทั้งการจ้างผู้อื่นปั้น หรือด้วยวิธีการผลิตอื่น ๆ ในกระบวนการผลิตหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบนั้น ผู้ประกอบการอาจมีกรรมวิธีที่ผลิตคล้าย ๆ กัน แล้วแต่อัตลักษณ์

ของแต่ละบุคคล โดยในการผลิตมีการนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้าร่วมในการผลิตด้วย และเป็นแนวทางหนึ่งที่แสดงถึงความพอเพียงที่สอดคล้องกับหลักปรัชญาแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ตามทัศนะของผู้ประกอบการที่สามารถดำรงชีวิตในลักษณะความพอเพียงในแบบของแต่ละบุคคล ดังตารางที่ 6.3

รายชื่อผู้ประกอบการ หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาฯ	วิธีการผลิตเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบ			จ้างผู้อื่นปั้น
	ผลิตเอง			
	ปั้นด้วยมือ	ปั้นโดยใช้เป็นหมุนแบบหมุนมือ	ปั้นโดยใช้เป็นหมุนแบบมอเตอร์	จ้างปั้นโดยสมาชิกภายในชุมชน
1. คุณวิกรกาญจน์ เกี่ยวการค้า	-	-	*	*
2. คุณดารุณี นันโท	-	-	*	*
3. คุณสงวน ศิริลาพา	*	-	-	*
4. คุณกมลวรรณ กิติ	*	-	-	*
5. คุณสมนึก ชัยตามล	*	-	*	*
6. คุณบัวแก้ว ศรีจันทร์	-	*	-	-
7. คุณจุติรา ศรีจันทร์	-	*	-	-
8. คุณอัมพร สมานธิ	*	-	-	-
9. คุณจันทร์ สืบสุริยะ	-	-	*	-
10. คุณฉวีล ปะมาละ	*	-	-	-
11. คุณกานดา กาญจนกร	*	*	*	*
รวมร้อยละ	55	27	45	55

ตารางที่ 6.3 ลักษณะวิธีการผลิตเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบ

จากตารางที่ 6.3 เห็นได้ว่าการผลิตเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบนั้น จะนิยมใช้วิธีการผลิตเอง โดยใช้วิธีการปั้นด้วยมือ(การปั้นตุ๊กตา) และการจ้างผู้อื่นปั้น ซึ่งจะเป็นสมาชิกภายในชุมชน ส่วนสินค้าที่จ้างผู้อื่นปั้นนั้น จะเป็นการปั้นน้ำต้นที่ต้องใช้แป้นหมุนแบบมอเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 55 รองลงมาเป็นการผลิตเอง โดยใช้แป้นหมุนแบบมอเตอร์คิดเป็นร้อยละ 45 และการผลิตเอง โดยใช้แป้นหมุนแบบหมุนมือ คิดเป็นร้อยละ 24 ซึ่งข้อมูลเปรียบเทียบค่าร้อยละของลักษณะวิธีการผลิตเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบ มีความสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ดังแผนภูมิที่ 6.3



แผนภูมิที่ 6.3 ลักษณะวิธีการผลิตหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบ

1.1.4 การบริหารจัดการสถานที่ในการปฏิบัติงาน ในการบริหารสถานที่ในการปฏิบัติงานนั้น ทางผู้ประกอบการหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ได้จัดสรรสถานที่ที่ใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อให้สอดคล้องกับหลักเศรษฐกิจพอเพียงของผู้ประกอบการ ดังตารางที่ 6.4

รายชื่อผู้ประกอบการ หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา	สถานที่ในการผลิตและจำหน่ายเครื่องปั้นดินเผา	
	บ้าน	สถานที่ของผู้ว่าจ้าง
1. คุณจิรกาญจน์ เกี่ยวการค้า	*	-
2. คุณดารุณี นันโท	*	-
3. คุณสงวน ศิริลาพา	*	-
4. คุณกมลวรรณ กิติ	*	-
5. คุณสมนึก ชัยตามล	*	-
6. คุณบัวแก้ว ศรีจันทร์	*	-
7. คุณจุจิตรา ศรีจันทร์	*	-
8. คุณอัมพร สมาริ	*	-
9. คุณจันทร์ สืบสุริยะ	-	*
10. คุณถวิล ปะมาละ	*	-
11. คุณกานดา กาญจนกร	-	*
รวมร้อยละ	82	18

ตารางที่ 6.4 การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงในบริหารสถานที่ในการปฏิบัติงาน
ของหัตถกรรมสาขาเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบ

จากตารางที่ 6.4 เห็นได้ว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่นิยมใช้บ้านเป็นสถานที่ในการปฏิบัติงานคิดเป็นร้อยละ 82 รองลงมาเป็นการใช้สถานที่ในการปฏิบัติงานของผู้ว่าจ้างคิดเป็นร้อยละ 18 จึงสามารถสรุปได้ว่าในเรื่องการลงทุนในการจัดหาสถานที่ที่ใช้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาของผู้ประกอบการมีแนวโน้มสอดคล้องกับเศรษฐกิจพอเพียงคือการรู้จักพื้นที่ที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุดและลดภาระค่าใช้จ่ายในการเช่าสถานที่ด้วย



แผนภูมิที่ 6.4 การเปรียบเทียบสถานที่ในการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ
หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบ

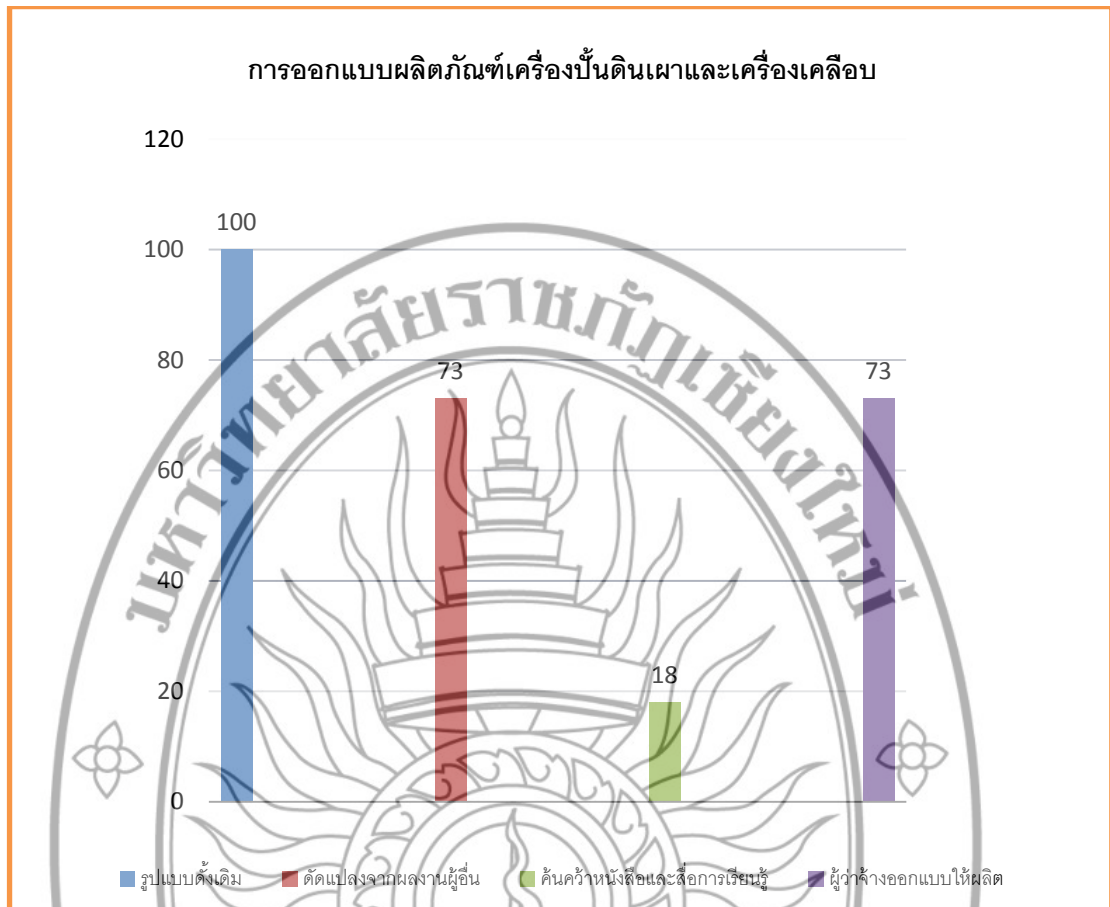
1.1.5 การออกแบบผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา

การออกแบบผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผานั้นถือว่าเป็นกระบวนการที่สำคัญของการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ซึ่งการออกแบบต้องใช้ความรู้ ความเชี่ยวชาญ และความคิดสร้างสรรค์ทางด้านต่าง ๆ มาประกอบกันเพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ทางด้านหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบให้มีความแตกต่างสวยงามและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและท้องตลาดให้ได้มากที่สุด สำหรับผู้ประกอบการหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ได้กล่าวถึง การออกแบบผลิตภัณฑ์ ดังตารางที่ 6.5

รายชื่อผู้ประกอบการหัตถกรรม เครื่องปั้นดินเผาฯ	การออกแบบผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบ			
	รูปแบบ ดั้งเดิม	ดัดแปลงจาก ผลงานผู้อื่น	ค้นคว้าจากหนังสือ และสื่อการเรียนรู้ ต่างๆ	ผู้ว่าจ้าง ออกแบบ ให้ผลิต
1. คุณวิกรกาญจน์ เกี่ยวการค้า	*	*	-	*
2. คุณดารุณี นันโท	*	*	-	*
3. คุณสงวน ศิริลาพา	*	*	-	-
4. คุณกมลวรรณ กิติ	*	*	*	*
5. คุณสมนึก ชัยตามล	*	*	*	*
6. คุณบัวแก้ว ศรีจันทร์	*	-	-	-
7. คุณจุติตรา ศรีจันทร์	*	-	-	-
8. คุณอัมพร สมานธิ	*	*	-	*
9. คุณจันทร์ สืบสุริยะ	*	*	-	*
10. คุณถวิล ปะมาละ	*	*	-	*
11. คุณกานดา กาญจนการ	*	-	-	*
รวมร้อยละ	100	73	18	73

ตารางที่ 6.5 การออกแบบผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ
เครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบ

จากตารางที่ 6.5 จะเห็นได้ว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบของผู้ประกอบการการนั้น จะยึดตามแบบดั้งเดิม (ลายเชือกทาบ ลายกันขวด) คิดเป็นร้อยละ 100 เพราะเป็นลวดลายดั้งเดิมที่มีความสวยงาม และผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังคงชื่นชอบในผลงานนี้อยู่ รองลงมาเป็นการออกแบบโดยดัดแปลงจากผลงานผู้อื่นและผู้ว่าจ้างออกแบบให้ผลิตคิดเป็นร้อยละ 73 เท่ากัน ส่วนการค้นคว้าจากหนังสือและสื่อการเรียนรู้ต่าง ๆ นั้นคิดเป็นร้อยละ 18 ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างจากกลุ่มอื่น ๆ ที่ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ง่าย เช่น การทำเครื่องเคลือบโบราณของคุณสมนึก และการปั้นพระโป่งของคุณกมลวรรณ ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ในแต่ละครั้งนั้น ผู้ประกอบการต้องหารูปภาพและข้อมูลในการผลิตทั้งที่เป็นหนังสือ และสื่อต่าง ๆ เพื่อนำมาสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่าง โดยในการศึกษาข้อมูลต่าง ๆ นั้น ยังคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ของผลงาน และของแต่ละคนไว้ ซึ่งสามารถเปรียบเทียบร้อยละการออกแบบผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบ ดังแผนภูมิที่ 6.5



แผนภูมิที่ 6.5 การออกแบบผลิตภัณฑ์ผู้ประกอบการ
เครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบ

1.2 เศรษฐกิจพอเพียงกับการบริหารจัดการด้านการตลาด

ประเด็นที่นำมาวิเคราะห์การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงกับการบริหารจัดการด้านการตลาดนั้น ประกอบไปด้วยการกำหนดราคาให้ถูกรวมเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบ ช่องทางในการจัดจำหน่าย และการประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

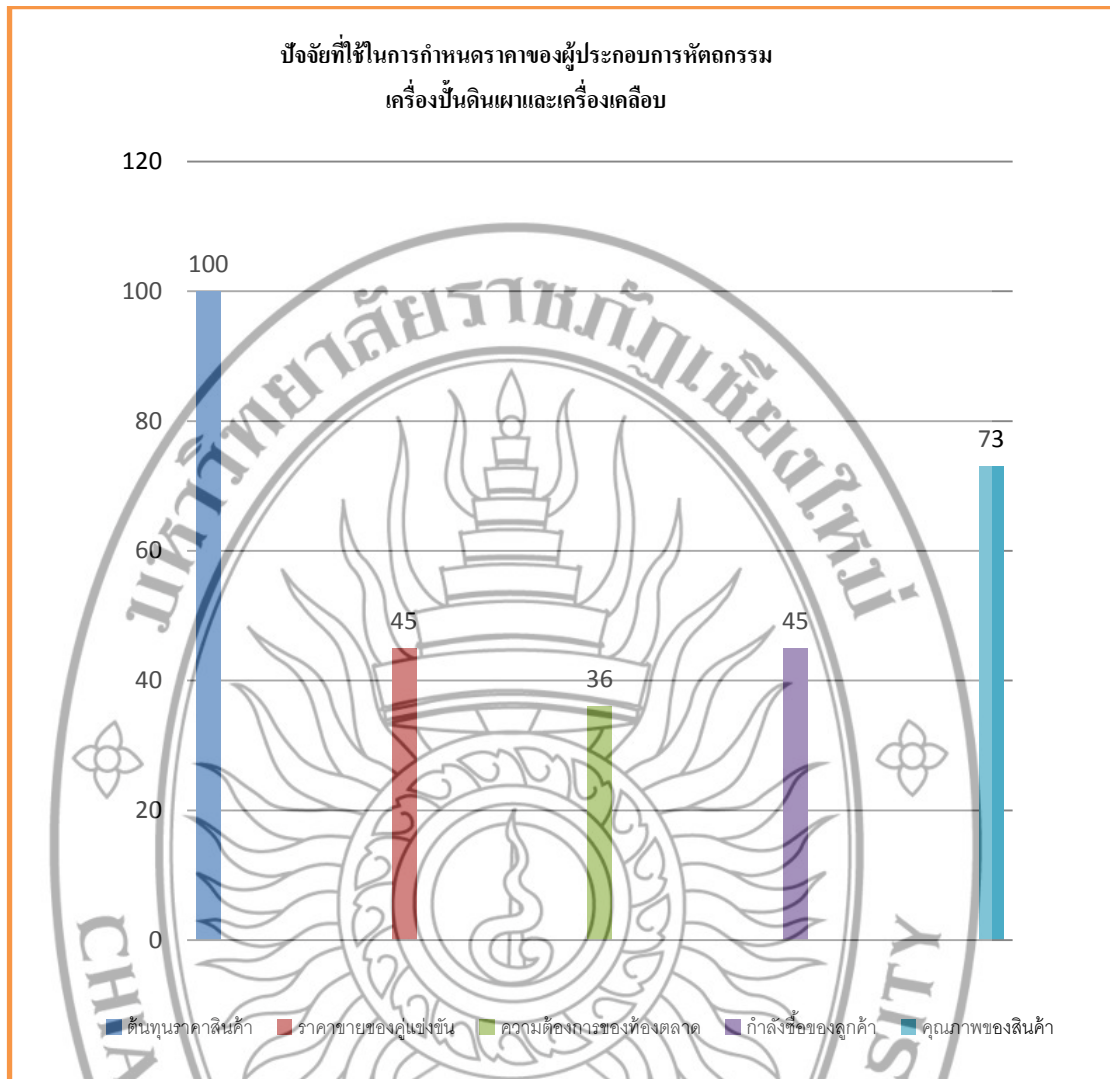
1.2.1 การกำหนดราคาให้ถูกรวมเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบ

การกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ ถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับทุกธุรกิจ ในการกำหนดราคาของผู้ประกอบการให้ถูกรวมเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบนั้น สอดคล้องกับหลักเศรษฐกิจพอเพียงที่ว่าพออยู่พอกิน ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการให้ถูกรวมเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบ เป็นผู้ที่กำหนดราคาเอง โดยราคาที่กำหนดนั้น เป็นราคาที่มีความยุติธรรมต่อผู้บริโภค และเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน ซึ่งพิจารณาจากปัจจัยหลาย ๆ ด้านรวมกันสามารถอธิบายได้ตามดังตารางที่ 6.6

รายชื่อผู้ประกอบการ หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา	ปัจจัยที่ใช้พิจารณาในการกำหนดราคาสินค้าของผู้ประกอบการ หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบ				
	ต้นทุนราคา สินค้า	ราคาขายของ คู่แข่งชั้น	ความต้องการ ของท้องตลาด	กำลังซื้อ ของลูกค้า	คุณภาพ สินค้า
1. คุณวิกรกาญจน์ เกี่ยวการค้า	*	-	*	-	*
2. คุณดารุณี นันโท	*	-	-	*	*
3. คุณสงวน ศิริลาพา	*	*	*	-	*
4. คุณกมลวรรณ กิติ	*	*	-	-	-
5. คุณสมนึก ชัยตามล	*	*	*	*	*
6. คุณบัวแก้ว ศรีจันทร์	*	-	-	-	*
7. คุณจุติตรา ศรีจันทร์	*	-	-	*	-
8. คุณอัมพร สมาริ	*	*	-	-	-
9. คุณจันทร์ สืบสุริยะ	*	-	-	*	*
10. คุณฉวีล ปะมาละ	*	-	-	*	*
11. คุณกานดา กาญจนากร	*	*	*	-	*
ร้อยละ	100	45	36	45	73

ตารางที่ 6.6 ปัจจัยที่ใช้ในการกำหนดราคาของผู้ประกอบการหัตถกรรม
เครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบ

จากตารางที่ 6.6 เห็นว่าในการกำหนดราคาของผู้ประกอบการหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบ ผู้ประกอบเป็นผู้กำหนดราคาเอง โดยพิจารณาจากต้นทุนราคาสินค้า คิดเป็นร้อยละ 100 เนื่องจากผู้ประกอบการมีต้นทุนในการกำหนดราคาสินค้าต่ำ ทำให้สามารถตั้งราคาได้ถูกกว่าคู่แข่งชั้นในท้องตลาดเดียวกัน รองลงมาเป็นการกำหนดราคา โดยพิจารณาจากคุณภาพของสินค้า คิดเป็นร้อยละ 73 ส่วนการพิจารณาจากปัจจัยกำลังซื้อของลูกค้า และราคาขายของกลุ่มแข่งขัน คิดเป็นร้อยละ 45 และพิจารณาจากความต้องการของท้องตลาด คิดเป็นร้อยละ 36 ตามลำดับ ซึ่งในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบนั้น ทำให้ทราบว่า ในการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์นั้น ผู้ประกอบได้มีการนำเอาหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ด้วย ซึ่งในการกำหนดราคาของผู้ประกอบการยึดหลักคุณธรรมคือ มีการกำหนดราคาที่มีความซื่อสัตย์และสุจริตต่อผู้บริโภค ไม่เบียดเบียนผู้บริโภค สามารถแจกแจงได้ตามแผนภูมิที่ 6.6



แผนภูมิที่ 6.6 ปัจจัยที่ใช้ในการกำหนดราคาของผู้ประกอบการ
หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบ

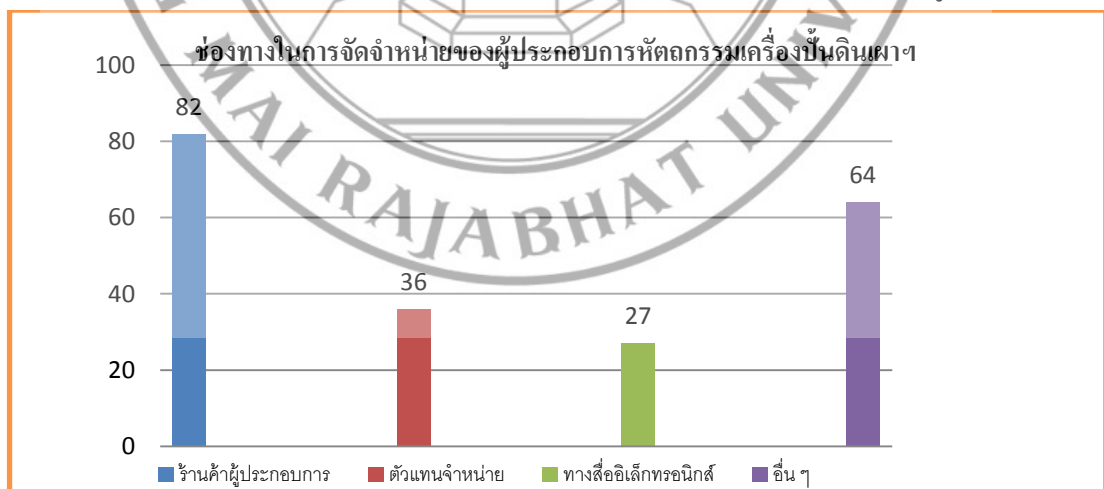
1.2.2 ช่องทางในการจัดจำหน่ายหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา

สำหรับช่องทางในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ถือว่าเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อธุรกิจของผู้ประกอบการหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบเป็นอย่างมาก โดยช่องทางในการจัดจำหน่ายที่ผู้ประกอบการหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบใช้นั้นมีอยู่หลายทางด้วยกัน ซึ่งในที่นี้เป็นการเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของการกระจายสินค้าจากผู้ประกอบการไปสู่ผู้บริโภค โดยผู้ประกอบการเองได้มีการนำเอาหลักปรัชญาแนวคิดพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเข้ามาประยุกต์ใช้กับธุรกิจด้วยตัว สามารถจำแนกรายละเอียดได้ดังตารางที่ 6.7

รายชื่อผู้ประกอบการหัตถกรรม เครื่องปั้นดินเผา	แหล่งในการกระจายหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ไปยังผู้บริโภค			
	ร้านค้า ผู้ประกอบการ	ตัวแทนจำหน่าย	สื่ออิเล็กทรอนิกส์	อื่น ๆ
1. คุณวิกรกาญจน์ เกี่ยวการค้า	*	*	-	-
2. คุณคารุณี นันโท	*	-	-	*
3. คุณสงวน ศิริลาพา	*	-	-	*
4. คุณกมลวรรณ กิติ	*	*	*	-
5. คุณสมนึก ชัยตามล	-	*	*	*
6. คุณบัวแก้ว ศรีจันทร์	*	-	-	-
7. คุณจุติตรา ศรีจันทร์	*	-	-	-
8. คุณอัมพร สมานธิ	*	-	-	*
9. คุณจันทร์ สืบสุริยะ	*	-	-	*
10. คุณถวิล ปะมาละ	-	-	-	*
11. คุณกานดา กาญจนการ	*	*	*	*
ร้อยละ	82	36	27	64

ตารางที่ 6.7 ช่องทางในการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา

จากตารางที่ 6.7 จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นร้านค้าของผู้ประกอบการเองไปยังผู้บริโภคถึงร้อยละ 82 รองลงมาเป็นการจัดจำหน่ายโดยวิธีอื่นๆ ได้แก่งานแสดงสินค้าต่าง ๆ ถนนคนเดิน คิดเป็นร้อยละ 64 ส่วนการจัดจำหน่ายสินค้า โดยตัวแทนจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 36 และการจัดจำหน่ายผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Internet) คิดเป็นร้อยละ 27 ตามลำดับ สามารถแจกแจงเป็นแผนภูมิที่ 6.7



แผนภูมิที่ 6.7 ช่องทางในการจัดจำหน่ายหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา

1.2.3 การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา

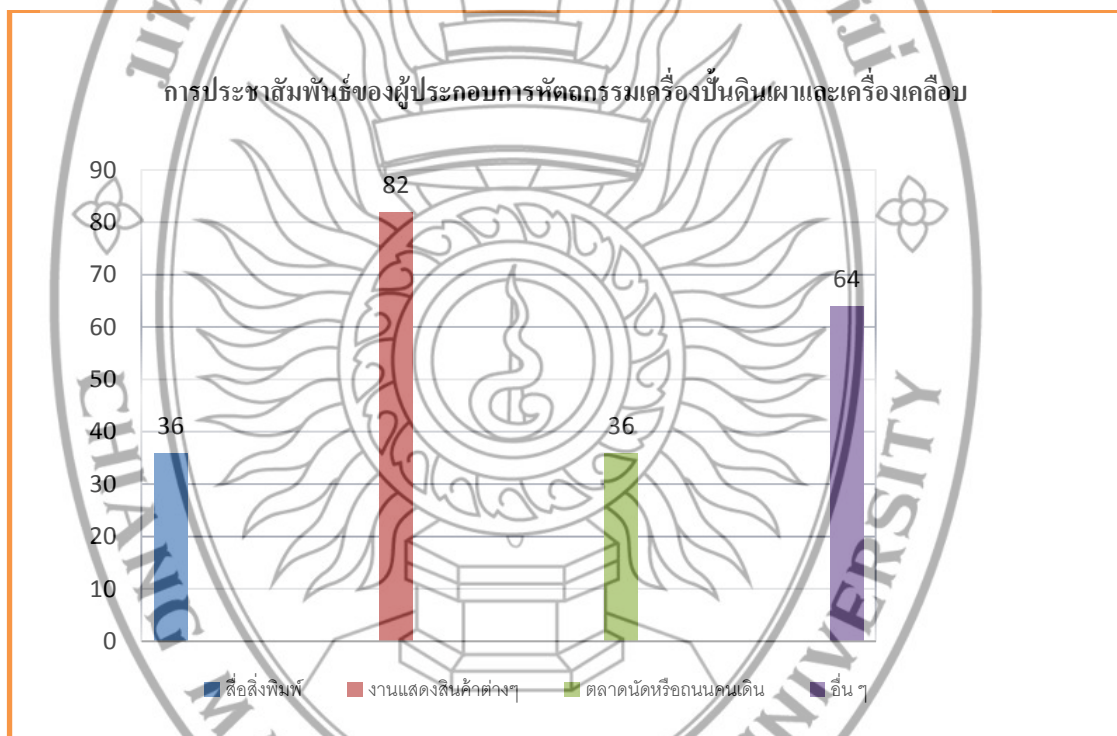
การประชาสัมพันธ์ ถือว่าเป็นกิจกรรมทางการตลาดที่มีความจำเป็นและความสำคัญสำหรับผู้ประกอบการหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบ เพราะทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นทางด้านของตัวผลิตภัณฑ์เอง ด้านตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น ตลอดจนการทำประชาสัมพันธ์ยังช่วยเพิ่มยอดขายการสั่งซื้อหรือการขาย และในทีนี้เป็นการเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เพื่อจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการ ดังตารางที่ 6.8

รายชื่อผู้ประกอบการหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ฯ	การประชาสัมพันธ์ของผู้ประกอบการหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ฯ			
	สื่อสิ่งพิมพ์	งานแสดงสินค้าต่าง ๆ	ตลาดนัดหรือถนนคนเดิน	อื่น ๆ
1. คุณวิกรกาญจน์ เกี่ยวการค้า	-	*	*	*
2. คุณดารุณี นันโท	-	*	*	*
3. คุณสงวน ศิริลาพา	*	*	*	-
4. คุณกมลวรรณ กิติ	*	*	*	-
5. คุณสมนึก ชัยตามล	*	-	-	*
6. คุณบัวแก้ว ศรีจันทร์	-	*	-	-
7. คุณจุจิตรา ศรีจันทร์	-	*	-	-
8. คุณอัมพร สมาน	-	*	-	*
9. คุณจันทร์ สืบสุริยะ	-	*	-	*
10. คุณถวิล ปะมาละ	-	-	-	*
11. คุณกานดา กาญจนกร	*	*	-	*
รวมร้อยละ	36	82	36	64

ตารางที่ 6.8 การประชาสัมพันธ์ของผู้ประกอบการหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ฯ

จากตารางที่ 6.8 จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบ มีการประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านทางงานแสดงสินค้าต่าง ๆ ได้แก่ งานแสดงสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ งานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และงานที่จังหวัดหรืออำเภอจัดขึ้นซึ่งมีถึงร้อยละ 82 รองลงมาเป็นการประชาสัมพันธ์โดยการใช้วิธีอื่น ๆ เช่น วิทยุชุมชน คิดเป็นร้อยละ 64 และการประชาสัมพันธ์ตามตลาดนัดหรือถนนคนเดินและการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 36 เมื่อสอบถามผู้ประกอบการหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบ ทำให้ทราบว่าเหตุผลที่เลือกนำสินค้าไปแสดงตามสถานที่ต่าง ๆ หรือตลาดนัดและถนนคนเดิน เป็นเพราะว่าไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเช่าที่มาก หรือบางครั้งไม่ต้องเสียค่าเช่าที่เลย และเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่ใช้

ในการประชาสัมพันธ์ทางด้านสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์แล้ว ยังถือว่าเสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่าเสียอีกในยุคเศรษฐกิจที่มีการผกผันอยู่ตลอดเวลาอย่างนี้ ผู้ประกอบการหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาฯ คิดว่าสิ่งไหนที่ควรประหยัดได้ก็ควรทำ เพื่อให้สอดคล้องกับหลักปรัชญาพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงพระราชทานให้แก่ปวงชนชาวไทยทุกคน เพื่อให้ทุกคนดำเนินชีวิตไปในทางสายกลาง มีความพอเพียง รวมถึงความจำเป็นที่ต้องมีระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายใน ซึ่งต้องอาศัยความรู้ ความรอบคอบ และความระมัดระวัง ในการนำวิชาต่าง ๆ มาใช้ในการวางแผนและดำเนินการทุกขั้นตอน ในที่นี้เป็น การเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ เพื่อจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาฯ สามารถแจกแจงเป็นแผนภูมิที่ 6.8



แผนภูมิที่ 6.8 การประชาสัมพันธ์ของผู้ประกอบการหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาฯ

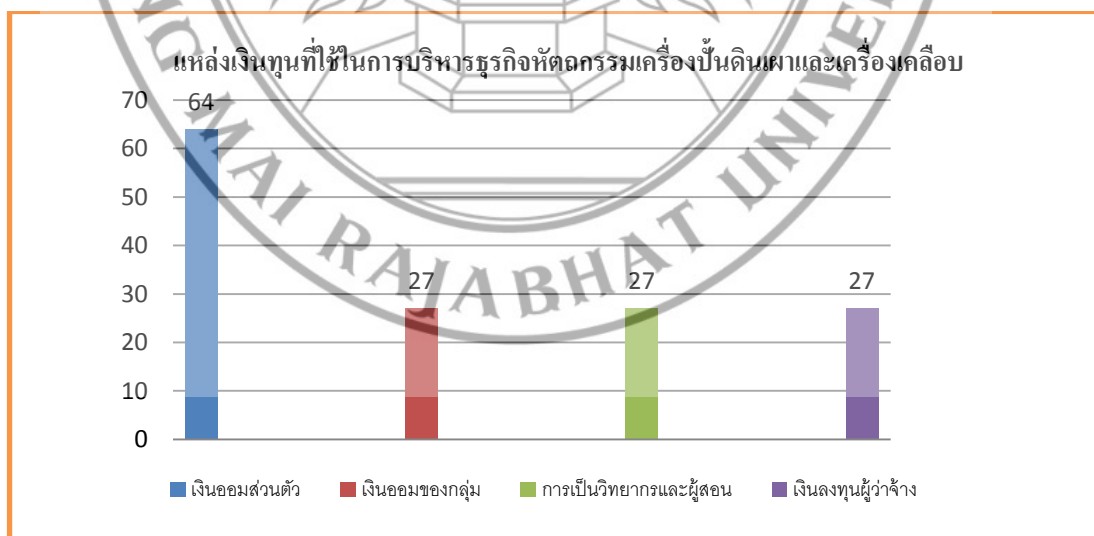
1.3 เศรษฐกิจพอเพียงกับการบริหารจัดการด้านการลงทุน

การบริหารจัดการด้านการลงทุนที่บริหารโดยเน้นความเสถียรต่ำ ถือว่าเป็นแนวทางที่สอดคล้องกับการประยุกต์ใช้พระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวที่ประทานให้ปวงประชาชนได้ยึดถือและประยุกต์ใช้ในการบริหารทางด้านการลงทุนธุรกิจ ดังตารางที่ 6.9

รายชื่อผู้ประกอบการหัตถกรรม เครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบ	แหล่งเงินทุนที่ใช้บริหารธุรกิจหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ฯ			
	เงินออม ส่วนตัว	เงินออม ของกลุ่ม	การเป็นวิทยากร และผู้สอนป็น	เงินทุนของ ผู้ว่าจ้าง
1. คุณวิกรกาญจน์ เกี่ยวการค้า	*	-	-	-
2. คุณดารุณี นันโท	-	*	-	-
3. คุณสงวน ศิริลาพา	*	-	-	-
4. คุณกมลวรรณ กิติ	*	-	-	-
5. คุณสมนึก ชัยตามล	*	*	*	-
6. คุณบัวแก้ว ศรีจันทร์	-	-	-	*
7. คุณชุตินรา ศรีจันทร์	*	-	-	-
8. คุณอัมพร สมานี	*	-	*	-
9. คุณจันทร์ สืบสุริยะ	-	-	-	*
10. คุณฉวีล ปะมาละ	*	-	-	-
11. คุณกานดา กาญจนากร	-	*	*	*
รวมร้อยละ	64	27	27	27

ตารางที่ 6.9 แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการบริหารธุรกิจหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาฯ

ตารางที่ 6.9 จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการบริหารธุรกิจหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบเป็นเงินที่มาจากออมทรัพย์ส่วนตัว ของผู้ประกอบการคิดเป็นร้อยละ 64 รองลงมาเป็นการใช้เงินลงทุนของกลุ่ม แหล่งเงินทุนที่มาจากการเป็นวิทยากรและแหล่งเงินทุนของผู้ว่าจ้างมีค่าร้อยละเท่ากันคือคิดเป็นร้อยละ 27 สามารถแจกแจงได้ดังแผนภูมิที่ 6.9



แผนภูมิที่ 6.9 แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการบริหารธุรกิจหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาฯ

1.4 เศรษฐกิจพอเพียงกับการถ่ายทอดความรู้สู่ชุมชน

แนวทางในการถ่ายทอดความรู้สู่ชุมชนของผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบแต่ละที่แต่ละบุคคล อาจมีความคล้ายหรือแตกต่างกัน โดยผู้วิจัยได้รวบรวมการนำเสนอเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในการถ่ายทอดความรู้ของแต่ละบุคคล ดังตารางที่ 6.10

รายชื่อผู้ประกอบการ หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาฯ	แนวทางในการถ่ายทอดความรู้สู่ชุมชน
1. คุณวิกรกาญจน์ เกี่ยวการค้า	สำหรับแนวทางในการถ่ายทอดความรู้ด้านเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบสู่ชุมชนของคุณวิกรกาญจน์นั้น จะมีเพียงการถ่ายทอดความรู้ภายในกลุ่มการทำงานเท่านั้น ส่วนใหญ่เมื่อนำสินค้าไปจัดในงานแสดงสินค้าต่าง ๆ จะมีนักศึกษาเข้ามาสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า ซึ่งคุณวิกรกาญจน์มีความยินดีที่จะให้ข้อมูลเหล่านั้น
2. คุณดารุณี นันโท	ผู้ประกอบการยังไม่เคยถ่ายทอดความรู้เครื่องปั้นดินเผาฯสู่ชุมชน แต่บ่อยครั้งที่มือนักเรียน นักศึกษา และบุคคลทั่วไปที่สนใจในสินค้า เข้าสอบถามถึงวิธีการทำเครื่องปั้นดินเผา คุณดารุณีเองก็มีความยินดีที่จะตอบทุกคำถาม
3. คุณสงวน ศิริลาพา	ส่วนใหญ่จะมีนักเรียน นักศึกษา มาทัศนศึกษาถึงแหล่งที่ผลิต ซึ่งคุณสงวนจะเป็นผู้ให้การต้อนรับและให้ความรู้ด้านการผลิตเครื่องปั้นดินเผาแก่นักเรียน นักศึกษาเหล่านั้นอยู่เป็นประจำ แต่เนื่องจากอายุมากจึงไม่สามารถสาธิตวิธีการทำได้
4. คุณกมลวรรณ กิติ	เมื่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางในการถ่ายทอดความรู้ด้านเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบสู่ชุมชนของคุณกมลวรรณ ทำให้ทราบว่า เนื่องจากต้องผลิตเครื่องปั้นดินเผา (พระโปรง) ทำให้ไม่มีโอกาสเผยแพร่ความรู้ด้านเครื่องปั้นดินเผาสู่ชุมชน แต่จะเป็นเพียงการถ่ายทอดความรู้ภายในกลุ่มที่ทำงานด้วยกันเท่านั้น และถ้ามีผู้สนใจมาสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า ก็เต็มใจที่จะตอบคำถามเหล่านั้น

รายชื่อผู้ประกอบการ หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาฯ	แนวทางในการถ่ายทอดความรู้สู่ชุมชน
5. คุณสมนึก ชัยตามล	แนวทางในการถ่ายทอดความรู้ด้านเครื่องปั้นดินเผาสู่ชุมชนของคุณสมนึกคือ เป็นครูฝึกอบรมเกี่ยวกับการปั้นเครื่องปั้นดินเผาฯ ของศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัดเชียงใหม่ ถ้ามีผู้ที่สนใจอยากจะศึกษาด้านการทำเครื่องปั้นดินเผา คุณสมนึกก็มีความยินดีที่จะเปิดสอนส่วนใหญ่จะเน้นการทำเครื่องเคลือบแบบโบราณ
6. คุณบัวแก้ว ศรีจันทร์	ในช่วงเทศกาลงานจัดแสดงสินค้าของท้องถิ่น คุณบัวแก้วจะสาธิตกระบวนการปั้นภายในงาน ซึ่งใช้สถานที่บ้านของคุณบัวแก้ว ทำให้สามารถทำงานพร้อมกับถ่ายทอดความรู้ด้านเครื่องปั้นดินเผาให้กับนักเรียน นักศึกษา และนักท่องเที่ยวได้
7. คุณสุจิตรา ศรีจันทร์	แนวทางในการถ่ายทอดความรู้ด้านเครื่องปั้นดินเผาของคุณสุจิตรา ส่วนใหญ่จะเป็นการให้คำแนะนำและความรู้แก่นักท่องเที่ยว แต่ในปัจจุบันมีนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ได้เข้ามาสอบถามข้อมูลเพื่อทำรายงาน คุณสุจิตราจึงแนะนำและให้ความรู้ในเรื่องการผลิตเครื่องปั้นดินเผาแบบปั้นหมุนมือ
8. คุณอัมพร สมานธิ	ทางกลุ่มของคุณอัมพร มีการถ่ายทอดความรู้ด้านหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาแก่ชุมชนคือ ได้ทำการฝึกอบรมและให้ความรู้ในการปั้นตุ๊กตาแก่คณะนักเรียน นักศึกษาและผู้สนใจทั่วไป โดยใช้ระยะเวลาในการฝึกอบรมและถ่ายทอดความรู้เป็นเวลา 1 วัน
9. คุณจันทร์ สืบสุริยะ	แนวทางในการถ่ายทอดความรู้ด้านเครื่องปั้นดินเผาสู่ชุมชนของกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาบ้านป่าไผ่ยังไม่มีแนวทางด้านนี้ เพราะครั้งหนึ่งเคยสอนวิธีการปั้นเครื่องปั้นดินเผาให้แก่บุตรชาย แต่สุดท้ายลูกชายก็ไม่ยอมฝึกปั้น เนื่องจากมีทักษะที่ต่างกันและไม่มีใจรักในงานปั้นเครื่องปั้นดินเผานับแต่นั้นจึงไม่ได้อบรมหรือถ่ายทอดความรู้ให้ผู้อื่นอีก

รายชื่อผู้ประกอบการ หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาฯ	แนวทางในการถ่ายทอดความรู้สู่ชุมชน
10. คุณถวิล ปะมาละ	แนวทางในการถ่ายทอดความรู้ด้านงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาของคุณถวิล ส่วนใหญ่จะมีนักเรียน นักศึกษา และผู้ที่สนใจเกี่ยวกับงานปั้นตุ๊กตา เข้ามาสอบถามวิธีการปั้นถึงที่บ้านอยู่บ่อยครั้ง ซึ่งคุณถวิลจะตอบคำถามที่ถามมานั้นอย่างละเอียด
11. คุณกานดา กาญจนากร	คุณกานดา กล่าวว่า บ้านศิลาชล เป็นสถานที่ศึกษาและเรียนรู้ สำหรับคนรุ่นหลัง เกี่ยวกับวิธีการผลิตเครื่องเคลือบศิลาดล โดยในการนำสินค้าไปจัดแสดงตามท้องที่ต่าง ๆ นั้น ก็มีการสาธิตวิธีการทำเครื่องเคลือบแก่ผู้ที่สนใจได้รับชมด้วย

ตารางที่ 6.10 แนวทางการถ่ายทอดความรู้ด้านหัตถกรรมสาขาเครื่องปั้นดินเผา
และเครื่องเคลือบสู่ชุมชน

2. การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ในการบริหารจัดการธุรกิจ

หลักการสำคัญของ SWOT Analysis คือ การวิเคราะห์โดยการสำรวจจากสภาพการณ์ของธุรกิจ 2 ด้านคือ สภาพการณ์ภายในและสภาพการณ์ภายนอก เป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการกำหนดวิสัยทัศน์การกำหนดกลยุทธ์และการดำเนินตามกลยุทธ์ขององค์กรที่เหมาะสมต่อไป

ในการวิเคราะห์ SWOT Analysis ในบทนี้เป็นการศึกษาเพื่อค้นหาศักยภาพในการดำเนินธุรกิจทั้งภายในและภายนอกธุรกิจของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบ ดังนี้

2.1 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของกลุ่มเรียงดินเซรามิค

Strength = จุดแข็ง
- ผู้ประกอบการมีความรู้ความชำนาญทางด้านการผลิตหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผามานาน - ผลิตภัณฑ์มีลวดลายแบบศิลปะร่วมสมัย เป็นสิ่งที่แสดงถึงความเชี่ยวชาญในการปั้นและออกแบบลวดลาย - สินค้าที่ผลิตมีความหลากหลาย สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค - วัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิตเครื่องปั้นดินเผามีคุณภาพ

Strength = จุดแข็ง	
4. ราคาผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับต้นทุนและราคาท้องตลาด 5. ผู้ประกอบการมีการส่งเสริมการขาย โดยบริการส่งของถึงสถานที่ให้ลูกค้าที่ซื้อสินค้าจำนวนมาก ๆ 6. ผู้ประกอบการมีความมั่นคงทางการเงิน เพราะเงินลงทุนเริ่มแรกมาจากเงินทุนส่วนตัวทั้งหมด 7. ผู้ประกอบการมีช่องทางในการจัดจำหน่ายและประชาสัมพันธ์ที่แน่นอนคือ ผ่านทางร้านค้าของผู้ประกอบการตัวแทนจำหน่าย และงานแสดงสินค้าต่าง ๆ 8. ผู้ประกอบการมีบรรพบุรุษเป็นกล่อ่งกันกระแทกสำหรับสินค้า	
Weakness = จุดอ่อน	
1. ในการผลิตสินค้ามีขั้นตอนในการผลิตหลายขั้นตอน ทำให้ต้องใช้เวลาในการผลิตนาน ทำให้บางครั้งผลิตสินค้าไม่ทันความต้องการของท้องตลาด 2. แรงงานที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านการทำหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาเริ่มลดลง 3. ผู้ประกอบการไม่มีตราสินค้าเป็นของตนเองและไม่มีการส่งเสริมทางการตลาด เพราะยังขาดความรู้ความเข้าใจทางด้านนี้	
Opportunity = โอกาส	
1. ภาครัฐเข้ามามีบทบาทด้านการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างจริงจัง และมีนโยบายให้คำปรึกษาทางการตลาด การจัดจำหน่าย ฯลฯ แก่ผู้ประกอบการมากขึ้น 2. ในปัจจุบันการตกแต่งบ้านโดยใช้เครื่องดินเผากำลังได้รับความนิยมทำให้สินค้าเป็นที่ต้องการของท้องตลาดเพิ่มมากขึ้น	
Threats = อุปสรรค	
1. ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง ทำให้วัตถุดิบมีราคาสูงขึ้น 2. ปัญหาทางด้านสภาพอากาศ (เดี๋ยวแดดออกเดี๋ยวฝนตก) ส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิตในขั้นตอนของการนำสินค้าที่ปั้นแล้วออกมาตากแดดให้แห้ง 3. ในจังหวัดเชียงใหม่มีสินค้าที่ใช้ทดแทนกันในการตกแต่งบ้านได้ เช่น งานไม้แกะสลัก 4. ลูกค้ามีอำนาจต่อรองในการเลือกซื้อสินค้าเพิ่มมากขึ้น 5. ผู้ประกอบการมีคู่แข่งในในตลาดเดียวกันเป็นจำนวนมาก	

ตารางที่ 6.11 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของกลุ่มเรียงดินเซรามิก

2.2 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาตำบลหารแก้ว

Strength = จุดแข็ง
1. ผู้ประกอบการมีประสบการณ์ในการทำงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผามานาน ทำให้สินค้าที่ผลิตออกมามีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง 2. ผู้ประกอบการมีความมั่นคงทางด้านเงินทุน 3. ผู้ประกอบการมีช่องทางในการจัดจำหน่ายที่แน่นอนคือ มีร้านค้าของตนเอง และมีตัวแทนจำหน่าย มารับสินค้าไปขายต่อ 4. ผู้ประกอบการมีการนำผลิตภัณฑ์ไปแสดงในงานแสดงสินค้าต่าง ๆ 5. ราคาสินค้ามีความเหมาะสมและสอดคล้องกับราคาท้องตลาด
Weakness = จุดอ่อน
1. ผู้ประกอบการมีขั้นตอนการผลิตสินค้าที่ใช้เวลานาน ทำให้บางครั้งผลิตสินค้าไม่ทันกับความต้องการของตลาด 2. แรงงานที่มีอยู่ในปัจจุบันค่อนข้างน้อย 3. ผู้ประกอบการยังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการสร้างตราสินค้า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และไม่มีการส่งเสริมทางการตลาดเท่าที่ควร ทำให้ผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก
Opportunity = โอกาส
1. ภาครัฐมีบทบาทด้านการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างจริงจัง และมีหน่วยงานจากทางภาครัฐและเอกชนเข้ามาให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการในการทำธุรกิจมากขึ้น 3. ปัจจุบันกระแสสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์กำลังมาแรง ทำให้ผู้ผลิตสามารถนำเสนอสินค้าแบบใหม่ ๆ ให้แก่ผู้บริโภคมากขึ้น และสินค้าได้รับความนิยมจากต่างประเทศสูง
Threats = อุปสรรค
1. ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง ที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้วัตถุดิบมีราคาสูงขึ้น 2. ปัญหาทางด้านสภาพอากาศที่แปรปรวน ส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิต ในส่วนของการนำสินค้าที่ปั้นออกมาตากแดดให้แห้ง 3. จุดอึดตัวของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ และการมีสินค้าที่ใช้ทดแทนกันในการตกแต่งบ้าน เช่น งานไม้ แกะสลัก 4. ผู้ประกอบการมีคู่แข่งกันในตลาดเดียวกันเป็นจำนวนมาก

ตารางที่ 6.12 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์การวิเคราะห์ SWOT Analysis
ของกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาตำบลหารแก้ว

2.3 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของกลุ่มบ้านตุ๊กตาป่าสงวน

Strength = จุดแข็ง
1. ผู้ประกอบการมีประสบการณ์ในการทำงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผามานาน ทำให้สินค้าที่ผลิตออกมามีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค 2. ผู้ประกอบการมีความมั่นคงทางด้านเงินทุน เพราะใช้เงินส่วนตัวทั้งหมด ทำให้ไม่ต้องแบกรับภาระด้านหนี้สิน 3. ผู้ประกอบการใช้ร้านค้าของตนเองเป็นช่องทางในการจัดจำหน่ายและการประชาสัมพันธ์สินค้าของตนเอง 4. ผู้ประกอบการมีการส่งเสริมการตลาด โดยการใช้นามบัตรและการติดป้ายบอกราคาสินค้าภายในร้าน เข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์สินค้าอีกทางหนึ่ง 5. ราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับราคาท้องตลาด
Weakness = จุดอ่อน
1. ขั้นตอนการผลิตของผู้ประกอบการมีหลายขั้นตอน ทำให้ต้องใช้เวลาในการผลิตนาน 2. แรงงานในการผลิตหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาที่มีอยู่ในปัจจุบันค่อนข้างน้อย ทำให้การผลิตสินค้าไม่ทันกับความต้องการของท้องตลาด 3. ผู้ประกอบการขาดความรู้ความเข้าใจด้านตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ 4. ผู้ประกอบการไม่มีการส่งเสริมการขาย เพราะต้องเสียค่าใช้จ่ายมาก
Opportunity = โอกาส
1. ภาครัฐเข้ามามีบทบาทด้านการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างจริงจัง และมีนโยบายให้หน่วยงานทั้งทางภาครัฐและเอกชนเข้ามามีบทบาทให้คำปรึกษาด้านการตลาด การจัดจำหน่าย การขาย ฯลฯ แก่ผู้ประกอบการมากขึ้น 2. สินค้าของผู้ประกอบการได้รับความนิยมจากต่างประเทศมากขึ้น
Threats = อุปสรรค
1. สภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลงบ่อยๆ ส่งผลกระทบทางด้านขั้นตอนการผลิตของผู้ประกอบการ 2. การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง ทำให้ราคาวัตถุดิบสูงขึ้น 3. ผู้ประกอบการมีคู่แข่งในตลาดเดียวกันเป็นจำนวนมาก

ตารางที่ 6.13 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์การวิเคราะห์ SWOT Analysis
ของกลุ่มบ้านตุ๊กตา(ป่าสงวน)

2.4 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของกลุ่มค้าหังส์ ตึกตาตินเผา

Strength = จุดแข็ง
1. สินค้ามีความแปลกใหม่ไม่เหมือนใคร เพราะมีการนำเอาดอกไม้มาเป็นวัตถุดิบในการผลิตเครื่องปั้นดินเผาด้วย 2. ผู้ประกอบการมีความมั่นคงทางด้านเงินทุน ทำให้ไม่ต้องแบกรับภาระด้านหนี้สิน 3. ผู้ประกอบการใช้ร้านค้าของตนเองเป็นช่องทางในการจัดจำหน่าย และมีการประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านทางงานแสดงสินค้าต่าง ๆ เช่น งานโอท็อป และถนนคนเดิน 4. ผู้ประกอบการมีการส่งเสริมการตลาด โดยการใช้นามบัตร เข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์สินค้าอีกทางหนึ่ง 5. ราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับราคาท้องตลาดและคู่แข่ง
Weakness = จุดอ่อน
1. ขั้นตอนการผลิตสินค้ามีหลายขั้นตอนและต้องใช้เวลาในการผลิตนาน 2. แรงงานที่มีอยู่ในปัจจุบันค่อนข้างน้อย ทำให้บางครั้งผลิตสินค้าไม่ทันกับความต้องการของตลาด 3. ผู้ประกอบการต้องเสียค่าจัดส่งไปยังต่างประเทศสูง และผู้ประกอบการขาดความรู้ความเข้าใจทางด้านการส่งเสริมการขาย การสร้างตราสินค้า และการออกแบบบรรจุภัณฑ์
Opportunity = โอกาส
1. ภาครัฐเข้ามามีบทบาทด้านการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างจริงจัง 2. สินค้าของผู้ประกอบการได้รับความนิยมจากต่างประเทศมากขึ้น 3. รัฐบาลเปิดการค้าเสรีมากขึ้น เป็นโอกาสที่ดีที่จะเพิ่มยอดการสั่งซื้อของผู้ประกอบการ
Threats = อุปสรรค
1. สภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลงอยู่บ่อยครั้ง ส่งผลกระทบต่อขั้นตอนการผลิตของผู้ประกอบการ และการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ การเมือง ทำให้ราคาวัตถุดิบและค่าขนส่งสูงขึ้น 2. ผู้ประกอบการมีคู่แข่งในตลาดเดียวกันเป็นจำนวนมาก 3. สินค้าสามารถทำการลอกเลียนแบบได้ง่าย ทำให้ผู้บริโภคแยกแยะผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการได้ยาก และจุดอึดอัดทางการบริโภคสินค้าเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบของผู้บริโภค

ตารางที่ 6.14 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
ของกลุ่มค้าหังส์ ตึกตาตินเผา

2.5 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของกลุ่มเตาเผาสันทราย

Strength = จุดแข็ง
1. สินค้ามีความหลากหลาย เน้นศิลปะแบบโบราณ ทำให้เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค 2. ผู้ประกอบการมีความมั่นคงทางด้านเงินทุน ทำให้ไม่ต้องแบกรับภาระด้านหนี้สิน 3. ผู้ประกอบการมีช่องทางในการจัดจำหน่าย และมีการประชาสัมพันธ์สินค้าคือ ผ่านทางงานแสดงสินค้าต่าง ๆ 4. ผู้ประกอบการมีความรู้ด้านการผลิตหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผามานาน 5. ราคาสินค้าไม่แพงเหมาะแก่ความต้องการของลูกค้า
Weakness = จุดอ่อน
1. ขั้นตอนการผลิตสินค้ามีหลายขั้นตอนและต้องใช้เวลาในการผลิตนาน ทำให้บางครั้งผลิตสินค้าไม่ทันกับความต้องการของตลาด 2. ผู้ประกอบการขาดความรู้ความเข้าใจทางการส่งเสริมการขาย การส่งเสริมการตลาด การสร้างตราสินค้า และการออกแบบบรรจุภัณฑ์
Opportunity = โอกาส
1. ภาครัฐเข้ามามีบทบาทด้านการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างจริงจัง และมีนโยบายเปิดการค้าเสรีมากขึ้น 2. หน่วยงานทั้งทางภาครัฐและเอกชนเข้ามามีบทบาทให้คำปรึกษาด้านการตลาด การขาย การบริการ ฯลฯ ให้แก่ผู้ประกอบการมากขึ้น 3. สินค้าของผู้ประกอบการได้รับความนิยมจากต่างประเทศมากขึ้น 4. ในปัจจุบันการตกแต่งบ้านโดยใช้เครื่องดินเผากำลังได้รับความนิยม ทำให้สินค้าเป็นที่ต้องการของตลาด
Threats = อุปสรรค
1. สภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลงส่งผลกระทบต่อทางด้านขั้นตอนการผลิตของผู้ประกอบการ 2. การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง ทำให้ราคาวัตถุดิบและค่าขนส่งสูงขึ้น 3. ผู้ประกอบการมีคู่แข่งในในตลาดเดียวกันเป็นจำนวนมาก 4. จุดอึดตัวของผู้บริโภคด้านการบริโภคสินค้าเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบ 5. สินค้าที่ผลิตออกมาในแต่ละครั้งสามารถทำการลอกเลียนแบบได้ง่าย

ตารางที่ 6.15 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
ของกลุ่มเตาเผาสันทราย

2.6 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของป่าบัวแก้ว ศรีจันทร์

Strength = จุดแข็ง
1. สินค้าของผู้ประกอบการมีคุณภาพ ทนทาน 2. ผู้ประกอบการมีประสบการณ์ทางด้านการผลิตน้ำดื่มมานาน 3. ผู้ประกอบการไม่ต้องแบกรับภาระสินค้าคงคลังและไม่มีความเสี่ยงจากการลงทุนและดำเนินธุรกิจ (เนื่องจากการปั่นน้ำดื่มส่งให้แก่โรงงาน)
Weakness = จุดอ่อน
1. ผู้ประกอบการ ไม่มีแผนเป็นของตนเอง 2. ผู้ประกอบการไม่มีตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ การส่งเสริมการขาย การส่งเสริมการตลาด ฯลฯ เพราะการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ จะเป็นแบบการผลิตน้ำดื่มส่งให้กับโรงงานเท่านั้น โดยโรงงานจะนำสินค้าที่ปั่นนั้นไปทำการเผาเอง
Opportunity = โอกาส
1. ภาครัฐเข้ามามีบทบาทด้านการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างจริงจัง และมีนโยบายเปิดการค้าเสรีมากขึ้น 2. หน่วยงานทั้งทางภาครัฐและเอกชนเข้ามามีบทบาทการให้คำปรึกษาด้านการตลาดแก่ผู้ประกอบการมากขึ้น 3. ในปัจจุบันการตกแต่งบ้านโดยใช้เครื่องดินเผากำลังได้รับความนิยม ทำให้สินค้าเป็นที่ต้องการของตลาด
Threats = อุปสรรค
1. ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง ส่งผลทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง 2. ผู้ประกอบการมีคู่แข่งทางด้านการค้าเป็นจำนวนมาก 3. ฤดูฝนส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิตในส่วนของการนำสินค้าที่ปั้นเสร็จแล้วตากแดดให้แห้ง 4. ในจังหวัดเชียงใหม่มีสินค้าที่ใช้ทดแทนกันในการตกแต่งบ้านได้เช่น ไม้แกะสลักรูปแบบต่าง ๆ

ตารางที่ 6.16 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของป่าบัวแก้ว ศรีจันทร์

2.7 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเหมืองกง

Strength = จุดแข็ง
1. สินค้ามีความหลากหลาย ทำให้เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค 2. ผู้ประกอบการมีความมั่นคงทางด้านการเงินทุน เพราะเงินลงทุนมาจากเงินส่วนตัวทั้งหมด 3. ผู้ประกอบการมีช่องทางในการจัดจำหน่ายคือ ลูกค้าจะมาซื้อถึงสถานที่ผลิต 4. ผู้ประกอบการมีการประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านทางงานแสดงสินค้าต่าง ๆ 5. ผู้ประกอบการมีความรู้ทางด้านการผลิตหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผามานาน 6. ราคาสินค้าไม่แพงเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน
Weakness = จุดอ่อน
1. ขั้นตอนการผลิตสินค้ามีหลายขั้นตอน ต้องใช้เวลาในการผลิตนาน ทำให้การผลิตสินค้าไม่ทันกับความต้องการของตลาด 2. ผู้ประกอบการไม่มีการจัดการด้านการตลาด เนื่องจากเห็นว่าไม่มีความจำเป็น
Opportunity = โอกาส
1. ภาครัฐเข้ามามีบทบาทด้านการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างจริงจัง และมีนโยบายเปิดการค้าเสรีมากขึ้น ทำให้ช่วยโอกาสในการสั่งซื้อสินค้าของผู้ประกอบการมากขึ้น 2. หน่วยงานทั้งทางภาครัฐและเอกชนเข้ามามีบทบาทให้คำปรึกษาด้านการตลาดแก่ผู้ประกอบการมากขึ้น 3. ในปัจจุบันการตกแต่งบ้านโดยใช้เครื่องดินเผากำลังได้รับความนิยม ทำให้สินค้าเป็นที่ต้องการของห้องตลาด
Threats = อุปสรรค
1. สภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลงส่งผลกระทบต่อทางด้านขั้นตอนการผลิตของผู้ประกอบการ และการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง ทำให้ราคาวัตถุดิบและค่าขนส่งสูงขึ้น 2. ผู้ประกอบการมีคู่แข่งในในตลาดเดียวกันเป็นจำนวนมาก 3. สินค้าที่ผลิตออกมาในแต่ละครั้งสามารถทำการลอกเลียนแบบได้ง่าย ทำให้ผู้ประกอบการต้องพัฒนารูปแบบสินค้าอยู่ตลอดเวลา 4. จุดอึดตัวของผู้บริโภคด้านการบริโภคสินค้าเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบ

ตารางที่ 6.17 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
ของกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเหมืองกง

2.8 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของกลุ่มผู้ปลูกป่านดินเผา

Strength = จุดแข็ง
1. ผู้ประกอบการมีความรู้ทางด้านการผลิตหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผามานาน 2. ผู้ประกอบการมีความมั่นคงทางด้านเงินทุนเพราะเงินลงทุนมาจากเงินส่วนตัวและเงินออมของกลุ่ม 3. ผู้ประกอบการมีช่องทางในการจัดจำหน่ายและการประชาสัมพันธ์สินค้าคือ ลูกค้าจะมาซื้อถึงสถานที่ผลิต หรือการนำสินค้าไปจัดตามงานแสดงสินค้าต่าง ๆ 4. สินค้ามีความหลากหลาย ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค 5. ราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน
Weakness = จุดอ่อน
1. ขั้นตอนการผลิตสินค้าต้องใช้เวลาในการผลิตนาน ทำให้ผลิตสินค้าไม่ทันกับความต้องการของท้องตลาด 2. ผู้ประกอบการขาดความรู้ความเข้าใจด้านการส่งเสริมการขาย การส่งเสริมการตลาด การสร้างตราสินค้า และการออกแบบบรรจุภัณฑ์
Opportunity = โอกาส
1. ภาครัฐเข้ามามีบทบาทด้านการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างจริงจัง 2. หน่วยงานทั้งทางภาครัฐและเอกชนเข้ามามีบทบาทให้คำปรึกษาด้านการตลาด การขาย การจัดจำหน่าย ฯลฯ แก่ผู้ประกอบการมากขึ้น 3. ในปัจจุบันสินค้าเครื่องปั้นดินเผากำลังได้รับความนิยมจากคนสังคมมากขึ้น ทำให้สินค้าเป็นที่ต้องการของท้องตลาด
Threats = อุปสรรค
1. สภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลงส่งผลกระทบต่อขั้นตอนการผลิตสินค้าของผู้ประกอบการ 2. การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง ส่งผลทำให้ราคาวัตถุดิบสูงขึ้น 3. ผู้ประกอบการมีคู่แข่งในตลาดเดียวกันเป็นจำนวนมาก 4. สินค้าที่ผลิตออกมาในแต่ละครั้งสามารถทำการลอกเลียนแบบได้ง่าย ทำให้ผู้ประกอบการต้องพัฒนารูปแบบสินค้าให้มีความแปลกใหม่อยู่ตลอดเวลา

ตารางที่ 6.18 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของกลุ่มผู้ปลูกป่านดินเผา

2.9 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของคุณจันทร์ สืบสุริยะ

Strength = จุดแข็ง
1. ผู้ประกอบการมีความรู้ทางด้านการผลิตหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผามานาน 2. ผู้ประกอบการมีความมั่นคงทางด้านเงินทุนเพราะเงินลงทุนมาจากเงินส่วนตัวทั้งหมด ไม่ต้องแบกรับภาระด้านหนี้สิน 3. ผู้ประกอบการมีช่องทางในการจัดจำหน่ายและการประชาสัมพันธ์สินค้าคือ ลูกค้าจะมาซื้อสินค้าถึงที่ร้าน และการนำสินค้าไปจัดตามงานแสดงสินค้าต่าง ๆ 4. สินค้ามีความหลากหลาย ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค 5. ราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับราคาคู่แข่งและท้องตลาด
Weakness = จุดอ่อน
1. ขั้นตอนการผลิตสินค้าใช้เวลาในการผลิตนาน ทำให้ผลิตสินค้าไม่ทันกับความต้องการของท้องตลาด 2. ผู้ประกอบการขาดความรู้ด้านการส่งเสริมการตลาด การส่งเสริมการขาย การสร้างตราสินค้า และการออกแบบบรรจุภัณฑ์
Opportunity = โอกาส
1. ภาครัฐเข้ามามีบทบาทด้านการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างจริงจัง และมีนโยบายเปิดการค้าเสรีเพิ่มมากขึ้น 2. หน่วยงานทั้งทางภาครัฐและเอกชนเข้ามามีบทบาทให้คำปรึกษาด้านการตลาด การขาย ฯลฯ แก่ผู้ประกอบการมากขึ้น 3. ปัจจุบันสินค้าเครื่องปั้นดินเผากำลังได้รับความนิยมจากคนสังคมมากขึ้น
Threats = อุปสรรค
1. สภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลงส่งผลกระทบต่อขั้นตอนการผลิตสินค้าของผู้ประกอบการ 2. การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง ส่งผลทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง 3. ผู้ประกอบการมีคู่แข่งในตลาดเดียวกันเป็นจำนวนมาก 4. สินค้าที่ผลิตออกมาในแต่ละครั้งสามารถทำการลอกเลียนแบบได้ง่าย

ตารางที่ 6.19 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของคุณจันทร์ สืบสุริยะ

2.10 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์SWOTAnalysisของกลุ่มประติมากรรม เครื่องปั้นดินเผา

Strength = จุดแข็ง
1. ผู้ประกอบการมีความรู้และความชำนาญทางเทคนิคในการปั้นตุ๊กตามานาน 2. สินค้าของผู้ประกอบการมีความแปลกใหม่ และมีคุณภาพ ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค 3. ผู้ประกอบการมีความมั่นคงทางการเงิน เพราะเงินลงทุนมาจากเงินส่วนตัวทั้งหมด 4. ราคาผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับราคาคู่แข่ง 5. ผู้ประกอบการมีช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าคือ ลูกค้าจะมาซื้อสินค้าถึงสถานที่ผลิต และมีการนำสินค้าไปจัดแสดงตามงานแสดงสินค้าต่าง ๆ 6. ผู้ประกอบการมีการส่งเสริมการตลาด โดยให้นามบัตรเข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์สินค้า
Weakness = จุดอ่อน
1. ผู้ประกอบการยังขาดงบประมาณสนับสนุนด้านการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์จากทางภาครัฐและเอกชน 2. ผู้ประกอบการยังมีความรู้ด้านตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์
Opportunity = โอกาส
1. ภาครัฐเข้ามามีบทบาทด้านการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างจริงจัง และจัดให้มีหน่วยงานที่ให้คำปรึกษาด้านการตลาดแก่ผู้ประกอบการมากขึ้น 2. ในปัจจุบันสินค้าเครื่องดินเผากำลังได้รับความนิยมจากคนสังคมมากขึ้น ทำให้สินค้าเป็นที่ต้องการของท้องตลาด
Threats = อุปสรรค
1. สภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลงส่งผลกระทบต่อขั้นตอนการผลิตสินค้าของผู้ประกอบการ และการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง ส่งผลทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดจำนวนลง 2. สินค้าที่ผลิตออกมาในแต่ละครั้งสามารถทำการลอกเลียนแบบได้ง่าย ทำให้ผู้บริโภคแยกแยะสินค้า ได้ยาก ดังนั้นผู้ประกอบการจำเป็นต้องพัฒนารูปแบบสินค้าอยู่ตลอดเวลา 3. ผู้ประกอบการมีคู่แข่งในตลาดเดียวกันเป็นจำนวนมาก 4. จุดอึดตัวของผู้บริโภค

ตารางที่ 6.20 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
ของกลุ่มประติมากรรมเครื่องปั้นดินเผา(ถวิล)

2.11 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ของกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเคลือบสีลาด

Strength = จุดแข็ง	
1. สินค้าเน้นวิธีการผลิตที่ทำด้วยมือ (Handmade) 2. สินค้ามีสีเขียวคล้ายหุ้มหยก และผิวเคลือบที่ได้จะรานตัว แตกหลายงา (Cracking) 3. ยึดวัฒนธรรมการผลิตที่เป็นมาแต่เดิม แต่ผสมผสานกับวัฒนธรรมใหม่ ๆ ที่เริ่มเข้ามามีอิทธิพล เช่น รูปแบบผลิตภัณฑ์และการใช้งานที่มีความหลากหลายมากขึ้น 4. สินค้าของบ้านศิลาดลมีความเหมาะสมในกลุ่มสินค้า High touch เนื่องจากประเทศไทยมีประวัติที่ยาวนาน สามารถนำเสนอคุณค่าทางประวัติศาสตร์ผ่านผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบศิลาดลได้ ซึ่งจะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ 5. ผลิตภัณฑ์มีเครื่องหมายการค้าของบ้านศิลาดลทุกชิ้น ที่แสดงถึงความภาคภูมิใจในตัวตนที่แท้จริงของคนเมืองเชียงใหม่ 6. ผลิตภัณฑ์ของบ้านศิลาดลจะบ่งบอกถึงประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม เป็นกลุ่มสินค้าที่ไม่มุ่งเน้นทางเทคโนโลยีที่ล้ำสมัย แต่เป็นการผลิตสินค้าที่เน้นคุณค่าทางด้านศิลปวัฒนธรรม เป็นการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ให้มีความเป็นเอกลักษณ์ตามความต้องการของลูกค้าแต่ละรายในระดับสูง 7. เน้นการเขียนลวดลาย สีสันทันที่บ่งบอกถึงศิลปวัฒนธรรมภูมิปัญญาของคนไทย	
Weakness = จุดอ่อน	
1. ผลิตภัณฑ์มีขั้นตอนการผลิตหลายขั้นตอนและใช้เวลานานในการผลิต 2. ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าไปยังลูกค้าในราคาสูง	
Opportunity = โอกาส	
1. ภาครัฐเข้ามามีบทบาทด้านการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างจริงจัง 2. หน่วยงานทั้งทางภาครัฐและเอกชนเข้ามามีบทบาทให้คำปรึกษาด้านการตลาด แหล่งเงินทุนแก่ผู้ประกอบการมากขึ้น 3. ในปัจจุบันสินค้าเครื่องดินเผากำลังได้รับความนิยมจากคนสังคมมากขึ้น 4. สินค้าของผู้ประกอบการเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศ	
Threats = อุปสรรค	
1. สภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลงส่งผลกระทบต่อขั้นตอนการผลิตสินค้าของผู้ประกอบการ และการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง ส่งผลทำให้ราคาวัตถุดิบสูงขึ้น 2. ผู้ประกอบการมีคู่แข่งกันในตลาดเดียวกันเป็นจำนวนมาก	

Threats = อุปสรรค
3. สินค้าที่ผลิตออกมาในแต่ละครั้งสามารถทำการลอกเลียนแบบได้ง่าย ทำให้ผู้ประกอบการต้องพัฒนารูปแบบสินค้าให้มีความแปลกใหม่อยู่ตลอดเวลา แต่ยังคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของตนเอง 4. จุดอ่อนตัวของผู้บริโภค

ตารางที่ 6.21 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis

ของกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเคลือบสีลาดล

