

## บทที่ 6

### วิเคราะห์การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงในงานหัตถกรรม

#### สาขาศิลปประดิษฐ์ของจังหวัดเชียงใหม่

การวิเคราะห์การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงในงานหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์ของจังหวัดเชียงใหม่ นั้น เป็นหนึ่งในการวิเคราะห์การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงในงานหัตถกรรมของจังหวัดเชียงใหม่ที่มีโครงการวิจัยภายใต้แผนงานวิจัยอีก 10 โครงการ โดยนำแบบสอบถามไปทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการหัตถกรรมศิลปประดิษฐ์ ซึ่งคณะผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. วิเคราะห์การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงในงานหัตถกรรมสาขางานศิลปประดิษฐ์ของจังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการคำนวณค่าเฉลี่ยร้อยละ
2. การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ในการบริหารธุรกิจ

#### 1. วิเคราะห์การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงในงานหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์ของจังหวัดเชียงใหม่

การวิเคราะห์การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงในงานหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์ของจังหวัดเชียงใหม่ นั้น คณะผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลในแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้สูตรการหาค่าร้อยละเข้ามาช่วยในการวิเคราะห์หัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์ของจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อความสะดวกในการสรุปเรื่องราวเกี่ยวกับข้อมูลนั้น ๆ จะช่วยทำให้เกิดการวิเคราะห์ข้อมูลถูกต้องดีขึ้นซึ่งสามารถใช้เกณฑ์การหาค่าร้อยละอย่างง่าย ดังนี้

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

เมื่อ	P	แทน	ร้อยละ
	F	แทน	ความถี่ของจำนวนผู้ประกอบการที่ต้องการ
	n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์ จำนวน 10 ราย

## 1.1 เศรษฐกิจพอเพียงในการผลิตสินค้า

ประเด็นที่นำมาวิเคราะห์การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงในการผลิตหัตถกรรม ศิลปะประดิษฐ์นั้น จะประกอบไปด้วยการเลือกสรรวัตถุดิบ การจ้างแรงงาน การบริหารจัดการ สถานที่ในการปฏิบัติงาน และการออกแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

### 1.1.1 การเลือกสรรวัตถุดิบ

ในการเลือกสรรวัตถุดิบของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาศิลปะประดิษฐ์นั้น อาจจะมีลักษณะการเลือกสรรวัตถุดิบที่คล้ายกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของการผลิตผลิตภัณฑ์ด้วย ซึ่งสามารถเปรียบเทียบข้อมูลดังกล่าวได้ตามตารางที่ 6.1

รายชื่อกลุ่มตัวอย่างวิจัย (ผู้ประกอบการ)	แหล่งในการซื้อวัตถุดิบที่ใช้ในการทำงานศิลปะประดิษฐ์ของผู้ประกอบการ		
	แหล่งผลิตภายนอกชุมชน	แหล่งผลิตภายในชุมชน	ผู้ว่าจ้าง
1. พันธุ์ศรี มุลศรี	*	-	-
2. ศศิณา ปิ่นทอง	-	-	-
3. อุษมา วิภสิตกุล	-	-	*
4. ประกอบ อินยศ	-	*	-
5. กุมาลี เลิศวานิกภาพร	-	*	-
6. ประกายแก้ว ปาณะวงค์	-	*	-
7. เมลินี เทพดา	*	-	-
8. จำลองลักษณ์ ไชยอินทร์	-	*	-
9. วรวิทย์ ช่อจรัส	-	*	-
10. ธนรัศมี ไคมลนิธิพงษ์	-	*	-
รวมร้อยละ	20	60	10

ตารางที่ 6.1 การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงในการเลือกสรรวัตถุดิบ

จากตารางที่ 6.1 จะสังเกตได้ว่า ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการซื้อวัตถุดิบจากแหล่งผลิตภายในชุมชนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 60 วัตถุดิบและวัสดุอุปกรณ์ที่จัดซื้อ ได้แก่ ผ้ากำมะหยี่ กระจุกมุ่น ไยสังเคราะห์ ฯลฯ โดยซื้อจากตลาดวโรรส และวัสดุที่เหลือใช้ที่หาได้จาก จากบ้านและร้านอาหาร เช่น เศษไม้ ฝาขวดน้ำ เปลือกหอย รองลงมาเป็นการซื้อวัตถุดิบจากแหล่งผลิตภายนอกชุมชนคิดเป็นร้อยละ 20 วัตถุดิบที่จัดซื้อ เช่น ดินไทยและดินญี่ปุ่น ซึ่งสั่งซื้อมาจากกรุงเทพฯ และ เชียงราย ส่วนวัตถุดิบที่รับมาจากผู้ว่าจ้างคิดเป็นร้อยละ 10 โดยผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาศิลปะประดิษฐ์คิดเพียงค่าแรงที่ใช้ในการผลิตเท่านั้น (ในที่นี่ยังมีผู้ประกอบการคือ คุณศศิภา ที่ไม่ได้ให้ข้อมูลว่ามีการจัดซื้อวัตถุดิบมาจากแหล่งผลิตที่ใด) สามารถแจกแจงได้ดังแผนภูมิที่ 6.1



แผนภูมิที่ 6.1 แหล่งวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์

### 1.1.2 การจ้างแรงงานในการผลิตหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์

ในกระบวนการผลิตหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์นั้น มีทั้งสมาชิกภายในครอบครัว สมาชิกภายในชุมชน หรือลูกจ้าง และสมาชิกภายนอกชุมชน เข้ามาช่วยเหลือในการผลิต ซึ่งสามารถสรุปรายละเอียดได้ดังตารางที่ 6.2

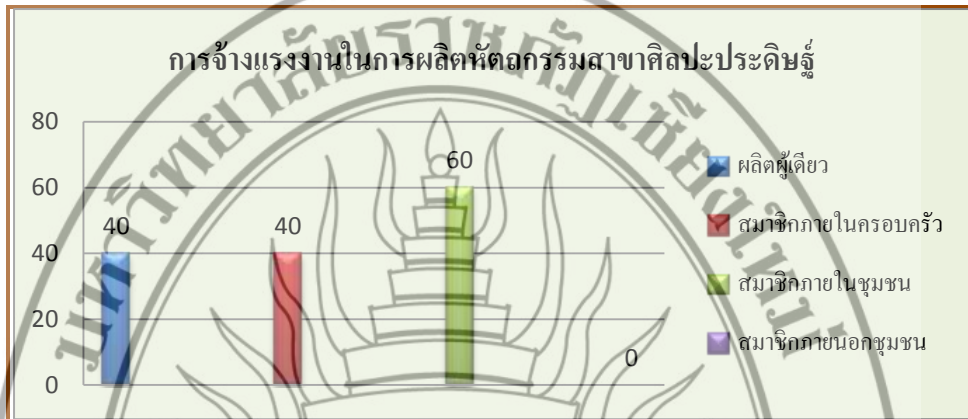
รายชื่อกลุ่มตัวอย่างวิจัย (ผู้ประกอบการ)	การจ้างแรงงานในการผลิตงานหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์			
	ผลิต เพียงผู้เดียว	สมาชิก ภายในครอบครัว	สมาชิก ภายในชุมชน	สมาชิก ภายนอกชุมชน
1. พันธุ์ศรี มุลศรี	-	*	*	-
2. ศศิณา ปิ่นทอง	-	*	*	-
3. อุษา วิภิสิตกุล	-	-	*	-
4. ประกอบ อินชศ	*	-	-	-
5. กุมาลี เลิศวานิชภาพร	*	-	-	-
6. ประกายแก้ว ปาณะวงค์	*	-	-	-
7. เมสนีย์ เทพดา	-	*	*	-
8. จำลองลักษณ์ ไชยอินทร์	-	-	*	-
9. วรวิทย์ ชื้อจริง	*	-	-	-
10. ธนรัศม์ โกมลนธิพงษ์	-	*	*	-
รวมร้อยละ	40	40	60	0

ตารางที่ 6.2 การจ้างแรงงานในการผลิตหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์

จากตารางที่ 6.2 จะเห็นได้ว่าการจ้างแรงงานในการผลิตหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์นั้น ส่วนใหญ่จะเป็นการจ้างแรงงานภายในชุมชน คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาเป็นการใช้แรงงานของผู้ประกอบการเอง และการจ้างแรงงานสมาชิกภายในครอบครัว ซึ่งมีค่าร้อยละ



เท่ากันคือ ร้อยละ 40 และการจ้างแรงงานสมาชิกภายนอกชุมชนคิดเป็นร้อยละ 0 ตามลำดับ เหตุผลที่ผู้ประกอบการจ้างแรงงานภายในครอบครัวและการจ้างแรงงานภายในชุมชนนั้น ก็เป็นเพราะว่าประหยัดค่าใช้จ่ายในการจ้างแรงงาน และเป็นการสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนด้วย ซึ่งข้อมูลเปรียบเทียบค่าร้อยละของการจ้างแรงงานที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจพอเพียง ดังแผนภูมิที่ 6.2 ดังนี้



แผนภูมิที่ 6.2 การจ้างแรงงานในการผลิตหัตถกรรมสาขาศิลปะประดิษฐ์

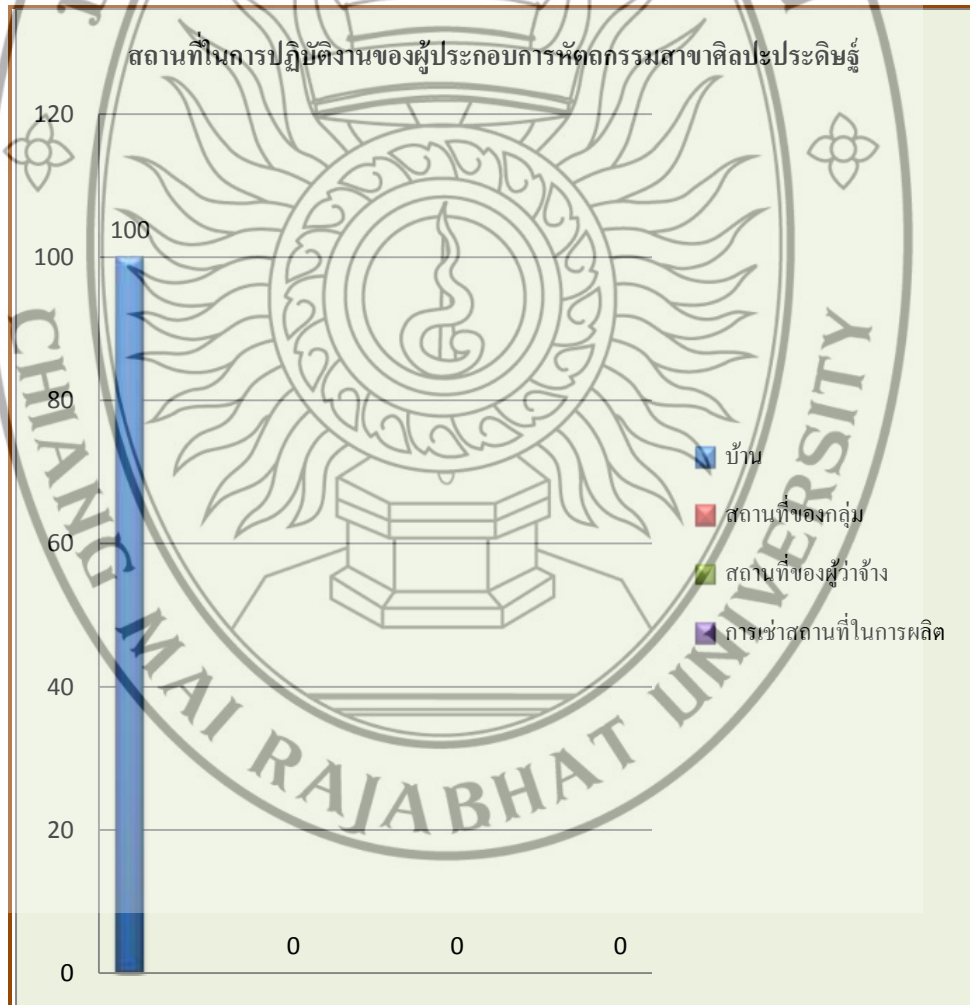
### 1.1.3 การบริหารจัดการสถานที่ในการปฏิบัติงาน

ในการบริหารจัดการสถานที่ในการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาศิลปะประดิษฐ์นั้น ได้มีการจัดสรรสถานที่ที่ใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อแสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ดังตารางที่ 6.3 ดังนี้

รายชื่อกลุ่มตัวอย่างวิจัย (ผู้ประกอบการ)	สถานที่ในการผลิตผลิตภัณฑ์งานศิลปะประดิษฐ์			
	บ้าน	สถานที่ของกลุ่ม	สถานที่ของผู้ว่าจ้าง	การเช่าสถานที่ ในการผลิต
1. พันธุ์ศรี มูลศิริ	*	-	-	-
2. ศศิณา ปิ่นทอง	*	-	-	-
3. อูษา วิกสิตกุล	*	-	-	-
4. ประกอบ อินยศ	*	-	-	-
5. กุมาลี เลิศวานิกภาพร	*	-	-	-
6. ประกายแก้ว ปาณะวงศ์	*	-	-	-
7. เมลินี เทพดา	*	-	-	-
8. จำลองลักษณ์ ไชยอินทร์	*	-	-	-
9. วรวิทย์ ชี้อจริง	*	-	-	-
10. ธันรศมี โกมลนธิพงษ์	*	-	-	-
<b>รวมร้อยละ</b>	<b>100</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

ตารางที่ 6.3 การบริหารสถานที่ในการปฏิบัติงานหัตถกรรมสาขาศิลปะประดิษฐ์

จากตารางที่ 6.3 จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาศิลปะประดิษฐ์ทั้งหมด เลือกใช้บ้านเป็นสถานที่ปฏิบัติงาน คิดเป็นร้อยละ 100 ส่วนการใช้สถานที่ของกลุ่ม การใช้สถานที่ของผู้ว่าจ้าง และการเช่าสถานที่ในการผลิต คิดเป็นร้อยละ 0 ตามลำดับ สาเหตุที่ผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาศิลปะประดิษฐ์ เลือกใช้สถานที่ปฏิบัติงานที่บ้าน เพราะว่าสามารถลดภาระของการลงทุนในการจัดหาสถานที่ที่ใช้การผลิตและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมสาขาศิลปะประดิษฐ์ ทั้งในเรื่องของการเช่าสถานที่ และสะดวกต่อการจัดหาหรือจัดเก็บวัตถุดิบ อุปกรณ์ต่าง ๆ โดยหลักแนวคิดของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาศิลปะประดิษฐ์ส่วนใหญ่ มีแนวโน้มที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจพอเพียง เพราะเป็นการใช้ทุนของตนเองที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ตลอดจนการใช้สอยพื้นที่ที่ได้ประโยชน์มากที่สุด ซึ่งในที่นี่จะเป็นการเปรียบเทียบสถานที่ในการบริหารงานของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาศิลปะประดิษฐ์ ดังแผนภูมิที่ 6.3 ดังนี้



แผนภูมิที่ 6.3 สถานที่ในการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาศิลปะประดิษฐ์

### 1.1.5 การออกแบบผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์

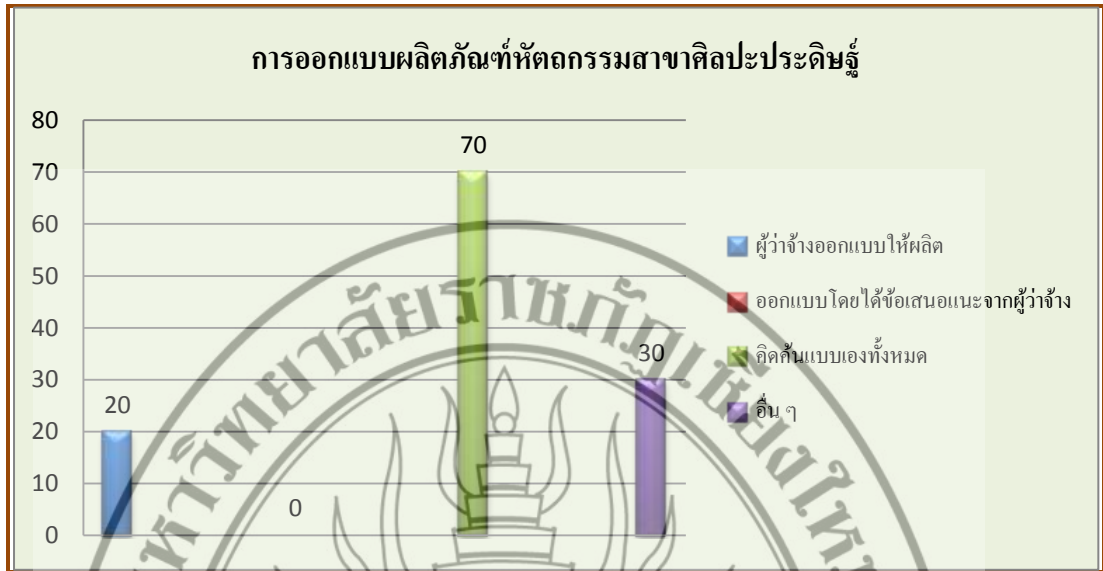
การออกแบบผลิตภัณฑ์คือ กระบวนการที่สำคัญของการผลิตหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์ โดยการออกแบบนั้นต้องใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ มาประกอบกัน เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ ใหม่ ๆ ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและท้องตลาดให้ได้มากที่สุด ดังตารางที่ 6.4

รายชื่อกลุ่มตัวอย่างวิจัย (ผู้ประกอบการ)	การออกแบบผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการหัตถกรรมผ้าทอ			
	ผู้ว่าจ้าง ออกแบบให้ผลิต	ออกแบบโดย ได้ข้อเสนอแนะ จากผู้ว่าจ้าง	คิดค้นแบบเอง ทั้งหมด	อื่น ๆ
1. พันธุ์ศรี มุลศิริ	*	-	*	-
2. ศศิณา ปิ่นทอง	-	-	-	*
3. อุษา วิภิสิตกุล	-	-	*	-
4. ประกอบ อินยศ	-	-	*	-
5. กุมาลี เดิควานิกภาพร	-	-	*	-
6. ประกายแก้ว ปาณะวงค์	-	-	-	*
7. เมลินี เทพดา	-	-	*	-
8. จำลองลักษณ์ ไชยอินทร์	-	-	*	-
9. วรวิทย์ ชือจริง	-	-	-	-
10. ธีรธรรม์ โกมลนธิพงษ์	*	-	*	*
รวมร้อยละ	20	0	70	30

ตารางที่ 6.4 การออกแบบผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์

จากตารางที่ 6.4 จะเห็นได้ว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ตามแบบที่คิดค้นเองทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 70 โดยในการคิดค้นแบบเองนั้น ผู้ประกอบการดูจากผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภค รองลงมาเป็นการออกแบบโดยวิธีอื่น ๆ เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ตามคำแนะนำของผู้บริโภค คิดเป็นร้อยละ 30 ส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะให้คำแนะนำทางด้านสีและรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ส่วนการออกแบบผลิตภัณฑ์ตามทีผู้ว่าจ้างออกแบบให้ผลิตนั้น คิดเป็นร้อยละ 20 และการออกแบบโดยได้รับคำแนะนำจากผู้ว่าจ้าง คิดเป็นร้อยละ 0 ตามลำดับ ซึ่งสามารถแจกแจงเป็นแผนภูมิเปรียบเทียบ ดังแผนภูมิที่ 6.4 ดังนี้





แผนภูมิที่ 6.4 การออกแบบผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์

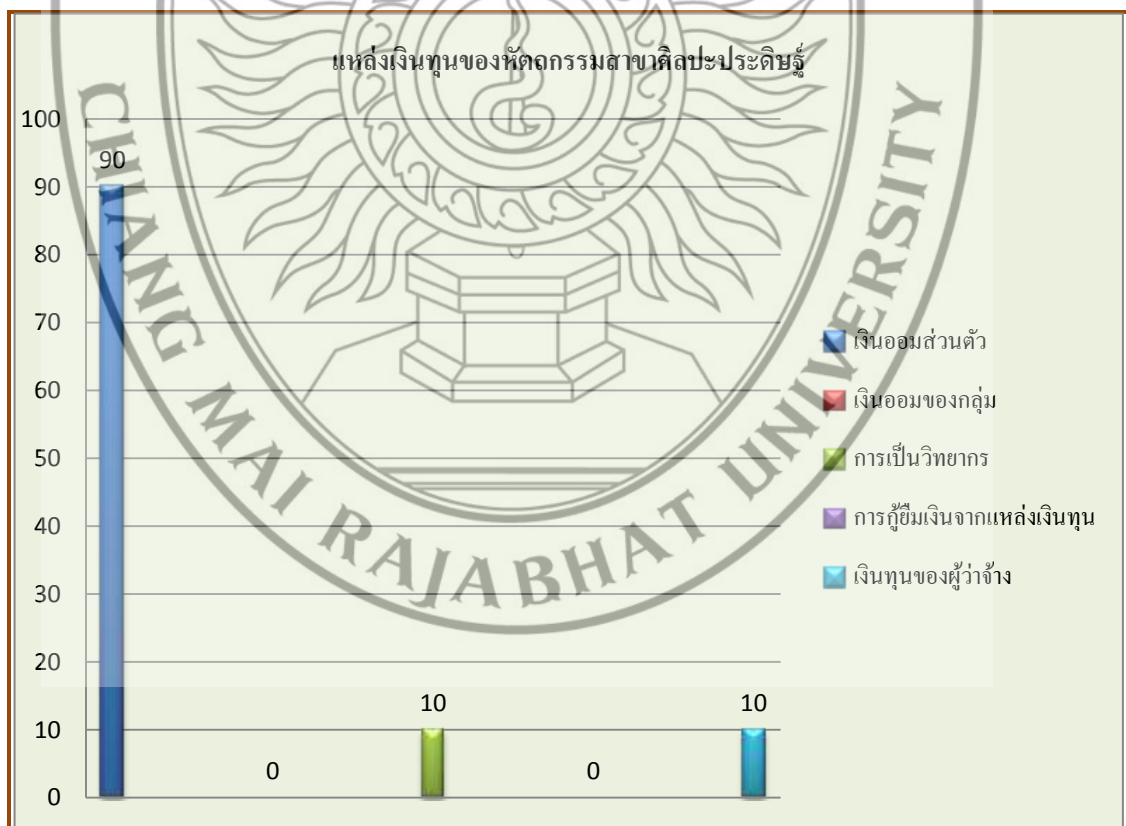
### 1.2 เศรษฐกิจพอเพียงกับการบริหารจัดการการลงทุน

ทางด้านการบริหารจัดการด้านลงทุนนั้น ผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์ มีการบริหารการลงทุนที่เน้นความเสถียร และเป็นแนวทางที่สอดคล้องกับการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงในการบริหารจัดการการลงทุนธุรกิจ ดังตารางที่ 6.5 ดังนี้

รายชื่อกลุ่มตัวอย่างวิจัย (ผู้ประกอบการ)	แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการบริหารธุรกิจหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์				
	เงินออม ส่วนตัว	เงินออม ของกลุ่ม	การเป็น วิทยากร	การกู้ยืมเงิน จากแหล่ง เงินทุน	เงินทุนของ ผู้ว่าจ้าง
1. พันธุ์ศรี มูลศรี	*	-	*	-	-
2. ศศิณา ปิ่นทอง	*	-	-	-	-
3. อุษา วิกลิตกุล	-	-	-	-	*
4. ประกอบ อินชศ	*	-	-	-	-
5. กุมาลี เลิศวานิกภาพร	*	-	-	-	-
6. ประกายแก้ว ปาณะวงศ์	*	-	-	-	-
7. เมสินี เทพดา	*	-	-	-	-
8. จำลองลักษณ์ ไชยอินทร์	*	-	-	-	-
9. วรวิทย์ ซื่อจริง	*	-	-	-	-
10. ธีรธรรม์ โกมลนธิพงษ์	*	-	-	-	-
<b>รวมร้อยละ</b>	<b>90</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>10</b>

ตารางที่ 6.5 แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการบริหารธุรกิจหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์

จากตารางที่ 6.5 จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการบริหารธุรกิจหัตถกรรมสาขาศิลปะประดิษฐ์มาจากเงินออมส่วนตัว ถึงร้อยละ 90 เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการนำเอาแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ว่า พอประมาณ มาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับแนวทางการดำเนินชีวิต และการดำเนินธุรกิจของแต่ละคน ได้เป็นอย่างดี ทำให้สามารถวางแผนในการดำรงชีวิต และการประกอบอาชีพได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม ดังนั้นการออมทรัพย์ถือว่าเป็นพื้นฐานของคนไทยที่มีความพอเพียงอยู่ในตัว รองลงมาเป็นเงินทุนของผู้ว่าจ้างและเงินทุนจากการเป็นวิทยากร คิดเป็นร้อยละ 10 การที่ผู้ว่าจ้างเป็นคนลงทุนในการผลิตผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้ประกอบการนั้น ทำให้ผู้ประกอบการสามารถลดต้นทุนทางการผลิต และลดความเสี่ยงทางการลงทุนของผู้ประกอบการไปได้อีกทางหนึ่ง สำหรับแหล่งเงินทุนที่มาจากเงินออมของกลุ่ม และการกู้เงินจากแหล่งกองทุนกู้เงินทั้งส่วนภาครัฐและเอกชนนั้น มีค่าเป็นร้อยละ 0 เนื่องจากผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาศิลปะประดิษฐ์ส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นว่าการกู้ยืมเงินจากแหล่งต่าง ๆ นั้น เป็นสิ่งที่ไม่ควรกระทำ มีความเสี่ยงสูง และต้องแบกรับภาระหนี้สิน สำหรับแหล่งเงินทุนที่ใช้ในการบริหารธุรกิจหัตถกรรมสาขาศิลปะประดิษฐ์ สามารถแจกแจงในแผนภูมิที่ 6.5 ดังนี้



แผนภูมิที่ 6.5 แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการบริหารธุรกิจหัตถกรรมสาขาศิลปะประดิษฐ์



### 1.3 เศรษฐกิจพอเพียงกับการบริหารจัดการตลาด

ประเด็นที่นำมาวิเคราะห์การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงกับการบริหารจัดการด้านการตลาดนั้น จะประกอบไปด้วยการประชาสัมพันธ์หัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์ช่องทาง ในการจัดจำหน่ายหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์ และการกำหนดราคาหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 1.3.1 การประชาสัมพันธ์หัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์

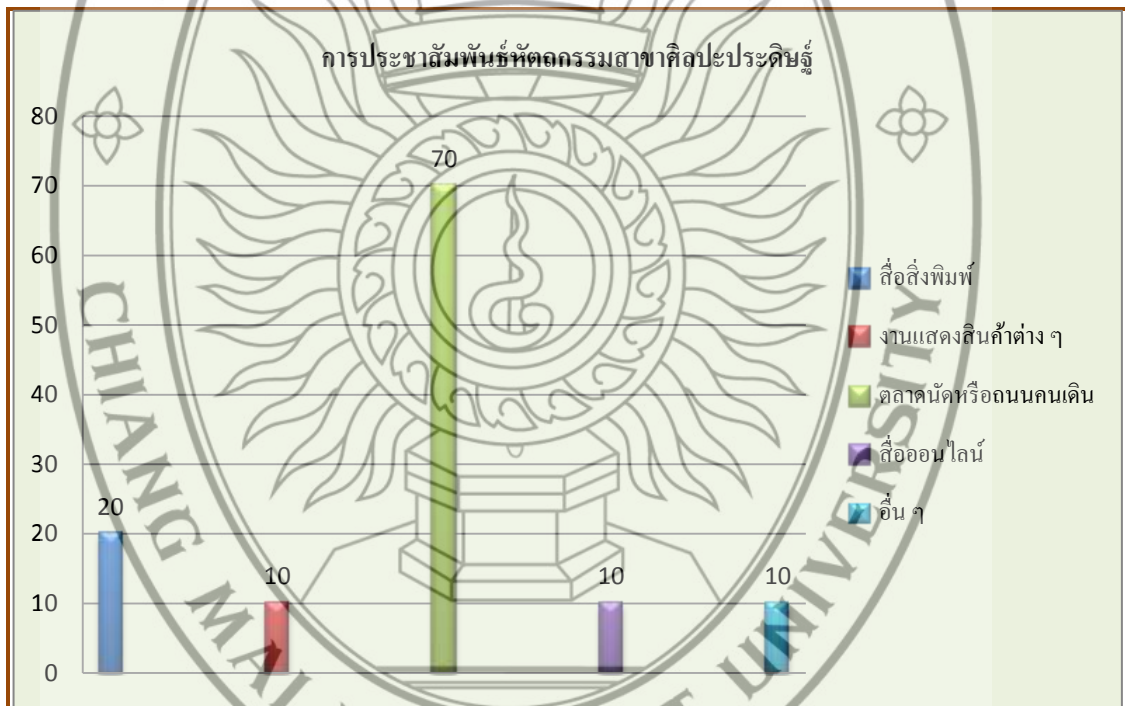
กิจกรรมทางการตลาดที่ถือว่ามีความจำเป็นและสำคัญสำหรับผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์ทุกคนคือ การทำประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ โดยในการทำประชาสัมพันธ์นั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นตัวผลิตภัณฑ์เอง ด้านตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ ฯลฯ เป็นต้น โดยในการทำประชาสัมพันธ์ของผู้ประกอบการนั้น ในที่นี้จะเป็นการเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เพื่อจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการที่สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ดังตารางที่ 6.6

รายชื่อกลุ่มตัวอย่างวิจัย (ผู้ประกอบการ)	การประชาสัมพันธ์ของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์				
	สื่อสิ่งพิมพ์	งานแสดง สินค้าต่าง ๆ	ตลาดนัด หรือถนน คนเดิน	สื่อออนไลน์	อื่น ๆ
1. พันธุ์ศรี มูลศรี	*	-	-	-	-
2. ศศิมา ปิ่นทอง	-	-	*	-	-
3. อุษา วิภิสิตกุล	-	-	-	-	-
4. ประกอบ อินชส	-	-	*	-	-
5. กุมาลี เลิศวานิกพร	-	-	*	-	-
6. ประกายแก้ว ปาณะวงศ์	-	-	*	-	-
7. เมลินี เทพดา	*	-	-	-	*
8. จำลองลักษณ์ ไชยอินทร์	-	-	*	*	-
9. วรวิทย์ ซื่อจริง	-	-	*	-	-
10. ธันรศมี โกมลนิธิพงศ์	-	*	*	-	-
รวมร้อยละ	20	10	70	10	10

ตารางที่ 6.6 การประชาสัมพันธ์ของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์

จากตารางที่ 6.6 จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์มีการประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านทางตลาดนัดหรือถนนคนเดิน ซึ่งมีถึงร้อยละ 70 รองลงมาจะเป็นการประชาสัมพันธ์ทางสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร ใบปลิว แผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 20 สำหรับ

การประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ (facebook หรือ hi-5) การประชาสัมพันธ์ตามงานแสดงสินค้าต่าง ๆ และการประชาสัมพันธ์ทางด้านอื่น ๆ เช่น สื่อวิทยุ มีค่าร้อยละเท่ากันคือ ร้อยละ 10 เมื่อสอบถามผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์ทำให้ทราบว่า เหตุผลที่เลือกนำสินค้าไปประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อออนไลน์นั้นไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเลย เพราะในปัจจุบันโลกทางเทคโนโลยีเปิดกว้างสำหรับทุกคน ทำให้ชีวิตของทุกคนสามารถรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ ได้ได้ง่ายและสะดวกรวดเร็วขึ้น และการนำผลิตภัณฑ์ไปจัดแสดงที่ถนนคนเดิน จะเสียค่าใช้จ่ายเป็นค่าเช่าที่เท่านั้น และยังเสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่าการใช้สื่อสิ่งพิมพ์เสียอีก ตลอดจนผู้ประกอบการคิดว่าในยุคเศรษฐกิจที่มีการแปรผันอยู่ตลอดเวลาอย่างนี้ สิ่งไหนที่ควรจะประหยัดได้ก็ควรจะทำ เพื่อให้สอดคล้องกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ทำให้ผู้ประกอบการรู้จักการพอประมาณและพออยู่พอกิน (สำหรับคุณอุษา จะไม่มีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ เพราะลูกค้าจะมาซื้อถึงสถานที่ผลิต) สามารถแจกแจงเป็นแผนภูมิที่ 6.6 ดังนี้



แผนภูมิที่ 6.6 การประชาสัมพันธ์ของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์

### 1.3.2 ช่องทางในการจัดจำหน่ายหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์

สำหรับช่องทางในการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์นั้น มีการใช้ช่องทางในการจัดจำหน่ายอยู่หลายทางด้วยกัน ซึ่งในที่นี้จะเป็นการเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของการกระจายสินค้าจากผู้ผลิตหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์ไปสู่ผู้บริโภค โดยการนำเอาหลักปรัชญาแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงเข้ามาประยุกต์ใช้ด้วย ดังตารางที่ 6.7

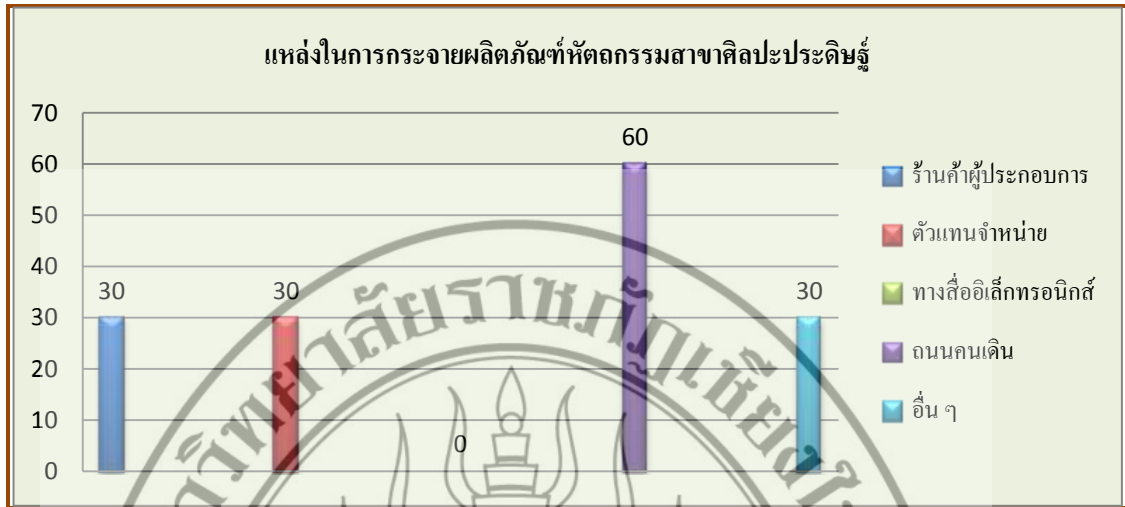
รายชื่อกลุ่มตัวอย่างวิจัย (ผู้ประกอบการ)	แหล่งในการกระจายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์				
	ร้านค้า ผู้ประกอบการ	ตัวแทน จำหน่าย	ทางสื่อ อิเล็กทรอนิกส์	ถนนคนเดิน	อื่น ๆ
1. พันธุ์ศรี มุลศรี	*	*	-	-	-
2. ศศิณา ปิ่นทอง	*	*	-	-	-
3. อุษา วิกสิตกุล	-	-	-	-	*
4. ประกอบ อินชศ	-	-	-	*	-
5. กุมาลี เลิศวานิกภาพร	-	-	-	*	-
6. ประกายแก้ว ปาณะวงศ์	-	-	-	*	-
7. เมสินี เทพดา	*	*	-	-	*
8. จำลองลักษณ์ ไชยอินทร์	-	-	-	*	-
9. วรวิทย์ ชื้อจริง	-	-	-	*	-
10. ธันรศรัมิ โกมลนิธิพงศ์	-	-	-	*	*
รวมร้อยละ	30	30	0	60	30

ตารางที่ 6.7 ช่องทางในการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการ

หัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์

จากตารางที่ 6.7 จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์ใช้ช่องทางในการจัดจำหน่ายที่ตลาดนัดหรือถนนคนเดินมากที่สุดคือ ร้อยละ 60 รองลงมาเป็นร้านค้าของผู้ประกอบการ การจัดจำหน่ายโดยการให้ตัวแทนจำหน่าย และการใช้ช่องทางในการจัดจำหน่ายอื่น ๆ (พนักงานขาย และลูกค้ามาซื้อถึงสถานที่ผลิต) มีค่าร้อยละเท่ากันคือ ร้อยละ 30 สำหรับการจำหน่ายสินค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ไปยังผู้บริโภคเป็นร้อยละ 0 ทั้งนี้ผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์ได้ให้เหตุผลว่า การที่เลือกใช้ตลาดนัดหรือถนนคนเดินเป็นสถานที่ในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เพราะค่าเช่าที่ไม่แพง และจำนวนผู้ที่มาเที่ยวถนนคนเดินมีจำนวนมาก ทำให้สามารถจำหน่ายสินค้าได้มากขึ้น ส่วนการเลือกร้านค้าของตนเองเป็นแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เนื่องจากประหยัดค่าใช้จ่ายในการเช่าสถานที่ในการจำหน่ายสินค้า สถานที่ในการผลิตสินค้าอยู่ในสะดวกต่อการจัดเก็บผลิตภัณฑ์ที่ผลิตเสร็จแล้ว ซึ่งสอดคล้องกับหลักเศรษฐกิจพอเพียงทางด้านการรู้จักใช้พื้นที่ที่มีอยู่อย่างจำกัด ให้ได้ประโยชน์มากที่สุด ส่วนการมีตัวแทนจำหน่ายเข้ามาช่วยในการกระจายสินค้า ก็เพราะว่าสถาบันคนกลางสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารทางด้านของราคาสินค้าและปริมาณสินค้าได้ดีกว่าผู้ประกอบการ สำหรับช่องทางในการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์ สามารถแจกแจงเป็นแผนภูมิที่ 6.7 ดังนี้





แผนภูมิที่ 6.7 ช่องทางในการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์

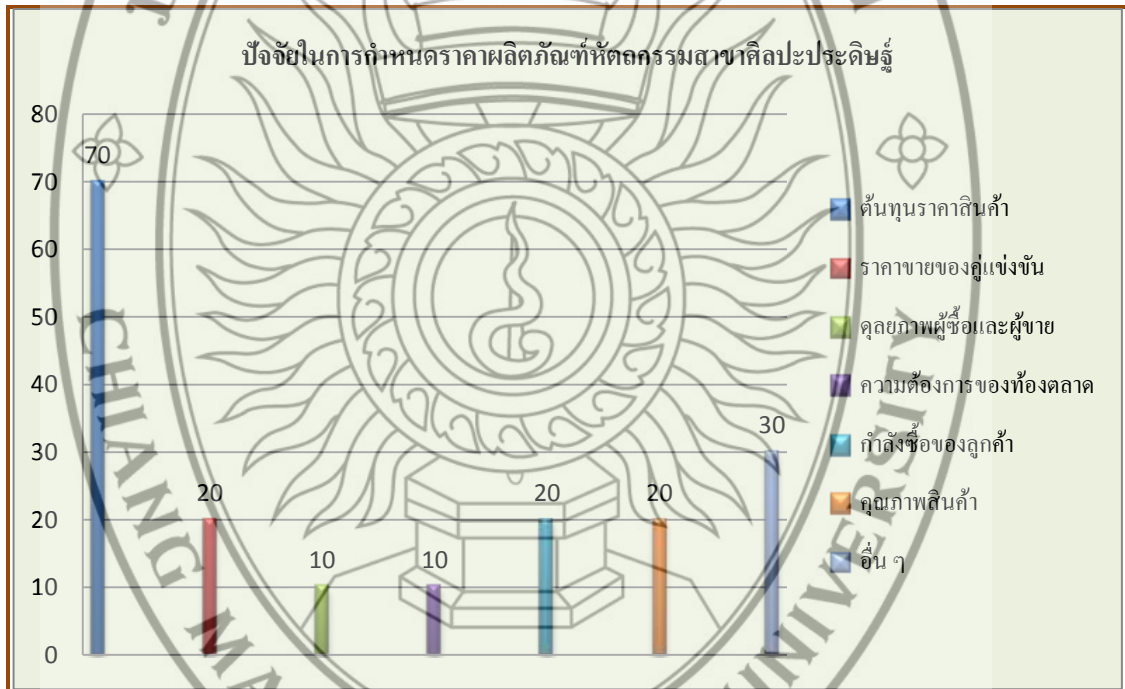
### 1.3.3 การกำหนดราคาหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์

ในการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์นั้น ผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์ ส่วนใหญ่จะเป็นผู้กำหนดราคาเอง เป็นราคาที่มีความยุติธรรม ไม่เอาเปรียบต่อผู้บริโภค และมีความสอดคล้องกับหลักเศรษฐกิจพอเพียง โดยพิจารณาจากปัจจัยหลาย ๆ ด้านรวมกัน ซึ่งสามารถอธิบายได้ตามดังตารางที่ 6.8

รายชื่อกลุ่มตัวอย่างวิจัย (ผู้ประกอบการ)	ปัจจัยที่ใช้ในการกำหนดราคาสินค้าของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์						
	ต้นทุน ราคา สินค้า	ราคาขาย ของคู่ แข่งขัน	คุณภาพ ผู้ซื้อและ ผู้ขาย	ความต้องการ ของท้องตลาด	กำลังซื้อ ของลูกค้า	คุณภาพ สินค้า	อื่น ๆ
1. พันธุ์ศรี มุสศิริ	*	-	-	-	*	*	*
2. ศศิณา ปิ่นทอง	*	*	-	-	*	-	-
3. อุษา วิภัติกุล	-	-	-	-	-	-	-
4. ประคบ อินยศ	*	-	-	-	-	-	*
5. กุมาลี เลิศวานิกภาพร	*	-	-	-	-	-	*
6. ประกายแก้ว ปาณะวงค์	*	*	-	-	-	-	-
7. เมลินี เทพดา	*	-	-	-	-	-	-
8. จำลองลักษณ์ ไชยอินทร์	-	-	-	-	-	-	-
9. วรวิทย์ ชี้อจริง	-	-	-	-	-	-	-
10. ธนรัศมี โกมลนิพิงศ์	*	-	*	*	-	*	-
<b>รวมร้อยละ</b>	<b>70</b>	<b>20</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>30</b>

ตารางที่ 6.8 ปัจจัยที่ใช้ในการกำหนดราคาของผู้ประกอบการ  
หัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์

จากตารางที่ 6.8 จะเห็นว่าในการกำหนดราคาของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขา ศิลปะประดิษฐ์เป็นผู้กำหนดราคาเอง โดยพิจารณาจากต้นทุนราคาสินค้า คิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมาเป็นการกำหนดราคาแบบอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 30 ซึ่งอาจจะพิจารณาจากค่าแรง ค่าวัสดุ และความยากง่ายในการผลิตสินค้า สำหรับการกำหนดราคาโดยพิจารณาจากกำลังซื้อของลูกค้า ราคาขายของกลุ่มแข่งขัน และคุณภาพของสินค้า มีค่าเท่ากับคือ ร้อยละ 20 ส่วนด้านคุณภาพของผู้ซื้อและผู้ขาย และความต้องการของท้องตลาด มีค่าร้อยละเท่ากับคือ ร้อยละ 10 (สำหรับคุณอูษา คุณจำลองลักษณ์ และคุณวริทธิ์ ไม่ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์) ซึ่งในการกำหนดราคาของผู้ประกอบการนั้น ใช้วิธีการกำหนดราคาสินค้าที่มีความชัดเจน ไม่เบียดเบียนผู้บริโภค เป็นราคาที่มีความถูกต้องและความเหมาะสมกับภาวะเศรษฐกิจ อยู่บนพื้นฐานของความพอประมาณ ซึ่งสามารถแจกแจงได้ตามแผนภูมิที่ 6.8



แผนภูมิที่ 6.8 ปัจจัยที่ใช้ในการกำหนดราคาของผู้ประกอบการ  
หัตถกรรมสาขาศิลปะประดิษฐ์

#### 1.4 เศรษฐกิจพอเพียงกับการถ่ายทอดความรู้สู่ชุมชน

ในการถ่ายทอดความรู้สู่ชุมชนของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาศิลปะประดิษฐ์ของแต่ละบุคคล อาจมีความคล้ายคลึงกันหรือแตกต่างกัน โดยผู้วิจัยได้รวบรวมการนำเอาปรัชญาแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในการถ่ายทอดความรู้สู่ชุมชนของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาศิลปะประดิษฐ์ของแต่ละบุคคล ดังตารางที่ 6.9

ผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์	การถ่ายทอดความรู้สู่ชุมชน
1. คุณพันธ์ศรี มุลศรี	จากการที่ได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ทำให้ทราบว่า แนวทางในการถ่ายทอดความรู้ ทางด้านงานหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์สู่ชุมชนคือ ผู้ประกอบการใช้สถานที่บ้านเป็น แหล่งศึกษาดูงานและฝึกอบรมให้แก่ นักเรียน นักศึกษา และบุคคลทั่วไปที่สนใจในการ บัณฑิตเป็นรูปต่าง ๆ โดยผู้ประกอบการเป็น ผู้อบรมด้วยตนเอง และเมื่อผู้ที่สนใจมีข้อสงสัย เกี่ยวกับสินค้า ผู้ประกอบการมีความยินดีที่จะ ให้ข้อมูลเหล่านั้น ด้วยความเต็มใจ
2. คุณศศิณา ปิ่นทอง	ในเรื่องของแนวทางในการถ่ายทอดความรู้ ทางด้านงานหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์สู่ชุมชนนั้น คุณศศิณา กล่าวว่า เนื่องจากเป็น สถานประกอบการขนาดเล็กเท่านั้น จึงยังไม่มี การถ่ายทอดความรู้สู่ชุมชน แต่ถ้ามีผู้ที่สนใจมา สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า คุณศศินายินดี ที่จะตอบทุกคำถาม
3. คุณอุษา วิกสิตกุล	คุณอุษา กล่าวว่า แนวทางในการถ่ายทอด ความรู้ทางด้านงานหัตถกรรมสาขาศิลป ประดิษฐ์สู่ชุมชนนั้น จึงยังไม่มี แต่จะเป็น การจัดอบรมให้ผู้ที่สนใจในการประกอบอาชีพ นี้มากกว่า
4. คุณประกอบ อินยศ	คุณประกอบ กล่าวถึงแนวทางในการถ่ายทอด ความรู้ทางด้านงานหัตถกรรมสู่ชุมชนของ ธุรกิจตนเองไว้ว่า เนื่องจากการทำงาน หัตถกรรมของตนเอง เป็นการใช้เวลาว่างให้ เป็นประโยชน์ ดังนั้นในเรื่องของการถ่ายทอด ความรู้สู่ชุมชนยังไม่มี แต่ถ้ามีผู้ที่สนใจมา สอบถามข้อมูล ก็ยินดีที่จะตอบทุกคำถาม



ผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาศิลปะประดิษฐ์	การถ่ายทอดความรู้สู่ชุมชน
5. คุณกุนมาลี เลิศวานิกภาพร	คุณกุนมาลี ได้กล่าวถึงแนวทางในการถ่ายทอดความรู้ทางด้านงานหัตถกรรมสาขาศิลปะประดิษฐ์สู่ชุมชนของธุรกิจตนเองไว้ว่า เนื่องจากการทำงานหัตถกรรมของตนเอง มีการทำงานเพียงคนเดียว ดังนั้นการถ่ายทอดความรู้สู่ชุมชนยังไม่มี แต่ถ้ามีผู้สนใจมาสอบถามข้อมูลผลิตภัณฑ์ก็มีความยินดีที่จะให้ความรู้เหล่านั้น
6. คุณประกายแก้ว ปาณะวงศ์	จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ทำให้ทราบว่า คุณประกายแก้ว ยังไม่ได้มีการถ่ายทอดความรู้ทางด้านหัตถกรรมสาขาศิลปะประดิษฐ์แก่ชุมชน เนื่องจากทำงานเฉพาะในกลุ่มของผู้ประกอบการเอง แต่ถ้ามีผู้สนใจมาสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลสินค้า คุณประกายแก้วจะเต็มใจตอบคำถามทุกคำถาม
7. คุณเมสสินี เทพดา	ในเรื่องของแนวทางในการถ่ายทอดความรู้ทางด้านงานหัตถกรรมสาขาศิลปะประดิษฐ์สู่ชุมชนนั้น คุณเมสสินี กล่าวว่า เนื่องจากเป็นการทำงานภายในกลุ่มของผู้ประกอบการเท่านั้น จึงยังไม่ได้มีการถ่ายทอดความรู้สู่ชุมชน แต่ถ้ามีผู้ที่สนใจมาสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า คุณเมสสินีก็จะตอบทุกคำถาม
8. คุณจำลองลักษณ์ ไชยอินทร์	จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการสอบถามถึงเรื่องแนวทางในการถ่ายทอดความรู้ทางด้านงานหัตถกรรมเครื่องสาขาศิลปะประดิษฐ์สู่ชุมชน ทำให้ทราบว่า คุณจำลองลักษณ์ ยังไม่เคยถ่ายทอดความรู้สู่ชุมชน แต่ถ้ามีผู้สนใจมาสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า คุณจำลองลักษณ์เองก็มีความยินดีที่จะตอบทุกคำถาม

ผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาศิลปะประดิษฐ์	การถ่ายทอดความรู้สู่ชุมชน
9. คุณวรวิทย์ ชี้อจรัส	จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ทำให้ทราบว่ายังไม่เคยถ่ายทอดความรู้ทางด้านหัตถกรรมสาขาศิลปะประดิษฐ์สู่ชุมชน แต่บ่อยครั้งจะมีผู้ที่สนใจ ไม่ว่าจะเป็นนักเรียน นักศึกษา บุคคลทั่วไป มาสอบถามข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ทำอยู่ คุณวรวิทย์เองมีความยินดีที่จะให้คำตอบทุกคำถามที่ผู้สนใจเตรียมมาถาม
10. คุณฉัตรศรี โกมลนิธิพงศ์	ในเรื่องของแนวทางในการถ่ายทอดความรู้ทางด้านงานหัตถกรรมสาขาศิลปะประดิษฐ์สู่ชุมชนนั้น คุณฉัตรศรี กล่าวว่า เนื่องจากเป็นการทำงานในกลุ่มเล็ก ๆ เท่านั้น จึงยังไม่มี การถ่ายทอดความรู้สู่ชุมชน แต่ถ้ามีผู้ที่สนใจมาสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า คุณฉัตรศรี มีความยินดีที่จะให้รายละเอียดข้อมูลดังกล่าว

ตารางที่ 6.9 การถ่ายทอดความรู้สู่ชุมชนของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาศิลปะประดิษฐ์

## 2. การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis ในการบริหารจัดการธุรกิจ

การวิเคราะห์ SWOT Analysis เป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์ซึ่งช่วยให้ผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาศิลปะประดิษฐ์ สามารถกำหนดจุดแข็งและจุดอ่อน จากสภาพแวดล้อมภายใน โอกาสและอุปสรรค จากสภาพแวดล้อมภายนอก ตลอดจนผลกระทบที่มีศักยภาพจากปัจจัยเหล่านี้ต่อการทำงานของธุรกิจตนเองได้

ในการวิเคราะห์ SWOT Analysis ในบทนี้เป็นการศึกษาเพื่อค้นหาศักยภาพและช่องทางในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาศิลปะประดิษฐ์ ดังตารางที่ 6.10

การวิเคราะห์ SWOT Analysis	รายละเอียดการวิเคราะห์ SWOT Analysis
1. การวิเคราะห์ SWOT Analysis ของคุณพันธ์ศรี มูลศรี	<p><b>จุดแข็ง</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.ผู้ประกอบการมีความรู้และความชำนาญทางด้านหัตถกรรมสาขาศิลปะประดิษฐ์มานาน</li> <li>2.สถานที่ที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์อยู่ใกล้แหล่งชุมชนทำให้สามารถกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคได้ง่าย</li> </ol>

การวิเคราะห์ SWOT Analysis	รายละเอียดการวิเคราะห์ SWOT Analysis
<p>1. การวิเคราะห์ SWOT Analysis ของ คุณพันธ์ศรี มูลศรี</p>	<p>3.ผู้ประกอบการมีช่องทางในการจัดจำหน่ายที่แน่นอน คือ ร้านค้าของผู้ประกอบการ และตัวแทนจำหน่าย</p> <p>4.ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการมีความหลากหลาย และ ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค</p> <p>5.ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการได้รับการยอมรับและ การรับรองคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน จากกระทรวงอุตสาหกรรม</p> <p>6.ผู้ประกอบการมีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ่าน ทางการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์</p> <p>7.เงินลงทุนเริ่มแรก เป็นเงินลงทุนของผู้ประกอบการเอง ทั้งหมด ทำให้ไม่มีปัญหาทางด้านภาระหนี้สิน</p> <p>8.ผู้ประกอบการมีการสำรวจอัตราการบริโภคของผู้บริโภค ผู้บริโภคอยู่เป็นประจำ</p> <p>9.ผู้ประกอบการมีแหล่งการศึกษาดูงานและมีการ ฝึกอบรมให้แก่ผู้ที่สนใจเข้ามาศึกษาวิธีการปั้นดิน ให้มี รูปแบบต่างๆ เช่น ดอกไม้</p> <p>10.ผู้ประกอบการมีการให้ส่วนลดเงินสดแก่ผู้บริโภค ที่ซื้อผลิตภัณฑ์คราวละมาก ๆ</p> <p>11.ราคาผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการมีความเหมาะสม กับราคาของคู่แข่ง</p> <p>12.ผู้ประกอบการมีบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ แต่เป็น บรรจุภัณฑ์แบบง่าย</p> <p><b>จุดอ่อน</b></p> <p>1.บรรจุภัณฑ์ของผู้ประกอบการเป็นแบบง่าย แต่ขาด รายละเอียดที่ต้องระบุตามมาตรฐาน</p> <p>2.ผู้ประกอบการไม่มีตราสินค้าเป็นของตนเอง เนื่องจาก ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินการค่อนข้างมาก</p> <p>3.ผู้ประกอบการต้องเสียค่าใช้จ่ายทางด้านต้นทุนสูง เพราะต้องสั่งซื้อจากกรุงเทพ และจังหวัดเชียงราย</p>



การวิเคราะห์ SWOT Analysis	รายละเอียดการวิเคราะห์ SWOT Analysis
<p>1. การวิเคราะห์ SWOT Analysis ของ คุณพันธ์ศรี มูลศรี</p>	<p><u>โอกาส</u></p> <p>1.รัฐบาลมีนโยบายในการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างจริงจัง</p> <p>2.ในปัจจุบันมีหน่วยงานทั้งทางภาครัฐและเอกชนเข้ามามีบทบาททางการช่วยเหลือผู้ประกอบการมากขึ้น ไม่ว่าจะทางด้านการผลิต หรือการจัดจำหน่าย</p> <p><u>อุปสรรค</u></p> <p>1.ผู้ประกอบการมีคู่แข่งในตลาดเดียวกันเป็นจำนวนมาก เพราะการทำธุรกิจหัตถกรรมสาขาศิลปะประดิษฐ์ ใช้เงินในการลงทุนไม่มาก</p> <p>2.ในปัจจุบันปัญหาทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิตของผู้ประกอบการคือ วัตถุดิบมีราคาที่สูงขึ้น และค่าขนส่งก็มีราคาสูงขึ้นด้วย</p> <p>3.ผลิตภัณฑ์สามารถเลียนแบบได้ง่าย ทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์</p>
<p>2. การวิเคราะห์ SWOT Analysis ของ คุณศศิณา ปันทอง</p>	<p><u>จุดแข็ง</u></p> <p>1.ผู้ประกอบการมีความรู้ทางด้านหัตถกรรมสาขาศิลปะประดิษฐ์ที่ทำอยู่มานาน</p> <p>2.สถานที่ที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์อยู่ใกล้แหล่งชุมชน ทำให้สามารถกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคได้สะดวกและรวดเร็ว</p> <p>3.ผู้ประกอบการมีช่องทางในการจัดจำหน่ายที่แน่นอนคือ ร้านค้าของผู้ประกอบการ ตัวแทนจำหน่าย และพนักงานขาย</p> <p>4.ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการมีรูปแบบหลากหลาย สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และผู้ประกอบการจะผลิตผลิตภัณฑ์ตามคำแนะนำของลูกค้า</p>

การวิเคราะห์ SWOT Analysis	รายละเอียดการวิเคราะห์ SWOT Analysis
<p>2. การวิเคราะห์ SWOT Analysis ของ คุณศศิษา ปิ่นทอง</p>	<p>5.ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการได้รับการรับรองคุณภาพ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน จากกระทรวงอุตสาหกรรม</p> <p>6.ผู้ประกอบการมีการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ ก่อนออกจำหน่ายทุกครั้ง</p> <p>7.เงินลงทุนเริ่มแรก เป็นเงินลงทุนของผู้ประกอบการเอง ทั้งหมด ทำให้ไม่ต้องแบกรับภาระด้านหนี้สิน</p> <p>8.ผู้ประกอบการมีการให้ส่วนลดแก่ผู้บริโภคที่ซื้อ ผลิตภัณฑ์คราวละมาก ๆ</p> <p>9.ผู้ประกอบการมีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ่านทาง งานแสดงสินค้าต่าง ๆ</p> <p>10.ผู้ประกอบการมีบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ แต่จะ มีการนำมาใช้เมื่อออกบูธแสดงสินค้าเท่านั้น</p> <p>11.ราคาผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการมีความเหมาะสม กับราคาของคู่แข่ง</p> <p>12.ผู้ประกอบการมีตราสินค้าเป็นของตนเอง ทำให้ ผู้บริโภคสามารถจดจำชื่อได้ง่าย</p> <p><b>จุดอ่อน</b></p> <p>1.ผู้ประกอบการยังขาดงบประมาณทางการสร้าง ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์</p> <p>2.ผู้ประกอบการไม่มีการส่งเสริมทางการตลาด และ มีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ค่อนข้างน้อย ทำให้ ผลิตภัณฑ์ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักของผู้บริโภค</p> <p><b>โอกาส</b></p> <p>1. รัฐบาลมีนโยบายในการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมอย่างจริงจัง และในปัจจุบันมีหน่วยงานทั้ง ทางภาครัฐและเอกชนเข้ามามีบทบาททางการ ช่วยเหลือผู้ประกอบการมากขึ้น ทั้งทางการผลิต การจัดจำหน่าย การตลาด การจัดหาแหล่งเงินทุน การขาย ฯลฯ</p>

การวิเคราะห์ SWOT Analysis	รายละเอียดการวิเคราะห์ SWOT Analysis
<p>2. การวิเคราะห์ SWOT Analysis ของ คุณศศิณา ปิ่นทอง</p>	<p>2. ในปัจจุบันกระแสความนิยมทางด้านสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์กำลังมาแรงเป็น โอกาสอันดีที่ ผู้ประกอบการจะนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ให้แก่ ผู้บริโภค</p> <p><b>อุปสรรค</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผู้ประกอบการมีคู่แข่งกันในตลาดเดียวกัน เป็น จำนวนมาก เพราะใช้เงินในการลงทุนไม่มาก</li> <li>2. ในปัจจุบันปัญหาทางด้านเศรษฐกิจและการเมือง ทำ ให้วัตถุดิบมีราคาที่สูงขึ้น</li> <li>3. ผลิตภัณฑ์ที่ผู้ประกอบการผลิตออกมานั้น บางครั้งทำ ให้ผู้บริโภคแยกแยะได้ยาก และผลิตภัณฑ์สามารถทำ การลอกเลียนแบบได้ง่าย</li> </ol>
<p>3. การวิเคราะห์ SWOT Analysis ของ คุณอุษา วิภคิตกุล</p>	<p><b>จุดแข็ง</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผู้ประกอบการมีความรู้ทางด้านผลิตภัณฑ์หัตถกรรม สาขาศิลปประดิษฐ์ที่ทำอยู่มานาน</li> <li>2. สถานที่ในการผลิตผลิตภัณฑ์อยู่ใกล้แหล่งชุมชน ทำ ให้สามารถกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคได้อย่างสะดวก</li> <li>3. ในการผลิตสินค้า ผู้ว่าจ้างจะเป็นผู้ลงทุนทำให้ไม่ต้อง เสียค่าใช้จ่ายในการลงทุน</li> <li>4. มีการจัดอบรมทางด้านการทำผลิตภัณฑ์ให้ผู้ที่มีสนใจ มาฝึกปฏิบัติ ทั้งนี้เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ ของผู้ประกอบการด้วย</li> <li>5. ราคาผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับท้องตลาด</li> </ol> <p><b>จุดอ่อน</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผู้ประกอบการยังขาดความรู้ความเข้าใจทางการ สร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์</li> <li>2. ผู้ประกอบการไม่มีการส่งเสริมทางการตลาดและ การส่งเสริมการขาย และมีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ ค่อนข้างน้อย ทำให้ผลิตภัณฑ์ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จัก</li> </ol>



การวิเคราะห์ SWOT Analysis	รายละเอียดการวิเคราะห์ SWOT Analysis
<p>3. การวิเคราะห์ SWOT Analysis ของ คุณอุษา วิภัติกุล</p>	<p>3. ผู้ประกอบการไม่มีร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของตนเอง และลูกค้าจะมาซื้อผลิตภัณฑ์ถึงสถานที่ผลิตที่เป็นบ้านของผู้ประกอบการเท่านั้น</p> <p><u>โอกาส</u></p> <p>1. รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างจริงจัง</p> <p>2. หน่วยงานทั้งทางภาครัฐและเอกชนเข้ามามีบทบาททางการช่วยเหลือผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นทางการผลิต การจัดจำหน่าย การตลาด ฯลฯ ซึ่งในปัจจุบันผู้ประกอบการได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานกระทรวงอุตสาหกรรม และกระทรวงสาธารณสุข</p> <p>3. ในปัจจุบันกระแสความนิยมทางด้านผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานต่าง ๆ กำลังเป็นที่นิยมของผู้บริโภค ดังนั้นจึงเป็นโอกาสที่ดีของผู้ประกอบการจะนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ให้แก่ผู้บริโภค และทำให้เกิดผู้บริโภครายใหม่ ๆ</p> <p>4. ในปัจจุบันกระแสความนิยมทางด้านผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานต่าง ๆ กำลังเป็นที่นิยมของผู้บริโภค ดังนั้นจึงเป็นโอกาสที่ดีของผู้ประกอบการจะนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ให้แก่ผู้บริโภค</p> <p><u>อุปสรรค</u></p> <p>1. เนื่องจากเงินที่ใช้ในการลงทุนทางด้านหัตถกรรมสาขาศิลปะประดิษฐ์ไม่มาก จึงทำให้มีคู่แข่งทางการค้าในตลาดเดียวกันเป็นจำนวนมาก</p> <p>2. ผู้บริโภคไม่สามารถแยกแยะผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการและคู่แข่งได้</p> <p>3. ในปัจจุบันปัญหาทางด้านเศรษฐกิจและการเมืองทำให้วัตถุดิบมีราคาที่สูงขึ้น</p>

การวิเคราะห์ SWOT Analysis	รายละเอียดการวิเคราะห์ SWOT Analysis
3. การวิเคราะห์ SWOT Analysis ของ คุณอุษา วิสิทธิ์กุล	4. จุดอ่อนตัวของผู้บริโภคร ทางด้านงานหัตถกรรมสาขา ศิลปประดิษฐ์
4. การวิเคราะห์ SWOT Analysis ของ คุณประกอบ อินยศ	<p><b>จุดแข็ง</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผู้ประกอบการมีความรู้ทางด้านหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์ และสามารถนำวัสดุที่เหลือใช้กลับมาใช้ใหม่</li> <li>2. สถานที่ที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์อยู่ใกล้แหล่งชุมชน ทำให้สามารถกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคได้ง่าย และการจัดหาวัตถุดิบต่างๆ ทำได้ง่าย</li> <li>3. ผู้ประกอบการมีช่องทางในการจัดจำหน่ายและประชาสัมพันธ์คือ ถนนคนเดิน</li> <li>4. ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการมีรูปแบบหลากหลาย และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค</li> <li>5. ผู้ประกอบการมีการส่งเสริมการขายคือ ลดราคาและแถมผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าที่มาซื้อผลิตภัณฑ์คราวละหลายๆ</li> <li>6. เงินลงทุนเริ่มแรก เป็นเงินลงทุนของผู้ประกอบการเองทั้งหมด ทำให้ไม่มีปัญหาทางการเงินแบกรับภาระหนี้สิน</li> <li>8. ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการมีราคาถูกกว่าคู่แข่งอื่น ทำให้สินค้าเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค</li> </ol> <p><b>จุดอ่อน</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผู้ประกอบการไม่มีความรู้ทางการสร้างตราสินค้า และการออกแบบบรรจุภัณฑ์</li> <li>2. ผู้ประกอบการไม่สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ได้ตามระยะเวลาที่ผู้บริโภคต้องการ</li> <li>3. รูปแบบผลิตภัณฑ์ไม่ได้รับความนิยม</li> <li>4. ผู้ประกอบการมีการประชาสัมพันธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์ค่อนข้างน้อย ทำให้ผู้บริโภคไม่ค่อยรู้จักผลิตภัณฑ์มากเท่าใด</li> </ol>

การวิเคราะห์ SWOT Analysis	รายละเอียดการวิเคราะห์ SWOT Analysis
<p>4. การวิเคราะห์ SWOT Analysis ของ คุณประกอบ อินยศ</p>	<p><u>โอกาส</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.ปัจจุบันมีการเปิดการค้าเสรีมากขึ้น ทำให้รัฐบาลมีนโยบายในการส่งเสริมผู้ประกอบการมากขึ้น</li> <li>2.มีหน่วยงานทั้งทางภาครัฐและเอกชนเข้ามามีบทบาททางด้านการให้คำปรึกษาทางด้านการประกอบธุรกิจมากขึ้น</li> </ol> <p><u>อุปสรรค</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.เหตุการณ์ทางด้านเศรษฐกิจและการเมือง ส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิต และการซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค</li> <li>2.การประกอบธุรกิจหัตถกรรมสาขาศิลปะประดิษฐ์ทำได้ง่าย เพราะใช้เงินทุนไม่มาก</li> <li>3.ผู้ประกอบการมีคู่แข่งทางด้านการค้าเป็นจำนวนมากในตลาดเดียวกัน</li> </ol>
<p>5. การวิเคราะห์ SWOT Analysis ของ คุณกมลณี เลิศวานิกพร</p>	<p><u>จุดแข็ง</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.ผู้ประกอบการมีความรู้และความชำนาญทางด้านหัตถกรรมสาขาศิลปะประดิษฐ์มานาน</li> <li>2.สถานที่ที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์อยู่ใกล้แหล่งชุมชน ทำให้การจัดหาวัตถุดิบต่าง ๆ ทำได้ง่าย</li> <li>3.ผู้ประกอบการมีช่องทางในการจัดจำหน่ายและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์คือ ถนนคนเดิน</li> <li>4.ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการมีรูปแบบหลากหลาย</li> <li>5.ผู้ประกอบการมีการส่งเสริมการขายคือมีการแถมผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์คราวละมาก ๆ</li> <li>6.ผู้ประกอบการมีบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ แต่จะเป็นบรรจุภัณฑ์แบบง่าย</li> <li>7.ผู้ประกอบการมีความมั่นคงทางการเงิน และไม่ต้องแบกรับภาระทางด้านหนี้สิน</li> <li>8.ราคาผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับราคาคู่แข่ง</li> </ol>



การวิเคราะห์ SWOT Analysis	รายละเอียดการวิเคราะห์ SWOT Analysis
<p>5. การวิเคราะห์ SWOT Analysis ของ คุณกฤมาลี เลิศวานิกภาพร</p>	<p><b>จุดอ่อน</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผู้ประกอบการไม่มีการส่งเสริมทางการตลาดและมีการประชาสัมพันธ์ทางด้านข้อมูลผลิตภัณฑ์ค่อนข้างน้อย</li> <li>2. บรรจุภัณฑ์ที่ผู้ประกอบการใช้เป็นแบบง่าย และยังขาดรายละเอียดที่ต้องระบุตามมาตรฐาน</li> </ol> <p><b>โอกาส</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. รัฐบาลมีนโยบายในการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างจริงจัง ทำให้เปิดโอกาสในการขยายผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์ของผู้ประกอบการ</li> <li>2. ในปัจจุบันมีหน่วยงานทั้งทางภาครัฐและเอกชนให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างจริงจัง ไม่ว่าจะเป็นทางด้านการผลิต การจัดจำหน่าย การหาแหล่งเงินทุน ฯลฯ</li> </ol> <p><b>อุปสรรค</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. เหตุการณ์ทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่บ่อยครั้งส่งผลกระทบต่อการผลิตของผู้ประกอบการ ทำให้ราคาวัตถุดิบสูงขึ้น และการซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคลดลง</li> <li>2. จุดอึดตัวทางการบริโภคผลิตภัณฑ์หัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์ของผู้บริโภค</li> <li>3. ผลิตภัณฑ์สามารถทำการลอกเลียนแบบได้ง่าย และทำให้ผู้บริโภคแยกแยะผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการและคู่แข่งกันได้ยาก</li> </ol>
<p>6. การวิเคราะห์ SWOT Analysis ของ คุณประกายแก้ว ปาณะวงศ์</p>	<p><b>จุดแข็ง</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผู้ประกอบการมีความชำนาญทางการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมสาขาศิลปประดัษฐ์มานาน</li> <li>2. ผู้ประกอบการมีเสถียรภาพทางการเงินที่มั่นคง</li> </ol>

การวิเคราะห์ SWOT Analysis	รายละเอียดการวิเคราะห์ SWOT Analysis
<p>6. การวิเคราะห์ SWOT Analysis ของ คุณประกายแก้ว ปาณะวงศ์</p>	<p>3.ผู้ประกอบการมีการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ ทุกครั้งก่อนที่จะมีการจัดจำหน่าย</p> <p>4.ผู้ประกอบการมีช่องทางในการจัดจำหน่ายและ ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ที่แน่นอนคือ ตลาดนัดหรือ ถนนคนเดิน</p> <p>5.สถานที่ในการผลิตผลิตภัณฑ์อยู่ในแหล่งชุมชน ทำให้ง่ายต่อการขนส่งสินค้า</p> <p>6.ผู้ประกอบการมีบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ แต่เป็น บรรจุภัณฑ์แบบง่าย</p> <p>7.ราคาผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับราคาท้องตลาด</p> <p><b>จุดอ่อน</b></p> <p>1.ผู้ประกอบการไม่มีตราสินค้าเป็นของตนเอง ทำให้ ผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคมากนัก</p> <p>2.บรรจุภัณฑ์ของผู้ประกอบการไม่มีการระบุ รายละเอียดตามมาตรฐานที่กำหนดไว้</p> <p>3.ผู้ประกอบการไม่มีการส่งเสริมการตลาด และ การส่งเสริมการขาย ทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่เป็นที่ดึงดูด ความสนใจของผู้บริโภค</p> <p>4.ผู้ประกอบการมีช่องทางในการจัดจำหน่ายและ ประชาสัมพันธ์สินค้าค่อนข้างน้อย ทำให้ผู้บริโภค รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์น้อยตามไปด้วย</p> <p><b>โอกาส</b></p> <p>1.ปัจจุบันมีหน่วยงานทั้งทางภาครัฐและเอกชน เข้ามา มีบทบาทช่วยเหลือผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมอย่างจริงจัง</p> <p>2.กระแสความนิยมผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองคุณภาพ จากทางภาครัฐกำลังเป็นที่สนใจของผู้บริโภค เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ และเพิ่มการขายฐานลูกค้ารายใหม่ๆ</p>

การวิเคราะห์ SWOT Analysis	รายละเอียดการวิเคราะห์ SWOT Analysis
<p>6. การวิเคราะห์ SWOT Analysis ของ คุณประกายแก้ว ปาณะวงศ์</p>	<p><b>อุปสรรค</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.สภาวะทางด้านเศรษฐกิจ การเมืองและสังคม ส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิต ไม่ว่าจะเป็นทางด้านวัตถุดิบที่มีราคาสูงขึ้น ค่าขนส่ง ฯลฯ</li> <li>2.จุดอ่อนตัวของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์หัตถกรรมสาขาศิลปะประดิษฐ์</li> <li>3.ผู้ประกอบการมีคู่แข่งเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้มาจากการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมสาขาศิลปะประดิษฐ์ไม่ต้องใช้เงินทางการลงทุนมาก</li> <li>4.ผลิตภัณฑ์สามารถทำการลอกเลียนแบบกันได้ง่าย ทำให้ผู้ประกอบการต้องมีการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ</li> </ol>
<p>7. การวิเคราะห์ SWOT Analysis ของ คุณเมธินี เทพดา</p>	<p><b>จุดแข็ง</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.ผู้ประกอบการมีประสบการณ์ในการผลิตหัตถกรรมสาขาศิลปะประดิษฐ์มานาน</li> <li>2.ผู้ประกอบการมีความมั่นคงทางการเงิน เพราะเงินลงทุนมาจากการใช้เงินส่วนตัวทั้งหมด</li> <li>3.มีสถานที่ผลิตอยู่ในแหล่งชุมชนทำให้ง่ายต่อการขนส่งวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์</li> <li>4.ผู้ประกอบการมีใบกำกับคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้บริโภค</li> <li>5.ผู้ประกอบการมีการส่งเสริมการขายคือ ถ้าเป็นสมาชิกจะได้รับส่วนลด 10% จากราคาผลิตภัณฑ์ที่ซื้อ</li> <li>6.ผู้ประกอบการมีช่องทางในการจัดจำหน่ายที่แน่นอนคือ ผ่านทางร้านค้าของผู้ประกอบการ ตัวแทนจำหน่ายและพนักงาน</li> <li>7.ผู้ประกอบการมีตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์แบบง่าย</li> <li>8.ผู้ประกอบการมีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ่านทางนิตยสาร ใบปลิว แผ่นพับ และสื่อวิทยุ</li> </ol>



การวิเคราะห์ SWOT Analysis	รายละเอียดการวิเคราะห์ SWOT Analysis
<p>7. การวิเคราะห์ SWOT Analysis ของ คุณเมลินี เทพดา</p>	<p>9.ราคาผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับต้นทุนการผลิต</p> <p><b>จุดอ่อน</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.บรรรจุภัณฑ์ของผู้ประกอบการยังขาดการระบุรายละเอียดต่าง ๆ เช่น ชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์</li> <li>2.การออกแบบผลิตภัณฑ์ หรือรูปแบบของผลิตภัณฑ์ยังไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค</li> </ol> <p><b>โอกาส</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.ปัจจุบันทั้งทางภาครัฐและเอกชน เริ่มหันมาสนใจผู้ประกอบการทางด้านธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างจริงจัง</li> <li>2.การเปิดเสรีทางการค้า ทำให้เพิ่มโอกาสทางการผลิตผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ</li> </ol> <p><b>อุปสรรค</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.ผู้ประกอบการมีจำนวนคู่แข่งกันมากราย ทั้งนี้เป็นเพราะว่าธุรกิจไม่ต้องใช้เงินลงทุนมาก</li> <li>2.ปัญหาทางการเมืองและเศรษฐกิจทำให้ราคาวัตถุดิบ ค่าขนส่งสูงขึ้นตามไปด้วย</li> </ol>
<p>8. การวิเคราะห์ SWOT Analysis ของ คุณจำลองลักษณ์ ไชยอินทร์</p>	<p><b>จุดแข็ง</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.ผู้ประกอบการมีความรู้ความสามารถทางการทำหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์มานาน</li> <li>2.ผู้ประกอบการมีความมั่นคงทางการเงิน</li> <li>3.ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการมีรูปแบบที่หลากหลายสวยงาม และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค</li> <li>4.ผู้ประกอบการมีช่องทางในการจัดจำหน่ายและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ่านทางถนนคนเดิน งานแสดงสินค้าต่าง ๆ เช่น งานโอท็อป งานที่ทางจังหวัดจัดขึ้น และการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (facebook และ Hi 5)</li> </ol>

การวิเคราะห์ SWOT Analysis	รายละเอียดการวิเคราะห์ SWOT Analysis
<p>8. การวิเคราะห์ SWOT Analysis ของ คุณจำลองลักษณ์ ไชยอินทร์</p>	<p>5. ผู้ประกอบการมีการส่งเสริมการขายคือ ลดราคาให้กับ ผู้บริโภครที่มีการซื้อผลิตภัณฑ์ครั้งละมาก ๆ</p> <p>6. ราคาผลิตภัณฑ์ถูกกว่าคู่แข่ง</p> <p><b>จุดอ่อน</b></p> <p>1. ผู้ประกอบการขาดความรู้ความเข้าใจทางการ สร้างตราสินค้าและการออกแบบบรรจุภัณฑ์</p> <p><b>โอกาส</b></p> <p>1. การเปิดการค้าเสรีของรัฐบาล ทำให้เพิ่ม โอกาส ทางการผลิตผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ</p> <p>2. รัฐบาลมีนโยบายเข้ามาช่วยเหลือผู้ประกอบการธุรกิจ ขนาดเล็ก และธุรกิจขนาดกลางอย่างจริงจัง ทั้ง ทางการผลิต หรือการจัดจำหน่าย</p> <p><b>อุปสรรค</b></p> <p>1. ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจส่งผลกระทบต่อราคาวัตถุดิบ</p> <p>2. จุดอ่อนตัวของการบริโภคผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค</p> <p>3. ผู้ประกอบการมีคู่แข่งจำนวนมาก</p>
<p>9. การวิเคราะห์ SWOT Analysis ของ คุณวรวิทย์ ช่อจริง</p>	<p><b>จุดแข็ง</b></p> <p>1. ผู้ประกอบการมีความรู้ทางการผลิตหัตถกรรมสาขา ศิลปประดิษฐ์มานาน</p> <p>2. ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการมีรูปแบบแปลกใหม่</p> <p>3. ผลิตภัณฑ์มีราคาถูกกว่าคู่แข่ง</p> <p>4. ผู้ประกอบการมีช่องทางการจัดจำหน่ายและ ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ่านทางถนนคนเดินวิวาลัย และถนนคนเดินวันอาทิตย์ (ท่าแพ)</p> <p>5. ผู้ประกอบการมีความมั่นคงทางการเงิน</p> <p>6. สถานที่ในการผลิตอยู่ในแหล่งชุมชน ทำให้สะดวก ต่อการขนส่งและกระจายสินค้า</p> <p>7. ผู้ประกอบการมีการส่งเสริมการขายคือ ลดราคา ผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์คราวละเยอะ ๆ</p>

การวิเคราะห์ SWOT Analysis	รายละเอียดการวิเคราะห์ SWOT Analysis
<p>9. การวิเคราะห์ SWOT Analysis ของ คุณวรวิทย์ ชี้อจริง</p>	<p><b>จุดอ่อน</b></p> <p>1. ผู้ประกอบการมีช่องทางในการจัดจำหน่ายและ ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ค่อนข้างน้อย ทำให้ผู้บริโภค ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไม่ทั่วถึง</p> <p>2. ผู้ประกอบการไม่มีตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เป็นของ ตนเอง เนื่องจากยังขาดความรู้ความเข้าใจทางด้านนี้อยู่</p> <p><b>โอกาส</b></p> <p>1. รัฐบาลเปิดการค้าเสรีเพิ่มมากขึ้น ทำให้เพิ่มโอกาส ในการผลิตของผู้ประกอบการ</p> <p>2. รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจขนาด ย่อมและขนาดกลางเพิ่มมากขึ้น</p> <p>3. มีหน่วยงานทางภาครัฐและเอกชนเข้ามาช่วยเหลือ ผู้ประกอบการทางด้านการตลาด การผลิต เป็นต้น</p> <p><b>อุปสรรค</b></p> <p>1. ผู้ประกอบการมีคู่แข่งขึ้นทางการค้าในตลาดเดียวกัน เป็นจำนวนมาก</p> <p>2. ปัญหาเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดขึ้นอยู่ ส่งผลกระทบต่อ กระบวนการผลิตทางด้านราคาวัตถุดิบ ราคาขนส่ง</p> <p>3. เนื่องจากการทำธุรกิจหัตถกรรมสาขาศิลปะประดิษฐ์ ใช้เงินลงทุนไม่มากจึงทำให้เกิดปัญหาในการ ลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ ทำให้ผู้ประกอบการต้อง พัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่ อยู่เสมอ</p>
<p>10. การวิเคราะห์ SWOT Analysis ของ คุณธัญรัศมี โกมลนิธิพงศ์</p>	<p><b>จุดแข็ง</b></p> <p>1. ผู้ประกอบการมีความรู้ทางการผลิตหัตถกรรม สาขาศิลปะประดิษฐ์มานาน</p> <p>2. ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการมีรูปแบบแปลกใหม่และ มีคุณภาพ สามารถตอบสนองความต้องการของ ผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี</p>



การวิเคราะห์ SWOT Analysis	รายละเอียดการวิเคราะห์ SWOT Analysis
<p>10. การวิเคราะห์ SWOT Analysis ของ คุณฉัตรศรี โกมลนิธิพงศ์</p>	<p>3.ผลิตภัณฑ์มีราคาถูกกว่าคู่แข่ง</p> <p>4.ผู้ประกอบการมีช่องทางการจัดจำหน่ายและ ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ่านทางงานแสดงสินค้าต่าง ๆ และถนนคนเดินวันเสาร์-อาทิตย์</p> <p>5.ผู้ประกอบการมีความมั่นคงทางการเงิน เพราะใช้เงิน ส่วนตัวมาช่วยในการบริหารจัดการธุรกิจ</p> <p>6.สถานที่ในการผลิตอยู่ในแหล่งชุมชน ทำให้สะดวก ต่อการขนส่งและกระจายสินค้า</p> <p>7.ผู้ประกอบการมีการส่งเสริมการขายคือ ลดราคา ผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์คราวละเยอะ ๆ</p> <p>8.ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการได้รับการรับรองคุณภาพ จากโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 3 ดาว</p> <p>9.ผู้ประกอบการมีบรรจุภัณฑ์แบบง่ายสำหรับผลิตภัณฑ์ ของตนเอง</p> <p><b>จุดอ่อน</b></p> <p>1.ผู้ประกอบการมีช่องทางการจัดจำหน่ายและ ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ค่อนข้างน้อย ทำให้ผู้บริโภค ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไม่ทั่วถึง</p> <p>2.ผู้ประกอบการไม่มีตราสินค้าเป็นของตนเอง เนื่องจาก ยังขาดความรู้ความเข้าใจของการมีตราสินค้า และไม่มี งบประมาณสนับสนุนทางด้านนี้</p> <p>3.บรรจุภัณฑ์ของผู้ประกอบการขาดการระบุนรายละเอียด ตามมาตรฐาน เช่น ชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ ฯลฯ</p> <p><b>โอกาส</b></p> <p>1.รัฐบาลเปิดการค้าเสรีเพิ่มมากขึ้น ทำให้เพิ่มโอกาส ในการผลิตของผู้ประกอบการ ตลอดจนมีการส่งเสริม ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อย่างจริงจัง ไม่ว่าจะเป็นทางการผลิต การตลาด การจัดจำหน่าย และการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น</p>

การวิเคราะห์ SWOT Analysis	รายละเอียดการวิเคราะห์ SWOT Analysis
<p>10. การวิเคราะห์ SWOT Analysis ของ คุณัญญ์ศรี โกมลนิธิพงศ์</p>	<p>2. มีหน่วยงานทางภาครัฐและเอกชนเข้ามาช่วยเหลือและให้คำปรึกษากับผู้ประกอบการทางการตลาด การผลิต การจัดจำหน่าย ฯลฯ มากขึ้น</p> <p><u>อุปสรรค</u></p> <p>1. ปัญหาทางด้านการเมืองและเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในปัจจุบันส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิต เช่น ราคาขายส่งและราคาวัตถุดิบที่มีราคาสูงขึ้นกว่าเดิม</p> <p>2. ผู้ประกอบการมีคู่แข่งขึ้นทางการค้าและการตลาดในระดับเดียวกันเป็นจำนวนมาก</p> <p>3. เนื่องจากการทำธุรกิจหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์ ใช้เงินลงทุนไม่มาก จึงทำให้เกิดปัญหาการลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ ทำให้ผู้ประกอบการต้องพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอยู่เสมอ</p>

ตารางที่ 6.10 การวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT ในการบริหารจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์