บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาโครงสร้างการผลิต การตลาด และการเงิน รวมไปถึงการวัดศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยุหว่า และกลุ่มกาดร้อยสล่า โดยใช้หลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2553 ซึ่งได้ผลการศึกษาดังนี้

4.1 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยุหว่า

1. ความเป็นมา

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยุหว่าเดิมชื่อกลุ่มแกะสลักตำบล ยุหว่า ปัจจุบันเปลี่ยนเป็นศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยุหว่า เนื่องจาก ได้มีการ จดทะเบียนตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 โดยพัฒนากรอำเภอเป็นผู้ดำเนินการ โดยก่อสร้าง เป็นอาคารไม้หลังคามุงใบตองตั้งอยู่ริม คลองชลประทาน มีสมาชิกมารวมกลุ่มจำนวน 50 ราย สามปีต่อมาเจ้าของที่ดินที่ติดอยู่กับศูนย์ฯ ได้ ก่อสร้างร้านค้าให้ใหม่มีความคงทนถาวร เพื่อรองรับสมาชิกที่เพิ่มมากขึ้น ปัจจุบันมีจำนวน 42 ห้อง ศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลัก ตำบลยุหว่ามีสมาชิกทั้งหมด 157 ราย เป็นสมาชิกที่มาเช่าพื้นที่เพื่อทำการแกะสลักไม้และจำหน่าย จำนวน 27 ราย เป็นสมาชิกที่ทำงานที่บ้านจำนวน 130 รายมีการ ออมทรัพย์ภายในศูนย์ฯ ตั้งแต่ 30 - 300 บาท มีสมาชิกกลุ่มที่เข้าร่วมออมทรัพย์ 59 ราย วัตถุประสงค์ในการจัดตั้งศูนย์ฯ คือ

1. เพื่อรวมกลุ่มผู้ที่มีอาชีพแกะสลักทำให้ถูกต้องตามระเบียบ
2. เพื่อเพิ่มพูนรายได้ให้กับครอบครัว
3. เพื่อสร้างแนวทางการทำงานให้เป็นแนวเดียวกัน
4. เพื่อสร้างความสามัคคีในหมู่คณะ
5. เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนรู้จักใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์
6. เพื่อเผยแพร่งานด้านฝีมือการแกะสลักให้แก่ราษฎรทั่วไปให้รู้จัก
7. เพื่อเป็นการต่อรองราคากับพ่อค้าคนกลาง
8. เพื่อให้ประชาชนได้รู้จักการบริหารงานในรูปกลุ่มบริหารเงินทุนและการพัฒนาอาชีพ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2. โครงสร้างการบริหารงานของศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยุหว่า

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยุหว่ามีการจัดองค์กร โดยการจัดตั้งคณะกรรมการศูนย์ ฯ ซึ่งแต่ละตำแหน่งทำหน้าที่ดังต่อไปนี้

1. ประธาน ทำหน้าที่บริหารจัดการศูนย์ ฯ ดูแลความเรียบร้อยภายในศูนย์ ฯ เป็นผู้ประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ เมื่อมีการจัดอบรม หรือต้องเข้าร่วมประชุมกับหน่วยงานต่าง ๆ ประธานจะเป็นตัวแทนศูนย์ ฯ เข้าร่วม

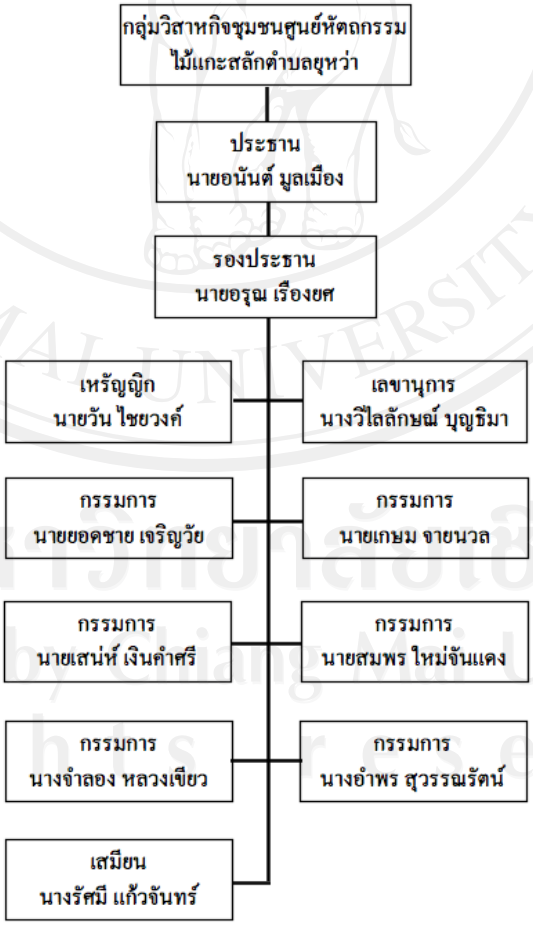
2. รองประธาน ทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยประธานศูนย์ฯ ช่วยเหลืองานประธานศูนย์ ฯ

3. เหรัญญิก ทำหน้าที่ดูแลการเงินของศูนย์ ฯ

4. เลขานุการ ทำหน้าที่ด้านการบัญชี

5. เสมียน ทำหน้าที่ออกใบเสร็จรับเงินให้ลูกค้าที่มาซื้อของจากร้านค้าสมาชิก

6. กรรมการจำนวน 6 คน ทำหน้าที่ดูแลศูนย์ ฯ ในเรื่องทั่ว ๆ ไป



รูปที่ 4.1 โครงสร้างการบริหารงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยุหว่า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ในการคัดเลือกคณะกรรมการศูนย์ ฯ นั้น จะมีการประชุมสมาชิก และให้สมาชิกเป็นผู้เสนอชื่อและทำการเลือกตั้งโดยการออกเสียงลงคะแนน การดำรงตำแหน่งมีวาระ 2 ปี ในการทำหน้าที่ แต่ละตำแหน่งในศูนย์ ฯ นั้นไม่มีค่าตอบแทน เป็นการทำงานด้วยความสมัครใจและทำงานแบบช่วยเหลือกันโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ศูนย์ ฯ ประสบความสำเร็จและสามารถอยู่ได้

3. ผู้นำกลุ่ม

ประธานศูนย์ ฯ คนปัจจุบันคือ นายอนันต์ มูลเมือง ปัจจุบันอายุ 58 ปี จบการศึกษาระดับชั้นมัธยมปลาย ปัจจุบันกำลังศึกษาต่อระดับปริญญาตรีที่มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ อดีตทำงานเป็นฝ่ายบริการที่โรงเรียนบ้านกาดวิทยาคม อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่ จากนั้นได้รับเลือกตั้ง ให้ดำรงตำแหน่งสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล 2 สมัย คือระหว่างปี พ.ศ. 2540 - พ.ศ. 2544 และระหว่างปี พ.ศ. 2552 - พ.ศ. 2556 เป็นคณะกรรมการศูนย์แกะสลักตำบลยุหว่าตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 - พ.ศ. 2548 และได้ดำรงตำแหน่งรองประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์หัตถกรรมไม้แกะ สลักตำบลยุหว่าระหว่างปี พ.ศ. 2549 - พ.ศ. 2552 (2 สมัย) และในปัจจุบันดำรงตำแหน่งประธาน ศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยุหว่าตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553

4. ระเบียบข้อบังคับของศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยุหว่า

ระเบียบข้อบังคับของศูนย์ ฯ มีดังนี้

1. เป็นผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในหมู่บ้านกิ่วแลหลวง และในหมู่บ้านใกล้เคียงของตำบลยุหว่า
2. เป็นผู้ที่มีนิสัยอันดีงาม มีความรู้ความเข้าใจ เห็นชอบด้วยกับหลักการของกลุ่มและสนใจงานพัฒนาอาชีพกลุ่มอย่างจริงจัง
3. เป็นผู้พร้อมที่จะปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับของศูนย์ ฯ
4. การซื้อขายผลิตภัณฑ์ต้องผ่านศูนย์ ฯ
5. สมาชิกทุกคนต้องลงหุ้นอย่างน้อย 1 หุ้น หุ้นละ 100 บาท
6. มีการเก็บค่าธรรมเนียม 2% ของยอดขายในแต่ละครั้ง
7. มีการจ่ายเงินปันผลปีละครั้ง
8. กรรมการแต่ละคนมีวาระเป็นกรรมการได้คราวละ 2 ปี
9. การขาดการประชุมกรรมการติดต่อกัน 3 ครั้งโดยไม่ชี้แจงเหตุผลที่สมควรให้ ที่ประชุมทราบ ถือเป็นการขาดจากการเป็นกรรมการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

5. แหล่งให้ความสนับสนุนและช่วยเหลือ

1. ป่าไม้อำเภอสันป่าตอง ช่วยเหลือโดยการให้คำปรึกษาด้านการจัดตั้งโรงงาน ให้คำปรึกษาด้านกฎหมาย และเป็นผู้จัดหาวัตถุดิบให้ศูนย์ ฯ เพื่อนำมาแกะสลัก

2. พัฒนาการอำเภอสันป่าตอง ได้ให้ความช่วยเหลือในด้านการจดทะเบียนจัดตั้งศูนย์ ฯ ให้คำปรึกษาในด้านการส่งผลิตภัณฑ์เข้าคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย

3. องค์การบริหารส่วนตำบลยุหว่า ได้ให้ความช่วยเหลือเป็นเงินกู้ปราศจากดอกเบี้ย จากองค์การบริหารส่วนตำบลยุหว่าเป็นจำนวนเงิน 100,000 บาท เพื่อนำมาใช้ในการก่อสร้าง และการบริหารงาน และทางศูนย์ได้ผ่อนชำระคืนแล้วโดยแบ่งเป็น 5 งวด งวดละ 20,000 บาท และยังได้รับความช่วยเหลือในด้านการออกร้านในงานต่าง ๆ เช่นงาน OTOP ที่กรุงเทพปีละครั้ง อีกด้วย

6. การผลิต

6.1 ผลิตภัณฑ์หลัก

ผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลักของศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยุหว่า เป็นลักษณะ การแกะท่อนไม้สักเก่าขนาดใหญ่ แกะสลักเป็นภาพช้างลีลา มีความวิจิตรบรรจง ถ่ายทอดอิริยาบท ของช้างผ่านงานศิลปะของช่างฝีมือ จนเกิดเป็นไม้แกะสลักที่มีความงดงาม ซึ่งช่างได้ศึกษารูปถ่ายอิริยาบทต่าง ๆ ของช้าง โดยคำนึงถึงความเหมาะสมของรูปร่างของช้าง กับโครงสร้างของไม้ที่นำมาแกะ ให้มีความเหมาะสมกันโดยให้สมจริงและมีมิติ (รูปที่ 4.2)

รูปที่ 4.2 ผลิตภัณฑ์ของศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยุหว่า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

6.2 การบริหารการผลิต

การผลิตของศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยุหว่าขึ้นอยู่กับปริมาณวัตถุดิบและคำสั่งซื้อของลูกค้า สมาชิกจะทำการผลิตทุกวัน ระยะเวลาในการผลิตประมาณ 2 ชิ้นต่อเดือน ใช้แรงงานประมาณสามคน

6.3 วัตถุดิบ วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องจักร และโรงเรือน

ก) วัตถุดิบหลัก

วัตถุดิบหลักที่ทางศูนย์ ฯ ใช้ในการแกะสลักคือ ไม้สักเก่าที่ซื้อมาจากจังหวัดแพร่ ขนาดปานกลางความยาว 1 - 1.5 เมตร และขนาดใหญ่ความยาว 5 - 6 เมตร เส้นรอบวงประมาณ 1 - 2 เมตร ปริมาณการซื้อครั้งละประมาณ 4 - 5 ท่อน ราคาท่อนละ 6,000 - 8,000 บาท จะซื้อทุก ๆ 3 - 5 เดือน เมื่อได้วัตถุดิบมาแล้วก็จะนำไปเก็บไว้ในที่ร่ม เพื่อไม่ให้โดนน้ำจนทำให้เกิดความชื้นและ ป้องกันแสงแดดซึ่งจะทำให้ไม้สักเกิดความร้อนจนแตกเสียหาย การที่นำไม้สัก มาแกะสลักเพราะเป็นไม้เนื้ออ่อนทำให้ง่ายต่อการแกะสลักทำลวดลายต่าง ๆ มีสีและลายไม้ สวยกว่าไม้ชนิดอื่น ๆ นอกจากนี้ยังมีคุณสมบัติกันมอดและปลวกได้ ทำให้ง่ายต่อการเก็บรักษา ส่วนวัตถุดิบอื่น ๆ ที่ใช้ ตกแต่งผลิตภัณฑ์คือ กาวใสแห้งเร็ว ขี้เลื่อยบดละเอียด และสีทาไม้ เป็นต้น

ข) วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องจักร และโรงเรือน

อุปกรณ์การผลิตที่สำคัญในการทำการผลิตไม้แกะสลักของช่างแกะสลักที่สำคัญคือ สิ่ว และค้อน นอกจากนี้ยังมีอุปกรณ์การผลิตอื่น ๆ ที่ใช้ในการผลิตคือ เลื่อย ตลับเมตร ดินสอแท่งชอล์ก กระดาษทราย

6.4 ขั้นตอนการผลิต

ขั้นตอนการผลิตไม้แกะสลักมีดังนี้คือ

1. นำท่อนไม้เก่ามาร่างแบบด้วยชอล์ก โดยการร่างลวดลายที่ต้องการลงบนไม้เพื่อให้เห็นเค้าโครงของรูปแบบ

2. เจาะไม้ตามแบบที่ร่างไว้โดยใช้สิ่วเจาะให้เกิดเป็นรูปร่าง 3 มิติ ถ้าไม้มีความหนามากจะต้องเปลี่ยนไปใช้สิ่วที่มีความยาวมากกว่าปกติ

3. ใช้สิ่วเจาะตามรูปทรง 3 มิติ เพื่อทำให้เกิดเป็นทรงนูน และใช้กระดาษทรายขัดเพื่อลบมุม

4. นำไม้ไปตกแต่ง ไม้ที่แตกเป็นร่องโดยใช้ขี้เลื่อยบดละเอียดผสมกับกาวอัดเข้าไปในรอยแตกเพื่อไม่ให้เห็นเป็นร่องไม้ และนำไปทำส

5. ตรวจสอบรายละเอียดของผลิตภัณฑ์

สามารถแสดงขั้นตอนการผลิตไม้แกะสลักได้ดังรูปที่ 4.3 และ 4.4

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

รูปที่ 4.3 ขั้นตอนการผลิตไม้แกะสลักของศูนย์หัตกรรมไม้แกะสลักตำบลยุหว่า

รูปที่ 4.4 การแกะสลักไม้เป็นรูปช้าง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

6.5 ปริมาณการผลิต

ปริมาณการผลิตขึ้นอยู่กับปริมาณวัตถุดิบและคำสั่งซื้อของลูกค้า การรับคำสั่งซื้อของลูกค้าแต่ละครั้ง ผู้ผลิตก็ต้องคำนึงถึงปริมาณวัตถุดิบ ขนาดของไม้ รูปแบบลวดลายที่ต้องแกะ และระยะเวลาในการผลิตด้วย โดยเฉลี่ยไม้ขนาดกลางความยาวประมาณ 1 - 2 เมตร จะใช้เวลาประมาณ 1 สัปดาห์ แต่ถ้าเป็นไม้ขนาดใหญ่ความยาวประมาณ 5 - 6 เมตร จะใช้เวลาประมาณ 2 สัปดาห์

วัตถุดิบหลักที่ทางศูนย์ ฯ ใช้ในการแกะสลักคือ ไม้สักเก่าที่ซื้อมาจากจังหวัดแพร่ ปริมาณการซื้อครั้งละประมาณ 4 - 5 ท่อน ราคาท่อนละ 6,000 - 8,000 บาท จะซื้อทุก ๆ 3 - 5 เดือน เมื่อได้วัตถุดิบมาแล้วก็จะนำไปเก็บไว้ในที่ร่ม เพื่อไม่ให้โดนน้ำจนทำให้เกิดความชื้น และป้องกันแสงแดดซึ่งจะทำให้ไม้สักเกิดความร้อนจนแตกเสียหาย

6.6 ต้นทุนการผลิต

การคำนวณต้นทุนต่อชิ้นของการผลิตไม้สักรูปช้างลีลาขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ มีรายละเอียดของต้นทุนต่าง ๆ คือ

1) ไม้แกะสลักรูปช้างลีลาขนาดเล็กความยาว 1 เมตร มีต้นทุนทั้งหมดเป็นเงิน 1,000 บาท ส่วนใหญ่เป็นค่าแกะสลักเป็นเงิน 500 บาท คิดเป็น 50% รองลงมาเป็นค่าไม้และค่าเช่าพื้นที่เป็นเงิน 200 บาท คิดเป็น 20% โดยใช้ระยะเวลาในการแกะสลัก 1 สัปดาห์

2) ไม้แกะสลักรูปช้างลีลาขนาดกลาง ความสูง 2 เมตร มีต้นทุนทั้งหมดเป็นเงิน 10,800 บาท ส่วนใหญ่เป็นค่าไม้เป็นเงิน 5,500 บาท คิดเป็น 50.9% รองลงมาเป็นค่า แกะสลักเป็นเงิน 4,500 บาท คิดเป็น 41.7% โดยใช้ระยะเวลาในการแกะสลัก 2 สัปดาห์

3) ไม้แกะสลักรูปช้าง ลีลาขนาดใหญ่ ความสูง 5 เมตร มีต้นทุนทั้งหมดเป็นเงิน 19,300 บาท ส่วนใหญ่เป็นค่าแกะสลัก เป็นเงิน 10,000 บาท คิดเป็น 51.8% รองลงมาเป็นค่าไม้เป็นเงิน 8,000 บาท คิดเป็น 41.5% โดยมีระยะเวลาในการแกะสลัก 4 สัปดาห์ (ตารางที่ 4.1)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.1 รายละเอียดต้นทุนต่อชิ้นของการผลิตช้างลีลาไม้สักขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่

ขนาด	รายละเอียด	จำนวนเงิน (บาท)	สัดส่วน (%)
ช้างลีลาขนาดเล็ก ความยาว 1 เมตร (แนวนอน)	ไม้สัก	200	20
	ค่าแกะสลัก	500	50
	ค่าตกแต่ง ทำสี	100	10
	ค่าเช่าพื้นที่	200	20
	รวม	**1,000**	**100**
ช้างลีลาขนาดกลาง สูง 2 เมตร (แนวตั้ง)	ไม้สัก	5,500	50.9
	ค่าแกะสลัก	4,500	41.7
	ค่าตกแต่ง ทำสี	400	3.7
	ค่าเช่าพื้นที่	400	3.7
	รวม	**10,800**	**100**
ช้างลีลาขนาดใหญ่ สูง 5 เมตร (แนวตั้ง)	ไม้สัก	8,000	41.5
	ค่าแกะสลัก	10,000	51.8
	ค่าตกแต่ง ทำสี	500	2.6
	ค่าเช่าพื้นที่	800	4.1
	รวม	**19,300**	**100**

หมายเหตุ : ไม่รวมค่าเสื่อมอุปกรณ์
ที่มา : จากการศึกษา

6.7 การตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์

การตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ สมาชิกจะช่วยกันตรวจสอบ เนื่องจากชิ้นงานที่แกะสลักมีขนาดใหญ่ และราคาค่อนข้างสูง เป็นงานศิลปะที่ต้องเน้นความประณีตพิถีพิถันในรายละเอียด สมาชิกจึงต้องตรวจสอบผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ เพื่อจะได้สามารถแก้ไขได้ทันทีในกรณี ที่เกิดจุดบกพร่องเล็ก ๆ น้อย ๆ เพราะถ้าไม่แก้ไขตั้งแต่เริ่มแรก ผลงานที่เสร็จสมบูรณ์แล้วจะแก้ไข

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ได้ยาก เมื่อผลงานออกมาไม่สวย และจะทำให้จำนวนลูกค้าลดลงได้ ดังนั้นจึงต้องควบคุมคุณภาพสินค้าตลอดการผลิต

6.8 การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตและการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์

การพัฒนาการผลิตของศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยุหว่า จะเป็นการพัฒนา ในด้านการออกแบบลวดลายการแกะสลัก มีการพัฒนาลายใหม่ ๆ เช่น ลายกล้วยไม้ ลายไทย ลายช้างเดิน ลายช้างยืนสองขา เป็นต้น มีการสังเกตุจากรูปถ่ายของช้างในอิริยาบทต่าง ๆ เพื่อนำมาแกะสลักให้เหมือนธรรมชาติของช้างในอิริยาบทต่าง ๆ ให้มากที่สุด เพื่อความสวยงามและดูเป็นธรรมชาติ

การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์นั้นจะจัดวางผลิตภัณฑ์ที่เสร็จสมบูรณ์แล้วไว้ในที่ร่ม มีลมพัดผ่านให้อากาศถ่ายเทสะดวก เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีขนาดใหญ่ จึงไม่มีบรรจุภัณฑ์ห่อหุ้ม

7. การตลาด

7.1 การบริหารการตลาด

การดูแลจัดการเรื่องการตลาดทางสมาชิกจะจัดการด้วยตนเอง ทั้งการติดต่อลูกค้า รับคำสั่งซื้อลูกค้า ส่วนการออกร้านจำหน่ายในงานต่าง ๆ นั้น ได้รับความช่วยเหลือจากองค์การบริหารส่วนตำบลยุหว่า เช่นงานแสดงสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่อิมแพคอารีน่า เมืองทองธานี เป็นต้น

7.2 ส่วนประสมทางการตลาด

7.2.1 ผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลักของศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยุหว่าที่เป็นรายได้หลักของศูนย์คือ โขลงช้างจากขอนไม้เก่าตามธรรมชาติซึ่งเป็นไม้สัก มีทั้งขนาดเล็กความยาวประมาณ 1 เมตร ไปจนถึงขนาดใหญ่ความยาวประมาณ 5 เมตร ลวดลายจะเป็นช้างในอิริยาบทต่าง ๆ และยังมีแผ่น ไม้ที่แกะสลักเป็นรูปช้าง และช้างเต็มตัวขนาดต่าง ๆ อีกด้วย

ในส่วนของการบรรจุภัณฑ์ ตามลักษณะของไม้แกะสลักไม่จำเป็นต้องมีบรรจุภัณฑ์เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีขนาดใหญ่ และมีน้ำหนักมาก แต่ในการขนส่งไม้แกะสลักไปยังลูกค้าต้องมีการห่อหุ้มชิ้นงานด้วยกระดาษหนังสือพิมพ์ เพื่อป้องกันการเสียดสีจากเชือกที่ใช้มัดชิ้นงานกับรถบรรทุกที่ใช้ขนส่ง เพราะการมัดอย่างแน่นหนาอาจทำให้เกิดการเสียดสีที่จะส่งผลต่อการสูญเสียรูปทรงของการแกะสลักได้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยุหว่าได้รับการรับรองและรางวัลต่าง ๆ ดังนี้

1. ใบรับรองเพื่อแสดงว่า ได้รับอนุญาติให้แสดงเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนเกี่ยวกับไม้แกะสลัก ในปี พ.ศ. 2546

2. ใบประกาศนียบัตรผลิตภัณฑ์ดีเด่นระดับ 4 ดาวประเภทเครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง ตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในปี พ.ศ. 2546

3. ใบประกาศนียบัตรผลิตภัณฑ์ดีเด่นระดับ 3 ดาว ตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในปี พ.ศ. 2547

7.2.2 ราคาขาย

การตั้งราคาขายของศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยุหว่าจะคำนวณจากปริมาณต้นทุนการผลิตทั้งหมดบวกกำไรที่ต้องการ โดยช้างลีลาขนาดเล็กมีราคาขาย 1,500 ได้กำไร 500 บาท คิดเป็นกำไรร้อยละ 50 ช้างลีลาขนาดกลางมีราคาขาย 15,000 บาท ได้กำไร 4,200 บาท คิดเป็นกำไรร้อยละ 38.9 ช้างลีลาขนาดใหญ่มีราคาขาย 22,000 บาท ได้กำไร 2,700 บาท คิดเป็นกำไรร้อยละ 14 ดังแสดงในตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ราคาสินค้าของศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยุหว่า

สินค้า	ต้นทุนการผลิต (บาท)	กำไร (บาท)	ราคาขาย (บาท)	อัตรากำไรคิดเป็นร้อยละของต้นทุน
ช้างลีลาขนาดเล็ก ความยาว 1 เมตร (แนวนอน)	1,000	500	1,500	50
ช้างลีลาขนาดกลาง สูง 2 เมตร (แนวตั้ง)	10,800	4,200	15,000	38.9
ช้างลีลาขนาดใหญ่ สูง 5 เมตร (แนวตั้ง)	19,300	2,700	22,000	14

ที่มา : จากการศึกษา

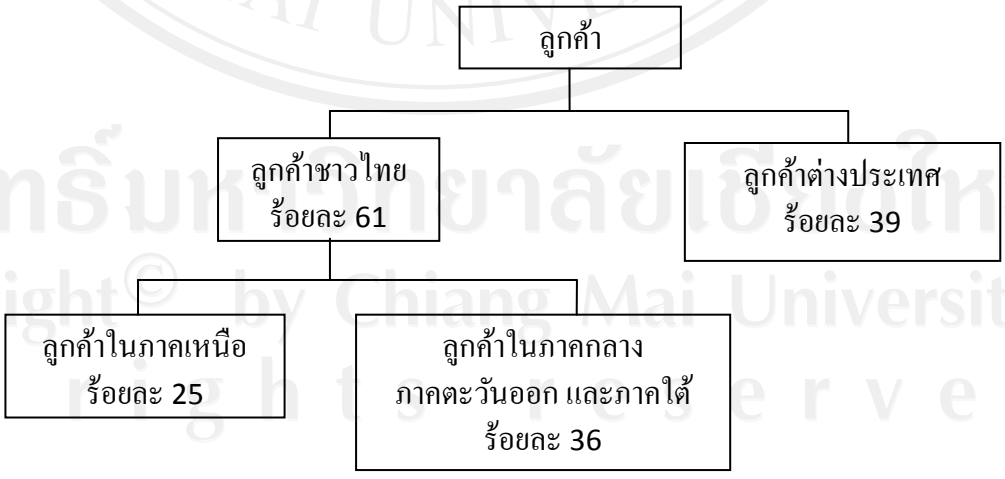
ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

7.2.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย

การจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลักมีเป็นการขายส่งร้อยละ 54 และขายปลีกร้อยละ 46 ซึ่งการขายปลีกและขายส่งเกิดจากการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าโดยตรง ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าซึ่งก็คือสถานที่ตั้งและทำการผลิตของศูนย์ ฯ ซึ่งลูกค้าจะเข้ามาติดต่อโดยตรงเป็นลูกค้าประจำ และลูกค้าใหม่ที่ได้รับคำแนะนำจากลูกค้าเก่าของศูนย์ ฯ ดังรูปที่ 4.5

รูปที่ 4.5 ช่องทางการจัดจำหน่ายของศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยุหว่า

พิจารณากลุ่มลูกค้าของศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยุหว่า แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มลูกค้าชาวไทยมีสัดส่วนร้อยละ 61 ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าจากภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคใต้ที่มาซื้อเพื่อนำไปจำหน่ายต่อ มีสัดส่วนร้อยละ 36 รองลงมาเป็นลูกค้าในภาคเหนือ คือมีสัดส่วนร้อยละ 25 ส่วนใหญ่เป็นพ่อค้าจากบ้านถวายและจากจังหวัดลำปางมาซื้อเพื่อนำไปจำหน่ายต่อ และกลุ่มลูกค้าต่างประเทศมีสัดส่วนร้อยละ 39 ส่วนใหญ่เป็นชาวจีนและชาวอเมริกัน และกลุ่มดังรูปที่ 4.6



รูปที่ 4.6 สัดส่วนลูกค้าของศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยุหว่า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

7.2.4 การส่งเสริมการขาย

การส่งเสริมการขายของศูนย์ ฯ จะใช้วิธีการตลาดแบบปากต่อปาก หมายถึง การ บอกต่อลูกค้าเก่าไปยังลูกค้าใหม่ จึงทำให้ศูนย์ ฯ ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการทำการตลาดมากนัก นอกจากนี้ ยังมีป้ายประชาสัมพันธ์ที่จัดทำขึ้นโดยองค์การบริหารส่วนตำบลยุหว่า เพื่อเป็นการส่งเสริม การท่องเที่ยวอีกด้วย

ปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของศูนย์ ประกอบด้วย

1. คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อเพราะผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลัก มีความสวยงามและประณีต ซึ่งแกะสลักโดยช่างฝีมือที่มีความชำนาญ

2. ราคาของผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมไม่สูงเกินไป เนื่องจากงานแกะสลักไม้ ขนาดใหญ่เป็นงานที่ต้องใช้ทักษะสูง และใช้เวลานานในการผลิต ทำให้ราคาค่อนข้างสูง แต่ทางศูนย์ก็มีการคิดราคาที่เหมาะสม ไม่เอาเปรียบลูกค้า และยังสามารถเจรจาต่อรองในด้านราคา เพื่อให้ได้ราคาที่เหมาะสม สร้างความพึงพอใจให้ทั้งผู้ผลิตและลูกค้า

8. ยอดขายและกำไรของสมาชิก

จากการสอบถามสมาชิกที่เช่าพื้นที่จำนวน 27 ราย สามารถประมาณการได้ว่า ในปี พ.ศ. 2554 สมาชิกได้กำไรจากการขายเฉลี่ยชิ้นละ 2,103 บาท ได้กำไรจากการขายเฉลี่ยคนละ 118,560 บาทต่อปี ดังนั้นสามารถประมาณการยอดขายของสมาชิกที่เช่าพื้นที่จำนวน 27 ราย ได้ว่ามีจำนวน 8,051,302 บาทต่อปี (ตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4.3 ยอดขายและกำไรของสมาชิกที่เช่าพื้นที่จำนวน 27 ราย ของศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลัก ตำบลยุหว่า ปีพ.ศ. 2554

รายการ	บาท
ต้นทุนเฉลี่ยต่อชิ้น	3,759
ราคาขายเฉลี่ยต่อชิ้น	5,862
กำไรเฉลี่ยต่อชิ้น	2,103
กำไรเฉลี่ยของผู้ขายต่อคน ต่อปี	118,560
กำไรเฉลี่ยของสมาชิกที่เช่าพื้นที่จำนวน 27 รายต่อปี	3,201,120
ยอดขายของสมาชิกที่เช่าพื้นที่จำนวน 27 รายต่อปี	8,051,302

ที่มา : จากการศึกษา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

9. การเงิน

9.1 การบริหารการเงินและการระดมทุน

การบริหารการเงินของศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยุหว่าจะมีเสมียนทำหน้าที่ออกใบเสร็จที่เป็นของทางศูนย์ ฯ และมีการจัดทำรายรับ - รายจ่าย โดยมีการเก็บเงิน 2% จากยอดขายของสมาชิกให้กับทางศูนย์ ฯ เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน มีการจัดทำบัญชีรายรับ - รายจ่ายด้วย และร้านค้าสมาชิกจะต้องจ่ายค่าเช่า 800 บาทต่อห้อง ซึ่งสมาชิกจะเช่าพื้นที่ร้านค้าของศูนย์ ฯ เพื่อแสดงและจำหน่ายสินค้า โดยสมาชิกบางรายก็จะทำการผลิตหลังร้านค้านั้น

9.2 การจัดทำบัญชี

ศูนย์ ฯ มีการทำบัญชีรายรับ - รายจ่ายเป็นประจำ โดยจัดทำเป็นรายเดือนและรายปี

9.3 รายได้ของศูนย์ ฯ

จากการสอบถามสมาชิกที่เช่าพื้นที่จำนวน 27 ราย ในเรื่องเกี่ยวกับยอดขายและกำไร สามารถประมาณการรายได้ของศูนย์ได้คือ ค่าธรรมเนียมจากยอดขาย 2% เป็นเงิน 161,026 บาท ค่าเช่าพื้นที่ห้องละ 800 บาท จำนวน 49 ห้อง เป็นเงิน 470,400 บาท รวมรายรับของศูนย์ในปี พ.ศ. 2554 เป็นเงิน 631,426 บาท (ตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4 ประมาณการรายได้ของศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยุหว่าในปี พ.ศ. 2554

รายการ	บาท
ยอดขายต่อปีของสมาชิกจำนวน 27 ราย	8,051,302
ค่าธรรมเนียมจากการขาย 2%	161,026
ค่าเช่าต่อปี (ห้องละ 800 บาท จำนวน 49 ห้อง)	470,400
รวมรายรับของศูนย์ ฯ ต่อปี	631,426

ที่มา : จากการศึกษา

เมื่อศูนย์ ฯ มีรายได้ในแต่ละปีแล้วศูนย์ ฯ ก็จะมีการจัดสรรผลประโยชน์เป็นค่าดำเนินการของคณะกรรมการ และส่วนหนึ่งจะนำไปให้สมาชิกกู้โดยทางศูนย์ ฯ จะคิดดอกเบี้ยร้อยละ 0.7 ต่อเดือน ศูนย์ ฯ มีเงินทุนที่จะให้สมาชิกกู้ยืมในปี พ.ศ. 2555 จำนวน 90,000 บาท และสามารถกู้ยืมได้ไม่เกินรายละ 10,000 บาท สมาชิกสามารถผ่อนชำระได้จำนวน 10 เดือน ข้อมูล ณ. เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2555 มีสมาชิกที่กู้ยืมเงินของศูนย์ ฯ จำนวน 6 ราย รายละ 10,000 บาท แต่ไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับเงินปันผลและค่าใช้จ่ายของศูนย์ ฯ และศูนย์ ฯ ไม่มีเจ้าหนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

10. การวิเคราะห์ศักยภาพของศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยุหว่า

ในการวิเคราะห์ศักยภาพการดำเนินงานของศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยุหว่า โดยใช้หลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2553 ทำการสัมภาษณ์สมาชิกที่มาเช่าพื้นที่จำหน่ายร้านค้าของศูนย์ ฯ จำนวน 27 ราย โดยมีคะแนนเต็ม 100 คะแนน แบ่งเป็น 3 ด้านได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน คะแนนเต็ม 30 คะแนน ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด คะแนนเต็ม 25 คะแนน และด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ คะแนนเต็ม 45 คะแนน ผลการศึกษามีดังนี้

10.1 ศักยภาพด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน

ในการวิเคราะห์ศักยภาพด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน มีคะแนนเต็ม 30 คะแนน ปัจจัยที่นำมาพิจารณาคือ ปัจจัยด้านการผลิตคะแนนเต็ม 12 คะแนน ปัจจัยด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์คะแนนเต็ม 9 คะแนน และปัจจัยด้านความเข้มแข็งของชุมชนคะแนนเต็ม 9 คะแนน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ปัจจัยการผลิต

ในการศึกษาปัจจัยการผลิต ศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยุหว่าได้คะแนน 9 คะแนนจากคะแนนเต็ม 12 คะแนน โดยปัจจัยย่อยมี 4 ปัจจัยคือ

1) แหล่งที่มาของวัตถุดิบ จากการสอบถามสมาชิกที่เช่าพื้นที่ของศูนย์ ฯ จำนวน 27 ราย พบว่าสมาชิกเหล่านี้ใช้ไม้ทั้งหมดภายในประเทศ ดังนั้นจึงให้คะแนนได้ 3 คะแนนเต็ม

2) การขยายปัจจัยการผลิต จากการสอบถามสมาชิกพบว่า ศูนย์ ฯ ไม่สามารถขยายปัจจัยการผลิตได้เลย จึงให้คะแนนเฉลี่ยได้เพียง 1 คะแนนจากคะแนนเต็ม 3 คะแนน โดยการที่จะได้ 3 คะแนนเต็มนั้น จะพิจารณาจากการขยายการผลิตมากกว่าร้อยละ 30 ขึ้นไป คะแนน 2 คะแนนพิจารณาจากการขยายปัจจัยการผลิตน้อยกว่าร้อยละ

3) การรักษาสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิต จากการสอบถามพบว่าในกระบวนการผลิตนั้นไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จึงสามารถให้คะแนนเฉลี่ยได้ 3 คะแนนเต็ม

4) ศักยภาพการผลิตจำนวนมากเพื่อจำหน่าย จากการสอบถามพบว่าศูนย์ ฯ ไม่สามารถผลิตได้ในปริมาณที่มากและมีคุณภาพคงเดิมได้ เพราะผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลักนั้นจะต้องใช้ระยะเวลาในการผลิตค่อนข้างนาน ในการผลิตสินค้า 1 ชิ้นนั้นจะใช้ระยะเวลาประมาณ 2 - 4 สัปดาห์ จึงสามารถให้คะแนนได้เฉลี่ย 2 คะแนน เนื่องจากคะแนนเต็ม 3 คะแนนนั้นพิจารณาจากความสามารถในการผลิตซ้ำได้ในปริมาณมากและคุณภาพคงเดิม (ตารางที่ 4.5)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.5 คะแนนศักยภาพการผลิตของศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยุหว่า

การผลิต	คะแนนเต็ม	คะแนนเฉลี่ยที่ได้
1) แหล่งที่มาของวัตถุดิบ	3	3
2) การขยายปัจจัยการผลิต	3	1
3) การรักษาสิ่งแวดล้อมในการผลิต	3	3
4) ศักยภาพการผลิตจำนวนมากเพื่อจำหน่าย	3	2
รวม	**12**	**9**

ที่มา : จากการศึกษา

2) ปัจจัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ในการศึกษาปัจจัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยุหว่าได้คะแนน 4 คะแนนจากคะแนนเต็ม 9 คะแนน โดยปัจจัยย่อยมี 3 ปัจจัยคือ

1) การพัฒนารูปแบบในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา จากการสอบถามพบว่าทางศูนย์ ฯ มีการพัฒนารูปแบบจากแนวคิดของกลุ่ม และมีเพียงส่วนน้อยที่พัฒนาตามแนวคิดของลูกค้า จึงสามารถให้คะแนนได้เฉลี่ย 2 คะแนน เนื่องจากคะแนนเต็ม 3 คะแนนพิจารณาจากการพัฒนาตามแนวคิดของกลุ่มและตามความต้องการของลูกค้า

2) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ จากการสอบถามพบว่าศูนย์ ฯ ไม่มีบรรจุภัณฑ์ การเก็บรักษาเป็นเพียงการเก็บผลิตภัณฑ์ไว้ในที่ร่มและมีอากาศถ่ายเทสะดวกเท่านั้น จึงสามารถให้คะแนนคะแนนเฉลี่ยได้เพียง 1 คะแนน เนื่องจากคะแนนเต็ม 3 คะแนนพิจารณาจากการที่บรรจุภัณฑ์นั้นมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

3) รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ จากการสอบถามพบว่าในการจำหน่ายสินค้าของศูนย์ ฯ มีเพียงการห่อหุ้มด้วยกระดาษลังหรือหุ้มด้วยลังไม้โดยไม่มีรายละเอียดมาตรฐานบนบรรจุ จึงสามารถให้คะแนนเฉลี่ยได้เพียง 1 คะแนน เนื่องจากคะแนนเต็ม 3 คะแนนพิจารณาจากการมีบรรจุภัณฑ์ที่บ่งบอกเอกลักษณ์ต่อผลิตภัณฑ์และตามมาตรฐานสากลเชิงการค้า (ตารางที่ 4.6)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.6 คะแนนศักยภาพการพัฒนาผลิตภัณฑ์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์	คะแนนเต็ม	คะแนนเฉลี่ยที่ได้
1) การพัฒนารูปแบบในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา	3	2
2) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์	3	1
3) รูปแบบของบรรจุภัณฑ์	3	1
รวม	**9**	**4**

ที่มา : จากการศึกษา

3) ปัจจัยด้านความเข้มแข็งของชุมชน

ในการศึกษาปัจจัยด้านความเข้มแข็งของชุมชน ศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยุหว่าได้คะแนน 7 คะแนนจากคะแนนเต็ม 9 คะแนน โดยปัจจัยย่อยมี 3 ปัจจัยคือคือ

1) ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม จากการสอบถามพบว่าศูนย์ ฯ มีการรวมกลุ่มมายาวนานเกิน 5 ปี จึงสามารถให้คะแนนได้ 3 คะแนนเต็ม

2) การมีส่วนร่วมกับชุมชน จากการสอบถามพบว่า สมาชิกมีส่วนร่วมในชุมชนครบทั้ง 3 ประเด็น คือ ปัจจัยการผลิตส่วนหนึ่งมาจากชุมชน เช่น แรงงาน วัตถุดิบ เป็นต้น มีการจัดสรรผลกำไรบางส่วนให้เป็นประโยชน์แก่ชุมชน เช่น กองทุนอาหารกลางวันโรงเรียนชุมชนบ้านกิ่วแลหลวง เป็นต้น และชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อการประกอบการ จึงสามารถให้คะแนนได้ 3 คะแนนเต็ม

3) การจัดทำบัญชี จากการสอบถามพบว่า สมาชิกส่วนมากไม่มีการจัดทำบัญชี เนื่องจากสามารถจดจำรายการต่าง ๆ ได้ และสินค้ามีไม่มากนัก จึงสามารถให้คะแนนเฉลี่ยได้เพียง 1 คะแนน เนื่องจากคะแนนเต็ม 3 คะแนนพิจารณาจากมีการทำบัญชีตามระบบบัญชี (ตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4.7 คะแนนศักยภาพด้านความเข้มแข็งของชุมชน

ปัจจัยด้านความเข้มแข้งของชุมชน	คะแนนเต็ม	คะแนนเฉลี่ยที่ได้
1) ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม	3	3
2) การมีส่วนร่วมกับชุมชน	3	3
3) การจัดทำบัญชี	3	1
รวม	**9**	**7**

ที่มา : จากการศึกษา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

10.2 การวิเคราะห์ศักยภาพด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด

ในการวิเคราะห์ศักยภาพด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด มีคะแนนเต็ม 25 คะแนน ปัจจัยที่นำมาพิจารณาคือ ปัจจัยด้านการตลาดคะแนนเต็ม 15 คะแนน และปัจจัยด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์คะแนนเต็ม 10 คะแนน

1) ปัจจัยด้านการตลาด

ในการศึกษาปัจจัยด้านการตลาด ศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยุหว่าได้คะแนน 8 คะแนนจากคะแนนเต็ม 15 คะแนน โดยปัจจัยย่อยมี 3 ปัจจัยคือ

1) แหล่งจำหน่ายหลักของสินค้า จากการสอบถามพบว่า ศูนย์ ฯ มีแหล่งจำหน่ายหลักของสินค้าเป็นตลาดระหว่างจังหวัด จึงสามารถให้คะแนนได้เฉลี่ย 3 คะแนน เนื่องจากคะแนนเต็ม 5 คะแนนพิจารณาจากมีตลาดต่างประเทศเป็นแหล่งจำหน่ายหลักของสินค้า

2) รายได้ในการจำหน่ายสินค้าเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา จากการสอบถามพบว่า ศูนย์ ฯ มีรายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้นไม่เกินร้อยละ 25 จึงสามารถให้คะแนนเฉลี่ยได้เพียง 1 คะแนน เนื่องจากคะแนนเต็ม 5 คะแนนพิจารณาจากการมีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 51 ขึ้นไป

3) ความต่อเนื่องของตลาด จากการสอบถามพบว่า สมาชิก ส่วนใหญ่มีลูกค้าใหม่และยังมีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอจากลูกค้าเก่า จึงสามารถให้คะแนนเฉลี่ยได้ 4 คะแนน เนื่องจากคะแนนเต็ม 5 คะแนนพิจารณาจากการมีลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ และมีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอ (ตารางที่ 4.8)

ตารางที่ 4.8 คะแนนศักยภาพด้านการตลาด

ปัจจัยด้านการตลาด	คะแนนเต็ม	คะแนนเฉลี่ยที่ได้
1) แหล่งจำหน่ายหลักของสินค้า	5	3
2) รายได้ในการจำหน่ายสินค้าเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา	5	1
3) ความต่อเนื่องของตลาด	5	4
รวม	**15**	**8**

ที่มา : จากการศึกษา

2) ปัจจัยด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์

ในการศึกษาปัจจัยด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์ ศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยุหว่าได้คะแนน 6 คะแนนจากคะแนนเต็ม 10 คะแนน โดยปัจจัยย่อยมี 2 ปัจจัยคือ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

1) เรื่องราวของผลิตภัณฑ์ จากการสอบถามพบว่า ทางศูนย์ ฯ ไม่ได้มีการจดบันทึกเรื่องราวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ จึงสามารถให้คะแนนเฉลี่ยได้เพียง 1 คะแนน เนื่องจากคะแนนเต็ม 5 คะแนนพิจารณาจากการมีเรื่องราว มีการบันทึก และมีการนำเสนอ

2) ภูมิปัญญาท้องถิ่น / เอกลักษณ์ของท้องถิ่น จากการสอบถามพบว่า ผลิตภัณฑ์ของศูนย์ ฯ เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิมที่มีการพัฒนาสร้างสรรค์ จึงสามารถให้คะแนนได้ 5 คะแนนเต็ม (ตารางที่ 4.9)

ตารางที่ 4.9 คะแนนศักยภาพด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านการเรื่องราว หรือตำนานของผลิตภัณฑ์	คะแนนเต็ม	คะแนนเฉลี่ยที่ได้
1) เรื่องราวของผลิตภัณฑ์	5	1
2) ภูมิปัญญาท้องถิ่น / เอกลักษณ์ของท้องถิ่น	5	5
รวม	**10**	**6**

ที่มา : จากการศึกษา

10.3 การวิเคราะห์ศักยภาพด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์

ในการวิเคราะห์ศักยภาพด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีคะแนนเต็ม 45 คะแนนปัจจัยที่นำมาพิจารณาคือ ปัจจัยด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์คะแนนเต็ม 40 คะแนน และปัจจัยด้านโอกาสทางการตลาดคะนนเต็ม 5 คะแนน

1) ปัจจัยด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์

ในการศึกษาปัจจัยด้านการตลาด ศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยุหว่าได้คะแนน 26 คะแนนจากคะแนนเต็ม 40 คะแนน โดยปัจจัยย่อยมี 5 ปัจจัยคือ

1) ความประณีตเรียบร้อยในการผลิต จากการสอบถามพบว่า ผลิตภัณฑ์ของศูนย์ ฯ มีความประณีตเรียบร้อยปานกลาง สามารถขายในเชิงธุรกิจได้ แต่ยังไม่สามารถขายในห้างใหญ่ในประเทศหรือส่งออกได้ จึงสามารถให้คะแนนได้เฉลี่ย 7 คะแนน เนื่องจากคะแนนเต็ม 10 คะแนนพิจารณาจากสินค้ามีความประณีต เรียบร้อย จนสามารถขายในห้างใหญ่ในประเทศหรือส่งออกได้

2) รูปลักษณ์โดยรวม / การออกแบบ / ความเข้ากันได้ขององค์ประกอบต่าง ๆ จากการสอบถามพบว่า ผลิตภัณฑ์ของศูนย์ ฯ มีรูปแบบ คุณลักษณะ และองค์ประกอบปานกลาง ยังสามารถปรับปรุงได้ในภาพรวม จึงสามารถให้คะแนนได้เฉลี่ย 6 คะแนน เนื่องจากคะแนนเต็ม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

10 คะแนนพิจารณาจากผลิตภัณฑ์มีรูปแบบและคุณลักษณะถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ มีความเข้ากันได้ดีขององค์ประกอบโดยรวม

3) คุณสมบัติที่ผลิตภัณฑ์นั้นพึงมี จากการสอบถามพบว่า ผลิตภัณฑ์ของศูนย์ ฯ มีคุณสมบัติพื้นฐานพอที่จะขายได้ในตลาดต่างประเทศ จึงสามารถให้คะแนนได้เฉลี่ย 5 คะแนน เนื่องจากคะแนนเต็ม 10 คะแนนพิจารณาจากการมีคุณสมบัติพื้นฐานสูงและครบถ้วน สามารถส่งออกได้

4) คุณภาพของวัสดุ / วัตถุดิบที่ใช้ได้ จากการสอบถามพบว่า คุณภาพของวัสดุและวัตถุดิบที่ศูนย์ ฯ ใช้มีคุณภาพค่อนข้างดี ส่วนใหญ่สมาชิกจะเป็นคนเลือกวัตถุดิบในการผลิตเอง จึงสามารถให้คะแนนได้เฉลี่ย 4 คะแนน เนื่องจากคะแนนเต็ม 5 คะแนนพิจารณาจากคุณภาพของวัสดุและวัตถุดิบที่ใช้ดีมาก ทำให้สินค้าดูมีราคา สามารถขายในท้องตลาดทั่วไปและสามารถส่งออกได้

5) ความมีเอกลักษณ์ในการออกแบบ จากการสอบถามพบว่า ผลิตภัณฑ์บางชิ้นยังมีรูปแบบดูเป็นสากลทั่วไป อย่างเช่นป้ายมงคล เป็นต้น จึงสามารถให้คะแนนได้เฉลี่ย 4 คะแนน เนื่องจากคะแนนเต็ม 5 คะแนนพิจารณาจากรูปแบบมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง และสื่อถึงภูมิปัญญาไทย (ตารางที่ 4.10)

ตารางที่ 4.10 คะแนนศักยภาพด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์	คะแนนเต็ม	คะแนนเฉลี่ยที่ได้
1) ความประณีต เรียบร้อยในการผลิต	10	7
2) รูปลักษณ์โดยรวม / การออกแบบ / ความเข้ากันได้ขององค์ประกอบต่าง ๆ	10	6
3) มีคุณสมบัติที่ผลิตภัณฑ์นั้นพึงมี	10	5
4) คุณภาพของวัตถุ / วัตถุดิบที่ใช้	5	4
5) ความมีเอกลักษณ์ในการออกแบบ	5	4
รวม	**40**	**26**

ที่มา : จากการศึกษา

2) ปัจจัยด้านโอกาสทางการตลาด

ในการวิเคราะห์ศักยภาพปัจจัยด้านโอกาสทางการตลาด ศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยุหว่าได้คะแนนเต็ม 5 คะแนน มีปัจจัยย่อยคือ โอกาสการพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่สากล

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากการสอบถามพบว่า ผลิตภัณฑ์มีโอกาสด้านการตลาดสำหรับตลาดส่งออก เพราะมีลูกค้าบางรายมีการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ร่วมกับสมาชิกเพื่อนำสินค้าจากศูนย์ ฯ ส่งขายยังตลาดต่างประเทศ จึงสามารถให้คะแนน 5 คะแนนเต็ม (ตารางที่ 4.11)

ตารางที่ 4.11 คะแนนศักยภาพด้านโอกาสทางการตลาด

ปัจจัยด้านโอกาสทางการตลาด	คะแนนเต็ม	คะแนนเฉลี่ยที่ได้
โอกาสการพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่สากล	5	5
รวม	**5**	**5**

ที่มา : จากการศึกษา

10.4 ศักยภาพของศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยุหว่า

ศักยภาพการดำเนินงานของศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยุหว่า โดยใช้หลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2553 คะแนนเต็ม 100 คะแนน ผลการศึกษาพบว่า ศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยุหว่าได้คะแนนเฉลี่ยรวม 65 คะแนน ซึ่งจัดศักยภาพอยู่ในระดับต่ำ คือมีคะแนนเฉลี่ย 50 - 69 คะแนน ดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 คะแนนศักยภาพของศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยุหว่า

ปัจจัย	คะแนนเต็ม	คะแนนเฉลี่ยที่ได้
1. ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน	**30**	**20**
1.1 การผลิต	**12**	**9**
1) แหล่งที่มาของวัตถุดิบ	3	3
2) การขยายปัจจัยการผลิต	3	1
3) การรักษาสิ่งแวดล้อมในการผลิต	3	3
4) ศักยภาพการผลิตจำนวนมากเพื่อจำหน่าย	3	2
1.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์	**9**	**4**
1) การพัฒนารูปแบบในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา	3	2
2) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์	3	1
3) รูปแบบของบรรจุภัณฑ์	3	1

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

ปัจจัย	คะแนนเต็ม	คะแนนเฉลี่ยที่ได้
1.3 ความเข้มแข็งของชุมชน	**9**	**7**
1) ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม	3	3
2) การมีส่วนร่วมกับชุมชน	3	3
3) การจัดทำบัญชี	3	1
2. ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด	**25**	**14**
2.1 การตลาด	**15**	**8**
1) แหล่งจำหน่ายหลักของสินค้า	5	3
2) รายได้ในการจำหน่ายสินค้าเทียบกับปีที่ผ่านมา	5	1
3) ความต่อเนื่องของตลาด	5	4
2.2 เรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์	**10**	**6**
1) เรื่องราวของผลิตภัณฑ์	5	1
2) ภูมิปัญญาท้องถิ่น / เอกลักษณ์ของท้องถิ่น	5	5
3. ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์	**45**	**31**
3.1 คุณภาพผลิตภัณฑ์	**40**	**26**
1) ความประณีต เรียบร้อยในการผลิต	10	7
2) รูปลักษณ์โดยรวม / การออกแบบ / ความเข้ากันได้ขององค์ประกอบต่าง ๆ	10	6
4) คุณภาพของวัตถุ / วัตถุดิบที่ใช้	5	4
5) ความมีเอกลักษณ์ในการออกแบบ	5	4
3.2 โอกาสทางการตลาด	**5**	**5**
1) โอกาสการพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่สากล	5	5
รวม	**100**	**65**
ระดับศักยภาพ	**ต่ำ**	

ที่มา : จากการศึกษา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.2 กลุ่มกาดร้อยสล่า

1. ความเป็นมา

กาดร้อยสล่า ตั้งอยู่ที่ หมู่ที่ 12 ถนนคลองชลประทาน ตำบลยุหว่า อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ มีพื้นที่ดำเนินการทั้งหมดประมาณ 5 ไร่ กาดร้อยสล่าเริ่มก่อตั้งและเปิดดำเนินการเมื่อ ปี พ.ศ.2547 โดยอาจารย์นิวัตร ขันแก้ว ได้ชักชวนช่าง (สล่า) แกะสลัก ประมาณ 10 กว่าราย ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน ให้มาเปิดกลุ่มแกะสลัก และเปิดร้านค้าในบริเวณเดียวกัน ทั้งนี้เพื่อความสะดวกของลูกค้าและสร้างความเป็นธรรมของราคาทั้งผู้ซื้อและผู้ผลิต อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมและอนุรักษ์ศิลปะการแกะสลักไม้ของช่าง (สล่า) ล้านนา ให้สืบทอดต่อไป ใช้ชื่อว่า “กลุ่มส่งเสริมอาชีพหัตถกรรมบ้านดอนตัน”

ต่อมาปี พ.ศ. 2548 ได้รับอนุญาตจากทางราชการให้ตั้งเป็น “โรงงานแปรรูปไม้ โรงค้าไม้แปรรูป หรือมีไม้แปรรูปไว้ในครอบครอง” และ “ใบอนุญาตค้าหรือมีไว้ในครอบครองเพื่อการค้าซึ่งสิ่งประดิษฐ์ เครื่องใช้ หรือสิ่งอื่นใดบรรดาที่ทำด้วยไม้หวงห้าม” ทั้งนี้เพื่อให้ถูกต้องและสอดคล้องกับกฎระเบียบของทางราชการ ตามพระราชบัญญัติกฎหมายป่าไม้ และได้เปลี่ยนชื่อเป็น “กาดไม้คนเมือง” เพื่อให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตคนเมือง

แต่เนื่องจากมีชาวบ้านมารวมตัวกันผลิตและเปิดขายสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านมากขึ้นเรื่อย ๆ จึงทำให้ต้องขยายจำนวนร้านค้าให้เพียงพอ ปัจจุบันจึงได้เปลี่ยนชื่อเป็น “กาดร้อยสล่า” ในปี พ.ศ. 2550 ซึ่งหมายถึงการเรียงร้อย หล่อหลอม รวบรวม สล่า ซึ่งมีจิตวิญญาณแนวคิดและเป้าหมายในการดำเนินงานเดียวกันมาร่วม สร้างสรรค์งานศิลปะไม้แกะสลักและหัตถกรรมอื่นๆ ด้วยความเป็นน้ำหนึ่งเดียวกัน

กาดร้อยสล่า เปิดขายสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านที่ผลิตในชุมชน เป็นแหล่งทำรายได้ให้แก่ชุมชนได้มาก และเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ศิลปะพื้นบ้านล้านนา และงานหัตถกรรมอื่น ๆ ซึ่งมีนักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ ให้ความสนใจมาเที่ยวชม ซื้อสินค้าเป็นจำนวนมากพอสมควร

หลักการในการบริหารของกลุ่มกาดร้อยสล่า

1. อนุรักษ์ศิลปะการแกะสลักจากไม้เพื่อสืบทอดศิลปวัฒนธรรมสู่ลูกหลานรุ่นต่อ ๆ ไป

2. ปลูกฝังประชาชนให้ดำรงชีวิตได้ด้วยตนเอง โดยยึดมั่นตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว บนพื้นฐานเศรษฐกิจแห่งความพอเพียง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3. ส่งเสริมอาชีพของชาวบ้านให้มีงานทำในหมู่บ้านเพื่อความอบอุ่นของครอบครัว ไม่ต้องเดินทางไปประกอบอาชีพต่างบ้านต่างเมือง ซึ่งเป็นรากฐานให้ครอบครัวอบอุ่น และเป็นพื้นฐานของสังคมที่สงบสุข

4. การทำงานของสมาชิกให้ยึดหลักความซื่อสัตย์ มีคุณธรรม ทั้งเพื่อนร่วมงานและลูกค้า

5. ไม้ที่ใช้ในการผลิตสินค้างานแกะสลักไม้ ให้สมาชิกกลุ่มใช้ไม้จากองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ หรือให้เป็นไม้จาก ตอไม้ รากไม้ ตามหัวไร่ปลายนา และไม้เก่า ๆ ที่ถูกทิ้งไว้ไม่เกิดประโยชน์เริ่มผุพังตามธรรมชาติและไม้เก่าจากสิ่งของเครื่องใช้ครัวเรือน นำมาแกะสลักเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าในด้านเศรษฐกิจ

2. โครงสร้างการบริหารงานกลุ่ม

กลุ่มกาดร้อยสล่ามีการจัดองค์กรโดยการจัดตั้งคณะกรรมการกลุ่มซึ่งแต่ละตำแหน่งทำหน้าที่ดังต่อไปนี้

1. ประธาน มีอำนาจเรียกประชุม เป็นประธานในที่ประชุม หรือมอบหมายอำนาจหน้าที่ให้รองประธาน กรรมการปฏิบัติหน้าที่แทน หรือมอบหมายงานอื่นใดในอำนาจให้ปฏิบัติ

2. รองประธาน ทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยประธานกลุ่ม ช่วยเหลืองานประธานกลุ่ม

3. เหรัญญิก ทำหน้าที่ควบคุมดูแล จัดการเก็บเงินทุน รายได้ทรัพย์สิน พร้อมจัดทำบัญชีควบคุมการใช้จ่ายเงินของกลุ่ม ให้เป็นไปอย่างรอบคอบและเกิดประโยชน์สูงสุด

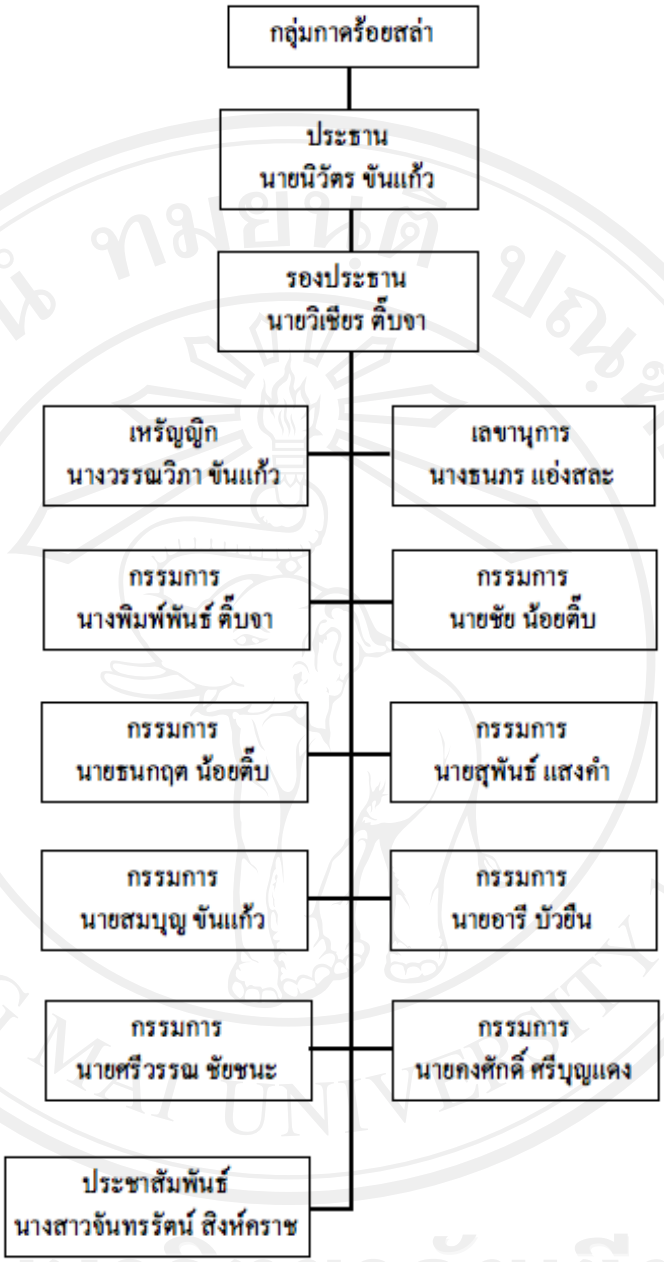
4. เลขานุการ ทำหน้าที่ติดต่อประสานงานทั่วไป นัดหมายการประชุมกรรมการ ทำบันทึกรายงานการประชุม ตลอดจนรายงานผลการดำเนินงานของกลุ่ม

5. ประชาสัมพันธ์ ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์สมาชิกให้รับทราบถึงกิจกรรมต่าง ๆ ภายในกลุ่ม

6. กรรมการจำนวน 8 คน ทำหน้าที่ดูแลกลุ่มในเรื่องทั่ว ๆ ไป

(รูปที่ 4.7)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



รูปที่ 4.7 โครงสร้างการบริหารงานกลุ่มกาดร้อยสล่า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3. ผู้นำกลุ่ม

กาดร้อยสล่า ได้เริ่มก่อตั้งโดย อาจารย์นิวัตร ขันแก้ว อายุ 57 ปี ซึ่งเป็นข้าราชการครูบำนาญ มีภูมิลำเนาอยู่บ้านดอนตัน ตำบลยุหว่า อ.สันป่าตอง จ.เชียงใหม่ เคยฝึกเป็นช่างแกะสลักไม้ในวัยเด็ก ในเวลาว่างจากการเรียนช่วงระดับประถมศึกษา และมัธยมศึกษา โดยแกะสลักไม้แผ่นภาพป่า ลายนูนต่ำ เพื่อเป็นรายได้เสริมช่วยตัวเองในวัยเด็ก ซึ่งเด็กในหมู่บ้านที่อาศัยอยู่ใน

ขณะนั้นทำงานแกะสลักไม้กันเป็นส่วนมาก ต่อมาเมื่อศึกษาจบปริญญาตรีได้เข้ารับราชการครูที่จังหวัดลำพูน ก็ได้ห่างเหินจากการแกะสลักไม้เพราะเวลาส่วนใหญ่ได้อุทิศให้กับงานราชการ และได้รับการโยกย้ายไปหลายโรงเรียน หลังสุดได้รับราชการครูโรงเรียนในหมู่บ้าน “โรงเรียนวัดกู่คำ (เมธาวิสัยคณาทร)” ตำแหน่งอาจารย์ 2 ระดับ 7 ทำหน้าที่หัวหน้าฝ่ายอำนวยการ

ปี พ.ศ. 2547 ได้ลาออกจากราชการ เพื่อรับบำนาญ ตามโครงการเกษียณราชการก่อนกำหนด และได้เริ่มชักชวนช่าง (สล่า) แกะสลักไม้ ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในพื้นที่ตำบลยุหว่า อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ประมาณ 10 กว่าราย มาเปิดกลุ่มแกะสลัก และร้านค้าในบริเวณเดียวกัน ทั้งนี้โดยมีเหตุผลให้กับสมาชิก ดังนี้

1. เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้าสามารถมาติดต่อช่างแกะสลักไม้ได้ในเวลาอันรวดเร็ว สะดวก และติดต่อช่างแกะสลักไม้ได้หลาย ๆ คนในบริเวณเดียวกัน

2. เพื่อสร้างความเป็นธรรมของราคาทั้งผู้ซื้อ และผู้ผลิต เป็นการขายสินค้าโดยเงินสดที่สามารถรับเงินค่าสินค้าได้ทันที

3. เพื่อส่งเสริมและอนุรักษ์ศิลปะการแกะสลักไม้ของช่างล้านนา ให้สืบทอดต่อไป

4. เพื่อทำให้ผู้ผลิตสามารถกำหนดราคาได้มากขึ้น

5. เพื่อให้ช่างมีงานทำในหมู่บ้าน ซึ่งเป็นรากฐานให้ครอบครัวอบอุ่น และเป็นพื้นฐานของสังคมที่สงบสุข ตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว บนพื้นฐานเศรษฐกิจแห่งความพอเพียง

4. ระเบียบข้อบังคับของกลุ่ม

ระเบียบข้อบังคับของกลุ่มมีดังนี้

1. เป็นผู้ที่ประกอบอาชีพหัตถกรรม หรือเกี่ยวเนื่อง หรืออาชีพที่เป็นภูมิปัญญาของชุมชน 2. เป็นบุคคลที่ไม่เคยมีกรณีพิพาทกับชุมชนหมู่บ้าน

3. เป็นบุคคลที่มีความพร้อมที่จะปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับของกลุ่มอย่างเคร่งครัด

4. ต้องยื่นเอกสารขอเป็นสมาชิกต่อคณะกรรมการ

5. คณะกรรมการกลุ่มมีตำแหน่งวาระดำรงตำแหน่งคราวละ 2 ปี เมื่อครบ 1 ปีให้คณะกรรมการจับฉลากออกจำนวนหนึ่ง และดำรงตำแหน่งได้ต่อถ้าที่ประชุมมีมติเห็นชอบจากเสียงส่วนใหญ่ของผู้ที่มาประชุมกลุ่ม

6. ต้องซื้อใบเสร็จของกลุ่มมาใช้ แต่สามารถใส่ชื่อร้านค้าและหมายเลขติดต่อของร้านค้าสมาชิกได้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

5. แหล่งให้ความสนับสนุนและช่วยเหลือ

1. ป่าไม้อำเภอสันป่าตอง ช่วยเหลือโดยการให้คำปรึกษาด้านการจัดตั้งโรงงาน ให้คำปรึกษาด้านกฎหมาย และเป็นผู้จัดหาวัตถุดิบให้ศูนย์เพื่อนำมาแกะสลัก

2. พัฒนาการอำเภอสันป่าตอง ได้ให้ความช่วยเหลือในด้านการจดทะเบียนจัดตั้งกลุ่ม ให้คำปรึกษาในด้านการส่งผลิตภัณฑ์เข้าคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย

6. การผลิต

6.1 ผลิตภัณฑ์หลัก

ผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลักของกลุ่มกาดร้อยสล่า เป็นลักษณะการแกะสลักแผ่นไม้สักแปรรูป และไม้สักธรรมชาติให้เป็นภาพช้างลีลา ม้า และปลาทอง มีความประณีต อ่อนช้อย งดงามมาก โดยช่างแกะสลักได้ทำการศึกษาโครงสร้างสรีระร่างกายของช้าง ม้า และปลามาเป็นอย่างดี ทำให้รูปร่างสัดส่วนดูสมจริง อีกทั้งอิริยาบทและอารมณ์ความรู้สึก ก็สามารถถ่ายทอดได้ผ่านฝีมือของช่างแกะสลักที่มีความชำนาญ (รูปที่ 4.8)

รูปที่ 4.8 ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มกาดร้อยสล่า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

6.2 การบริหารการผลิต

การบริหารการผลิตของกลุ่มกาดร้อยสล่า ทางสมาชิกจะทำการบริหารการผลิตด้วยตนเอง โดยจะเป็นผู้จัดซื้อวัตถุดิบ กำหนดปริมาณการซื้อวัตถุดิบ และทำการจำหน่ายด้วยตนเอง โดยเมื่อสมาชิกขายได้จะต้องทำการออกใบเสร็จรับเงินเอง ซึ่งใบเสร็จรับเงินนั้นจะซื้อมาจากกลุ่มมีชื่อกลุ่มกาดร้อยสล่ากำกับอยู่ที่ใบเสร็จ แต่หมายเลขโทรศัพท์ติดต่อจะเป็นของร้านค้าสมาชิก

6.3 วัตถุดิบ วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องจักร และโรงเรือน

ก) วัตถุดิบหลัก

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตไม้แกะสลัก ได้แก่ แผ่นไม้สักแปรรูป และแผ่นไม้สักธรรมชาติ การที่นำไม้สักมาแกะสลักเพราะเป็นไม้เนื้ออ่อนทำให้ง่ายต่อการแกะสลักทำลวดลายต่าง ๆ มีสีและลายไม้สวยกว่าไม้ชนิดอื่น ๆ นอกจากนี้ยังมีคุณสมบัติกันมอดและปลวกได้ ทำให้ง่ายต่อการเก็บรักษา ส่วนวัตถุดิบอื่น ๆ ที่ใช้ตกแต่งผลิตภัณฑ์คือ กาวใสแห้งเร็ว ขี้เลื่อยบดละเอียดและสีทาไม้ เป็นต้น

ข) วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องจักร และโรงเรือน

อุปกรณ์การผลิตที่สำคัญในการทำการผลิตไม้แกะสลักของช่างแกะสลักที่สำคัญคือ สิ่ว และค้อน นอกจากนี้ยังมีอุปกรณ์การผลิตอื่น ๆ ที่ใช้ในการผลิตคือ เลื่อย ตลับเมตร ดินสอแท่งชอล์ก กระดาษทราย

6.4 ขั้นตอนการผลิต

ขั้นตอนการผลิตไม้แกะสลัก

1. นำไม้แผ่นธรรมชาติ หรือท่อนไม้มาเลื่อยให้เป็นแผ่นก่อน แล้วนำมาร่างแบบด้วยชอล์ก โดยการร่างลวดลายที่ต้องการลงบนไม้เพื่อให้เห็นเค้าโครงของรูปแบบ

2. เจาะไม้ตามแบบที่ร่างไว้โดยใช้สิ่วเจาะให้เกิดเป็นรูปร่าง 3 มิติ ถ้าไม้มีความหนามากจะต้องเปลี่ยนไปใช้สิ่วที่มีความยาวมากกว่าปกติ

3. ใช้สิ่วเจาะตามรูปทรง 3 มิติ เพื่อทำให้เกิดเป็นทรงนูน และใช้กระดาษทรายขัดเพื่อลบมุม

4. นำไม้ไปตกแต่ง ไม้ที่แตกเป็นร่องโดยใช้ขี้เลื่อยบดละเอียดผสมกับกาว อัดเข้าไปในรอยแตกเพื่อไม่ให้เห็นเป็นร่องไม้ และนำไปทำสี

5. ตรวจสอบรายละเอียดของผลิตภัณฑ์

สามารถแสดงขั้นตอนการผลิตไม้แกะสลักได้ ดังรูปที่ 4.9 และ 4.10

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

รูปที่ 4.9 กรรมวิธีในการผลิตของกลุ่มกาดร้อยสล่า

รูปที่ 4.10 การแกะสลักไม้ของกลุ่มกาดร้อยสล่า

6.5 ปริมาณการผลิต

ปริมาณการผลิตขึ้นอยู่กับปริมาณวัตถุดิบและคำสั่งซื้อของลูกค้า การรับคำสั่งซื้อของลูกค้าแต่ละครั้ง ผู้ผลิตก็ต้องคำนึงถึงปริมาณวัตถุดิบ ขนาดของไม้ รูปแบบลวดลายที่ต้องแกะ และระยะเวลาในการผลิตด้วย โดยเฉลี่ยจะใช้เวลาประมาณ 1 เดือนถึง 1 เดือนครึ่ง วัตถุดิบหลักที่ทางกลุ่มใช้ในการแกะสลักคือ ไม้สักที่ซื้อมาจากองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ (ออป.) เมื่อได้วัตถุดิบมาแล้วก็จะนำไปเก็บไว้ในที่ร่ม เพื่อไม่ให้โดนน้ำจนทำให้เกิดความชื้น และป้องกันแสงแดดซึ่งจะทำให้ไม้สักเกิดความร้อนจนแตกเสียหาย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

6.6 ต้นทุนการผลิต

การคำนวณต้นทุนต่อชิ้นของการผลิตไม้สักรูปช้าง และรูปม้าขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ มีรายละเอียดของต้นทุนต่าง ๆ คือ

1) ภาพแกะสลักไม้สักขนาดเล็กสูง 40 ซม. ยาว 60 ซม. มีต้นทุนทั้งหมดเป็นเงิน 4,100 บาท ส่วนใหญ่เป็นค่าแกะสลักเป็นเงิน 2,500 บาท คิดเป็น 61% รองลงมาเป็นค่าไม้เป็นเงิน 600 บาท คิดเป็น 14.6% ใช้เวลาในการแกะสลัก 2 สัปดาห์

2) ภาพแกะสลักไม้สักขนาดกลางสูง 80 ซม. ยาว 120 ซม. มีต้นทุนทั้งหมดเป็นเงิน 19,100 บาท ส่วนใหญ่เป็นค่าแกะสลักเป็นเงิน 12,000 บาท คิดเป็น 62.8% รองลงมาเป็นค่าไม้เป็นเงิน 3,500 บาท คิดเป็น 18.3% ใช้เวลาในการแกะสลัก 4 สัปดาห์

3) ภาพแกะสลักไม้สักขนาดใหญ่สูง 80 ซม. ยาว 220 ซม. มีต้นทุนทั้งหมดเป็นเงิน 31,800 บาท ส่วนใหญ่เป็นค่าแกะสลักเป็นเงิน 20,000 บาท คิดเป็น 62.9% รองลงมาเป็นค่าไม้เป็นเงิน 7,000 บาท คิดเป็น 22% ใช้เวลาในการแกะสลัก 6 สัปดาห์ ดังแสดงในตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 รายละเอียดต้นทุนต่อชิ้นของการผลิตภาพแกะสลักไม้สักขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่

ขนาด	รายละเอียด	จำนวนเงิน (บาท)	สัดส่วน (%)
ขนาดเล็ก สูง 40 ซม. ยาว 60 ซม.	ไม้สัก	600	14.6
	กรอบไม้สัก	400	9.8
	ค่าแกะสลัก	2,500	61.0
	ค่าตกแต่ง ทำสี	200	4.9
	ค่าเช่าพื้นที่	400	9.7
	รวม	4,100	100
ขนาดกลาง สูง 80 ซม. ยาว 120 ซม.	ไม้สัก	3,500	18.3
	กรอบไม้สัก	2,000	10.5
	ค่าแกะสลัก	12,000	62.8
	ค่าตกแต่ง ทำสี	800	4.2
	ค่าเช่าพื้นที่	800	4.2
	รวม	19,100	100

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

ขนาด	รายละเอียด	จำนวนเงิน (บาท)	สัดส่วน (%)
ขนาดใหญ่ สูง 80 ซม.	ไม้สัก	7,000	22.0
ยาว 220 ซม.	กรอบไม้สัก	2,600	8.2
	ค่าแกะสลัก	20,000	62.9
	ค่าตกแต่ง ทำสี	1,000	3.1
	ค่าเช่าพื้นที่	1,200	3.8
	รวม	31,800	100

หมายเหตุ : ไม่รวมค่าเสื่อมอุปกรณ์

ที่มา : จากการศึกษา

6.7 การตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์

การตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์นั้นสมาชิกจะช่วยกันตรวจสอบ และมีลูกค้าเข้ามาตรวจสอบร่วมด้วย โดยการตรวจสอบจะดูชิ้นงานว่ามีการแตกหักหรือไม่ การทำสีเรียบร้อยหรือไม่ รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ถูกต้องตามคำสั่งซื้อหรือไม่

6.8 การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตและการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์

การพัฒนาการผลิตของกลุ่มกาดร้อยสล่าจะเป็นการพัฒนาในด้านลวดลายของผลิตภัณฑ์ มีการศึกษาโครงสร้างร่างกายของมนุษย์และสัตว์ เพื่อจะแกะสลักได้เหมือนจริงที่สุด มีการศึกษาการแสดงออกทางสีหน้า อิริยาบทต่าง ๆ ของแบบ มีการศึกษาประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ด้วย เช่นการวัดขนาดของรูปแกะสลักเจ้าแม่กวนอิมเพื่อทำให้สอดคล้องกับหลักความเชื่อทางฮวงจุ้ยของจีน การศึกษาตำนานของรูปเทวรูปต่าง ๆ เพื่อแนะนำลูกค้าให้เหมาะสมกับการซื้อเป็นของฝากผู้ที่ประกอบอาชีพ เช่น อาชีพที่ปรึกษา อาชีพทหาร อาชีพนักธุรกิจ เป็นต้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

7. การตลาด

7.1 การบริหารการตลาด

การดูแลจัดการเรื่องการตลาดทางสมาชิกจะจัดการด้วยตนเอง ทั้งการติดต่อลูกค้า รับคำสั่งซื้อลูกค้า ส่วนการออกร้านจำหน่ายในงานต่าง ๆ นั้น ทางร้านค้าสมาชิกจะเป็นผู้ดำเนินการตามความสมัครใจด้วยตนเอง

7.2 ส่วนประสมการตลาด

7.2.1 ผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลักของกลุ่มกาดร้อยสล่าที่เป็นรายได้หลักให้กับกลุ่มได้แก่ งานที่เป็นชิ้นเล็กที่สามารถเคลื่อนย้ายได้สะดวก เช่น รูปช้าง ม้า ปลาทอง จากไม้แผ่นเก่าตามธรรมชาติ และไม้แผ่นแปรรูป ในส่วนของการบรรจุภัณฑ์ มีการห่อหุ้มด้วยแผ่นฟิล์มพลาสติก และในการขนส่งไม้แกะสลักไปยังลูกค้ายังต้องมีการห่อหุ้มชิ้นงานด้วยกระดาษหนังสือพิมพ์ เพื่อป้องกันการเสียดสีจากเชือกที่ใช้มัดชิ้นงานกับรถบรรทุกที่ใช้ขนส่ง เพราะการมัดอย่างแน่นหนาอาจทำให้เกิดการเสียดสีที่จะส่งผลต่อการสูญเสียรูปทรงของการแกะสลักได้

รางวัลและการรับรองผลิตภัณฑ์นั้น กลุ่มกาดร้อยสล่าจะไม่ส่งประกวดในนามกลุ่ม แต่ร้านค้าสมาชิกจะเป็นผู้ดำเนินการส่งเข้าประกวดเองได้ตามความสมัครใจ ซึ่งทางร้านค้าสมาชิกได้รับการรับรองและรางวัลต่าง ๆ ดังนี้

1. ใบรับรองโดยสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มอาชีพแกะสลักไม้บ้านกู้คำ ได้รับอนุญาติให้แสดงเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนกับหัตถกรรมรากไม้ วันที่ 15 มกราคม พ.ศ. 2551
2. ใบประกาศนียบัตรผลิตภัณฑ์ดีเด่นระดับ 3 ดาว ตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในปี พ.ศ. 2547

เนื่องจากสมาชิกกลุ่มไม้ได้ให้ความสำคัญกับรางวัลต่าง ๆ ที่ได้รับมากนัก เนื่องจากมองว่าการที่ลูกค้าจะมาซื้อสินค้า ลูกค้าเพียงแต่พอใจในสินค้าก็ตัดสินใจซื้อได้ ลูกค้าไม่ได้ให้ความสำคัญกับรางวัลของสมาชิกแต่อย่างใด เป็นเหตุให้ในระยะหลังสมาชิกไม่ได้ส่งผลิตภัณฑ์เข้าประกวดในงานที่หน่วยงานต่าง ๆ ได้จัดขึ้น

7.2.2 ราคาขาย

การตั้งราคาขายของกล่ะมกาดร้อยสล่าจะคำนวณจากปริมาณต้นทุนการผลิตทั้งหมดบวกกำไรที่ต้องการ โดยไม้แกะสลักรูปช้างและรูปม้าขนาดเล็กสูง 40 ซม. ยาว 60 ซม. มีราคาขาย 4,800 บาท ได้กำไร 700 บาท คิดเป็นกำไรร้อยละ 17.1% ไม้แกะสลักรูปช้างและรูปม้า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ขนาดกลางสูง 80 ซม. ยาว 120 ซม. มีราคาขาย 28,000 บาท ได้กำไร 8,900 บาท คิดเป็นกำไร 46.6% และไม้แกะสลักรูปช้างและรูปม้าขนาดใหญ่สูง 80 ซม. ยาว 220 ซม. มีราคาขาย 35,000 บาท ได้กำไร 3,200 บาท คิดเป็นกำไร 10.1% ดังแสดงในตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 ราคาสินค้าของกลุ่มกาดร้อยสล่า

สินค้า	ต้นทุนการผลิต (บาท)	กำไร (บาท)	ราคาขาย (บาท)	อัตรากำไรคิดเป็น ร้อยละของต้นทุน (%)
ไม้สักแกะสลักรูปช้าง และรูปม้าขนาดเล็ก สูง 40 ซม. ยาว 60 ซม.	4,100	700	4,800	17.1
ไม้สักแกะสลักรูปช้าง และรูปม้าขนาดกลาง สูง 80 ซม. ยาว 120 ซม.	19,100	8,900	28,000	46.6
ไม้สักแกะสลักรูปช้าง และรูปม้าขนาดใหญ่ สูง 80 ซม. ยาว 220 ซม.	31,800	3,200	35,000	10.1

ที่มา : จากการศึกษา

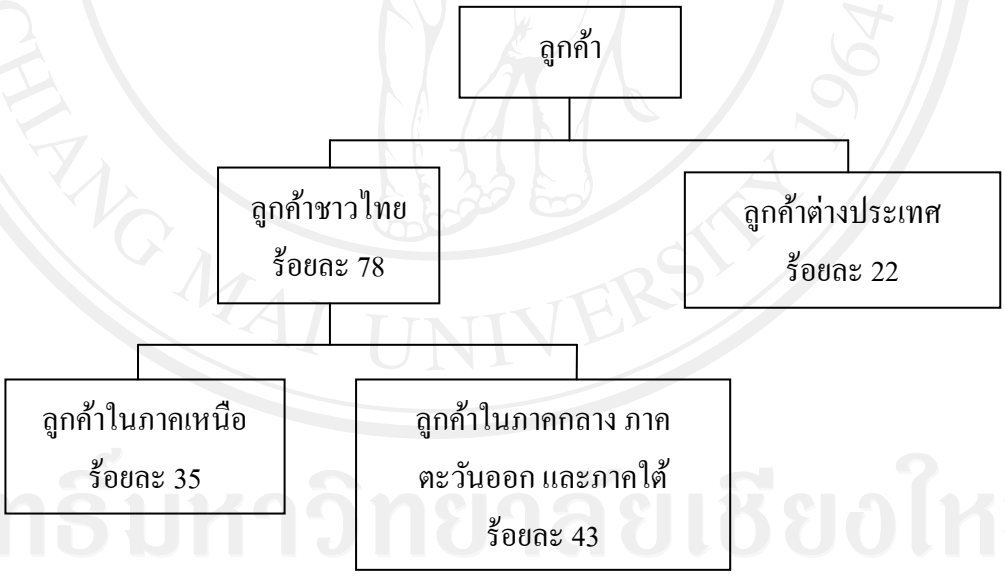
7.2.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย

การจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลักมีเป็นการขายส่งร้อยละ 48 และขายปลีกร้อยละ 52 ซึ่งการขายปลีกและขายส่งเกิดจากการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าโดยตรง ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าซึ่งก็คือสถานที่ตั้งของกลุ่ม และทางเว็บไซต์หรืออีเมลที่ทางกลุ่มได้จัดเตรียมไว้เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้า ดังรูปที่ 4.11

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

รูปที่ 4.11 ช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มกาดร้อยสล่า

พิจารณากลุ่มลูกค้าของกลุ่มกาดร้อยสล่าแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่กลุ่มลูกค้าชาวไทย มีสัดส่วนร้อยละ 78 ส่วนใหญ่เป็นพ่อค้าจากภาคกลางและภาคใต้มาซื้อเพื่อนำไปจำหน่ายต่อ มีสัดส่วนร้อยละ 43 รองลงมาเป็นกลุ่มลูกค้าในภาคเหนือมีสัดส่วนร้อยละ 35 ส่วนใหญ่เป็นพ่อค้าจากบ้านถวายและจากจังหวัดลำปางมาซื้อเพื่อนำไปจำหน่ายต่อ และกลุ่มลูกค้าต่างประเทศมีสัดส่วนร้อยละ 22 ส่วนใหญ่มาจากอเมริกา ยุโรป และจากประเทศจีน ดังรูปที่ 4.12



รูปที่ 4.12 สัดส่วนลูกค้าของกลุ่มกาดร้อยสล่า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

7.2.4 การส่งเสริมการขาย

การส่งเสริมการขายของกลุ่มจะใช้วิธีการตลาดแบบปากต่อปาก หมายถึงการบอกต่อลูกค้าเก่าไปยังลูกค้าใหม่ และการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ มีเว็บไซต์ของกลุ่ม

กาดร้อยสล่าเอง จึงทำให้กลุ่มไม่เสียค่าใช้จ่ายในการทำการตลาดมากนัก ปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ประกอบด้วย

1. คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อเพราะผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลักมีความสวยงามและประณีต ซึ่งแกะสลักโดยช่างฝีมือที่มีความชำนาญ

2. ราคาของผลิตภัณฑ์ที่สมเหตุสมผล เนื่องจากงานแกะสลักไม้เป็นงานที่ต้องใช้ทักษะสูง และใช้เวลานานในการผลิต ทำให้ราคาค่อนข้างสูง แต่ทางกลุ่มก็มีการคิดราคาที่เหมาะสม ไม่เอาเปรียบลูกค้า และยังสามารถเจรจาต่อรองในด้านราคา เพื่อให้ได้ราคาที่เหมาะสม สร้างความพึงพอใจให้ทั้งผู้ผลิตและลูกค้า

นอกจากนี้ กลุ่มกาดร้อยสล่าได้รับการเผยแพร่ในสื่อหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ หนังสือพิมพ์เชียงใหม่นิวส์ หนังสือพิมพ์มติชน และยังได้รับการออกอากาศในโทรทัศน์ตามช่องต่าง ๆ เช่น เดอะเนชั่น เป็นต้น

8. ยอดขายและกำไรของสมาชิก

จากการสอบถามสมาชิกที่เช่าพื้นที่จำนวน 20 ราย สามารถประมาณการได้ว่า ในปี พ.ศ. 2554 สมาชิกได้กำไรจากการขายเฉลี่ยชิ้นละ 10,688 บาท ได้กำไรจากการขายเฉลี่ยคนละ 112,584บาทต่อปี ดังนั้นสามารถประมาณการยอดขายของสมาชิกที่เช่าพื้นที่จำนวน 20 ราย ได้ว่ามีจำนวน 6,421,460 บาทต่อปี (ตารางที่ 4.15)

ตารางที่ 4.15 ยอดขายและกำไรของสมาชิกที่เช่าพื้นที่จำนวน 20 ราย ของกลุ่มกาดร้อยสล่า ในปีพ.ศ. 2554

รายการ	บาท
ต้นทุนเฉลี่ยต่อชิ้น	9,610
ราคาขายเฉลี่ยต่อชิ้น	20,298
กำไรเฉลี่ยต่อชิ้น	10,688
กำไรเฉลี่ยของผู้ขายต่อคน ต่อปี	112,584
กำไรเฉลี่ยของสมาชิกที่เช่าพื้นที่จำนวน 20 รายต่อปี	2,251,680
ยอดขายของสมาชิกที่เช่าพื้นที่จำนวน 20 รายต่อปี	6,421,460

ที่มา : จากการศึกษา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

9. การเงิน

การก่อสร้างโรงเรือนในตอนแรกนั้นได้ใช้เงินส่วนตัวของเจ้าของพื้นที่ คืออาจารย์นิวัตร ขันแก้ว โดยเจ้าของจะมีรายได้จากการเก็บค่าเช่าพื้นที่ห้องละ 800 บาท จำนวน 44 ห้อง เป็นเงิน 442,400 บาทต่อปี โดยไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมการขาย และไม่มีเงินปันผลให้แก่สมาชิก เจ้าของพื้นที่มีการจัดทำบัญชีรายรับ – รายจ่าย เป็นประจำ กลุ่มกาดร้อยสล่าสามารถดำเนินการได้ด้วยตนเองโดยไม่มีเจ้าหนี้และลูกหนี้

10. การวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มกาดร้อยสล่า

ในการวิเคราะห์ศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มกาดร้อยสล่า โดยใช้หลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2553 ทำการสัมภาษณ์สมาชิกที่มาเช่าพื้นที่จำหน่ายร้านค้าของกลุ่มจำนวน 20 ราย โดยมีคะแนนเต็ม 100 คะแนน แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน คะแนนเต็ม 30 คะแนน ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด คะแนนเต็ม 25 คะแนน และด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ คะแนนเต็ม 45 คะแนน ผลการศึกษามีดังนี้

10.1 การวิเคราะห์ศักยภาพด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน

ในการวิเคราะห์ศักยภาพด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน มีคะแนนเต็ม 30 คะแนน ปัจจัยที่นำมาพิจารณาคือ ปัจจัยด้านการผลิตคะแนนเต็ม 12 คะแนน ปัจจัยด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์คะแนนเต็ม 9 คะแนน และปัจจัยด้านความเข้มแข็งของชุมชนคะแนนเต็ม 9 คะแนน

1) ปัจจัยการผลิต

ในการศึกษาปัจจัยการผลิต กลุ่มกาดร้อยสล่าได้คะแนน 10 คะแนนจากคะแนนเต็ม 12 คะแนน มีปัจจัยย่อย 4 ปัจจัยคือ

1) แหล่งที่มาของวัตถุดิบ จากการสอบถามสมาชิกที่เช่าพื้นที่ของศูนย์จำนวน 27 ราย พบว่าสมาชิกเหล่านี้ใช้ไม้ทั้งหมดภายในประเทศ ดังนั้นจึงให้คะแนนได้ 3 คะแนนเต็ม

2) การขยายปัจจัยการผลิต จากการสอบถามพบว่า กลุ่มมีการขยายปัจจัยการผลิตน้อยกว่าร้อยละ 30 จึงสามารถให้คะแนนได้เฉลี่ย 2 คะแนนเนื่องจากคะแนนเต็ม 3 คะแนนพิจารณาจากการขยายปัจจัยการผลิตมากกว่าร้อยละ 30

3) การรักษาสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิต จากการสอบถามพบว่าในกระบวนการผลิตไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเลย จึงสามาระให้คะแนนได้ 3 คะแนนเต็ม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4) ศักยภาพการผลิตจำนวนมากเพื่อจำหน่าย จากการสอบถามพบว่า ทางกลุ่มไม่สามารถผลิตได้ในปริมาณที่มากและมีคุณภาพคงเดิมได้ เพราะผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลักนั้นจะต้องใช้ระยะเวลาในการผลิตค่อนข้างนาน ในการผลิตสินค้า 1 ชิ้นนั้นจะใช้ระยะเวลาประมาณ 4 - 6 สัปดาห์ จึงสามารถให้คะแนนได้เฉลี่ย 2 คะแนน เนื่องจาก คะแนนเต็ม 3 คะแนนพิจารณาจากความสามารถในการผลิตซ้ำได้ในปริมาณมากและคุณภาพคงเดิม (ตารางที่ 4.16)

ตารางที่ 4.16 คะแนนศักยภาพการผลิตของกลุ่มกาดร้อยสล่า

การผลิต	คะแนนเต็ม	คะแนนเฉลี่ยที่ได้
1) แหล่งที่มาของวัตถุดิบ	3	3
2) การขยายปัจจัยการผลิต	3	2
3) การรักษาสิ่งแวดล้อมในการผลิต	3	3
4) ศักยภาพการผลิตจำนวนมากเพื่อจำหน่าย	3	2
รวม	**12**	**10**

ที่มา : จากการศึกษา

2) ปัจจัยด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ในการศึกษาปัจจัยด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลุ่มกาดร้อยสล่าได้คะแนน 5 คะแนนจากคะแนนเต็ม 9 คะแนน โดยปัจจัยย่อยมี 3 ปัจจัยคือ

1) การพัฒนารูปแบบในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา จากการสอบถามพบว่า กลุ่มมีการพัฒนารูปแบบตามแนวคิดของกลุ่ม และตามความต้องการของลูกค้า จึงสามารถให้คะแนน 3 คะแนนเต็ม

2) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ จากการสอบถามพบว่า ทางกลุ่มไม่มีบรรจุภัณฑ์ การเก็บรักษาเป็นเพียงการเก็บผลิตภัณฑ์ไว้ในที่ร่มและมีอากาศถ่ายเทสะดวกเท่านั้น จึงสามารถให้คะแนนได้เฉลี่ย 1 คะแนน เนื่องจากคะแนนเต็ม 3 คะแนนพิจารณาจากการที่บรรจุภัณฑ์นั้นมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

3) รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ จากการสอบถามพบว่า ในการจำหน่ายสินค้าของกลุ่มมีเพียงการห่อหุ้มด้วยกระดาษเท่านั้น จึงสามารถให้คะแนนได้เฉลี่ย 1 คะแนนเนื่องจากคะแนนเต็ม 3 คะแนนพิจารณาจากการมีบรรจุภัณฑ์ที่บ่งบอกเอกลักษณ์ต่อผลิตภัณฑ์และตามมาตรฐานสากลเชิงการค้า (ตารางที่ 4.17)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.17 คะแนนศักยภาพการพัฒนาผลิตภัณฑ์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์	คะแนนเต็ม	คะแนนเฉลี่ยที่ได้
1) การพัฒนารูปแบบในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา	3	3
2) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์	3	1
3) รูปแบบของบรรจุภัณฑ์	3	1
รวม	**9**	**5**

ที่มา : จากการศึกษา

3) ปัจจัยด้านความเข้มแข็งของชุมชน

ในการศึกษาปัจจัยด้านความเข้มแข็งของชุมชน กลุ่มกาดร้อยสล่าได้คะแนน 7 คะแนนจากคะแนนเต็ม 9 คะแนน โดยปัจจัยย่อยมี 3 ปัจจัยคือ

1) ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม จากการสอบถามพบว่า มีการรวมกลุ่มมายาวนานเกิน 5 ปี จึงสามารถให้คะแนนได้ 3 คะแนนเต็ม

2) การมีส่วนร่วมกับชุมชน จากการสอบถามพบว่า สมาชิกมีส่วนร่วมในชุมชนครบทั้ง 3 ประเด็น คือ ปัจจัยการผลิตส่วนหนึ่งมาจากชุมชนเช่น แรงงาน เป็นต้น มีการจัดสรรผลกำไรบางส่วนให้เป็นประโยชน์แก่ชุมชน เช่น การทำบุญให้วัด เป็นต้น และชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อการประกอบการ จึงสามารถให้คะแนนได้ 3 คะแนนเต็ม

3) การจัดทำบัญชี จากการสอบถามพบว่า สมาชิกส่วนมากไม่มีการจัดทำบัญชี จึงสามารถให้คะแนนได้เพียง 1 คะแนน เนื่องจากคะแนนเต็ม 3 คะแนนพิจารณาจากมีการทำบัญชีตามระบบบัญชี (ตารางที่ 4.18)

ตารางที่ 4.18 คะแนนศักยภาพด้านความเข้มแข็งของชุมชน

ปัจจัยด้านความเข้มแข็งของชุมชน	คะแนนเต็ม	คะแนนเฉลี่ยที่ได้
1) ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม	3	3
2) การมีส่วนร่วมกับชุมชน	3	3
3) การจัดทำบัญชี	3	1
รวม	**9**	**7**

ที่มา : จากการศึกษา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

10.2 การวิเคราะห์ศักยภาพด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด

ในการวิเคราะห์ศักยภาพด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด มีคะแนนเต็ม 25 คะแนน ปัจจัยที่นำมาพิจารณาคือ ปัจจัยด้านการตลาดคะแนนเต็ม 15 คะแนน และปัจจัยด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์คะแนนเต็ม 10 คะแนน

1) ปัจจัยด้านการตลาด

ในการศึกษาปัจจัยด้านการตลาด กลุ่มกาดร้อยสล่าได้คะแนน 10 คะแนนจากคะแนนเต็ม 15 คะแนน โดยปัจจัยย่อยมี 3 ปัจจัยคือ

1) แหล่งจำหน่ายหลักของสินค้า จากการสอบถามพบว่า กลุ่มมีแหล่งจำหน่ายหลักของสินค้าเป็นตลาดระหว่างจังหวัด จึงสามารถให้คะแนนได้เฉลี่ย 3 คะแนน เนื่องจากคะแนนเต็ม 5 คะแนนพิจารณาจากมีตลาดต่างประเทศเป็นแหล่งจำหน่ายหลักของสินค้า

2) รายได้ในการจำหน่ายสินค้าเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา จากการสอบถามพบว่า กลุ่มมีรายได้ในการจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 25 - 50 จึงสามารถให้คะแนนได้เฉลี่ย 3 คะแนน เนื่องจากคะแนนเต็ม 5 คะแนนพิจารณาจากการมีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 51 ขึ้นไป

3) ความต่อเนื่องของตลาด จากการสอบถามพบว่า สมาชิกส่วนใหญ่มีลูกค้าใหม่และยังมีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอจากลูกค้าเก่า จึงสามารถให้คะแนนได้เฉลี่ย 4 คะแนน เนื่องจากคะแนนเต็ม 5 คะแนนพิจารณาจากการมีลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ และมีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอ (ตารางที่ 4.19)

ตารางที่ 4.19 คะแนนศักยภาพด้านการตลาด

ปัจจัยด้านการตลาด	คะแนนเต็ม	คะแนนเฉลี่ยที่ได้
1) แหล่งจำหน่ายหลักของสินค้า	5	3
2) รายได้ในการจำหน่ายสินค้าเมื่อเทียบกับปี □ ที่ผ่านมา	5	3
3) ความต่อเนื่องของตลาด	5	4
รวม	**15**	**10**

ที่มา : จากการศึกษา

2) ปัจจัยด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์

ในการศึกษาปัจจัยด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์ กลุ่มกาดร้อยสล่าได้คะแนน 5 คะแนนจากคะแนนเต็ม 10 คะแนน โดยปัจจัยย่อยมี 2 ปัจจัยคือ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

1) เรื่องราวของผลิตภัณฑ์ จากการสอบถามพบว่า ทางกลุ่มไม่ได้มีการจดบันทึกเรื่องราวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ จึงสามารถให้คะแนนได้เพียง 1 คะแนน เนื่องจากคะแนนเต็ม 5 คะแนน พิจารณาจากการมีเรื่องราว มีการบันทึก และมีการนำเสนอ

2) ภูมิปัญญาท้องถิ่น / เอกลักษณ์ของท้องถิ่น จากการสอบถามพบว่า มีผลิตภัณฑ์บางส่วนที่นำมาจากที่อื่นแล้วมีการพัฒนาเพิ่มเติมอย่างเช่นแผ่นป้ายมงคล เป็นต้น แต่ผลิตภัณฑ์ของศูนย์ส่วนใหญ่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิมที่มีการพัฒนาสร้างสรรค์ จึงสามารถให้คะแนนได้เฉลี่ย 4 คะแนน (ตารางที่ 4.20)

ตารางที่ 4.20 คะแนนศักยภาพด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านการเรื่องราว หรือตำนานของผลิตภัณฑ์	คะแนนเต็ม	คะแนนเฉลี่ยที่ได้
1) เรื่องราวของผลิตภัณฑ์	5	1
2) ภูมิปัญญาท้องถิ่น / เอกลักษณ์ของท้องถิ่น	5	4
รวม	**10**	**5**

ที่มา : จากการศึกษา

10.3 การวิเคราะห์ศักยภาพด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์

ในการวิเคราะห์ศักยภาพด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีคะแนนเต็ม 45 คะแนนปัจจัยที่นำมาพิจารณาคือ ปัจจัยด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์คะแนนเต็ม 40 คะแนน และปัจจัยด้านโอกาสทางการตลาดคะนนเต็ม 5 คะแนน

1) ปัจจัยด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์

ในการศึกษาปัจจัยด้านการตลาด กลุ่มกาดร้อยสล่าได้คะแนน 31 คะแนนจากคะแนนเต็ม 40 คะแนน โดยปัจจัยย่อยมี 5 ปัจจัยคือ

1) ความประณีตเรียบร้อยในการผลิต จากการสอบถามพบว่า ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่มีความประณีตเรียบร้อยจนสามารถขายในห้างใหญ่ในประเทศหรือส่งออกได้ จึงสามารถให้คะแนนได้เฉลี่ย 9 คะแนน จากคะแนนเต็ม 10 คะแนน

2) รูปลักษณ์โดยรวม / การออกแบบ / ความเข้ากันได้ขององค์ประกอบต่าง ๆ จากการสอบถามพบว่า ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีรูปแบบ คุณลักษณะ และองค์ประกอบค่อนข้างดี และต้องปรับปรุงบางจุด จึงสามารถให้คะแนนได้เฉลี่ย 7 คะแนน คะแนน เนื่องจากคะแนนเต็ม 10 คะแนน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

พิจารณาจากผลิตภัณฑ์มีรูปแบบและคุณลักษณะถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ มีความเข้ากันได้ดีขององค์ประกอบโดยรวม

3) คุณสมบัติที่ผลิตภัณฑ์นั้นพึงมี จากการสอบถามพบว่า ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีคุณสมบัติพื้นฐานค่อนข้างสูงและครบถ้วน สามารถที่ส่งออกได้ จึงสามารถให้คะแนนได้เฉลี่ย 7 คะแนนเนื่องจากคะแนนเต็ม 10 คะแนนพิจารณาจากการมีคุณสมบัติพื้นฐานสูงและครบถ้วนสามารถส่งออกได้

4) คุณภาพของวัสดุ / วัตถุดิบที่ใช้ได้ จากการสอบถามพบว่า คุณภาพของวัสดุและวัตถุดิบที่กลุ่มใช้มีคุณภาพค่อนข้างดี ส่วนใหญ่สมาชิกจะเป็นคนเลือกวัตถุดิบในการผลิตเอง จึงสามารถให้คะแนนได้เฉลี่ย 4 คะแนน เนื่องจากคะแนนเต็ม 5 คะแนนพิจารณาจากคุณภาพของวัสดุและวัตถุดิบที่ใช้ดีมาก ทำให้สินค้าดูมีราคา สามารถขายในท้องตลาดทั่วไปและสามารถส่งออกได้

5) ความมีเอกลักษณ์ในการออกแบบ จากการสอบถามพบว่า ผลิตภัณฑ์บางชิ้นยังมีรูปแบบดูเป็นสากลทั่วไป อย่างเช่นป้ายมงคล เป็นต้น จึงสามารถให้คะแนนได้เฉลี่ย 4 คะแนน เนื่องจากคะแนนเต็ม 5 คะแนนพิจารณาจากรูปแบบมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง และสื่อถึงภูมิปัญญาไทย แต่รูปแบบของกลุ่มมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง สื่อถึงภูมิปัญญาไทย (ตารางที่ 4.21)

ตารางที่ 4.21 คะแนนศักยภาพด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์	คะแนนเต็ม	คะแนนเฉลี่ยที่ได้
1) ความประณีต เรียบร้อยในการผลิต	10	9
2) รูปลักษณ์โดยรวม / การออกแบบ / ความเข้ากันได้ขององค์ประกอบต่าง ๆ	10	7
3) มีคุณสมบัติที่ผลิตภัณฑ์นั้นพึงมี	10	7
4) คุณภาพของวัตถุ / วัตถุดิบที่ใช้	5	4
5) ความมีเอกลักษณ์ในการออกแบบ	5	4
รวม	**40**	**31**

ที่มา : จากการศึกษา

2) ปัจจัยด้านโอกาสทางการตลาด

ในการวิเคราะห์ศักยภาพปัจจัยด้านโอกาสทางการตลาด กลุ่มกาดร้อยสล่าได้คะแนนเต็ม 5 คะแนน มีปัจจัยย่อยคือ โอกาสการพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่สากล จากการสอบถามพบว่า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผลิตภัณฑ์มีโอกาสดด้านการตลาดสำหรับตลาดส่งออก เนื่องจากมีลูกค้าบางรายที่นำผลิตภัณฑ์ของสมาชิกไปจำหน่ายยังต่างประเทศแล้ว จึงสามารถให้คะแนน 5 คะแนนเต็ม (ตารางที่ 4.22)

ตารางที่ 4.22 คะแนนศักยภาพด้านโอกาสทางการตลาด

ปัจจัยด้านโอกาสทางการตลาด	คะแนนเต็ม	คะแนนเฉลี่ยที่ได้
โอกาสการพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่สากล	5	5
รวม	**5**	**5**

ที่มา : จากการศึกษา

10.4 ศักยภาพของกลุ่มกาดร้อยสล่า

ศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มกาดร้อยสล่า โดยใช้หลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปีพ.ศ. 2553 คะแนนเต็ม 100 คะแนน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มกาดร้อยสล่าได้คะแนนเฉลี่ยรวม 73 คะแนน ซึ่งจัดศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง คือมีคะแนนเฉลี่ย 70 - 79 คะแนน ดังตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 คะแนนศักยภาพของกลุ่มกาดร้อยสล่า

ปัจจัย	คะแนนเต็ม	คะแนนเฉลี่ยที่ได้
1. ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน	**30**	**22**
1.1 การผลิต	**12**	**10**
1) แหล่งที่มาของวัตถุดิบ	3	3
2) การขยายปัจจัยการผลิต	3	2
3) การรักษาสิ่งแวดล้อมในการผลิต	3	3
4) ศักยภาพการผลิตจำนวนมากเพื่อจำหน่าย	3	2
1.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์	**9**	**5**
1) การพัฒนารูปแบบในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา	3	3
2) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์	3	1
3) รูปแบบของบรรจุภัณฑ์	3	1

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

ปัจจัย	คะแนนเต็ม	คะแนนเฉลี่ยที่ได้
1.3 ความเข้มแข็งของชุมชน	**9**	**7**
1) ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม	3	3
2) การมีส่วนร่วมกับชุมชน	3	3
3) การจัดทำบัญชี	3	1
2. ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด	**25**	**15**
2.1 การตลาด	**15**	**10**
1) แหล่งจำหน่ายหลักของสินค้า	5	3
2) รายได้ในการจำหน่ายสินค้าเทียบกับปีที่ผ่านมา	5	3
3) ความต่อเนื่องของตลาด	5	4
2.2 เรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์	**10**	**5**
1) เรื่องราวของผลิตภัณฑ์	5	1
2) ภูมิปัญญาท้องถิ่น / เอกลักษณ์ของท้องถิ่น	5	4
3. ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์	**45**	**36**
3.1 คุณภาพผลิตภัณฑ์	**40**	**31**
1) ความประณีต เรียบร้อยในการผลิต	10	9
2) รูปลักษณ์โดยรวม / การออกแบบ / ความเข้ากันได้ขององค์ประกอบต่าง ๆ	10	7
3) มีคุณสมบัติที่ผลิตภัณฑ์นั้นพึงมี	10	7
4) คุณภาพของวัตถุ / วัตถุดิบที่ใช้	5	4
5) ความมีเอกลักษณ์ในการออกแบบ	5	4
3.2 โอกาสทางการตลาด	**5**	**5**
1) โอกาสการพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่สากล	5	5
รวม	**100**	**73**
ระดับศักยภาพ	**ปานกลาง**	

ที่มา : จากการศึกษา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.3 เปรียบเทียบศักยภาพการดำเนินงานของศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยุหว่า และกลุ่มกาดร้อยสล่า

จากการเปรียบเทียบศักยภาพการดำเนินงานของศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยุหว่า ซึ่งดำเนินงานในรูปสหกรณ์ และกลุ่มกาดร้อยสล่า ซึ่งดำเนินงานในรูปเอกชน โดยใช้หลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2553 พบว่า ด้านที่ศูนย์ฯ ได้คะแนนน้อยกว่ากลุ่มกาดร้อยสล่าอย่างเห็นได้ชัด ได้แก่ด้านการตลาด และด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากศูนย์ฯ มีรายได้เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาน้อยกว่าของกลุ่มกาดร้อยสล่า และความประณีตเรียบร้อยในการผลิต การออกแบบ คุณสมบัติและความสามารถในการส่งออก ยังต่ำกว่ากลุ่มกาดร้อยสล่า ส่วนด้านที่ศูนย์ ฯ ได้คะแนนมากกว่ากลุ่มกาดร้อยสล่า ได้แก่ด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของศูนย์ฯ เป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมที่มีการพัฒนาสร้างสรรค์ แต่ของกลุ่มกาดร้อย สล่ายังมีผลิตภัณฑ์บางส่วนที่นำมาจากที่อื่นแล้วนำมาพัฒนาต่อ ส่วนด้านที่ทั้งสองกลุ่มได้คะแนนเท่ากัน ได้แก่ด้านความเข้มแข็งของชุมชน และด้านโอกาสทางการตลาด เนื่องจากทั้งสองกลุ่มมีระยะเวลาในการก่อตั้งเป็นเวลานาน สมาชิกมีส่วนร่วมกับชุมชนเป็นอย่างดีในเรื่องการจัดหาปัจจัยการผลิตจากชุมชน และผลิตภัณฑ์ของทั้งสองกลุ่มมีโอกาสพัฒนาสู่สากลได้ (ตารางที่ 4.24)

ตารางที่ 4.24 เปรียบเทียบศักยภาพการดำเนินงานของศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยุหว่าและกลุ่มกาดร้อยสล่า

ปัจจัย	คะแนนเต็ม	คะแนนเฉลี่ยที่ได้	
		ศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยุหว่า	กลุ่มกาดร้อยสล่า
1. ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน	**30**	**20**	**22**
1.1 การผลิต	12	9	10
1.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์	9	4	5
1.3 ความเข้มแข็งของชุมชน	9	7	7
2. ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด	**25**	**14**	**15**
2.1 การตลาด	15	8	10
2.2 เรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์	10	6	5

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

ปัจจัย	คะแนนเต็ม	คะแนนเฉลี่ยที่ได้	
		ศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยุหว่า	กลุ่มกาดร้อยสล่า
3. ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์	**45**	**31**	**36**
3.1 คุณภาพผลิตภัณฑ์	40	26	31
3.2 โอกาสทางการตลาด	5	5	5
รวม	**100**	**65**	**73**
ระดับศักยภาพ		**ต่ำ**	**ปานกลาง**

ที่มา : จากการศึกษา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved