

บทที่ 1

บทนำ

เครื่องเงินไทยเป็นศิลปหัตถกรรมที่มีคุณค่าในตัวเอง คือ ทำด้วยโลหะเงินและเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำขึ้นโดยช่างฝีมือที่มีความรู้ ความชำนาญและความประณีตพิเศษ ทั้งในด้านรูปทรงและลวดลายที่ประดิษฐ์ซึ่งแสดงถึงวิถีกรรมและวัฒนธรรมของชาติไทยอย่างชัดเจน ฝักค้ำเครื่องเงินไทยจึงเป็นที่นิยมของชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวซึ่งมีส่วนช่วยเผยแพร่ชื่อเสียงเครื่องเงินไทยให้เป็นที่รู้จักกว้างขวางออกไป ปัจจุบันได้มีการปรับปรุงในการออกแบบให้ทันสมัยและตรงตามรสนิยมของลูกค้าชาวต่างประเทศมากขึ้น สำหรับความต้องการเครื่องเงินไทยภายในประเทศนั้น ยังอยู่ในวงจำกัดเพราะเป็นสินค้าที่มีราคาค่อนข้างสูงและจัดเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย ดังนั้น กลุ่มผู้ที่นิยมซื้อหรือสะสมส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผู้มีรายได้ค่อนข้างสูง นอกจากนี้ เครื่องเงินไทยยังรักษายากเพราะจะเกิดเป็นฝ้าคล้ำดำได้ง่าย ทั้งนี้ความต้องการส่วนใหญ่มักเป็นไปเพื่องานมงคลต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นงานมงคลสมรสหรืองานบวช เป็นต้น รวมถึงนิยมมอบเป็นของขวัญที่ระลึกให้กันและกันทั้งในช่วงเทศกาลต่าง ๆ และรางวัลสำหรับการแข่งขันกีฬาด้วย ดังนั้น การผลิตเครื่องเงินไทยส่วนใหญ่ จึงเป็นการผลิตเพื่อจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและส่งออกเป็นหลัก (พรพฤทธ์ ชมอินทร์, 2544)

ในส่วนของหัตถกรรมพื้นบ้านของจังหวัดเชียงใหม่ที่นับว่ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันดีอีกอย่างหนึ่ง คือ เครื่องเงิน ซึ่งเครื่องเงินของเชียงใหม่ได้รับการยกย่องว่ามีคุณภาพดี ลวดลายประณีตงดงามเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ที่นับเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวอยู่ที่วิธีการแกะลายสองด้าน โดยจะตอกลายจากด้านในให้ดูตาม โครงร่างรอบนอกของลาย แล้วตีกลับจากด้านนอกให้เป็นลายละเอียดอีกทีหนึ่ง ลวดลายแบบดั้งเดิมของเชียงใหม่ที่มักทำขึ้นบนสลุง หรือขันรูปทรงกระบอกมักเป็นลวดลายของภาคกลาง นิยมทำเป็นลายชาดก ลายสิบสองนักษัตร ลายดอกกระดังงา ลายดอกทานตะวัน ลายสัปประรด ลายนกยูง ลายดอกหมาก หรือถ้าโบราณจริง ๆ มักเป็นขันเรียบ เครื่องเงินของเชียงใหม่อีกลักษณะหนึ่ง ซึ่งเป็นกลุ่มชนต่างถิ่นเข้ามาอยู่ที่บ้านวัวลาย อำเภอเมืองก็มีลักษณะการทำลวดลายที่รับมาจากพม่าที่ถูกจับเข้ามาเป็นเชลยในสมัยของพระกาวิละ เช่น ลายนางรำ ลายสิบสองราศี ลายธรรมชาติ ลายเทพพนม เป็นต้น (โรงเรียนยุพราชวิทยาลัย, เวียงใหม่)

สำหรับศิลปกรรมเครื่องเงิน เถาที่ทราบมีมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา ในสมัยสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถ เครื่องเงินเป็นของสูงที่มอบเป็นเครื่องประดับแก่ขุนนางชั้นผู้ใหญ่ ดังที่มีกำหนดไว้ในกฎหมายเหียรบาลว่า “ขุนนางศักดิ์นา 10,000 กินเมือง กินเจียดเงินถมยาดำรอง

ละกลุ่ม” ศิลปกรรมนี้ได้ดำรงสืบต่อตลอดมาจนถึงสมัยรัตนโกสินทร์ หลังจากนั้นก็ไม่ได้รับความเฟื่องฟู (ออนไลน์: มติชน) แต่ในปัจจุบัน ได้มีการจัดตั้งสมาคมเครื่องถมและเครื่องเงินขึ้น และได้ดำเนินการต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ส่งผลให้สินค้าเครื่องเงินของไทยสามารถส่งออกไปต่างประเทศได้

เนื่องจากตลาดหัตถกรรมเครื่องเงิน เป็นตลาดที่มีโอกาสเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง และเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐบาลให้เป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ทั้งภาครัฐบาลและเอกชนจะต้องให้ความร่วมมือในการพัฒนาและส่งเสริมให้สินค้ามีคุณภาพ เป็นที่ยอมรับทั้งตลาดภายในและต่างประเทศต่อไป

ความสำคัญของปัญหา

เชียงใหม่ เป็นศูนย์กลางสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่มีชื่อเสียงและเป็นแหล่งผลิตสินค้าหัตถกรรมพื้นเมืองที่มีชื่อเสียงมาเป็นเวลานาน เมื่อรัฐบาลให้การสนับสนุนการพัฒนาสินค้าโอท็อป (OTOP) อย่างจริงจังและต่อเนื่อง ส่งผลให้ตลาดรองรับมีการขยายตัวอย่างกว้างขวางทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางสินค้าโอท็อป (OTOP) ที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว ส่วนสินค้าโอท็อป (OTOP) ที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวและมีให้เลือกจำนวนมาก เช่น ผลิตภัณฑ์งานไม้ เซรามิก ผ้าฝ้าย เครื่องเงินและกระดาษสา เป็นต้น (ผู้ส่งออก, 2548: 17)

จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาเที่ยวเชียงใหม่ในปี 2548 คาดว่าก่อให้เกิดรายได้ด้านการท่องเที่ยวสะพัดในเชียงใหม่คิดเป็นมูลค่าประมาณ 53,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 18 จากปี 2547 รายได้ดังกล่าวกระจายไปสู่ธุรกิจบริการด้านต่าง ๆ คือ ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึกนักท่องเที่ยว รายได้ด้านการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คือ ประมาณร้อยละ 32.1 คิดเป็นมูลค่า 17,000 ล้านบาท กระจายไปสู่กลุ่มธุรกิจการจำหน่ายสินค้าของที่ระลึกนักท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าโอท็อป (OTOP) ประเภทงานหัตถกรรมต่าง ๆ อาทิ ผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลัก ผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน (หอการค้าเชียงใหม่, 2548: 28)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญและมีนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นได้ว่าเครื่องเงินและผลิตภัณฑ์เครื่องเงินเป็นสินค้าที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และต่างประเทศ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจหัตถกรรมเครื่องเงินจะต้องให้ความสำคัญและมีการดำเนินการด้านตลาดให้มีประสิทธิภาพ และสามารถปรับตัวให้ทันกับภาวะการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ และสามารถรองรับความต้องการของลูกค้า

นอกจากนี้ ธุรกิจหัตถกรรมเครื่องเงินสามารถทำรายได้ให้แก่ผู้ผลิตอย่างต่อเนื่องและยังเป็นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นของเชียงใหม่อีกด้วย เพื่อให้ธุรกิจนี้ยังคงอยู่ต่อไปและเป็นตลาดที่มีศักยภาพ สามารถขยายตัวได้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการศึกษารายละเอียดและการตลาดหัตถกรรมเครื่องเงินของบ้านวัวลาย ตำบลหายยา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้ทราบถึงการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด ปัญหา อุปสรรคของผู้ประกอบธุรกิจนี้ และเพื่อเป็นแนวทางในการลงทุนและการวางกลยุทธ์การตลาด สำหรับผู้ประกอบธุรกิจและผู้สนใจธุรกิจหัตถกรรมเครื่องเงินในจังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความเป็นมาของหัตถกรรมเครื่องเงินของบ้านวัวลาย ตำบลหายยา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษากระบวนการผลิตและตลาดหัตถกรรมเครื่องเงินของบ้านวัวลาย ตำบลหายยา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อศึกษาปัญหาการผลิตและการตลาดหัตถกรรมเครื่องเงินของบ้านวัวลาย ตำบลหายยา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงความเป็นมาของหัตถกรรมเครื่องเงินบ้านวัวลาย ตำบลหายยา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน
2. ทำให้ทราบถึงกระบวนการผลิตและการตลาดหัตถกรรมเครื่องเงินของบ้านวัวลาย ตำบลหายยา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
3. ใช้เป็นแนวทางในการดำเนินกิจกรรมด้านการตลาดของธุรกิจหัตถกรรมเครื่องเงิน ประเภทเดียวกันหรือคล้ายคลึงกัน

ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษานี้ ได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาในด้านพื้นที่ ด้านเนื้อหาและ
 กำนประชากร ไว้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษานี้มีพื้นที่ในการศึกษา คือ ร้านหัตถกรรมเครื่องเงินบ้านวัวลาย
 ตำบลหายยา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษานี้ครอบคลุมเนื้อหาโดยภาพรวม ดังนี้

2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย ประเภทธุรกิจ ปีที่เริ่ม
 ดำเนินการ ขนาดพื้นที่ของกิจการ แหล่งเงินทุนที่ใช้ จำนวนเงินลงทุนเริ่มต้น หน้าที่หลักของธุรกิจ
 การจัดแบ่งหน้าที่การตลาดเป็นแผนก หรือฝ่ายการตลาด หน้าที่ของฝ่ายการตลาด รูปแบบการจัด
 ยิงค์กรทางการตลาด และแผนการตลาดใหม่ในแต่ละฤดูกาล

2.2 การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทั่วไป สิ่งแวดล้อมทางการตลาดของผู้ประกอบ
 ธุรกิจ ประกอบด้วย ข้อกำหนดหรือมาตรฐานควบคุมตลาดธุรกิจหัตถกรรมเครื่องเงิน รูปแบบ
 การช่วยเหลือและสนับสนุนจากภาครัฐ ภาครัฐควรมีบทบาทเพิ่มขึ้นอย่างไร ภาวะเศรษฐกิจ
 การเพิ่มขึ้นของประชากร ค่านิยมของสังคม เทคโนโลยี แผนการขยายตลาด คู่แข่งขัน ปัญหา
 ผู้ที่เข้ามาทำธุรกิจหัตถกรรมเครื่องเงินใหม่ต้องพบ จุดเด่นและจุดอ่อนของผู้ประกอบการธุรกิจ
 ข้อจำกัดและโอกาสในการดำเนินธุรกิจ ถูกค้าหลัก บทบาทของพ่อค้าคนกลาง ผลกระทบจากการมี
 พ่อค้าคนกลางในตลาดหัตถกรรมเครื่องเงินและตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ

2.3 การผลิต ประกอบด้วย กำลั้งการผลิต เช่น กระบวนการผลิตตั้งแต่เริ่มต้น
 จนเสร็จสิ้นกระบวนการ ชนิด จำนวน ระยะเวลา ระบบการผลิต เช่น ขนาด ที่ตั้ง ระบบความเป็น
 เอกหรืออเนกประสงค์ กำลั้งคนหรือแรงงาน เช่น ความชำนาญ แหล่งที่มาของแรงงาน ลักษณะการ
 จ้าง นโยบายค่าจ้าง การสร้างขวัญกำลังใจให้แก่ลูกจ้างหรือพนักงาน การเลิกจ้างหรือให้ออกจาก
 งาน และความมั่นคงในการจ้าง ด้านคุณภาพ เช่น การกำหนดมาตรฐานงาน การป้องกันสินค้ามี
 คำหั้น มาตรฐานที่ใช้ในการควบคุมการผลิต ด้านการวางแผนการผลิตและการควบคุมวัสดุ เช่น
 นโยบายเกี่ยวกับแหล่งวัตถุดิบ การมอบหมายหน้าที่และอำนาจในการตัดสินใจซื้อและการรวมศูนย์
 หรือ การกระจายอำนาจซื้อ ด้านการตัดสินใจเกี่ยวกับวัสดุคงคลัง เช่น สั่งซื้ออะไร จำนวนเท่าไร
 และจะสั่งซื้อเมื่อใด

2.4 การกำหนดกลยุทธ์การตลาด โดยใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด
 (4 P's) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (product) ราคา (price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (place) การส่งเสริม

การตลาด (promotion) กล่าวคือ ผลิตภัณฑ์ (product) ประกอบด้วย คุณสมบัติของเครื่องเงิน การตั้งชื่อตราชื่อ การตัดสินใจเรื่องบรรจุภัณฑ์และการจัดทำฉลากติดบรรจุภัณฑ์ ราคา (price) ประกอบด้วย ปัจจัยที่ต้องพิจารณาในการตั้งราคา วัตถุประสงค์ นโยบายและกลยุทธ์การตั้งราคา ปัจจัยที่ต้องพิจารณาในการเลือกราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย (place) ประกอบด้วย แหล่งวัตถุดิบ จำนวนระดับของช่องทาง การจัดจำหน่าย ลักษณะของระดับของช่องทางการจัดจำหน่าย ประเภทของลูกค้า ท่าเลที่ตั้งขายผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน แผนการบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย วิธีติดต่อแต่ละช่องทางการจัดจำหน่าย หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกพ่อค้าคนกลาง กลยุทธ์การกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การตัดสินใจเกี่ยวกับคลังสินค้าและการตัดสินใจเกี่ยวกับเงินค้างเหลือ ส่วนปัจจัยสุดท้าย คือ การส่งเสริมการตลาด (promotion) ประกอบด้วย การโฆษณา การใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขายและการให้ข่าวประชาสัมพันธ์ วัตถุประสงค์ในการเลือกใช้ส่วนประสมทางการตลาด วิธีการกำหนดงบประมาณที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ส่วนประสมทางการตลาด

2.5 ปัญหาของผู้ประกอบธุรกิจหัตถกรรมเครื่องเงิน ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ปัญหาด้านส่วนประสมทางการตลาด คือ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาด้านราคา ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ปัญหาด้านการผลิตและปัญหาอื่น ๆ

3. ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการศึกษาดังแต่เดือนธันวาคม 2548 ถึง เดือนธันวาคม 2549

นิยามศัพท์เฉพาะ

หัตถกรรม (handicraft) คือ งานช่างที่ทำด้วยมือหรืออุปกรณ์ง่าย ๆ อาศัยทักษะและเน้นประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก โดยทั่วไปเป็นผลิตภัณฑ์ที่แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมและศานา สามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวันได้ (วิกิพีเดีย)

เครื่องเงิน หมายถึง เครื่องเงินชนิดที่ทำเป็นเครื่องรูปพรรณ เครื่องถม และเครื่องลงยาสี ที่ทำด้วยโลหะเงินมาตรฐาน ให้มีโลหะอื่นๆ เจือปนได้ไม่เกิน ร้อยละ 7.5 ของน้ำหนัก ล้วนประกอบของเครื่องเงินไทย ต้องแข็งแรง ทนทาน มีลวดลายที่ชัดเจน เรียบร้อย

ผู้ประกอบการหัตถกรรมเครื่องเงินในเวียง หมายถึง ผู้ประกอบธุรกิจที่ผลิตหรือขาย เป็นส่วนใหญ่ หรือทั้งผลิตและขายพอ ๆ กัน ที่บ้านเวียง ตำบลหายหาย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

การตลาดของธุรกิจหัตถกรรมเครื่องเงิน หมายถึง การบริหารแนวความคิดทางด้านส่วนประสมทางการตลาด ตลอดจนส่วนประสมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับตลาดธุรกิจหัตถกรรมเครื่องเงิน เพื่อให้เกิดการซื้อขายอย่างรวดเร็ว เพิ่มขึ้นและต่อเนื่องจนสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

การตลาด (marketing) หมายถึง การทำงานของธุรกิจที่ทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายเงินค่าและบริการจากผู้ผลิต (producer) ไปยังผู้บริโภค (consumer) หรือผู้ใช้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2539: 3)

กลยุทธ์การตลาด (marketing strategies) คือ รายละเอียดของวิธีการ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ กลยุทธ์การตลาด จัดว่าเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการเชิงกลยุทธ์และครอบคลุมถึง การแบ่งส่วนตลาดและกำหนดเป้าหมาย ตัวอย่างของกลยุทธ์ต่างๆ ได้แก่ กลยุทธ์การเจาะตลาดกลยุทธ์การสร้างตลาด กลยุทธ์ส่วนผสมการตลาด ฯลฯ กลยุทธ์การตลาดต่าง ๆ ที่กิจการเสนอขึ้น (เพลินทิพย์ โภกเศโสภา, 2548: 78) ต้องมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายด้วยซึ่งก็คือ การกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของผู้ประกอบการ ได้แก่

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องเงินและบริการที่ผู้ประกอบการธุรกิจหัตถกรรมเครื่องเงินนำเสนอ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายซึ่งผลิตภัณฑ์เครื่องเงินแบ่งเป็นสองประเภท คือ 1) งานขึ้นรูป เช่น ถาดเงิน พานเงิน ขันเงิน เป็นต้น 2) เครื่องประดับ เช่น สร้อยคอ สร้อยข้อมือ ต่างหู เป็นต้น

2. กลยุทธ์ด้านราคา ได้แก่ ราคาของผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน ค่าล้างเครื่องเงินที่ผู้ประกอบการธุรกิจหัตถกรรมเครื่องเงินตั้งราคาเพื่อคิดมูลค่ากับลูกค้า นำมาซึ่งรายได้จากการขายและสร้างผลกำไร

3. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ บริเวณร้านหัตถกรรมเครื่องเงินของบ้านวัวลายทั้งหมด คือ ที่จอดรถของลูกค้า บริเวณที่ผลิตเครื่องเงิน บริเวณที่ตั้งโชว์และจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน

4. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย หมายถึง ขบวนการขั้นตอนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ผ่านช่องทางและวิธีการต่างๆ เช่น ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว เว็บไซต์ (website) นกท่องเที่ยว เอกสารจดหมาย แผ่นพับ (brochure) สิ่งตีพิมพ์อื่น ๆ หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร สื่อวีดิทัศน์ โทรทัศน์ วิทยุ เป็นต้น (วนารัตน์ ชัยภักดี, 2544: 11)

กลุ่มผู้ทำการผลิต หมายถึง ร้านหัตถกรรมเครื่องเงินของบ้านวัวลายที่ส่วนใหญ่เน้นการผลิตสินค้าหัตถกรรมเครื่องเงิน ทั้งสินค้าเครื่องเงินประเภทงานขึ้นรูป เช่น พานเงิน ถาดเงิน ขันเงิน เป็นต้น และสินค้าเครื่องประดับ เช่น สร้อยคอ สร้อยข้อมือ ต่างหู เป็นต้น

กลุ่มผู้ทำการค้า หมายถึง ร้านหัตถกรรมเครื่องเงินของบ้านวัวลายที่ส่วนใหญ่
เน้นการขายสินค้าเครื่องเงินมากกว่าการผลิตสินค้าหัตถกรรมเครื่องเงิน

กลุ่มผู้ทำการผลิตและขายเท่า ๆ กัน หมายถึง ร้านหัตถกรรมเครื่องเงินของบ้าน
วัวลายที่ทั้งทำการผลิตและขายสินค้าหัตถกรรมเครื่องเงิน

กลุ่มหรือชมรมต่าง ๆ หมายถึง กลุ่มที่ชาวบ้านวัวลายรวมตัวกันเพื่อก่อตั้งกลุ่มหรือ
ชมรมในหมู่บ้านวัวลาย เพื่อให้ความช่วยเหลือในการทำธุรกิจหัตถกรรมเครื่องเงินบ้านวัวลาย

เบ็ง หมายถึง แบบพิมพ์ที่ใช้ในการผลิตเครื่องเงิน

เบ้า หมายถึง ภาชนะสำหรับบรรจุโลหะเงินเพื่อนำไปเผาบนเตาไฟ

เตาเถ้า หมายถึง เตาไฟซึ่งใช้ถ่านเป็นเชื้อเพลิง สำหรับใช้เผาโลหะเงินให้ละลาย

ตลุง หมายถึง ชัน

ตลุงหลวง หมายถึง ชันขนาดใหญ่