# บทที่ 5
# สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาการค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง การดำเนินงานของผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม ในอำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการดำเนินงานในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมของผู้ประกอบการในอำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมของผู้ประกอบการในอำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่

ผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมในครั้งนี้คือ ผู้ประกอบการที่ผลิตและจำหน่ายเสื้อหม้อห้อม กระโปรงหม้อห้อม หรือกางเกงหม้อห้อม ในอำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ ซึ่งมีจำนวน 33 ราย สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลคือ ความถี่และร้อยละ

การศึกษาการดำเนินงานในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมของผู้ประกอบการในอำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ ได้ศึกษาการดำเนินงาน 4 ด้านคือ ด้านการจัดการ ด้านการเงินและการบัญชี ด้านการผลิต และด้านการตลาด และได้ทำการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของธุรกิจในแต่ละด้านควบคู่กันไป

## สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษาสรุปข้อมูลเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมในอำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่

ส่วนที่ 2 การดำเนินงานของผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมในอำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ ประกอบด้วย

- ด้านการจัดการ
- ด้านการเงินและการบัญชี
- ด้านการผลิต
- ด้านการตลาด

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมของผู้ประกอบการในอำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ ประกอบด้วย

- ด้านการจัดการ
- ด้านการเงินและการบัญชี
- ด้านการผลิต
- ด้านการตลาด

**สรุปส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมในอำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่**

ผลการศึกษาการดำเนินงานของผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมในอำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ พบว่าประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมในอำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ จำนวน 33 ราย เป็นเพศหญิง ร้อยละ 84.8 เพศชาย ร้อยละ 15.2 โดยส่วนใหญ่จะมีอายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 66.7 รองลงมามีอายุ 41-50 ปีเท่ากันกับอายุตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไปคือ ร้อยละ 12.1 มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาเท่ากับระดับมัธยมศึกษาคือ ร้อยละ 42.4 รองลงมามีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 12.2

ผู้ประกอบการโดยส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลา 1 – 5 ปี ร้อยละ 39.4 รองลงมาอยู่ในช่วง 6 – 10 ปี ร้อยละ 36.4 ผู้ประกอบการทุกรายดำเนินงานในลักษณะกิจการเจ้าของคนเดียว โดยประกอบอาชีพในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมเป็นอาชีพหลัก ร้อยละ 90.9 และเป็นอาชีพรอง ร้อยละ 9.1 โดยมีอาชีพหลักเป็นข้าราชการและชาวสวน มีรายได้เฉลี่ยต่อปีในช่วงต่ำกว่า – 100,000 บาท ร้อยละ 51.6 รองลงมาคือช่วง 100,001 – 200,000 บาท ร้อยละ 24.2 ผู้ประกอบร้อยละ 93.9 ไม่มีลูกจ้างในกิจการ ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 6.1 มีลูกจ้างในกิจการจำนวน 1- 5 คน

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์หม้อห้อมทุ่งโฮ้ง จังหวัดแพร่ ร้อยละ 69.7 และไม่เป็นสมาชิกสหกรณ์หม้อห้อมทุ่งโฮ้ง จังหวัดแพร่ ร้อยละ 30.3 ผู้ประกอบการที่ไม่เป็นสมาชิกสหกรณ์หม้อห้อมทุ่งโฮ้ง จังหวัดแพร่ ให้เหตุผลว่าเนื่องจากทราบว่าราคาวัตถุดิบที่สหกรณ์จำหน่ายหลายชนิดมีราคาสูงกว่าร้านค้าผ้าในอำเภอเมืองแพร่ และไม่มีเวลาเข้าร่วมประชุมจึงไม่ต้องการเป็นสมาชิก สำหรับผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกสหกรณ์หม้อห้อมทุ่งโฮ้ง จังหวัดแพร่ เห็นว่าได้รับประโยชน์จากการเป็นสมาชิก ร้อยละ 73.9 อาทิเช่น กิจการจะได้รับเงินปันผลทุกสิ้นปีและทางสหกรณ์จะให้ความช่วยเหลือในการจัดซื้อวัตถุดิบ ส่วนที่เหลือร้อยละ 26.1 เห็นว่า ไม่ได้รับประโยชน์จากการเป็นสมาชิกเนื่องจากอำนาจการต่อรองราคาของสหกรณ์มีไม่มาก

พอทำให้วัตถุดิบที่สหกรณ์จำหน่ายมีราคาสูงกว่าหรือเท่ากับราคาจำหน่ายของร้านขายผ้าในอำเภอเมืองจังหวัดแพร่ และระบบการจัดการในสหกรณ์ยังไม่ดีพอทำให้การจัดประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมระหว่างสมาชิกสหกรณ์ไม่สม่ำเสมอ

**สรุปส่วนที่ 2 การดำเนินงานของผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมในอำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่**

**ด้านการจัดการ**

ด้านการวางแผน ผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมมีการวางแผนการดำเนินงานล่วงหน้า ร้อยละ 72.7 โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะวางแผนงานระยะสั้น ซึ่งใช้ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกในการกำหนดแผนงานหลายปัจจัยร่วมกัน ปัจจัยภายในที่ใช้ในการกำหนดแผนงานคือ ความพร้อมด้านการเงิน ร้อยละ 69.7 รองลงมาคือ ความพร้อมด้านการผลิต ร้อยละ 51.5 สำหรับปัจจัยภายนอกที่ใช้ในการกำหนดแผนงานคือ สภาพเศรษฐกิจ ร้อยละ 2.7 รองลงมาคือ กลุ่มลูกค้า ร้อยละ 48.5

ด้านการจัดองค์การ ผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมทุกรายไม่มีการจัดแบ่งองค์การออกเป็นแผนก และไม่มีการจัดตำแหน่งงาน

ด้านการจัดคนเข้าทำงาน ผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมที่มีลูกจ้างในกิจการจำนวน 2 ราย ทุกรายจะคัดเลือกคนงานเข้าทำงานโดยใช้เกณฑ์ อายุ และความสามารถในการขาย ร้อยละ50 ใช้เกณฑ์ประสบการณ์ในการขายและเพศ ผู้ประกอบการที่มีลูกจ้างในกิจการทุกรายกำหนดค่าแรงงานตามความสามารถและประสบการณ์ในการขายของลูกจ้าง และร้อยละ 50 กำหนดค่าแรงงานตามฐานะการเงินของกิจการ และกฎหมายแรงงาน ผู้ประกอบการที่มีลูกจ้างในกิจการทุกรายจะจ่ายค่าแรงรายเดือน

ด้านการสั่งการ ผู้ประกอบการจำนวน 2 รายที่มีลูกจ้างในกิจการ ไม่มีการให้สวัสดิการพนักงานและไม่มีวิธีการจูงใจพนักงาน

ด้านการควบคุม ผู้ประกอบการร้อยละ 6.1 ใช้การควบคุมและประเมินผลในการดำเนินงาน โดยผู้เป็นเจ้าของกิจการจะเป็นผู้ควบคุมเอง และจะมีการรายงานและผลการปฏิบัติงานด้วยวาจา ทุก ๆ ครั้งที่มีปัญหาเกิดขึ้น

**ด้านการเงินและการบัญชี**

ผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมส่วนใหญ่ไม่มีการจัดทำบัญชี ร้อยละ 69.7 ส่วนที่เหลือร้อยละ 30.3 มีการจัดทำบัญชีเองด้วยสมุดบันทึก ในด้านสินค้าคงคลังผู้ประกอบการร้อยละ 51.5 จะทราบจำนวนสินค้าคงเหลือ ณ ขณะใดขณะหนึ่ง ผู้ประกอบการร้อยละ 63.6 มีสินค้าค้างที่คลังนานเกินระยะเวลาที่ควรจะขาย ซึ่งผู้ประกอบการจะคงสินค้าเหล่านั้นไว้ในคลังอย่างเดิม ร้อยละ 85.7 รองลงมาคือขายลดราคา ร้อยละ 76.2

ผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมใช้เงินลงทุนครั้งแรก ในช่วง ต่ำกว่า – 50,000 บาท ร้อยละ 48.5 รองลงมาคือช่วง 50,001 – 100,000 บาท ร้อยละ 36.3 ผู้ประกอบการร้อยละ 60.6 ใช้เงินทุนส่วนตัวและเงินกู้จากสถาบันการเงิน และร้อยละ 39.4 ใช้เงินทุนส่วนตัวซึ่งรวมเงินกู้จากญาติพี่น้อง สำหรับผู้ประกอบการที่กู้เงินจากสถาบันการเงินส่วนใหญ่จะคำนึงถึงปัจจัยในด้านอัตราดอกเบี้ย ร้อยละ 85 รองลงมาจะคำนึงถึงระยะเวลาการชำระหนี้ ร้อยละ 65 ในการกู้เงินจากสถาบันการเงินผู้ประกอบการร้อยละ 90 ประกันการกู้ยืมโดยใช้สินทรัพย์ค้ำประกัน รองลงมาคือ ใช้บุคคลค้ำประกัน ร้อยละ 20

สำหรับเงินทุนหมุนเวียนที่ใช้ในการประกอบกิจการในปีที่ผ่านมา ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้เงินทุนหมุนเวียนในช่วง 100,001 – 300,000 บาท ร้อยละ 51.5 รองลงมาคือช่วง ต่ำกว่า – 100,000 บาท ร้อยละ 27.3

ในการดำเนินงานที่ผ่านมา ผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมทุกรายมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจที่มากที่สุด คือ ค่าวัตถุดิบ รองลงมาคือ เงินเดือนและค่าแรงตัดเย็บ

ในด้านวิธีการขายสินค้า ผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมส่วนใหญ่ขายสินค้าเป็นเงินและเงินเชื่อ โดยร้อยละ 50 ของผู้ประกอบการที่ขายสินค้าเป็นเงินเชื่อให้เครดิตกับลูกค้าเป็นระยะเวลา 7 วัน และเมื่อผู้ประกอบการมีลูกหนี้ที่ไม่มีความสามารถในการชำระหนี้ จะจัดการกับลูกหนี้เหล่านั้นโดยยืดเวลาการชำระหนี้ ร้อยละ 69.7 ให้ชำระด้วยทรัพย์สิน ร้อยละ 36.4 ในด้านวิธีการซื้อสินค้า ผู้ประกอบการร้อยละ 60.6 ซื้อสินค้าเป็นเงินสด ร้อยละ 48.5 ซื้อสินค้าเป็นเงินเชื่อ ร้อยละ 56.2 ของผู้ประกอบการที่ซื้อสินค้าเป็นเงินเชื่อจะได้รับเครดิตจากผู้จำหน่ายในระยะ 30 วัน

ด้านการผลิต

ผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมส่วนใหญ่มีการวางแผนการผลิต ร้อยละ 69.7 ลักษณะการผลิตจะผลิตตามปริมาณความต้องการของตลาดในแต่ละช่วง ร้อยละ 90.9 เช่น ในช่วงเทศกาลสงกรานต์ และเทศกาลวันขึ้นปีใหม่ รองลงมาผลิตตามคำสั่งซื้อ ร้อยละ 54.6 วัตถุดิบ(ผ้าหม้อห้อม) ที่นำมาใช้ผลิตจะซื้อจากผู้ค้าส่ง-ปลีกในจังหวัดแพร่ ร้อยละ 66.7 ซื้อจากโรงงานผลิตผ้าในกรุงเทพฯ ร้อยละ 54.6 ผู้ประกอบการร้อยละ 72.7 ซื้อผ้าดิบในราคาหลาละ 24-25 บาท ร้อยละ 24.2 ซื้อในราคาหลาละ 26-27 บาท ผู้ประกอบการร้อยละ 96.9 ซื้อผ้าหม้อห้อมธรรมดา(ผ้าดำ) ในราคาหลาละ 28-29 บาท ร้อยละ 3.1 ซื้อในราคาหลาละ 30-31 บาท ผู้ประกอบการร้อยละ 75.8 ซื้อผ้าหม้อห้อมฟอกหนาในราคาหลาละ 38-39 บาท ร้อยละ 12.0 ซื้อในราคาหลาละ 40-41 บาท

ผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม ร้อยละ 66.7 ไม่ทราบจำนวนการผลิตเฉลี่ยต่อเดือน ร้อยละ 21.2 ผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมเฉลี่ย 100-150 ชิ้นต่อเดือน ผู้ประกอบการร้อยละ 84.8 นำผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมที่ตัดเย็บเสร็จแล้วไปฟอกซึ่งทุกรายจะจ้างฟอกทั้งหมด ผู้รับจ้างฟอกส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดเชียงใหม่และกรุงเทพฯ

ผู้ประกอบการทุกรายจะจ้างคนภายนอกตัดเย็บผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม โดยร้อยละ 87.9 จะจ้างบุคคลภายนอกจำนวน 5-10 คน รองลงมา คือ 11 – 15 คน ร้อยละ 12.1 ภูมิลำเนาของผู้รับจ้างตัดเย็บผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมอยู่ในอำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ ผู้ประกอบการทุกรายให้ค่าตอบแทนแก่ผู้รับจ้างตัดเย็บเป็นค่าจ้างรายชิ้นงาน โดยผู้ประกอบการร้อยละ 93.9 จ้างตัดเย็บเสื้อกุยเฮงและกางเกงหม้อห้อมขาก๊วยในอัตราชิ้นละ 5-10 บาท ร้อยละ 69.7 จ้างตัดเย็บเสื้อซาฟารีในอัตราชิ้นละ 21-25 บาท ร้อยละ 81.8 จ้างตัดเย็บเสื้อหม้อห้อมแบบเชิ๊ตในอัตราชิ้นละ 21-25 บาท ร้อยละ 15.2 จ้างตัดเย็บเสื้อหม้อห้อมแบบยีนส์และแบบราชปะแตนในอัตราชิ้นละ 21-25 บาท ร้อยละ 21.2 จ้างตัดเย็บเสื้อหม้อห้อมแบบกระดุมจีนในอัตราชิ้นละ 16-20 บาท

สำหรับกรรมวิธีการผลิตนั้นผู้ประกอบการทุกรายผลิตผ้าหม้อห้อมด้วยมือ ในด้านการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพสินค้า ผู้ประกอบการร้อยละ 63.6 จะตรวจสอบผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นที่ผลิตเสร็จแล้ว และร้อยละ 36.4 จะสุ่มตรวจสอบผลิตภัณฑ์ที่ผลิตเสร็จแล้ว

สำหรับการวางแผนขยายกำลังการผลิตในอนาคต ผู้ประกอบการร้อยละ 87.9 จะไม่ขยายกำลังผลิต เนื่องจากเห็นว่าสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทำให้กำลังซื้อของผู้บริโภคต่ำลง และผู้ประกอบการเองไม่มีเงินทุนเพียงพอที่จะขยายกำลังการผลิต ส่วนที่เหลือร้อยละ 12.1 จะขยายกำลังการผลิตเนื่องจากผู้ประกอบการได้ขยายเขตการขายไปยังภาคอื่นมากขึ้น

**ด้านการตลาด**

ผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมในอำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ ส่วนใหญ่คิดว่าส่วนประสมด้านการตลาดที่สำคัญเป็นลำดับที่ 1 คือด้านราคา ลำดับที่ 2 คือด้านผลิตภัณฑ์ ลำดับที่ 3 คือด้านการจัดจำหน่าย ลำดับที่ 4 คือด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการทุกรายผลิตและจำหน่ายเสื้อกุยเฮง ร้อยละ 97.0 ผลิตและจำหน่ายกางเกงหม้อห้อมขาก๊วย ร้อยละ 93.9 ผลิตและจำหน่ายเสื้อหม้อห้อมแบบเชิ๊ต ชนิดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายมากที่สุด ได้แก่ เสื้อกุยเฮง ร้อยละ 57.6 รองลงมาคือ เสื้อหม้อห้อมแบบเชิ๊ต ร้อยละ 33.3 ในการออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น ผู้ประกอบการจะออกแบบตามความเห็นของผู้ประกอบการเอง ร้อยละ 42.4 ตามคำสั่งของลูกค้า ร้อยละ 39.4 สำหรับปัจจัยความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์นั้น ผู้ประกอบการจะคำนึงถึงคุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ผลิต ร้อยละ 75.8 รูปแบบของผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 66.7

ด้านราคา ผู้ประกอบทุกรายกำหนดราคาสินค้าโดยพิจารณาจากต้นทุนของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ รูปแบบของผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 42.4 ผู้ประกอบการร้อยละ 93.9 ตั้งราคาสินค้าโดยบวกกำไรเพิ่มจากต้นทุนเป็นจำนวนเงินที่ต้องการ และร้อยละ 6.1 บวกเพิ่มจากต้นทุนเป็นอัตรากำไรที่ต้องการ และเมื่อผู้ประกอบการเปรียบเทียบราคาขายของตนเองกับคู่แข่งขันแล้ว พบว่าอยู่ในระดับราคาที่ใกล้เคียงกัน ร้อยละ 88.0 อยู่ในระดับราคาสูงกว่า ร้อยละ 6.0

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการจะจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมให้กับลูกค้าโดยตรง ร้อยละ 97.0 รองลงมาคือ จำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลาง ร้อยละ 51.5 โดยส่วนใหญ่เขตการขายของผู้ประกอบการจะอยู่ในภาคเหนือ ร้อยละ 75.8 รองลงมาคือ ภาคตะวันออก ร้อยละ 39.4

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้การส่งเสริมการขาย ร้อยละ 81.8 รองลงมาคือ การโฆษณา ร้อยละ 12.1 โดยในการส่งเสริมการขายนั้นผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้วิธีการลดราคาสินค้า ร้อยละ 81.5 รองลงมา คือ การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า ร้อยละ 40.7 สำหรับผู้ประกอบการที่มีการโฆษณาจะใช้วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อในการโฆษณา ร้อยละ 75 หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 25

จากการสำรวจกลุ่มลูกค้าของผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมในอำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ พบว่าผู้ประกอบการร้อยละ 93.9 มีกลุ่มลูกค้าเป็นนักท่องเที่ยว ร้อยละ 81.8 มีกลุ่มลูกค้าเป็นเกษตรกร ร้อยละ 54.5 มีกลุ่มลูกค้าเป็นข้าราชการ

จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการในด้านสภาพการแข่งขันในตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมในปัจจุบัน พบว่าผู้ประกอบการ ร้อยละ 72.7 เห็นว่าการแข่งขันอยู่ในระดับรุนแรงปานกลาง อยู่ในระดับรุนแรงน้อยร้อยละ 24.3 และอยู่ในระดับรุนแรงมาก ร้อยละ 3.0

จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการในด้านการตอบสนองความต้องการของตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมในปัจจุบัน พบว่า ผู้ประกอบการ ร้อยละ 72.7 เห็นว่า การตอบสนองความต้องการเพียงพอกับความต้องการของตลาดแล้ว ส่วนอีกร้อยละ 27.3 เห็นว่า การตอบสนองความต้องการยังไม่เพียงพอกับความต้องการของตลาด นอกจากนี้ผู้ประกอบการเห็นว่าความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมในอนาคตมีแนวโน้มที่ไม่แน่นอน ร้อยละ 48.5 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ร้อยละ 42.4

**สรุปส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมของผู้ประกอบการในอำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่**

**ปัญหาด้านการจัดการ**

ผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมร้อยละ 63.6 ไม่ประสบปัญหาด้านการจัดการ ร้อยละ 39.4 ประสบปัญหาด้านค่าแรงตัดเย็บสูง และร้อยละ 21.2 ประสบปัญหาด้านช่างตัดเย็บไม่มีความสามารถและความชำนาญ

**ปัญหาด้านการเงินและการบัญชี**

ผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมร้อยละ 90.9 ประสบปัญหาด้านรายได้และยอดขายต่ำ ร้อยละ 33.3 ประสบปัญหาด้านเงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอ ร้อยละ 15.2 ประสบปัญหาไม่สามารถเรียกเก็บเงินจากลูกหนี้ได้ ร้อยละ 9.1 ประสบปัญหาไม่เข้าใจวิธีการจัดเก็บภาษีอากร และร้อยละ 6.1 ไม่ประสบปัญหาด้านการเงินและการบัญชี

**ปัญหาด้านการผลิต**

ผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมร้อยละ 87.9 ประสบปัญหาด้านต้นทุนการผลิตสูง ร้อยละ 21.2 ประสบปัญหาด้านการตัดเย็บไม่มีคุณภาพ ร้อยละ 15.2 ประสบปัญหาด้านการขาดแคลนคนงานตัดเย็บผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะในช่วงเดือนมกราคมถึงมีนาคมเนื่องจากในช่วงนี้ผู้ผลิตแต่ละรายจะผลิตสินค้าจำนวนมากเพื่อขายในเทศกาลสงกรานต์ และร้อยละ 9.1 ประสบปัญหากำลังการผลิตไม่เพียงพอในกรณีที่มีคำสั่งซื้อจากลูกค้าเป็นจำนวนมาก ทำให้ไม่สามารถตัดเย็บผลิตภัณฑ์ได้ตามจำนวนและทันเวลาที่ลูกค้าต้องการ จึงต้องสั่งซื้อจากร้านค้าผ้าหม้อห้อมร้านอื่น

**ปัญหาด้านการตลาด**

ผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมร้อยละ 57.6 ประสบปัญหาด้านการแข่งขันทางการตลาด เช่น ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมบางรายที่มีเงินทุนมากจะตัดราคาขายเพื่อดึงดูดใจลูกค้า ร้อยละ 45.5 ประสบปัญหาลูกค้าไม่ซื้อผลิตภัณฑ์เพราะเห็นว่าราคาสูงเกินไป ร้อยละ 15.2 ประสบปัญหาลูกค้าไม่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมเพราะสีตก และร้อยละ 9.1 ประสบปัญหาด้านไม่มีผลิตภัณฑ์ตามแบบที่ลูกค้าต้องการ

**อภิปรายผล**

ผลการศึกษาการดำเนินงานของผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมในอำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ พบว่ามีกิจการบางแห่งเท่านั้นที่มีการจัดการสอดคล้องตามทฤษฎีและแนวคิดการจัดการตามหลักการจัดการทั่วไป (Management Function) ของ Harold Koontz (POSDC)[13] คือมีการวางแผน การจัดองค์กร การจัดคนเข้าทำงาน การสั่งการ และการควบคุมครบทั้ง 5 ข้อ ทั้งนี้เนื่องจากกิจการส่วนใหญ่มีขนาดเล็ก ระดับการบริหารไม่ซับซ้อน ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาจึงยังมีความรู้เกี่ยวกับหน้าที่ด้านการจัดการน้อย

---

[13] สมยศ นาวีการ, การบริหาร, หน้า 24-25.

ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสียเปรียบของการประกอบธุรกิจขนาดย่อมที่ว่า ผู้บริหารธุรกิจขนาดย่อมยังขาดประสบการณ์และความลึกซึ้งในการบริหาร[14]

ด้านการวางแผน (Planning) พบว่าผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมส่วนใหญ่มีการวางแผนงาน กิจการที่มีการวางแผนงานจะวางแผนงานระยะ 1-3 ปี ปัจจัยภายในที่ใช้ในการวางแผนคือ ความพร้อมด้านการเงินของกิจการและความพร้อมด้านการผลิต สำหรับปัจจัยภายนอกที่ใช้ในการวางแผนคือ สภาพเศรษฐกิจ และกลุ่มลูกค้า

ด้านการจัดองค์การ (Organizing) พบว่าผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมทุกรายไม่มีการจัดองค์การโดยการแบ่งเป็นแผนกต่าง ๆ อย่างชัดเจน และไม่มีการจัดตำแหน่งงาน เนื่องจากกิจการส่วนใหญ่เป็นกิจการขนาดเล็กและไม่มีลูกจ้างประจำในกิจการ นอกจากนี้ลักษณะกิจการเป็นแบบกิจการเจ้าของคนเดียว เจ้าของกิจการจึงเป็นผู้ทำงานในด้านต่าง ๆ เอง ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของธุรกิจขนาดย่อมที่ว่า เจ้าของมักจะเป็นผู้บริหารงานในด้านต่าง ๆ ของกิจการเกือบทั้งหมด[15]

ด้านการจัดคนเข้าทำงาน (Staffing) พบว่าผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมที่มีลูกจ้างในกิจการจะคัดเลือกคนเข้าทำงานโดยใช้เกณฑ์ อายุ ความสามารถและประสบการณ์ในการขาย และจ่ายค่าตอบแทนในการทำงานเป็นรายเดือน ซึ่งค่าตอบแทนดังกล่าวจะกำหนดตามความสามารถและประสบการณ์ในการขายของลูกจ้าง และฐานะการเงินของกิจการ

ด้านการสั่งการ (Directing) พบว่าผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมที่มีลูกจ้างในกิจการ ไม่มีการให้สวัสดิการพนักงานและไม่มีวิธีการจูงใจพนักงาน ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวความคิดในด้านการสั่งการ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากลูกจ้างเหล่านั้นเป็นญาติของผู้เป็นเจ้าของกิจการ ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของธุรกิจขนาดย่อมที่ว่า เจ้าของกับลูกจ้างมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด[16]

ด้านการควบคุม (Controlling) พบว่าผู้ประกอบการบางรายในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมมีการควบคุมและประเมินผลในการดำเนินงาน โดยจะมีการรายงานผลการปฏิบัติงานด้วยวาจาทุก ๆ ครั้งที่มีปัญหาเกิดขึ้น

---

[14] สมชาย หิรัญกิตติ, **การบริหารธุรกิจขนาดย่อม,** (กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์, 2542) หน้า 23.

[15] สมชาย หิรัญกิตติ, **การบริหารธุรกิจขนาดย่อม,** หน้า 23.

[16] เรื่องเดียวกัน

แนวคิดทางด้านบัญชี ผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมส่วนใหญ่ไม่มีการจัดทำบัญชี ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดทางด้านการบัญชีที่ว่า ธุรกิจขนาดย่อมมักจะไม่มีการจัดทำบัญชีเป็นระบบเพื่อประโยชน์ในการวางแผน การควบคุม และการตัดสินใจ[17] สำหรับกิจการที่มีการบันทึกบัญชีจะจัดทำบัญชีเองด้วยสมุดบันทึก ในด้านสินค้าคงคลัง ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะทราบจำนวนสินค้าคงเหลือ ณ ขณะใดขณะหนึ่ง เมื่อมีสินค้าค้างที่คลังนานเกินระยะเวลาที่ควรจะขาย ผู้ประกอบการจะคงสินค้าเหล่านั้นไว้ในคลังอย่างเดิม และขายลดราคา

แนวคิดทางด้านหน้าที่ทางการบริหารการเงิน ผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมทุกราย มีการคาดการณ์ถึงความต้องการเงินทุน การจัดหาเงินทุน และการจัดสรรเงินทุนไปในธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทางด้านหน้าที่ทางการบริหารการเงินที่ว่า หน้าที่ทางการบริหารการเงินเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในเรื่อง การคาดการณ์ถึงความต้องการเงินทุน การจัดหาเงินทุน และการจัดสรรเงินทุน[18]

การคาดการณ์ถึงความต้องการเงินทุน ผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมส่วนใหญ่ใช้เงินลงทุนเริ่มแรกในช่วงต่ำกว่า – 50,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับประโยชน์ในแง่การแข่งขันของกิจการขนาดย่อมที่ว่า กิจการขนาดย่อมใช้เงินทุนในการก่อตั้งน้อย[19] สำหรับเงินทุนหมุนเวียนที่ใช้ในการประกอบกิจการในปีที่ผ่านมา ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้เงินทุนหมุนเวียนในช่วง 100,001 – 300,000 บาท

การจัดหาเงินทุน ผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมส่วนใหญ่ใช้เงินทุนส่วนตัวและเงินกู้จากสถาบันการเงิน ในการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินนั้น ผู้ประกอบการจะคำนึงถึงปัจจัยในด้านอัตราดอกเบี้ยและระยะเวลาการชำระหนี้ และใช้สินทรัพย์ค้ำประกันการกู้ยืม

การจัดสรรเงินทุนไปในธุรกิจ ผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมส่วนใหญ่ใช้เงินทุนไปในต้นทุนการผลิตซึ่งได้แก่ วัตถุดิบมากที่สุด รองลงมาคือเงินเดือนและค่าแรงตัดเย็บ

---

[17] จันทนา สาขากร, การควบคุมภายในเกี่ยวกับเงินสดสำหรับธุรกิจขนาดย่อม , หน้า 3.

[18] ธงชัย สันติวงษ์ และชัยยศ สันติวงษ์, การเงินธุรกิจ, หน้า 7.

[19] จรัสพล ธนพัทธกุล, เคล็ดลับการจัดการการเงินสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก, (พิมพ์ครั้งที่2, กรุงเทพฯ : นานมีบุ๊คส์, 2538) หน้า 13.

ผลการศึกษาการดำเนินงานทางด้านการผลิตของผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมในอำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ พบว่ามีกิจการบางแห่งเท่านั้นที่มีการผลิตสอดคล้องกับทฤษฎีและแนวความคิดด้านการผลิตซึ่งเกี่ยวข้องกับขั้นตอนหลัก ๆ สามขั้นตอนคือ การวางแผนการผลิต การปฏิบัติการผลิต และการควบคุมการผลิต[20]

ด้านการวางแผนการผลิต ผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมในอำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ มีการวางแผนการผลิต วัตถุดิบที่นำมาใช้ผลิตจะซื้อจากแหล่งร้านค้าปลีก-ส่งในจังหวัดแพร่ และซื้อจากโรงงานผลิตผ้าในกรุงเทพฯ

ด้านการปฏิบัติการผลิต ผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมในอำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่มีการผลิตตามปริมาณความต้องการของตลาดในแต่ละช่วง และผลิตตามคำสั่งซื้อ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะนำผลิตภัณฑ์ที่ตัดเย็บเสร็จแล้วไปฟอกโดยจ้างฟอกทั้งหมด ซึ่งส่วนใหญ่ผู้รับจ้างฟอกจะอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่และกรุงเทพฯ สำหรับกรรมวิธีการผลิตนั้นผู้ประกอบการจะผลิตผ้าหม้อห้อมด้วยมือ โดยจ้างคนภายนอกจำนวน 5-10 คนในการผลิต ซึ่งคนงานเหล่านั้นมีภูมิลำเนาในอำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ และจ่ายค่าตอบแทนในการทำงานเป็นค่าจ้างรายชิ้นงาน

ด้านการควบคุมการผลิต ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะควบคุมและตรวจสอบผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นที่ผลิตเสร็จแล้ว และสุ่มตรวจสอบผลิตภัณฑ์ที่ผลิตเสร็จแล้ว

ด้านส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการจัดการด้านส่วนประสมทางการตลาดได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดที่กำหนดไว้ ผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมให้ความสำคัญในส่วนประสมด้านการตลาด ดังนี้ อันดับที่ 1 ด้านราคา อันดับที่ 2 ด้านผลิตภัณฑ์ อันดับที่ 3 ด้านการจัดจำหน่าย และอันดับที่ 4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีผลิตภัณฑ์หลากหลาย เช่น เสื้อกุยเฮง กางเกงหม้อห้อมขาก๊วย และเสื้อหม้อห้อมแบบเชิ้ต ชนิดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายมากที่สุด ได้แก่ เสื้อกุยเฮง รองลงมาคือ เสื้อหม้อห้อมแบบเชิ้ต ในการออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น ผู้ประกอบการจะออกแบบตามความเห็นของผู้ประกอบการเองและตามคำสั่งของลูกค้า สำหรับปัจจัยความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์นั้น ผู้ประกอบการจะคำนึงถึงคุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ และรูปแบบของผลิตภัณฑ์

---

[20] สุปัญญา ไชยชาญ, การบริหารการผลิต, หน้า 9.

ด้านราคา ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ตั้งราคาขายโดยพิจารณาจากต้นทุนของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ รูปแบบของผลิตภัณฑ์ เมื่อเปรียบเทียบราคาขายของตนเองกับคู่แข่งขันพบว่าอยู่ในระดับราคาที่ใกล้เคียงกัน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการจะจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมให้กับลูกค้าโดยตรงและจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลาง เขตการขายของผู้ประกอบการส่วนใหญ่อยู่ในภาคเหนือ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้การส่งเสริมการขาย รองลงมาคือ การโฆษณา โดยผู้ประกอบการที่มีการส่งเสริมการขายส่วนใหญ่ใช้วิธีการลดราคาสินค้า และการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า สำหรับผู้ประกอบการที่มีการโฆษณาจะใช้วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อในการโฆษณา

**ข้อค้นพบ**

จากการศึกษาการดำเนินงานของผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมในอำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ มีข้อค้นพบดังนี้

ธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมในอำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ จัดได้ว่าเป็นธุรกิจขนาดย่อม โดยส่วนใหญ่จะเป็นธุรกิจภายในครอบครัว จึงมีคนงานประจำร้านจำนวนน้อย คือผู้ประกอบการจำนวน 33 ราย มีเพียง 2 รายที่มีการจ้างคนงานประจำ ลักษณะการดำเนินงานของผู้ประกอบการในธุรกิจนี้เป็นแบบกิจการเจ้าของคนเดียว ผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมส่วนใหญ่จะประกอบธุรกิจนี้เป็นอาชีพหลัก และส่วนใหญ่เข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์หม้อห้อมทุ่งโฮ้ง จังหวัดแพร่

การดำเนินธุรกิจด้านการจัดการนั้น ผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมส่วนใหญ่ไม่มีการดำเนินงานตามหลักหน้าที่ทางการจัดการครบทั้ง 5 ประการ ไม่มีการจัดแบ่งองค์การเป็นแผนกและไม่มีการจัดตำแหน่งงาน ผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมโดยส่วนใหญ่มีการวางแผนการดำเนินธุรกิจในระยะสั้น โดยพิจารณาปัจจัยภายในคือ ความพร้อมด้านการเงินและความพร้อมด้านการผลิต และปัจจัยภายนอกคือ สภาพเศรษฐกิจและกลุ่มลูกค้า ผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมบางรายจะคัดเลือกคนเข้าทำงานโดยพิจารณาจาก อายุ และความสามารถในการขาย กำหนดค่าแรงโดยใช้ความสามารถและประสบการณ์ในการขายของลูกจ้างเป็นเกณฑ์

ด้านการเงินและการบัญชี ผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมส่วนใหญ่ไม่มีการจัดทำบัญชี มีเพียงการบันทึกยอดเงินรับและจ่ายประจำวัน ยอดลูกหนี้และเจ้าหนี้เท่านั้น ไม่มีผู้ประกอบการรายใดใช้ระบบคอมพิวเตอร์ในการบันทึกข้อมูล ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ขายสินค้าเป็นเงินสดและเงินเชื่อ สำหรับผู้ประกอบการที่ขายสินค้าเป็นเงินเชื่อและมีลูกหนี้ที่ไม่มีความสามารถในการชำระหนี้ ส่วนใหญ่จะยืดเวลาการชำระหนี้ให้ลูกหนี้ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้เงินลงทุนจากเงินทุนส่วนตัวและเงินกู้จากสถาบันการเงิน โดยคำนึงถึงปัจจัยในด้านอัตราดอกเบี้ย และส่วนใหญ่ค้ำประกันโดยใช้สินทรัพย์

ด้านการผลิต ผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมทุกรายไม่มีคนงานผลิตประจำร้าน และส่วนใหญ่จ้างคนภายนอกเพื่อตัดเย็บผลิตภัณฑ์เป็นครั้งคราว โดยให้ค่าตอบแทนเป็นค่าจ้างรายชิ้นงาน วัตถุดิบ (ผ้าหม้อห้อม) ที่ใช้ผลิตส่วนใหญ่จะซื้อจากร้านค้าปลีก-ส่งในจังหวัดแพร่ และโรงงานผลิตผ้าในกรุงเทพฯ สำหรับกรรมวิธีการผลิตส่วนใหญ่จะผลิตด้วยมือ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะตรวจสอบคุณภาพสินค้าทุกชิ้นที่ผลิตเสร็จแล้ว ผู้ประกอบการโดยส่วนใหญ่จะไม่ขยายกำลังการผลิตในอนาคต เนื่องจากเห็นว่าสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทำให้กำลังซื้อของผู้บริโภคต่ำลง และผู้ประกอบการเองไม่มีเงินทุนเพียงพอที่จะขยายกำลังการผลิต

ด้านการตลาด ผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมจะให้ความสำคัญกับด้านราคามากที่สุด ในการกำหนดราคาขายจะพิจารณาจากต้นทุนของผลิตภัณฑ์ซึ่งส่วนใหญ่จะบวกเพิ่มจากต้นทุนเป็นจำนวนเงินที่ต้องการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าราคาผลิตภัณฑ์ของตนเองอยู่ในระดับใกล้เคียงกับคู่แข่งขัน ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการจะคำนึงถึงคุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ผลิตและรูปแบบของผลิตภัณฑ์ มีผู้ประกอบการเพียงบางรายเท่านั้นที่ให้ความสำคัญกับตรายี่ห้อ ผู้ประกอบการโดยส่วนใหญ่ออกแบบผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ เสื้อกุยเฮง ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าโดยตรง และมีเขตการขายอยู่ในภาคเหนือ มีผู้ประกอบการเพียง 4 รายเท่านั้นที่มีการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณา ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้การส่งเสริมการขายโดยการลดราคาสินค้า มีผู้ประกอบการเพียง 11 รายเท่านั้นที่มีการส่งเสริมการขายโดยการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม คือ นักท่องเที่ยว เกษตรกรและข้าราชการ ผู้ประกอบการโดยส่วนใหญ่มีความเห็นว่า การตอบสนองความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมเพียงพอกับความต้องการของตลาดแล้ว และเห็นว่าความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมในอนาคตมีแนวโน้มไม่แน่นอน

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม ในอำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ประสบปัญหาด้านการ

จัดการ ในด้านการเงินและการบัญชีผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประสบปัญหาด้านรายได้และยอดขายต่ำ ในด้านการผลิตผู้ประกอบการจะประสบปัญหาด้านต้นทุนการผลิต สำหรับด้านการตลาดผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประสบปัญหาด้านการแข่งขันทางการตลาด

**ข้อเสนอแนะ**

1. ผู้ประกอบการควรมีการบันทึกข้อมูลทางการบัญชี ซึ่งจะทำให้ทราบถึงสถานะการเงินและผลการดำเนินงานของกิจการ และควรมีการจัดทำงบกระแสเงินสดเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ จัดการเงินทุนหมุนเวียนภายในกิจการ และตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากจากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีการบันทึกบัญชี

2. ผู้ประกอบการที่ประสบปัญหาด้านเงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอควรจัดหาเงินทุนเพิ่มขึ้น ในปัจจุบันธนาคารแห่งประเทศไทยได้ให้การสนับสนุนผู้ประกอบการขนาดย่อมด้วยการให้เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ ผู้ประกอบการจึงสามารถขอรับการสนับสนุนจากธนาคารแห่งประเทศไทยได้ อย่างไรก็ตามก่อนขอรับการสนับสนุนผู้ประกอบการควรพิจารณาถึงความจำเป็นในการใช้เงินและความสามารถในการชำระหนี้ของตนเอง

3. ผู้ประกอบการควรปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมให้ดียิ่งขึ้น เช่น การแก้ปัญหาเรื่องผ้าหม้อห้อมสีตก นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรให้ความสนใจในเรื่องบริการด้วย เช่น รับตัดเย็บเสื้อผ้าตามแบบที่ลูกค้าต้องการ เป็นต้น

4. ผู้ประกอบการควรเพิ่มสายผลิตภัณฑ์ (Product line) หรือรูปแบบของผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น นำผ้าหม้อห้อมมาตัดเป็นเสื้อแบบเอี๊ยม หรือกางเกงที่ลักษณะคล้ายกางเกงสำหรับท่องเที่ยวในป่า หรือการนำผ้าทอพื้นเมืองที่มีสีสันสดใสมาตัดเย็บร่วมกันกับผ้าหม้อห้อม เป็นต้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรเพิ่มประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าหม้อห้อมให้มากขึ้น เช่น นำผ้าหม้อห้อมมาตัดเย็บเป็นหมอนอิง รองเท้าสำหรับใส่ในบ้าน หรือกระเป๋าสตางค์ โดยเลือกใช้วัสดุอย่างอื่นร่วมด้วย ทั้งนี้เพื่อให้มีสินค้าหลากหลายเป็นที่ต้องการของลูกค้ามากขึ้น เนื่องจาก จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมประเภทเสื้อ กางเกง หรือกระโปรงเท่านั้น

5. ผู้ประกอบการควรมีการสอบถามถึงรูปแบบของผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมที่ลูกค้าต้องการ และขอคำติชมจากลูกค้า แล้วนำมาปรับปรุงใช้กับกิจการ เนื่องจากจากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะออกแบบผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง

6. ผู้ประกอบการควรจะจัดให้มีการให้มีการส่งเสริมการตลาด เช่น การส่งเสริมการขายโดยการออกงานแสดงสินค้าต่าง ๆ ให้มากขึ้น เพื่อเป็นการแนะนำกิจการและสินค้าให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น เนื่องจาก จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการเพียง 11 รายเท่านั้นที่มีการส่งเสริมการขายโดยการออกงานแสดงสินค้า

จากข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้และจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม ในอำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม ในอำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ คือ

1. ภาครัฐควรมีการรณรงค์ให้ข้าราชการ นักเรียน นักศึกษา และประชาชน สวมใส่ผ้าหม้อห้อม เพื่อเป็นเอกลักษณ์ของชาวพื้นเมืองและรักษาศิลปะการแต่งกายแต่โบราณไม่ให้สูญหาย เพื่อสนับสนุนให้ประชาชนมีงานทำ และเพื่อเป็นการเสริมสร้างเศรษฐกิจให้จังหวัดแพร่

2. ภาครัฐควรจัดส่งเจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญในด้านการออกแบบมาฝึกอบรมผู้ประกอบการในการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าหม้อห้อมให้มีผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ เพิ่มขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมมีความหลากหลายมากขึ้น

3. ภาครัฐควรมีการจัดอบรมความรู้ด้านการจัดการและการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการหรือบริการปรึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นในการดำเนินงาน เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการในธุรกิจมีการดำเนินงานในธุรกิจดีขึ้น

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม ในอำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ ควรให้ความร่วมมือกับเจ้าหน้าที่ของรัฐและให้ข้อมูลที่เป็นจริงในกรณีที่ภาครัฐขอความร่วมมือตอบคำถามหรือตอบแบบสอบถามเพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผู้ประกอบการและการดำเนินงานในธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อภาครัฐจะได้นำข้อมูลนั้นไปใช้ในการวิเคราะห์และกำหนดแนวทางหรือมาตรการสำหรับธุรกิจได้อย่างถูกต้อง