

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ การจัดการธุรกิจร้านตัดรองเท้าหนังในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวพัชรี ธรรมสุข

ปริญญา ศีษศาสตรมหาบัณฑิต (อาชีวศึกษา)

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.กัญญา กำศิริพินาน

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการธุรกิจร้านตัดรองเท้าหนังในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เก็บรวบรวมข้อมูลโดย การสัมภาษณ์ เครื่องมือที่ใช้ครั้งนี้ คือแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างสำหรับเจ้าของกิจการ และแบบสอบถามสำหรับลูกค้าผู้ใช้บริการ การวิเคราะห์ข้อมูลทำโดยการวิเคราะห์เนื้อหาและนำเสนอแบบบรรยาย

ผลการศึกษาได้ดังนี้

1. การจัดการทางด้านการประกอบธุรกิจ พบว่าร้านตัดรองเท้าหนัง 3 ร้านเปิดกิจการมาเป็นเวลานานกว่า 20 ปีขึ้นไป และเป็นธุรกิจขนาดเล็ก กลุ่มลูกค้าจะแตกต่างกันบ้างขึ้นอยู่กับสถานที่ตั้งร้าน และจะใช้ช่องทางการประชาสัมพันธ์ร้าน ที่คล้ายคลึง ได้แก่ สื่อ Social media เช่น Facebook และ E-mail และวิธีการบอกต่อของลูกค้า แต่พบว่าการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจประเภทเดียวกันมีน้อยมาก

2. การจัดการด้านการผลิตทั้ง 3 ร้านจะสั่งซื้อวัสดุ อุปกรณ์จากกรุงเทพฯ เป็นหลัก และจะสั่งวัสดุ อุปกรณ์ตามปริมาณงานที่รับทำ ด้านการบริหารจัดการคัดเลือกแรงงานโดยมากจะตัดเองภายในร้านถ้าช่วงที่มีงานเข้ามาเยอะจึงจะมอบหมายงานให้ช่างที่มีฝีมือตรงกับงานมากที่สุดโดยให้ค่าจ้างตามชิ้นงาน และความยากง่าย จุดเด่นในการตัดรองเท้าหนังคือ ลูกค้าจะได้งานที่สั่งตามต้องการ ได้งานที่มีความประณีต แข็งแรง คงทน

3. การจัดการด้านการตลาด การแข่งขันของร้านตัดรองเท้าหนังน้อยมากเนื่องจากร้านที่รับสั่งตัดรองเท้ามีจำนวนน้อย การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ขึ้นอยู่กับแบบที่สั่งตัด วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ ความยากง่าย

ของงาน การจัดจำหน่ายสินค้าทุกร้านจะเน้นจำหน่ายและรับสั่งตัดในร้านที่เดียว โดยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ กลุ่มนักเรียนนักศึกษา วัยทำงานและนักท่องเที่ยว การส่งเสริมการตลาดจะเน้นที่คุณภาพของงาน เพื่อให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีก และมีบางร้านที่ใช้สื่อ Social media เป็นช่องทางในการส่งเสริมการตลาด ปัญหาด้านการตลาดที่พบคือ วัสดุ อุปกรณ์ ไปจนถึงค่าขนส่งมีราคาสูงขึ้นส่งผลให้ลูกค้ามีความต้องการสินค้าลดราคา



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Business Management of Leather Shoes Maker Shops in Mueang Chiang Mai District

Author Miss Patcharee Thummasuk

Degree Master of Education (Vocational Education)

Advisor Assoc. Prof. Dr. Kanya Kumsiripiman

ABSTRACT

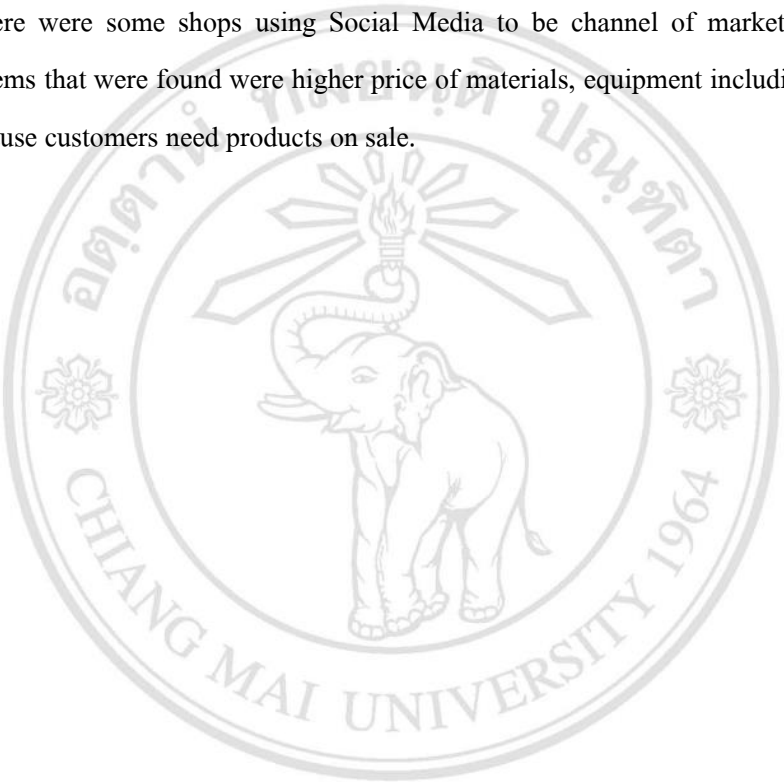
The Purpose of this research was to study the Business Management of Leather Shoes Maker Shops in Mueang Chiang Mai District. Instruments used in this research were the form of observation and interview. Data were collected from the owner and questionnaires for customers of the Leather Shoes Maker Shops. The data were analyzed by content and presented in descriptive form.

The results of this study were as follows:

1. The fundamental information of 3 Leather Shoes Maker Shops: The business had been run at least for 20 years and was a small business. Customer group were different depending on shop locations and each shop used similar channels to make a public relation such as Social Media like Facebook and E-mail and oral transmission by customers but the information exchange between the same entrepreneurs was slightly found.

2. For production, these 3 shops would mainly order materials from Bangkok and materials would be ordered complying with quantity of work. In term of management and labor selection, mostly, it would be cut in shop and if there were many orders, the work would be assigned to skillful shoe makers and wage payment would be done by works and difficulty. The prominent point of making shoe was that customers would receive works with delicacy and durability.

3. For marketing management, the competition of shops was in low rate due to the fact that there were pretty few ordered shoe shops, therefore, to determine product price depending on styles, used materials and difficulty. For product distribution, every shop would emphasize on distributing and making shoes by order at the same shop with target customers like students, officers and tourists. For marketing promotion, it focused on work quality so that the customers would order more shoes. There were some shops using Social Media to be channel of marketing promotion. Marketing problems that were found were higher price of materials, equipment including delivery fee and these may cause customers need products on sale.

The seal of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is an elephant facing left, with a traditional Thai umbrella (parasol) above its head. The elephant is surrounded by a circular border containing the text "CHIANG MAI UNIVERSITY 1964". Above the elephant, there is Thai script. The entire seal is rendered in a light gray, watermark-like style.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved