ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ การปรับตัวในสถานการณ์ขาดแคลนวัตถุคิบทางทะเล

ของบริษัทคริสตัลโฟรเซ่นฟูดส์ จำกัด

ผู้เขียน นางสาวเสาวนีย์ แสงโทโพธิ์

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

## คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

นายวิชาญ ศิริชัยเอกวัฒน์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนินทร์ สิงห์รุ่งเรื่อง ประธานกรรมการ กรรมการ

## บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการปรับตัวในสถานการณ์ขาดแคลนวัตถุดิบ ทางทะเลของบริษัทคริสตัลโฟรเซ่นฟูดส์ จำกัด ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่ม ประชากรผู้บริหารในบริษัทคริสตัลโฟรเซ่นฟูดส์ จำกัด จำนวน 7 ท่าน และศึกษาการปรับตัวในด้าน การตลาด

ผลการศึกษา พบว่าการปรับตัวของธุรกิจจะเริ่มการปรับแผนด้านการตลาดเป็นอันดับแรกเพื่อ รักษาระดับยอดขายของบริษัทซึ่งกิจการมีการปรับตัวคือ

ด้านผลิตภัณฑ์ กิจการได้ขยายผลิตภัณฑ์ให้หลากหลาย โดยในผลิตภัณฑ์กุ้งกิจการมีการปรับตัว ในด้านการผลิต โดยเป็นการผลิตแบบเน้นปริมาณให้มากขึ้น ผลิตภัณฑ์หมึกมีการปรับตัวโดยเป็นการผลิต ผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น และในผลิตภัณฑ์ปลามีการนำวัตถุดิบปลาที่ได้จากการเพาะเลี้ยงเข้ามา ผลิตมากขึ้น

ด้านราคา กิจการเลือกผลิตผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงและผลิตตามความต้องการของลูกค้าจึงสามารถ ขายได้ในราคาที่สูงขึ้น

ด้านช่องทางจัดจำหน่าย กิจการปรับตัวโดยการพัฒนาขยายตลาดญี่ปุ่นเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาด ญี่ปุ่นให้มากขึ้นในอนาคต

ด้านการส่งเสริมการตลาด กิจการเปิดโอกาสให้ลูกค้าที่สนใจเข้ามาทดลองผลิตร่วมกับทาง กิจการก่อนการตัดสินใจสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ของกิจการ Independent Study Title The Adaptation Towards Shortage of Seafoods Raw

Materials of Crystal Frozen Foods Co., Ltd.

Author Miss Saowanee Sangthopho

Degree Master of Business Administration

**Independent Study Advisory Committee** 

Mr. Wicharn Sirichai-ekawat Chairperson

Asst. Prof. Chanin Singrungruang Member

## **ABSTRACT**

The objective of this independent study was to study the adaptation towards shortage of seafoods raw materials of Crystal Frozen Foods Co., Ltd.. Data were collected by depth interview 7 persons from top management level of Crystal Frozen Food Company Limited. The study would focus on the marketing adaptation.

The study resulted that the adaptation of company would initiate from marketing plan in order to maintain sale revenues which could be presented as the following.

Product, the company had expanded the product lines such as shrimp the company would focus on mass production, squids would be focus on value added product while the fish products the company would use raw materials from fish farms.

Price, the company selected the high quality products depending on the customer demand only. Therefore, the product would be sold at a high price.

Place, the company would develop japanese market in order to increase market share in Japan in the future.

Promotion, the company invited the customers to participate in the production processes before making decision.