ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ความคิดเห็นของธุรกิจกุ้งกุลาคำแช่เยือกแข็งใน จังหวัดสมุทรสาครต่อมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด ของประเทศสหรัฐอเมริกา

ผู้เขียน

นายประสิวัตร ยันตะพันธ์

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์คร.นัยทัศน์ ภู่ศรัณย์ ประธานกรรมการ อาจารย์นำชัย เติมศิริเกียรติ กรรมการ รองศาสตราจารย์อุเทน ปัญโญ กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของธุรกิจกุ้งกุลาดำแช่เยือกแข็ง ในจังหวัดสมุทรสาครต่อมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดของประเทศสหรัฐอเมริกา โดยใช้ แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลจากบริษัท จำนวน 58 ราย แล้วนำข้อมูลที่ได้มา ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถึ่ ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่าแบบ 3 สเกล ได้แก่ เห็นด้วยมาก เห็นด้วยน้อย และไม่เห็นด้วย

ผู้บริหารมีความคิดเห็น ต่อด้านการตลาดในระดับเห็นด้วยมาก ส่วนด้านวัตถุดิบและ การผลิต การจัดการโครงสร้างองค์การ การจัดการทรัพยากรบุคคล การบริหารการเงิน มี ความเห็นในระดับเห็นด้วยน้อย

ค้านวัตถุดิบและการผลิตพบว่าผู้บริหารมีความคิดเห็นต่อ การผลิตสินค้าชนิดอื่น เพื่อทดแทนสินค้าชนิดเดิม การปรับเปลี่ยนสายการผลิตใหม่ และการลดกำลังการผลิตลง ในระดับ เห็นด้วยมาก ส่วนในเรื่องราคาวัตถุดิบที่สูงขึ้น วัตถุดิบจะหาซื้อยากขึ้น และการมีค่าใช้จ่ายใน การหาวัตถุดิบมากขึ้น มีความเห็นในระดับเห็นด้วยน้อย

ด้านการจัดการโครงสร้างองค์การ พบว่าผู้บริหารมีความคิดเห็นต่อ การสร้างความพร้อม ให้แก่องค์การในระดับเห็นด้วยมาก ส่วนในเรื่องการปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์การ วัฒนธรรม ขององค์การเปลี่ยนแปลงไป และการลดสายการบังคับบัญชา มีความเห็นในระดับเห็นด้วยน้อย

ด้านการจัดการทรัพยากรบุลคล พบว่าผู้บริหารมีความคิดเห็นต่อ การลดจำนวนลูกจ้างหรือ พนักงานลง การใช้เทคโนโลยีเข้ามาแทนที่คน การลดค่าจ้างแรงงานบางส่วนลง ในระดับเห็นด้วย น้อย

ค้านการบริหารการเงินพบว่าผู้บริหารมีความคิดเห็นต่อ การกู้ยืมจากธนาคารยากขึ้น การ จัดซื้อจัดจ้างยากมากขึ้น การจัดหาแหล่งเงินทุนหมุนเวียนยากมากขึ้น ในระดับเห็นด้วยน้อย

ค้านการตลาด พบว่าผู้บริหารมีความคิดเห็นต่อ การหาตลาดใหม่เพื่อกระจายสินค้าออกไป การทำวิจัยและพัฒนาสินค้าตัวใหม่ การเพิ่มความหลากหลายของสินค้าให้มากขึ้น ในระดับเห็น ด้วยมาก ส่วนในเรื่อง การขายสินค้าราคาสูงขึ้น และการขายตัดราคากันเอง มีความเห็นในระดับ เห็นค้วยน้อย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ Copyright[©] by Chiang Mai University All rights reserved

Independent Study Title

The Opinion of Frozen Black Tiger Shrimp Firms

in Samut Sakhon Province Towards

the United States of America's Anti Dumping.

Author

Mr. Praliwat Yantaphan

Degree

Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Associate Professor Dr. Naiyatad Poosaran

Chairperson

Lecturer Namchai Termsirikiat

Member

Associate Professor Uthen Panyo

Member

ABSTRACT

The objective of this independent study was to find out the opinion of frozen black tiger shrimp firms in Samut Sakhon Province towards the United States of America's anti dumpling. The data collection was conducted by questionnaire census from 58 frozen black tiger business firms in Samut Sakhon Province. The data was processed by software program and analyzed by using descriptive statistics such as frequency, percentage, mean and standard deviation. The information was also described into three scale levels of opinion: high, low and not agree.

Opinions of the executives toward marketing were very high. On the other hand, their opinions toward raw material and production, human resource management and financial management were low.

For raw material and production, the executives' opinions were very high toward replacing new products the old ones, new adaptation of production and capacity reduction. For the rising raw material price, lack of raw material, and extra compensation for raw material buying, the executives' opinions were low.

For firm structure management, the executives' opinions were high toward strengthening the firm. As for restructuring, changing of traditions and minimizing chain of command, the opinions were low.

For human resource management, the executives' opinions were low toward reduction of employees or workers, using technology to replace labor, and some wage reduction.

For financial management, the executives' opinions were low toward banking loans, more difficult in procurement, and in currency capital.

For marketing, it was found that the executives' opinions were high toward finding new market for product distributions, new product research and developments and more product variety, but low opinions toward increasing price and price cut competition.

