



รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

เรื่อง การค้นคว้าศึกษา การขยายตลาดส่งออกในประเทศมาเลเซียของ
บริษัท โรงเส้นหมี่ขอเฮง จำกัด

**Studying On Expanding Distribution Channels In Malaysia: Cho
Heng Rice Vermicelli Factory Co. Ltd.**

โดย

นายสิริภาส โพธิ์ไพบูลย์

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาสหกิจศึกษา : 130-409

ภาควิชาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2558

หัวข้อโครงการ การขยายตลาดส่งออกในประเทศมาเลเซีย ของ
บริษัท โรงเส้นหมี่ชองเฮงจำกัด จำกัด
Expanding Distribution Channels In Malaysia :
Cho Heng Rice Vermicelli Factory Co. Ltd.

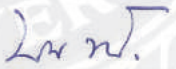
รายชื่อผู้จัดทำ นายสิริภาส โพธิ์ไพบูลย์
ภาควิชา การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ
อาจารย์ที่ปรึกษา ดร. ชลิตา รัตสาร

อนุมัติให้โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาภาควิชาการจัดการธุรกิจ
ระหว่างประเทศประจำปีภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2558

คณะกรรมการการสอบโครงการ


.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(ดร. ชลิตา รัตสาร)


.....พนักงานที่ปรึกษา
(คุณอังชณา กิจเจา)


.....กรรมการกลาง
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เบญจวรรณ บวรกุลภา)


.....ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสหกิจศึกษา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มารุจ ทิมปะวัฒนะ)

ชื่อโครงการ	: การค้นคว้าศึกษา การขยายตลาดส่งออกในประเทศมาเลเซียของบริษัท โรงเส้นหมี่ขอเฮง จำกัด
หน่วยกิต	: 5
ผู้จัดทำ	: นายสิริภาส โพธิ์ไพบูลย์
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร. ชลิตา รัตสาร
ระดับการศึกษา	: บริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชา	: การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ
คณะ	: บริหารธุรกิจ
ภาคการศึกษา	: 3/2558

บทคัดย่อ

บริษัท โรงเส้นหมี่ขอเฮง จำกัด เป็นบริษัทผู้ผลิต จำหน่าย แป้งขนมไทย แป้งข้าวเจ้า แป้งข้าวเหนียว เส้นหมี่ ภายใต้เครื่องหมายการค้า “ตราช้างสามเศียร” ที่เป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวาง และได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคทั้งชาวไทยและต่างชาตินานเป็นระยะเวลากว่า 76 ปี ปัจจุบันทางบริษัทมีการส่งผลิตภัณฑ์ออกไปจำหน่ายมากกว่า 20 ประเทศทั่วโลก อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าจะมีการส่งออกไปยังหลากหลายประเทศ ประเทศมาเลเซียซึ่งเป็นหนึ่งในเป้าหมายการทำตลาด พบปัญหาการกระจายสินค้าถูกจำกัดอยู่เฉพาะในเขตรัฐหรือเมืองใหญ่ๆทั้งสิ้น รวมทั้งระบบขนส่งในมาเลเซียที่ยังไม่สะดวก ดังนั้น เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทเป็นที่รู้จักแพร่หลายและเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น ทางบริษัทจึงได้มีการใช้นโยบายการขยายตลาด ซึ่งการเริ่มต้นดำเนินการขยายธุรกิจสู่ตลาดใดๆ นั้น จะต้องมีการรวบรวม ศึกษา และวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพื้นที่หรือประเทศเป้าหมายให้ดี ตลอดจนการเตรียมความพร้อมและพัฒนาขีดความสามารถในการขยายธุรกิจของบริษัทควบคู่กันไปด้วยเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการตลาดและเสริมสร้างการค้าที่ส่งออกไปอย่างสมบูรณ์แบบเพื่อการพัฒนาและความก้าวหน้าของกลุ่มลูกค้าต่อไป

คำสำคัญ : การส่งออก / ระบบขนส่ง

Project Title : Studying on Expanding Distribution Channels in Malaysia: Cho Heng Rice Vermicelli Factory Co. Ltd.

Credits : 5

By : Mr. Siriphas Popaibul

Advisor : Dr. Chalisa Rattarasarn

Degree : Bachelor of Business Administration

Major : International Business Management

Faculty : Business Administration

Semester / Academic year : 3/2015

Abstract

This cooperative report was conducted at Cho Heng Vermicelli Factory Co.Ltd. which is a manufacturer and distributor of rice flour, glutinous rice flour cakes, and noodles, under the trademark of "Elephant body part." They are widely known and accepted by both Thai and foreign customers over 76 years. Currently, the company has sent out products to 20 countries. Although, it has been exported to many countries, Malaysia is one of the key markets, and the distribution is restricted by a variety of reasons, especially transportation to Malaysia. It was found that the company has a policy to expand the market. Through market investigation and information analysis about the target countries includes the preparation and development of company's business to achieve maximum benefit in a concrete manner.

Keywords: export / transportation system / Vermicelli production

Approved by



กิตติกรรมประกาศ

รายงานโครงงานฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความเมตตาช่วยเหลืออย่างดียิ่งขอขอบคุณผู้มี
รายนามดังต่อไปนี้ที่ได้ช่วยในการประสานงาน อำนวยความสะดวกและ ช่วยในการจัดหาและ
รวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษาในครั้งนี้

- | | | |
|-----------------|------------|---|
| 1. ดร.วราทัศน์ | วงศ์สุรไกร | ตำแหน่ง ผู้บริหาร |
| 2. นางเตือนใจ | กิจเจา | ตำแหน่ง หัวหน้าการจัดการส่งออกระหว่างประเทศ |
| 3. นางสาวอัญชนา | กิจเจา | ตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายการตลาด |
| 4. ดร.ชลิตา | รัตนสาร | ตำแหน่ง อาจารย์ที่ปรึกษา |

รวมทั้งคณะอาจารย์ประจำแผนกวิชาบริหารธุรกิจทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำและ
ข้อคิดเห็นต่างๆในการทำงานมาโดยตลอด จึงขอขอบพระคุณทุกๆท่านที่ได้ให้ความสนับสนุนการ
ทำงาน และให้กำลังใจแก่ผู้จัดทำเสมอมาจนกระทั่งการศึกษาโครงงานครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์ลุล่วง
ด้วยดี ผู้จัดทำมีความซาบซึ้งเป็นอย่างมากในความกรุณาอย่างยิ่งจากทุกท่านที่ได้กล่าวมา และขอ
กราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ผู้จัดทำ

สารบัญ

	หน้า
จดหมายนำส่งรายงาน	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
Abstract	ง

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	2
1.3 ขอบเขตของโครงการ.....	2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	2

บทที่ 2 การทบทวนเอกสาร/วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	3
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6

บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ.....	7
3.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์การให้บริการหลักขององค์กร.....	7
3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารงานขององค์กร.....	9
3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย.....	10
3.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา.....	11
3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน.....	11
3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน.....	11

บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงาน

4.1 การศึกษารวบรวมข้อมูลสภาพแวดล้อมของประเทศมาเลเซีย.....	12
4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล ในการขยายตลาดส่งออกในประเทศมาเลเซีย.....	15

สารบัญ(ต่อ)

หน้า

บทที่ 5 สรุปผลรายงานและข้อเสนอแนะ

5.2 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	20
5.1 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	20
บรรณานุกรม.....	22
ภาคผนวก ก ภาพปฏิบัติงานและสถานที่ทำงาน.....	23
ภาคผนวก ข ตารางปฏิบัติงาน 14 สัปดาห์.....	28
ประวัติผู้จัดทำ.....	30



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1 แสดงระยะเวลาในการดำเนินงานของโครงการ.....	11
ตารางที่ 4.1 แสดง TOWS Matrix.....	18



สารบัญรูปภาพ

หน้า

รูปที่ 3.1 ผลิตภัณฑ์ของบริษัท โรงเส้นหมีขอเฮง จำกัด.....	8
รูปที่ 3.2 แผนผังองค์กร บริษัท โรงเส้นหมีขอเฮง จำกัด.....	9



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

บริษัท โรงเส้นหมี่ขอสง จำกัด หนึ่งในบริษัทผู้ผลิตและส่งออกสินค้าประเภท แป้งข้าวเจ้า แป้งข้าวเหนียวและเครื่องปรุงรสต่างๆชุดทำงานม ภายใต้เครื่องหมายการค้า “ตราช้างสามเศียร” ซึ่งปัจจุบันได้ส่งออกสินค้าไปจำหน่ายมากกว่า 20 ประเทศทั่วโลก ผลผลิตของทางบริษัทได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคอย่างกว้างขวางทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เป็นผลมาจากเจตนารมณ์อันแน่วแน่ในการรักษามาตรฐานการผลิตสินค้าให้เป็นที่วางใจจากผู้บริโภค ทั้งความพยายามในการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาดอย่างสม่ำเสมอ และสืบเนื่องจาก AEC หรือ ASEAN Economics Communityหรือ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน คือ การรวมตัวเป็นกลุ่มของประเทศสมาชิกอาเซียนทั้งหมด 10 ประเทศเพื่อผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ตลอดจนการสร้างอำนาจการต่อรองที่เข้มแข็งกับประเทศคู่ค้าอื่นๆที่ไม่ได้เป็นสมาชิก

จากการมาปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ บริษัท โรงเส้นหมี่ขอสง จำกัด ในแผนกฝ่ายการผลิต และจัดเก็บข้อมูลระหว่างประเทศ ทางคณะผู้จัดทำเล็งเห็นโอกาสในการแสวงหาช่องทางการค้าใหม่ๆ จึงได้ทำการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆให้เหมาะกับการขยายตลาดส่งออกในประเทศมาเลเซียซึ่งเป็นหนึ่งในประเทศสมาชิกอาเซียน จากเดิมทางบริษัทได้ส่งเส้นหมี่ไปจำหน่ายในประเทศมาเลเซียแล้ว จึงมองหาโอกาสในการส่งผลิตภัณฑ์ใหม่ๆเข้าไปจำหน่าย เช่น แป้งข้าวเจ้าและแป้งข้าวเหนียว ซึ่งสามารถจำหน่ายผ่านร้านอาหารไทยในประเทศที่อาศัยอยู่โดยติดต่อโดยตรงกับเจ้าของร้าน หรือ ฝากจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ตในเมือง เพื่อต้องการขยายสินค้าใหม่และดัดแปลงเมนูเพื่อให้เข้ากับวิถีชีวิตของคนมาเลเซียสามารถมีวิธีการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปและสามารถตอบโจทย์การบริโภคของประชาชนมาเลเซีย

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1.2.1 เพื่อให้ทราบถึงการแสวงหาช่องทางการค้าใหม่
- 1.2.2 เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมผู้บริโภคของชาวมะลေးเซีย
- 1.2.3 เพื่อสามารถวิเคราะห์โอกาสและผลกระทบในการขยายตลาดสู่ประเทศมาเลเซีย
- 1.2.4 เพื่อเตรียมความพร้อมในการขยายผลิตภัณฑ์ใหม่สู่ตลาดประเทศมาเลเซีย
- 1.2.5 เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายในมาเลเซีย
- 1.2.6 แสดงให้เห็นถึงภาพรวมของปัญหาในการใช้สารสนเทศ
และผลกระทบที่เกิดขึ้นกับองค์กร
- 1.2.7 เพื่อเสริมสร้างกระบวนการทางธุรกิจของการตลาดมาเลเซีย
ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
- 1.2.8 เพื่อตรวจสอบโครงสร้างพื้นฐานขององค์กรที่อยู่ในปัจจุบัน
สามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่องและสามารถที่จะรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคตได้

1.3 ขอบเขตของโครงการ

ศึกษาสภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์ของบริษัท โรงเส้นหมี่ซอเฮง จำกัด ในการขยายช่องทางการตลาดสู่ประเทศมาเลเซีย รวมถึงพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคในประเทศมาเลเซีย การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในผลิตภัณฑ์ของบริษัท โรงเส้นหมี่ซอเฮง จำกัด การขยายตลาดในประเทศมาเลเซียเป็นการจัดทำแผนกลยุทธ์การตลาดของ บริษัท โรงเส้นหมี่ซอเฮง โดยมุ่งเน้นไปที่การตอบสนองต่อสายการผลิตกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ซึ่งสร้างรายได้หลักให้กับทางบริษัทอีกทั้ง เป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เป็นตัวแปรที่ทำให้บริษัทสามารถนำมาสร้างเป็นกลยุทธ์ให้กับองค์กรได้

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.4.1 ทำให้ทราบถึงข้อมูลสภาพแวดล้อมของประเทศมาเลเซีย
- 1.4.2 ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมผู้บริโภคของชาวมะลေးเซีย
- 1.4.3 ทำให้สามารถวิเคราะห์โอกาสและผลกระทบในการขยายตลาดสู่ประเทศมาเลเซียได้
- 1.4.4 ทำให้สามารถเตรียมความพร้อมในการขยายตลาดสู่ประเทศมาเลเซีย
- 1.4.5 เกิดการประสานงานระหว่างหน่วยงานต่างๆ ในองค์กรมากขึ้น
- 1.4.6 ช่วยให้องค์กรได้รับประโยชน์สูงสุด จากการขยายตลาดส่งออกในมาเลเซีย

บทที่ 2

การทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

SWOT ANALYSIS

สำหรับหลักการสำคัญของ SWOT ก็คือการวิเคราะห์โดยการสำรวจจากสภาพการณ์ 2 ด้าน คือ สภาพการณ์ภายในและสภาพการณ์ภายนอก ดังนั้นการวิเคราะห์ SWOTจึงเรียกได้ว่าเป็นการวิเคราะห์สภาพการณ์ (situation analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน เพื่อให้รู้ตนเอง (รู้เรา) รู้จักสภาพแวดล้อม (รู้เขา) ชัดเจน และวิเคราะห์โอกาส-อุปสรรค การวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ทั้งภายนอกและภายในองค์กร ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารขององค์กรทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายนอกองค์กร ทั้งสิ่งที่ได้เกิดขึ้นแล้วและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมทั้งผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ที่มีต่อองค์กรธุรกิจ และจุดแข็ง จุดอ่อน และความสามารถด้านต่าง ๆ ที่องค์กรมีอยู่ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์และการดำเนินตามกลยุทธ์ขององค์กรระดับองค์กรที่เหมาะสมต่อไป

S คือ Strengths หมายถึง จุดเด่นหรือจุดแข็งหรือข้อได้เปรียบจุดเด่นบริษัทโรงเส้นหมี่ขอเฮง คือ การมีกระบวนการผลิตที่มีมาตรฐาน ได้รับรางวัลและการยอมรับทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์แป้งที่ส่งจำหน่ายออกไปนั้นมีวัตถุดิบที่ดี วัตถุดิบมีความสะอาดได้คุณภาพ อยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบและทรัพยากรแรงงาน ถือว่าเป็นจุดแข็งของบริษัทโรงเส้นหมี่ขอเฮงเป็นอย่างมาก

W คือ Weaknesses หมายถึง จุดด้อยหรือจุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบ ที่เกิดจากสภาพแวดล้อมเนื่องจากทางบริษัทมีพื้นที่จำกัดทำให้เนื้อที่ในคลังสินค้ามีพื้นที่ไม่เพียงพอในการเก็บสินค้าทำให้การผลิตสินค้าล่าช้า

O คือ Opportunities หมายถึง โอกาส การที่สภาพแวดล้อมภายนอกของบริษัทเอื้อประโยชน์ต่างๆ ถือเป็นโอกาสอย่างหนึ่งที่ทำให้ทางบริษัทนั้นมีค่าใช้จ่ายในการขนส่ง-จัดส่งที่ลดลง ถือว่าเป็นการใช้โอกาสในการลดต้นทุนของบริษัทได้เป็นอย่างดี

T คือ Threats หมายถึง อุปสรรค ข้อจำกัด ซึ่งเกิด จากสภาพแวดล้อมภายนอกเช่น ตอนนี้บริษัทคู่แข่ง ที่มีตัวผลิตภัณฑ์แป้งขนมเส้นหมี่ และ ผลิตภัณฑ์อื่นๆ อาจทำให้มีข้อเปรียบเทียบต่อผู้บริโภคในการเลือกบริโภคได้ซึ่งทำให้ยอดขายน้อยลง

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกPEST Analysis

PEST Analysisนั้นคือเครื่องมือที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์แนวโน้มของตลาด และวิเคราะห์ภาพรวมของธุรกิจในอนาคต โดยอาศัยการข้อมูลของการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอกต่างๆ ที่

เราไม่สามารถควบคุมได้ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ก็ประกอบไปด้วย P – Politic : ปัจจัยทางนโยบายและการเมือง E – Economic : ปัจจัยทางเศรษฐกิจ S – Social : ปัจจัยทางสภาพสังคม และสุดท้าย

T – Technology : ปัจจัยทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ

ดังนั้นธุรกิจที่รู้แนวโน้มของตลาดจากปัจจัยภายนอกก่อนย่อมได้เปรียบในการทำธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการได้เตรียมพร้อมรับมือกับความเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่างๆ รอบตัวที่เราคาดเดาไม่ได้ แต่สามารถปรับตัวตามได้ ซึ่ง PEST Analysis ถือเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพอย่างมากในการแก้ปัญหาในส่วนนี้โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับการไปลงทุนกับธุรกิจในประเทศที่เรายังไม่รู้จักทั้งในด้านวัฒนธรรมและการลงทุน เครื่องมือชิ้นนี้จะช่วยให้เราตัดปัจจัยเสี่ยงต่างๆ เพื่อให้สามารถลงทุนเดินหน้าทำการตลาดหรือพัฒนาธุรกิจให้ไปข้างหน้าอย่างมั่นคง

P – Politic: ปัจจัยทางนโยบายและการเมือง

ปัจจัยทางนโยบายและการเมืองคือปัจจัยที่มีการเปลี่ยนแปลงตามสภาพของรัฐบาลและนโยบายของรัฐในช่วงเวลานั้นๆ ในบางช่วงเวลารัฐอาจมีการส่งเสริมการส่งออก ก็จะส่งผลให้ธุรกิจที่มีการส่งสินค้าไปขายนอกประเทศได้เปรียบ รวมไปถึงข้อตกลงและข้อกำหนดทางการค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาโดยขึ้นอยู่กับนโยบายของรัฐ ที่ทำให้เราต้องคอยปรับตัวหรือช่วยผู้ประกอบการตัดสินใจว่าเราพร้อมที่จะลงทุนในประเทศที่มีนโยบายแบบนี้หรือไม่

E – Economic : ปัจจัยทางเศรษฐกิจ

ปัจจัยต่อมาคือปัจจัยทางเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งมีผลกับทุกๆ ธุรกิจโดยตรงเป็นอย่างมาก เพราะเศรษฐกิจของประเทศเป็นตัวกำหนดกำลังซื้อของคนในประเทศ และเป็นตัวกำหนดตลาดขนาดใหญ่ในประเทศอีกด้วย ซึ่งปัจจัยในหัวข้อนี้ก็สามารถช่วยเราวางแผนธุรกิจว่าจะเลือกดำเนินการเป็นระยะสั้นหรือระยะยาวจากสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันและแนวโน้มของเศรษฐกิจในอนาคตได้อีกด้วย

S – Social : ปัจจัยทางสังคม

ปัจจัยทางสังคมนั้นหมายถึงปัจจัยต่างๆ อย่างที่เกี่ยวข้องกับ สภาพแวดล้อม สภาพสังคม วัฒนธรรม และชีวิตความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่นั้นๆ ว่าเป็นอย่างไรก่อนที่จะเริ่มทำการตลาดให้ได้ถูกทาง เพราะวิถีชีวิตของคนในแต่ละชุมชนนั้นก็มีความแตกต่างกันออกไป การที่จะเข้าไปทำการตลาดในพื้นที่ต่างๆ เราต้องเข้าไปศึกษาในส่วนนี้ก่อนเพื่อให้มั่นใจได้ว่าธุรกิจจะสามารถดำเนินไป

ได้อย่างราบรื่นและเป็นที่สนใจของคนในชุมชนในด้านที่ดีโดยที่ไม่ส่งผลกระทบด้านลบใดๆ ต่อคนในชุมชนนั้นๆ ด้วย

T – Technology: ปัจจัยทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ

แต่ละพื้นที่ในการทำธุรกิจก็มีการพัฒนาของนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่แตกต่างกันออกไป บางชุมชนอาจอาศัยอยู่ได้โดยไม่ต้องอาศัยเทคโนโลยี แต่กับบางชุมชนกลับต้องพึ่งพาเทคโนโลยีในการดำเนินชีวิตเป็นอย่างมาก รวมไปถึงแนวโน้มในอนาคตว่าถ้าในอนาคตมีเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาและธุรกิจเราจะเป็นอย่างไร อย่างเช่น ธุรกิจร้านเช่าวีดีโอรายใหญ่อย่าง Blockbuster ก็ต้องประสบปัญหาอย่างจังเมื่อต้องเผชิญกับเทคโนโลยีอย่างภาพยนตร์ระบบไฟล์ดิจิทัลที่สามารถดาวน์โหลดจากอินเทอร์เน็ตได้สะดวกสบายมาก

SWOT จะถูกนำมาใช้ในการขยายตลาดส่งออกในประเทศมาเลเซียทำให้สามารถทำแบบแผนการวิจัยทั้งสิ่งที่เกิดขึ้นแล้วมีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงไปในอนาคตเพื่อเป็นวิสัยทัศน์ทางการตลาดนี้ให้มีความสมดุลและเกิดประโยชน์สูงสุด

TOWS Matrix การประเมินสภาพแวดล้อมโดยการวิเคราะห์ให้เห็นถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดของการขยายตลาดส่งออกในมาเลเซีย ก็จะนำข้อมูลนี้ทั้งหมดมาคำนวณวิเคราะห์ในรูปแบบของ Matix เป็นตารางการวิเคราะห์ที่นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดของประเทศมาเลเซีย นำมาวิเคราะห์เพื่อกำหนดออกมาเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ประเภทต่างๆ ในการนำเทคนิคที่เรียกว่า TOWS Matrix มาใช้ในการวิเคราะห์และกำหนดยุทธศาสตร์และกลยุทธ์นั้น จะมีขั้นตอนอยู่สองขั้นคือ 1. การระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของมาเลเซีย 2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจุดแข็งกับโอกาส จุดแข็งกับจำกัด จุดอ่อนกับโอกาส และจุดอ่อนกับอุปสรรค ทำให้เกิดกลยุทธ์สามารถ แบ่งออก เป็น 4 ประเภท ได้แก่

- 1.) กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและโอกาสมาพิจารณาาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงรุก
- 2.) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและข้อจำกัดมาพิจารณาาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงป้องกัน
- 3.) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและโอกาสมาพิจารณาาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงแก้ไข ทั้งนี้เนื่องจากองค์การที่จะนำแนวคิดใหม่ๆ มาใช้แก้ไขจุดอ่อนที่องค์การมีอยู่ได้
- 4.) กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพสิ่งแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและข้อจำกัดมาพิจารณาาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ใน

เชิงรับ ทั้งนี้เนื่องจากองค์การเผชิญกับทั้งจุดอ่อนและข้อจำกัดภายนอกที่องค์การไม่สามารถควบคุมได้

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธนพร ไชยนาเดช (2550) ได้ศึกษาและทำรายงานวิจัยเรื่อง แนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังสหภาพยุโรป เนื่องจากพบว่ามูลค่าการส่งออกข้าวของประเทศไทยมีมูลค่าค่อนข้างสูงทำให้เป็นสินค้าที่สำคัญต่อประเทศ ส่วนทางสหภาพยุโรปนั้นเป็นตลาดหลักของประเทศไทยในตลาดโลก และยังมีแนวโน้มในการส่งออกข้าวไปยังสหภาพยุโรปที่เพิ่มสูงขึ้น ในการศึกษาครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปในการผลิตข้าว ความสัมพันธ์ด้านการส่งออกข้าวไทย พฤติกรรมการผลิตและบริโภคข้าวไทยในสหภาพยุโรป เพื่อให้ทราบถึงกลยุทธ์การตลาดหรือกลยุทธ์ศาสตร์ข้าวไทย งานวิจัยดังกล่าวได้มุ่งศึกษาวิเคราะห์ย้อนกรมเวลา โดยใช้ข้อมูลย้อนอดีตเกี่ยวกับมูลค่าการส่งออกข้าวของประเทศไทยไปยังสหภาพยุโรป ในช่วงปีพ.ศ.2545-2550ซึ่งผลจากการศึกษาพบว่า ประเทศไทยมีการส่งออกข้าวไปยังสหภาพยุโรปเพิ่มขึ้นสูงเรื่อยๆ โดยในปี 2549 นั้นมีอัตราการส่งออกข้าวไทยไปยังสหภาพยุโรปสูงสุด คือมีอัตราการขยายตัวถึงร้อยละ 12.5 และปริมาณการส่งออกข้าวของประเทศไทยไปยังสหภาพยุโรปนั้นก็มีลักษณะที่เพิ่มสูงขึ้นเช่นเดียวกัน โดยมีอัตราการขยายตัวสูงสุดในปี 2550 คือมีการขยายตัวถึงร้อยละ 44.35 นับได้ว่าประเทศไทยกับสหภาพยุโรปมีความสัมพันธ์กันมากขึ้น

พรทิพย์ แสงสุขศิริ(2551)ทำการศึกษาการส่งออกลำไยอบแห้งของไทย โดยศึกษาถึงภาพรวมการผลิตลำไยอบแห้งของไทย ตลอดจนการศึกษาแนวโน้มการส่งออกลำไยอบแห้งของไทย โดยใช้ข้อมูลสถิติเป็นรายเดือน ระหว่างปี พ.ศ. 2548-2552 ซึ่งใช้การวิเคราะห์ย้อนกรมเวลา เพื่อทำการพยากรณ์แนวโน้มการส่งออกลำไยอบแห้งของประเทศไทย รายเดือน ในระหว่างปี พ.ศ. 2553-2555 จากการศึกษาพบว่า ประเทศไทยมีแนวโน้มในการผลิตลำไยเพิ่มสูงขึ้น ทำให้ผลผลิตที่ออกสู่ตลาดมากเกินความต้องการของผู้บริโภค จึงเกิดการแปรรูปผลผลิตลำไยเพื่อยืดอายุการเก็บรักษา ส่งผลให้ปริมาณและมูลค่าการส่งออกลำไยแห้งมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นและจากการวิเคราะห์ค่าความเคลื่อนไหวตามฤดูกาล มูลค่าการส่งออกลำไยอบแห้งของไทยในเดือนสิงหาคมสูงที่สุด

ทฤษฎีหลักการแนวคิดที่เกี่ยวข้องและนำมาใช้ในการประกอบการขยายธุรกิจไปยังประเทศมาเลเซีย ประกอบด้วย

1. ทฤษฎีแนวคิด SWOT Analysis
2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก PEST Analysis
3. ทฤษฎีการวิเคราะห์ TOWS Matrix
4. ทฤษฎีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการขยายตลาดการส่งออก

บทที่ 3

รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ

สถานประกอบการ	บริษัท โรงเส้นหมี่ขอเฮง จำกัด
ที่ตั้ง	เลขที่ 19 หมู่ที่ 1 ต.ยายชา อ.สามพราน จ.นครปฐม 73110
โทรศัพท์	034-321661
โทรสาร	034-312660
เว็บไซต์	www.cho-heng.com

ประวัติบริษัทกิจการของ บริษัท โรงเส้นหมี่ขอเฮง จำกัด ได้เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อประมาณปี ค.ศ. 1930 โดยมีคุณขอไค แซ่จิ่ง เป็นผู้เริ่มก่อตั้งขึ้น ในสมัยเริ่มแรกนั้นกิจการของโรงงานได้รับการจดทะเบียนเป็นห้างหุ้นส่วนภายใต้ชื่อ “ห้างหุ้นส่วนจำกัดขอเฮง” และมีโรงงานแรกตั้งอยู่ในเขตอำเภอปทุมวัน ผังพระนคร หรือกรุงเทพมหานคร ในปัจจุบัน โดยทำการผลิตเส้นหมี่เพียงอย่างเดียว ภายใต้เครื่องหมายการค้า “ตราช้างสามเศียร” และ “ตราเอราวัณ” จนกระทั่งเมื่อกิจการของห้างหุ้นส่วนเป็นรูปแบบของบริษัทจำกัดในปี ค.ศ. 1959 และได้ใช้ชื่อว่า “บริษัท โรงเส้นหมี่ขอเฮง จำกัด” เป็นต้นมา บริษัท โรงเส้นหมี่ขอเฮง จำกัด เป็นบริษัทแรกในประเทศไทยที่ได้มีการริเริ่มใช้ระบบอบแห้งให้แห้งด้วยลมร้อนในการผลิตแป้งข้าวเจ้า และแป้งข้าวเหนียว ผลสำเร็จที่ได้จากการใช้ระบบดังกล่าว ทำให้แป้งที่ผลิตโดยบริษัท ฯ มีคุณภาพได้มาตรฐานดีสม่ำเสมอตลอดมา

3.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์การให้บริการหลักขององค์กร

ผู้ผลิตและจำหน่ายแป้งข้าวเจ้า แป้งข้าวเหนียว แป้งขนมไทย และเครื่องชุดทำขนม ภายใต้เครื่องหมายการค้า “ตราช้างสามเศียร”

ประเภทผลิตภัณฑ์ ได้แก่

1. แป้งข้าวเจ้า แป้งข้าวเหนียว เป็นต้น
2. ขนมแป้ง เช่น ขนมแป้งดอกจอก ขนมแป้งทองม้วน ขนมแป้งบัวลอย
3. เส้นหมี่เซี่ยงไฮ้ เช่น เส้นเซี่ยงไฮ้ทำอาหาร
4. เครื่องชุดทำขนม อุปกรณ์ทำขนมไทย เป็นต้น
5. ผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น เส้นหมี่เอราวัณ เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์ของบริษัท โรงเส้นหมี่ขอเฮง จำกัดที่ส่งไปในประเทศมาเลเซีย และผลิตภัณฑ์ที่ทางบริษัทได้ไปขายตลาดส่งออก ได้แก่เส้นหมี่ เส้นก้วยเตี่ยว ดังรูปภาพ



รูปที่ 3.1 ผลิตภัณฑ์ของบริษัท โรงเส้นหมี่ขอเฮง จำกัด

3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย

ตำแหน่งงานที่ได้รับมอบหมาย เจ้าหน้าที่ฝ่ายการผลิตและจัดเก็บข้อมูลระหว่างประเทศ
ลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย

-ศึกษาผลิตภัณฑ์ของบริษัท ชื่อผลิตภัณฑ์รหัสสินค้า(Code) ขนาดสินค้า(Size) ปริมาณที่บรรจุต่อกล่อง(Content) น้ำหนัก(Kg) ของผลิตภัณฑ์

-ตรวจสอบเอกสารของลูกค้า ใบ Purchase order สอบถามรายละเอียดผลิตภัณฑ์และการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ของลูกค้า ถ้ามีการยืนยันจากทางลูกค้าจะส่ง Purchase order หรือคำสั่งซื้อกลับมาทางบริษัท จากนั้นจะใช้ใบ PO เป็นโค้ดอ้างอิงเพื่อออก Sales order หรือคำสั่งขายเพื่อยืนยันการสั่งซื้อของลูกค้า เมื่อลูกค้ายืนยันแล้วจะออกใบ invoice เพื่อส่งสินค้าและราคาไปยังลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าทราบยอดสินค้าและราคาและทำการซื้อขายกันต่อไป

-ศึกษาเอกสารใบแจ้งราคาสินค้า ใบกำกับการบรรจุหีบห่อ คำนวณน้ำหนักสินค้า

-ศึกษาวิธีลำเลียงสินค้าเข้าสู่คอนเทนเนอร์

-ศึกษาการตรวจสอบสินค้าของ SGS ปัจจุบันเอสจีเอสเป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นบรรทัดฐานระดับสากลสำหรับมาตรฐานสูงสุดในด้านผู้เชี่ยวชาญด้านคุณภาพ และความซื่อสัตย์อีกทั้งยังเป็นผู้นำในการให้บริการตรวจสอบ และตรวจติดตามการค้าระหว่างประเทศในด้านสินค้าเกษตร แร่ น้ำมันและก๊าซ สินค้าอุปโภคบริโภค รวมทั้งการรับรองระบบ การให้บริการแก่หน่วยงานรัฐบาล และสถาบันระดับนานาชาติ นอกจากนี้เอสจีเอส ยังนำเสนอบริการเชิงกลยุทธ์ให้กับภาคอุตสาหกรรม สิ่งแวดล้อมและการขนส่งอีกด้วย

-ศึกษาเอกสาร ในการจองเรือหรือรถไฟสำหรับการส่งสินค้า (shipping order)

-ศึกษาเอกสารใบตราส่งทางเรือ (Bill of Lading)

-ทำใบสรุปยอดการสั่งซื้อของลูกค้า จากแฟ้มประวัติการซื้อขาย เป็นการทำให้ดีขึ้น(Kaizen) เพื่อลดเวลาการทำงานในการหาข้อมูลเก่าของลูกค้าจากแฟ้มงานอื่นๆที่ได้รับมอบหมาย

-ทำโครงการมาตรฐานความปลอดภัยทางอาหาร (Food Safety)ที่เกิดจากการรวมกลุ่มขององค์กรการค้าปลีกขนาดใหญ่(The British Retail Consortium: BRC)ของบริษัท

-บันทึกข้อมูลในการทำเอกสารเกี่ยวโครงการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร(Corporate Social Responsibility: CSR) เป็นการดำเนินการภายใต้หลักจริยธรรมและการจัดการที่ดี โดยรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมทั้งในระดับใกล้และไกล อันนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

3.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา

คุณอัญญา กิจจา ผู้จัดการฝ่ายขายและการตลาดต่างประเทศ

3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

เริ่มต้นวันที่ 30 พฤษภาคม 2559 สิ้นสุดวันที่ 2 กันยายน 2559

ระยะเวลาการฝึก ตั้งแต่ 8.00น. – 17.00น.

3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

3.7.1 ศึกษาหัวข้อโครงการ

โดยปรึกษากับพนักงานที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ

3.7.2 การรวบรวมข้อมูล

รวบรวมและศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคชาวมาเลเซียจากเว็บไซต์ โดยศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ อีกทั้งคณะผู้จัดทำได้สัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษาและผู้ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการ ซึ่งจะได้ข้อมูลที่ตรงความเป็นจริงและเป็นปัจจุบันที่สุด

3.7.3 วิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากรวบรวมข้อมูลแล้วผู้จัดทำได้ทำการวิเคราะห์การขยายตลาดในประเทศมาเลเซียจากข้อมูล 4 ด้าน คือ 1.ด้านการเมืองการปกครอง 2.ด้านเศรษฐกิจ 3.ด้านสังคมวัฒนธรรม 4.ด้านเทคโนโลยี ทั้งนี้คณะผู้จัดทำได้ทำการวิเคราะห์ตลาดเพิ่มเติมจากเดิมที่มีการส่งสินค้ามาจำหน่ายในประเทศมาเลเซียอยู่แล้ว โดยใช้ SWOT และ TOWS Matrix ในการวิเคราะห์

3.7.4 จัดทำโครงการ

ตารางที่ 3.1 แสดงระยะเวลาในการดำเนินงานของโครงการ

ขั้นตอนการดำเนินงาน	พ.ค.2560	มิ.ย. 2560	ก.ค. 2560	ส.ค. 2560
1.การศึกษาหัวข้อ โครงการ	←→			
2.การรวบรวมเก็บข้อมูล		←→		
3.การวิเคราะห์เก็บข้อมูล		←→		
4.การจัดสร้างโครงการ		←→		

บทที่ 4

ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ

จากการมาปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ บริษัท โรงเส้นหมี่ขอเฮง จำกัด ในตำแหน่งผู้ช่วยพนักงานฝ่ายขายต่างประเทศ ได้เข้าไปมีส่วนช่วยในการทำข้อมูลเกี่ยวกับการหาช่องทางการขายตลาดนี้ไปสู่ประเทศมาเลเซียและประเทศต่างๆ ซึ่งโอกาสในการขายตลาดจำเป็นต้องศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์ของบริษัท โรงเส้นหมี่ขอเฮง จำกัด

4.1 การศึกษารวบรวมข้อมูลสภาพแวดล้อมของประเทศมาเลเซีย

บริษัท โรงเส้นหมี่ขอเฮง จำกัด ได้มีการส่งสินค้าไปจำหน่ายในประเทศมาเลเซียอยู่แล้ว ดังนั้นการนำผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น ชุดเครื่องทำขนมแป้งเข้าสู่ตลาดมาเลเซียให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพต้องศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก 4 ด้าน เพื่อให้เกิดโอกาสในการสร้างผลประโยชน์ต่อบริษัทมากขึ้น ดังนี้

4.1.1 สภาพแวดล้อมด้านการเมืองการปกครองของประเทศมาเลเซีย

สำหรับประเทศมาเลเซีย การปกครองของประเทศใช้ระบอบเศรษฐกิจทุนนิยม มีการส่งเสริมการค้าการลงทุนผ่านองค์กรต่างๆ เช่น ASEAN นโยบายรัฐบาลนั้นก็ส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหาร โดยประเทศไทยได้ประกาศนโยบายด้านอาหารและอุตสาหกรรมเกษตรในการเป็น "ครัวของโลก" เมื่อปี 2546 รัฐบาลไทยมีนโยบายเปิดกว้างทางการค้าและส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารเรื่อยมาจนปัจจุบันดังนั้นทำให้การเข้าไปลงทุนในประเทศมาเลเซียมีความเป็นไปได้สูงเนื่องจากมีความสัมพันธ์อันดีร่วมกันมานานมากแล้ว ประเทศมาเลเซียเองก็ยังเปิดรับตลาดสินค้าสำเร็จรูปเป็นจำนวนมาก ทำให้ง่ายต่อการเข้าสู่ตลาดภายในประเทศมาเลเซีย

กฎระเบียบเกี่ยวกับการควบคุมความปลอดภัยด้านอาหารที่มีแหล่งกำเนิดจากพืชของประเทศมาเลเซียมีการขึ้นทะเบียนรายชื่อประเทศผู้ส่งออก โดยประเทศผู้ส่งออกต้องยื่นข้อมูลที่กำหนดเกี่ยวกับระบบควบคุมความปลอดภัยอาหารต่อหน่วยงานที่รับผิดชอบของมาเลเซีย และเดิมบริษัท โรงเส้นหมี่ขอเฮง จำกัด ได้มีการส่งออกผลิตภัณฑ์ไปสู่ตลาดมาเลเซียอยู่แล้วจึงง่ายต่อการที่จะขยายผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ประเทศมาเลเซีย

มาตรฐานการตรวจสอบด้านความปลอดภัยของอาหารนั้นประเทศมาเลเซียได้แบ่งออกเป็น 3 ระดับ

1. ระดับปกติ (Normal inspection)

มีการขึ้นทะเบียนรายชื่อประเทศผู้ส่งออก โดยประเทศผู้ส่งออกต้องยื่นข้อมูลที่กำหนดเกี่ยวกับระบบควบคุมความปลอดภัยอาหารต่อหน่วยงานรับผิดชอบของมาเลเซีย ทั้งนี้มาเลเซียอาจ

ดำเนินการตรวจประเมิน ณ ประเทศผู้ส่งออกประกอบการขึ้นทะเบียน กรมควบคุมคุณภาพการอาหาร จะประกาศรายชื่อประเทศผู้ส่งออกที่สามารถส่งออกสินค้าอาหารที่มาจากไยข้าวไปประเทศมาเลเซีย บนเว็บไซต์ของกรม www.nafiqad.vn

สินค้าอาหารนำเข้าจะถูกตรวจสอบ ณ ด่านนำเข้าหรือโกดังสินค้า ผู้นำเข้าต้องยื่นเอกสารตามที่กำหนด โดยหากพบว่าสินค้าไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด จะเพิ่มระดับความเข้มงวดในการตรวจสอบ

การตรวจสอบประกอบด้วย การตรวจสอบเอกสาร การตรวจสอบทางกายภาพ และการสุ่มตัวอย่างเพื่อวิเคราะห์ทดสอบ (ไม่เกินร้อยละ ๑๐ ขึ้นอยู่กับระดับความเสี่ยงของสินค้าอาหาร)

2. ระดับเพิ่มความเข้มงวด (Tighten inspection)

มีการตรวจสอบเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ ๓๐ และหากมีการตรวจพบว่าสินค้านำเข้าไม่เป็นไปตามมาตรฐาน จะเพิ่มความเข้มงวดเป็นร้อยละ ๑๐๐ เมื่อผลการตรวจสอบพบว่าสินค้า ๓ รุ่น เป็นไปตามมาตรฐาน จะลดระดับเป็นการตรวจสอบแบบปกติ

3. ระดับลดความเข้มงวด (Reduced inspection)

เป็นไปตามที่กำหนดใน item 2, Article 39 of Law on Food Safety และ Article 15 of the Decree No. 38/2012/ND-CP ขั้นตอนการตรวจสอบและความถี่การสุ่มตัวอย่างเป็นไปตามความตกลงทวิภาคีระหว่างเวียดนามและประเทศผู้ส่งออก

ทั้งนี้สินค้าที่ตรวจสอบและพบว่าไม่สอดคล้องตามข้อกำหนดจะถูกส่งกลับ แต่หากพบว่าไม่สอดคล้องอย่างร้ายแรงและไม่สามารถส่งกลับได้ให้ทำลาย และให้แจ้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบด้วยเพื่อการเรียกคืนหรือการจัดการใดๆ ทั้งนี้หน่วยงานรับผิดชอบของประเทศผู้ส่งออกต้องทำการสืบสวนหาสาเหตุและแนวทางแก้ไขและแจ้งกลับ สินค้าที่ถูกส่งออกไปยังประเทศมาเลเซียมีขั้นตอนการปฏิบัติของทางกรมศุลกากรผู้ส่งออกทำใบส่งสินค้าขาออกพร้อมเอกสารประกอบอื่น เช่น บัญชีสินค้า และใบกำกับการขนย้ายสินค้าพร้อมส่งใบข้อมูลการขนส่งย้ายสินค้าขาออกเข้าระบบคอมพิวเตอร์ของกรมศุลกากร

4.1.2 เศรษฐกิจมาเลเซีย

ศักยภาพการขยายตัวทางเศรษฐกิจในอนาคตถ้าพิจารณาในด้านศักยภาพตลาดของมาเลเซีย นั้นนับว่ามีสูง จากข้อมูลทางกระทรวงวางแผนและการลงทุนของมาเลเซียคาดการณ์ว่า ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ของมาเลเซียในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2558 จะขยายตัว 6.16% นับว่าใกล้เคียงกับเป้าหมายการเติบโตของ GDP ปีนี้ทั้งหมดที่ 6.2% เนื่องจากอุปสงค์ภายในประเทศปรับตัวดีขึ้นซึ่งเป็นระดับสูงสุดของช่วงครึ่งปีแรกนับตั้งแต่ปี 2557 เท่ากับ 5.3% ประชากรมีรายได้ต่อหัว 1,024 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี นับว่าเป็นประเทศที่มีอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจดีประเทศหนึ่ง และประชากรมีรายได้ต่อหัวพอสมควร

การเติบโตทางเศรษฐกิจของมาเลเซียทำให้ประชากรมีอำนาจการซื้อสินค้าอุปโภค บริโภคเพิ่มมากขึ้น ในตลาดมาเลเซีย ผลิตภัณฑ์ของบริษัท โรงเส้นหมี่ชองเฮง จำกัดได้รับความเชื่อมั่นจากผู้บริโภคชาวมาเลเซีย เนื่องจากชาวมาเลเซียเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าไทย เพราะภาพลักษณ์ในฐานะผู้นำการผลิตอาหารที่มีคุณภาพและความปลอดภัยในระดับสากลได้รับการยอมรับจากตลาดญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรปทั้งนี้ได้รับการรับรองคุณภาพจากมาตรฐานสากล ถือเป็นจุดแข็งและข้อได้เปรียบของสินค้าจากประเทศไทยในมาเลเซีย แต่ในระยะยาว ผู้ประกอบการต้องเรียนรู้พฤติกรรมผู้บริโภคให้มาก เพราะมีความแตกต่างจากผู้บริโภคในประเทศไทย โดยเฉพาะภาพลักษณ์ของสินค้าไทยบางอย่าง เมื่อมาทำตลาดที่มาเลเซียก็อาจต้องมีการปรับเปลี่ยน เพื่อความเหมาะสมกับค่านิยมของผู้บริโภคชาวมาเลเซีย

4.1.3 ลักษณะทางสังคมภูมิศาสตร์และวิถีชีวิตของชาวมาเลเซีย

พฤติกรรมผู้บริโภคชาวมาเลเซียแม้ว่าคนมาเลเซียจะชอบอาหารสด แต่คนจำนวนมากก็เปลี่ยนทัศนคติในเรื่องอาหารสำเร็จรูปและอาหารปรุงสุก โดยเฉพาะคนในเมืองใหญ่ซึ่งได้รับอิทธิพลจากไลฟ์สไตล์แบบตะวันตกและมีเวลาน้อยลงในการซื้อกับข้าวและทำอาหาร คนในเมืองใหญ่จะซื้ออาหารสำเร็จรูป และอาหารแห้งมากขึ้น มีคนที่นิยมซีเรียลเป็นอาหารเช้าเพื่อประหยัดเวลา หรืออาหารพร้อมปรุงแบบอาหารแห้ง เพื่อให้ประกอบอาหารได้เร็วขึ้น อาหารกึ่งสำเร็จรูปเหล่านี้มียอดขายเพิ่มขึ้นมากเมื่อเปรียบเทียบระหว่างปี 2557-2558 อาหารพร้อมกินเช่นมันฝรั่งของขบเคี้ยวและสินค้าพร้อมปรุง เริ่มจะเป็นที่นิยมมากขึ้น ทางบริษัทมองว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัท เหมาะแก่การบริโภคของชาวมาเลเซียเนื่องจากมีวิธีการบริโภคคล้ายคลึงกัน จึงเล็งเห็นช่องทางในจะขยายตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสะดวกในการทำอาหารอาหาร เช่น เครื่องทำนมรูปแบบต่างๆ เป็นต้น

4.1.4 เทคโนโลยีสถานภาพด้านเทคโนโลยีที่ใช้จัดการสารสนเทศ (ICT)

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีบทบาทมาก เช่น มีการใช้คอมพิวเตอร์ในการทำงาน ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสืบค้นข้อมูล หรือรับ-ส่งข้อมูลระหว่างกัน ตลอดจนการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่(mobile phone) หรือโทรศัพท์มือถือในการติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กร

บริษัท โรงเส้นหมี่ชองเฮง จำกัด ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการบริหารจัดการ เพื่อช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นให้กับองค์กรในการทำงาน ทำให้การประสานงานหรือการทำกิจกรรมต่างๆ ของหน่วยงานในองค์กรหรือระหว่างองค์กรเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถใช้ปรับปรุงการให้บริการกับลูกค้าทั่วไป สิ่งเหล่านี้นับเป็นการสร้างโอกาสความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับองค์กร

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล ในการขยายตลาดส่งออกในประเทศมาเลเซีย

บริษัท โรงเส้นหมี่ขอเฮง จำกัด มีการส่งสินค้าไปจำหน่ายยังประเทศมาเลเซียอยู่แล้ว และปัจจุบันมีโครงการขยายตลาดส่งออกในประเทศมาเลเซีย ในการขยายตลาด ทางบริษัทฯ ใช้วิธีการเข้าไปแสดงสินค้า ในงานจัดแสดงสินค้า ภายในงานบริษัทได้มีการจัดเตรียมผลิตภัณฑ์ใหม่ของทางบริษัทฯ ไปแสดง รวมทั้งได้มีการสาธิตวิธีทำอาหารจากผลิตภัณฑ์ของทางบริษัทฯ โดยการใช้วัตถุดิบท้องถิ่นให้กับผู้บริโภคภายในงานได้ทดสอบรสชาติ และได้มีการสอบถามความคิดเห็นจากผู้บริโภคเกี่ยวกับรสชาติของผลิตภัณฑ์ และบริษัทฯ ยังได้มีการจัดเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายให้กับผู้บริโภคหลังจากได้ทดสอบรสชาติอาหารแล้วขึ้นชอบในผลิตภัณฑ์ของทางบริษัท นอกจากนี้ทางบริษัทได้มีการจัดโปรโมชั่นสำหรับลูกค้าที่สนใจผลิตภัณฑ์อีกด้วย ทางบริษัทโรงเส้นหมี่ขอเฮงมีวิสัยทัศน์ คือเป็นการเป็นผู้นำทางด้านการผลิต ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าว ในตลาดโลก โดยมีพันธกิจ ในการสร้างสรรค์นวัตกรรม ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในมาเลเซียอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการดำเนินการด้านต่างๆ เพื่อเป็นการรับผิดชอบต่อสังคม เป้าหมายขององค์กรรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าในมาเลเซียรักษาตำแหน่งผู้นำในการเป็นผู้ที่ครอบครองส่วนแบ่งตลาดของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าว ในตลาดโลก

ผู้จัดทำได้ทำการวิเคราะห์ตลาดเพิ่มเติมจากเดิมที่มีการส่งสินค้ามาจำหน่ายในประเทศมาเลเซียอยู่แล้ว โดยใช้ทฤษฎี SWOT และ TOWS Matrix ในการวิเคราะห์ครั้งนี้

จุดแข็ง (Strengths)

1. ผลิตภัณฑ์ของบริษัท โรงเส้นหมี่ขอเฮง จำกัด หรือผลิตภัณฑ์ “ตราช้างสามเศียร” ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคอย่างกว้างขวางทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และส่งสินค้าออกไปจำหน่ายมากกว่า 20 ประเทศทั่วโลก
2. บริษัท โรงเส้นหมี่ขอเฮง จำกัด เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายแป้งข้าวเจ้า แป้งทำขนม แป้งข้าวเหนียว เส้นหมี่ และเครื่องชุดทำขนมต่างๆ มากกว่า 30 ชนิด
3. ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์ที่ก้าวไกล มีการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อยู่เสมอ
4. ก้าวหน้าทางวิจัยและพัฒนา มีเครื่องมือเทคโนโลยีที่ทันสมัย

บริษัทเป็นผู้ผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์สินค้าข้าวที่ใหญ่ที่สุดในระดับประเทศขั้นตอนการผลิตนั้นถูกควบคุมด้วยระบบคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีที่ทันสมัยโดยมีการควบคุมคุณภาพอย่างใกล้ชิดทุกขั้นตอนระหว่างการผลิต เริ่มตั้งแต่การคัดเลือก และการตรวจสอบวัตถุดิบ ตลอดจนการขนส่งสินค้า เพื่อเป็นเครื่องยืนยันคุณภาพสินค้าที่เป็นมาตรฐาน บริษัท ตระหนักถึงความสำคัญองงานวิจัย และพัฒนา มีการจัดตั้งห้องปฏิบัติการและทดลองภายในโรงงาน ตลอดจนอันเครื่องมือที่

ทันสมัยได้มาตรฐานที่เทียบเท่ากับงานวิจัยระดับสากลโดยมีบุคลากรด้านการวิจัย ทำหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพค้นคว้าวิจัยองค์ความรู้ใหม่ๆอยู่เสมอเพื่อศึกษาวิธีการนำสินค้าไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และทดสอบหรือปรับปรุงสินค้าที่มีอยู่ให้เกิดการพัฒนาที่มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ด้วยกลยุทธ์ในการทรัพยากรบุคลากรที่มีคุณค่าประกอบกับเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการควบคุมคุณภาพ เป็นพื้นฐานที่ทำให้บริษัทได้ดำเนินกิจการได้อย่างแข็งแกร่งเพื่อรองรับตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ด้วยนโยบายที่บริษัทยึดมั่นไว้ตลอดคือ การคำนึงถึงความพอใจของลูกค้าเป็นหลัก ลดช่องว่างระหว่างผู้บริหารและพนักงาน คิดค้นและพัฒนาอยู่เสมอ ในส่วนของตลาดของบริษัทขอเสนอ เนื่องจากทางบริษัทเป็นกลุ่มธุรกิจเครื่องดื่มโดยธุรกิจหลัก คือบริษัท โรงเส้นหมี่ขอเสนอ จำกัด ทำหน้าที่เป็นโรงงานผลิต ผลิตภัณฑ์สินค้า เพื่อป้อนให้กับตัวแทนจำหน่ายเท่านั้น โดยบริษัทตัวแทนมีอยู่ในทุกภูมิภาคทั่วโลกรวมถึงมาเลเซียที่ทางบริษัทจะเข้าไปขยายตลาดเพิ่ม ดังนั้น ความสัมพันธ์ในเครือข่าย จึงมีสูง ทำให้ไม่มีความเสี่ยงในเรื่องการถูกแทรกแซงตลาดผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายอีกทั้งผลิตภัณฑ์ของทางบริษัท โรงเส้นหมี่ขอเสนอ เน้นที่คุณภาพสูงสุด ซึ่งทางลูกค้ามีความไว้วางใจสินค้าทางบริษัทเป็นอย่างมาก ทำให้บริษัทสามารถครอบครองตลาดของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่มีความต้องการเฉพาะ หรือNiche market ได้อย่างมั่นคง

จุดอ่อน (Weakness)

- 1.เนื่องจากบริษัทใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพมากอาจทำให้มีต้นทุนสูง
- 2.ในตลาดคู่แข่งทางการค้าของบริษัทมีความเข้มแข็งมากเพราะมีส่วนแบ่งการตลาดมากกว่า
- 3.บริษัท โรงเส้นหมี่ขอเสนอมีคู่แข่งแข่งขันได้แก่ บริษัท โรงเส้นหมี่ตราพระอาทิตย์ จำกัด และ บริษัท ไวไว จำกัด ส่งผลให้แย่งส่วนแบ่งทางการตลาด
- 4.การไม่สามารถผลิตให้เพียงพอที่ต่อความต้องการผลิตภัณฑ์แป้งวัตถุดิบได้ เนื่องจากสถานที่ตั้งโรงงานอยู่ในเขตพื้นที่สี่แยก

โอกาส (Opportunities)

- 1.ได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐานสากล ได้แก่ GMP, HACCP, Q-MAEK, ISO9001:2008 และ HALAL
- 2.บริษัทได้ส่งออกผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและราคาที่เหมาะสมซึ่งผู้บริโภคจากต่างประเทศได้ทำการวิจัยก่อนที่จะตัดสินใจในการตลาดที่จะถูกดึงดูดจากการแยกผลิตภัณฑ์จากนักการตลาด
- 3.บริษัทมีโอกาสในขยายตลาดสูง เพราะทางบริษัทมีการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆอยู่เสมอ
- 4.ได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีระดับโลก

5.ประชากรโลกที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้ปริมาณการบริโภคอาหารมีความสูงขึ้นตามไปด้วย ส่งผลให้ยอดขายของกลุ่มผลิตภัณฑ์กลุ่มแปรรูปวัตถุดิบมีแนวโน้มที่ดี

6.ภาวะโลกร้อนที่ดำเนินอยู่ทำให้ปริมาณอาหารสำหรับประชากร ไม่สอดคล้องกับปริมาณประชากรทำให้มีแนวโน้มว่า สินค้ากลุ่มอาหาร และวัตถุดิบจะมีราคาที่สูงขึ้น

7.มีการคิดค้นสูตรแปรรูปเฉพาะตัว และมีความเชี่ยวชาญเรื่องเทคนิคการผลิต

8.สร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ ทำให้ผลิตภัณฑ์ของทางบริษัท ถูกจัดอยู่ในตลาดบน ซึ่งมีสัดส่วนกำไรที่สูงกว่า เป็นเหตุให้แรงกดดันจากคู่แข่งลดต่ำลง

อุปสรรค (Threat)

1.ตลาดของไทยและต่างประเทศ โรงเส้นหมี่ขอสง เป็นผู้นำเส้นหมี่ที่อยู่ถึงในจุดอิ่มตัวอาจเกิดจากการที่ประชากรบริโภคผลิตภัณฑ์ที่เดิมๆ ไม่แปลกใหม่และอาจมีผลิตภัณฑ์อื่นที่ทดแทนกันได้

2.ในตลาดบริษัทคู่แข่ง อาจมีการพัฒนาตลาดที่แข็งแกร่งมากกว่าได้ และอาจแบ่งการตลาดมากกว่าเพราะบริษัทคู่แข่งมีการแข่งขันตลาดซึ่งกันระหว่างบริษัท ส่งผลให้บริษัทต้องมีการปรับตัวอย่างรวดเร็วเสมอ

3.การดำเนินธุรกิจของบริษัทติดขัดเนื่องจากมีภาวะโลกร้อน ทำให้มีการจำกัดปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ของภาคอุตสาหกรรมซึ่งอาจส่งผลต่อการผลิตของธุรกิจได้

4.ปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ทวีความรุนแรงขึ้นทำให้วัตถุดิบที่ได้ ไม่มีคุณภาพอีกทั้งการขาดแคลนน้ำที่ใช้ในการผลิต ซึ่งส่งผลกระทบต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์

5.เรื่องของการแปรปรวนด้านวัตถุดิบ เนื่องจากข้าวเป็นสินค้าเกษตร มีข้อกำหนดในการจัดสรรปริมาณเพื่อบริโภคภายในประเทศ และการส่งออก

6.ปัจจัยเสี่ยงทางด้านค่าเงิน ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญของธุรกิจส่งออก เนื่องจากค่าเงินมีการผันผวน ทำให้เกิดความเสี่ยงที่จะขาดทุนจากค่าเงินได้ในกรณีที่ค่าเงินบาทแข็งตัว

ตารางที่ 4.1 แสดง TOWS Matrix

TOWS Matrix		
ปัจจัยภายใน	จุดแข็ง(S) 1.ผลิตภัณฑ์ของบริษัทโรงเส้นหมี่ขอเฮง จำกัด ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคอย่างกว้างขวางทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และส่งสินค้าออกไปจำหน่ายมากกว่า 40 ประเทศทั่วโลก 2.ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์ที่ก้าวไกล มีการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อยู่เสมอมา	จุดอ่อน(W) 1.ในตลาดคู่แข่งทางการค้าของบริษัทมีความเข้มแข็งมาก เพราะมีส่วนแบ่งการตลาดมากกว่า 2.เนื่องจากบริษัทใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพอาจทำให้มีต้นทุนสูง
ปัจจัยภายนอก	โอกาส (O) 1.ได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐานสากล ได้แก่ GMP, HACCP, Q-MAEK, ISO9001:2008 และ HALAL 2.ข้อกำหนดทางการค้าได้เกื้อหนุนผลิตภัณฑ์ของบริษัท เช่นเขตการค้าเสรี	SO (กลยุทธ์เชิงรุกใช้จุดแข็งเกาะกุมโอกาส) 1.มุ่งตลาดเฉพาะส่วนและหากลยุทธ์ในการเจาะตลาดให้มากขึ้น เพิ่มยอดขายจากกลุ่มลูกค้าเดิม WO (กลยุทธ์เชิงแก้ไข เอาชนะจุดอ่อนโดยอาศัยโอกาส) 1.เก็บวัตถุดิบในช่วงที่มีราคาถูก เพื่อลดต้นทุน

อุปสรรค (T)	ST	WT
1.บริษัทโรงเส้นหมี่ขอเฮง มีคู่แข่งทางการค้าค่อนข้างเยอะ ส่งผลให้มีการแย่งส่วนแบ่งการตลาด	(กลยุทธ์เชิงป้องกัน ใจจุดแข็ง หลีกเลี่ยงอุปสรรค) 1.ทำให้กำหนดทิศทางของบริษัทให้มีความมั่นคง แน่วแน่ ตามที่ตั้งใจไว้	(กลยุทธ์เชิงรับ ลดจุดอ่อน หลีกเลี่ยงอุปสรรค) 1.เน้นคุณภาพของสินค้าเพื่อลดคู่แข่งทางการตลาด

จากการศึกษา SWOT และ TOWS Matrix ในการวิเคราะห์ ทำให้ทราบว่าสินค้าของบริษัทโรงเส้นหมี่ขอเฮง มีคุณภาพและชื่อเสียงที่ดีเป็นที่น่าเชื่อถือในตลาดมาเลเซียจึงได้รับความไว้วางใจจากผู้บริโภคอยู่แล้ว บริษัทจึงได้นำผลิตภัณฑ์ประเภทสำเร็จรูปประเภทแป้งขนม ผลักดันเพื่อไปเป็นผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ ซึ่งมีความเป็นเอกลักษณ์ของไทย โดยมุ่งหาตลาดส่วนเฉพาะในการเจาะตลาด และประยุกต์ให้เข้ากับอาหารต่างๆ ได้ แล้วยังพยายามเข้าไปยังผู้บริโภคสมัยใหม่ซึ่งมีเวลาประกอบอาหารในชีวิตประจำวันน้อยลง ให้เข้ากับความต้องการของผู้บริโภคสมัยใหม่ที่มีวิถีชีวิตเปลี่ยนไปตามยุคทุกสมัย

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การปฏิบัติงานที่บริษัท โรงเส้นหมี่ขอสง จำกัด เป็นระยะเวลา 16 สัปดาห์ ระหว่างวันที่ 30 พฤษภาคม 2559 ถึงวันที่ 2 กันยายน 2559 เวลาในการปฏิบัติสหกิจวันจันทร์ – วันศุกร์ เวลา 08.00 – 17.00 น. งานส่วนใหญ่ที่ได้รับมอบหมายเป็นงานเกี่ยวกับการจัดเก็บข้อมูลเป็นหลัก คิดรูปแบบของข้อมูลใหม่ๆ เสนอบริษัท ทำให้ได้เรียนรู้การทำงานร่วมกับผู้อื่น ซึ่งการทำงานในบริษัท นั้นทำให้ได้ฝึกการมีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ซื้อสินค้า ตามนักรถตลาด อีกทั้งรู้จักแข็ง จืดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของ บริษัท โรงเส้นหมี่ขอสง จำกัด ทำให้ผู้จัดทำได้วิเคราะห์กลยุทธ์ทาง การตลาดเบื้องต้น ซึ่งเป็นแนวทางให้กับทางบริษัท โรงเส้นหมี่ขอสง จำกัด เป็นอย่างดี และได้ดำเนินการธุรกิจประกอบการอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

5.2 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

5.2.1 ปัญหาที่พบของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายการกรอกใบคำสั่งซื้อตรวจสอบราคาซื้อขายและ ติดตามเอกสารการซื้อขาย ไม่ว่าจะเป็นงานที่ต้องทำภายในบริษัทหรือต้องออกไปทำนอกสถานที่นั้นเช่น การออกบูธ หากไม่เข้าใจหรือมีข้อสงสัยในขั้นตอนการทำงานต่างๆ ต้องสอบถามพี่เลี้ยงถึงขั้นตอนต่างๆ และข้อสงสัยที่อยากจะทราบ เพื่อให้งานที่ได้รับมอบหมายนั้นเสร็จและมีความถูกต้องตามที่พี่เลี้ยงได้กำหนดไว้ รวมไปถึงที่จะได้ไม่ต้องเกิดข้อผิดพลาดระหว่างการปฏิบัติงาน การปฏิบัติงานสหกิจศึกษาในบางครั้งที่ได้รับหมายงานแบบกะทันหัน เราจึงต้องมีการเตรียมความพร้อมอยู่ตลอดเวลา เพื่อที่จะได้ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายมาได้อย่างมีประสิทธิภาพในบางครั้งข้อมูลต่างๆก็ไม่สามารถมีส่วนเกี่ยวข้องได้ และการร่วมงานกับกลุ่มของบริษัทที่มีการสื่อสารที่ขัดข้องกันบ้างแต่มีการปรับตัวได้ดี

5.2.2 ข้อดีของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การที่ผู้จัดทำได้ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ทำให้ผู้จัดทำได้เรียนรู้งานอย่างละเอียดและต่อเนื่อง ทำให้รู้ถึงวิธีการและการทำงานต่างๆภายในบริษัทซึ่งหลังจากผู้จัดทำหลังจบการศึกษาสามารถปรับตัวกับที่ทำงานได้อีกทั้งมีระเบียบวินัยมากขึ้นและทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเต็มที่ ประโยชน์ของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษานี้มีความสำคัญเป็นอย่างมากในการทำงานและได้เรียนรู้การทำงานจริงส่งผลให้มีทักษะทางด้านการปฏิบัติงานจริงและมีประสิทธิภาพเต็มที่จากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ บริษัท โรงเส้นหมี่ขอเฮง จำกัด ได้สังเกตเห็นโอกาสในการแสวงหาช่องทางการค้าและการขยายตลาดส่งออกและมีความสามารถในการทำงานจริงและประสบการณ์ในการทำงานมากขึ้น

ข้อจำกัดในการทำงาน

1. การเข้าถึงเอกสารส่งออกเอกสารบางชุดไม่สามารถเข้าถึงและรับรู้จากทางบริษัทได้
2. การเขียนเอกสารใบสั่งซื้อไม่สามารถทำได้ด้วยตนเองได้ต้องมีพนักงานผู้รู้คอยให้คำแนะนำอยู่เสมอและในการตัดสินใจขึ้นอยู่กับทางพนักงานโดยหลัก

ประโยชน์ในการฝึกสหกิจศึกษาในครั้งนี้

1. ได้ปฏิบัติงานกับสถานที่จริงเรียนรู้งานที่แปลกใหม่จากทางบริษัท
2. ช่วยให้องค์กรได้รับประโยชน์สูงสุด จากการขยายตลาดส่งออกไปยังประเทศมาเลเซีย
3. เกิดการประสานงานระหว่างหน่วยงานต่างๆในองค์กรมากขึ้น

บรรณานุกรม

ธีรยุทธ วัฒนาสุโขช. (2548, 23 พฤษภาคม). คอลัมน์ แสบขลุ่ย. *ประชาชาติธุรกิจ*. หน้า 6.

วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. (2559). *การตลาดเชิงกิจกรรม Event Marketing*. เข้าถึง

ได้จาก http://www.utcc.ac.th/public_content/files/Postscript/27_1/P70_1.pdf

Infoknowhow. (2556). *กลยุทธ์การตลาด 4P*. เข้าถึงได้จาก

<http://infoknowhow.wordpress.com/2013/04/29/4p/>

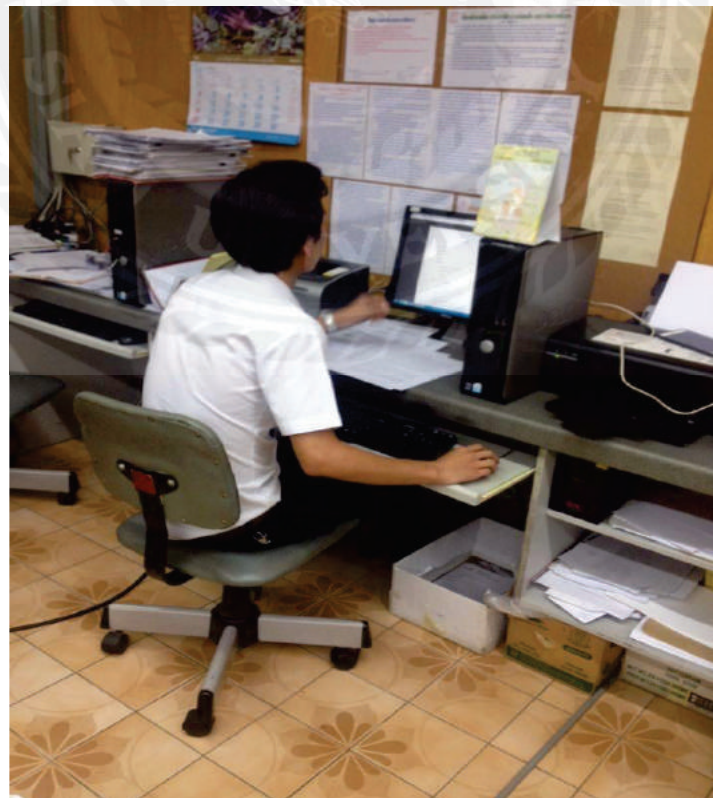
SME smart.in.th (2550). *ตัวอย่างการวิเคราะห์ Five forces model..* เข้าถึงได้จาก

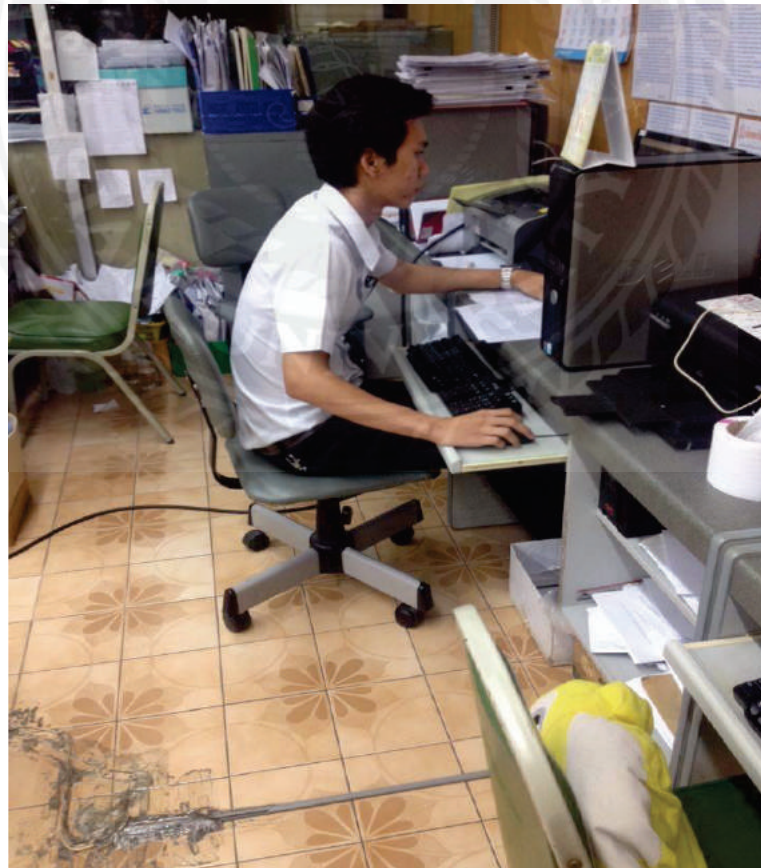
<http://www.oknation.net/blog/print.php?id=106730>



ภาคผนวก ก
ภาพปฏิบัติงานและสถานที่ทำงาน









ตรวจสอบเอกสารใบPO และเอกสารที่ได้รับมอบหมายจากทางบริษัทเพื่อนส่งสินค้า

[illegible]

เอกสารที่ได้รับมอบหมาย ตรวจสอบเช็คของขนส่งสินค้า ไปPO

ภาคผนวก ข
ตารางปฏิบัติงาน 14 สัปดาห์



ตารางปฏิบัติงาน 14 สัปดาห์

ระยะเวลา	รายละเอียดการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา
สัปดาห์ที่ 1	ยังไม่ได้รับมอบหมายงาน
สัปดาห์ที่ 2	คิด Presentation ของบริษัท เพื่อทำพอร์ตให้แก่บริษัท
สัปดาห์ที่ 3	จัดทำเอกสารในการส่งสินค้าของบริษัท เขียนใบ PO
สัปดาห์ที่ 4	ใบสั่งซื้อ/SALES ORDER
สัปดาห์ที่ 5	เขียนใบขนส่งสินค้าส่งออก
สัปดาห์ที่ 6	ใบตารางการจัดส่งสินค้าไปมาเลเซีย
สัปดาห์ที่ 7	ใบสั่งของชั่วคราว
สัปดาห์ที่ 8	ออกบูทงานแข่งขันมไทยที่ไบเทค
สัปดาห์ที่ 9	รายงานแผนการขนส่งต่างประเทศ (ประจำแต่ละเดือน)
สัปดาห์ที่ 10	ศึกษาเกี่ยวกับการผิดพลาดที่เกิดขึ้นระหว่างการขนส่งสินค้าออก
สัปดาห์ที่ 11	ใบสั่งของชั่วคราว
สัปดาห์ที่ 12	ทำเอกสารในการส่งสินค้าของบริษัท
สัปดาห์ที่ 13	ใบตารางการจัดส่งสินค้าไปมาเลเซีย
สัปดาห์ที่ 14	วางแผนการขยายตลาดส่งออกกับทางบริษัท

ประวัติผู้จัดทำ



ชื่อ-นามสกุล นาย สิริภาส โพธิ์ไพบูลย์
รหัสนักศึกษา 5604300416
เบอร์ติดต่อ 084 3157900
Email most_c@hotmail.com
ที่อยู่ปัจจุบัน 3 หมู่ 4 ต.ท่าตลาด อ.สามพราน จ.นครปฐม 73110

ประวัติการศึกษา สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษา โรงเรียนหอแซฟอุปถัมภ์
 มัธยมปลาย โรงเรียนหอแซฟอุปถัมภ์

ปัจจุบัน กำลังศึกษาอยู่ที่มหาวิทยาลัยสยาม ระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ
 วิชาเอก การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ

ความสนใจทางด้านนักวิชาการ
 Export Manager

ประสบการณ์ด้านสหกิจศึกษา

ตำแหน่ง	ฝ่ายการผลิตและจัดเก็บข้อมูลระหว่างประเทศ
สถานประกอบการ	บริษัท โรงเส้นหมี่ขอสง จำกัด

ทักษะและความสามารถพิเศษอื่นๆ
 สามารถใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่างๆ ได้เช่น โปรแกรม Adobe Photoshop CS6
 โปรแกรม Adobe Illustrator CS6 โปรแกรม Microsoft Office Word โปรแกรม Microsoft Office PowerPoint