



รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

เกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์

Selection Criteria for Motorcycle Parts Manufacturer

นายณัฐวุฒิ โรจน์นिरุตติกุล

ได้รับทุนสนับสนุนงานวิจัยจากเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ 2557

วิทยาลัยการบริหารและจัดการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

เกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์

Selection Criteria for Motorcycle Parts Manufacturer

นายณัฐวุฒิ โรจน์นริชิตกุล

12697527

ได้รับทุนสนับสนุนงานวิจัยจากเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ 2557

วิทยาลัยการบริหารและจัดการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อโครงการ (ภาษาไทย) เกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์
แหล่งเงิน เงินรายได้

ประจำปีงบประมาณ 2557 จำนวนเงินที่ได้รับการสนับสนุน 130,000 บาท

ระยะเวลาทำการวิจัย 1 ปี ตั้งแต่ ตุลาคม 2556 ถึง กันยายน 2557

หัวหน้าโครงการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวุฒิ โรจนันันรุติกุล

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความสำคัญของเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ และ 2) เปรียบเทียบระดับความสำคัญของเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ จำแนกตามปัจจัยด้านองค์การ กลุ่มตัวอย่าง คือ บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ จำนวน 160 แห่งที่ได้จากการสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และใช้การวิเคราะห์ t-Test ในการทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัยพบว่า

1. ระดับความสำคัญของเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับระบบการจัดการเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ ราคา ความสามารถทางวิศวกรรม การจัดส่งและคุณภาพ ตามลำดับ

2. บริษัทที่มีนโยบายบริษัท โครงสร้างองค์การ สัญญาติของผู้ประกอบการ ลักษณะกิจการ และวิธีการจัดซื้อแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนบริษัทที่มีขนาดแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ : เกณฑ์การตัดสินใจ นโยบายบริษัท โครงสร้างองค์การ วิธีการจัดซื้อ รถจักรยานยนต์

Research Title: Selection Criteria for Motorcycle Parts Manufacturer

Researcher: Assistant Professor Dr. Nuttawut Rojniruttikul

Administration and Management College

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to study the importance of selection criteria for motorcycle parts manufacturer and 2) to compare the importance of selection criteria for motorcycle parts manufacturer by organizational factors. The research instrument was the questionnaire. Data were collected from 160 motorcycle manufacturer by simple random sampling method and analyzed by using statistical program. Statistics include percentages, arithmetic means, and standard deviations. t-Test was used to test the hypotheses. The results of the research were as follows:

1) In overall, the importance of selection criteria for motorcycle parts manufacturer was at high level. The most importance selection criteria was management system, followed by price, engineering capability, delivery, and quality, respectively.

2) Company with different policy, organizational structure, nationality, type of company, and purchasing method indicated the difference in the importance of selection criteria for motorcycle parts manufacturer at statistically significant level of 0.01. In addition, company with different size had no difference in the importance of selection criteria motorcycle parts manufacturer.

Keywords: selection criteria, company policy, organizational structure, purchasing method, motorcycle

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
1.3 สมมติฐานของการวิจัย.....	2
1.4 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	3
1.5 ขอบเขตของการวิจัย.....	3
1.6 นิยามคำศัพท์เฉพาะ.....	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสั่งซื้อขององค์กร.....	5
2.2 แนวคิดระบบ QCDEM สำหรับอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์.....	14
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบขององค์กรธุรกิจ.....	26
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	28
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	32
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	32
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย.....	33
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	33
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	33
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	35
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	39
4.1 ข้อมูลปัจจัยด้านองค์กร.....	39
4.2 ระดับความสำคัญของเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์.....	41
4.3 ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญของเกณฑ์ การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์จำแนกตามปัจจัยด้านองค์กร.....	42

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	51
5.1 สรุปผลการวิจัย	51
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	52
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	55



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันการพัฒนาอุตสาหกรรมในประเทศเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและมีการแข่งขันที่รุนแรงอันเป็นผลมาจากการเปิดตลาดเสรีและมีผลกระทบต่อธุรกิจในประเทศ ทำให้ธุรกิจทุกประเภทต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อรองรับกับสภาวะการที่เปลี่ยนแปลง ทั้งในเรื่องการใช้ทรัพยากรบุคคล เครื่องจักร วัตถุดิบ และการจัดการให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทยเนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าการผลิตและการจ้างงานสูงรวมทั้งก่อให้เกิดอุตสาหกรรมอื่นๆที่เชื่อมโยงเป็นรากฐานสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ อุตสาหกรรมผู้ผลิตรถจักรยานยนต์มีการเติบโตและการแข่งขันอย่างสูง ทำให้ห้องจัดการในด้านอุตสาหกรรมดังกล่าวให้ความสำคัญในเรื่องการควบคุมต้นทุนการผลิตและลดความสูญเสีย ในด้านต่างๆเป็นอย่างสูง แต่ในการผลิตนั้นก็ต้องสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยการผลิตสินค้าที่มีความเชื่อถือได้ในด้านคุณภาพและด้านการส่งมอบที่ทันต่อเวลาให้กับผู้บริโภค

การตัดสินใจประเภทหนึ่งที่มีกพบในอุตสาหกรรม คือ การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ ซึ่งต้องใช้การลงทุนที่สูงมากและชิ้นส่วนที่ต้องใช้กับรถจักรยานยนต์ก็มีมากมายหลายรายการ การที่ผู้ประกอบการรถจักรยานยนต์ภายในประเทศจะลงทุนผลิตชิ้นส่วนทุกชิ้นก็คงเป็นไปได้จึงต้องมีการจัดหาจากภายนอกบริษัทหรือ บริษัทประกอบรถจักรยานยนต์จะต้องซื้อชิ้นส่วนประกอบและอุปกรณ์จากผู้ผลิตชิ้นส่วนนั่นเอง การตัดสินใจเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ มักจะเป็นหน้าที่ของผู้บริหารฝ่ายจัดซื้อซึ่งได้รับข้อมูลมาจากวิศวกรฝ่ายจัดซื้อ หรือ เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ ที่รับผิดชอบอยู่ในส่วนนั้นๆ

หน่วยงานด้านจัดซื้อชิ้นส่วน นั้นเป็นหน่วยงานสนับสนุนองค์กร แต่เป็นหน่วยงานที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในโรงงานอุตสาหกรรม หากการดำเนินงานไม่เป็นไปตามที่กำหนดไว้ ก็จะมีผลกระทบต่อโรงงานทั้งทางตรงและทางอ้อม ผลกระทบทางตรงได้แก่ การที่ผู้ผลิตชิ้นส่วนไม่สามารถส่งชิ้นส่วนได้ทันต่อความต้องการหรือผลิตชิ้นส่วนที่ไม่ได้มาตรฐาน บริษัทก็จะเกิดความเสียหายและสูญเสียรายได้ ส่วนผลกระทบในทางอ้อมการจัดซื้อที่ด้อยประสิทธิภาพก็จะส่งผลให้บริษัทเสียความสามารถในการแข่งขัน เพราะต้นทุนจะสูงกว่าคู่แข่งเป็นต้น การจัดซื้อชิ้นส่วนจึงเป็นกิจกรรมที่ต้องทำอย่างเคร่งครัดเพราะผลกระทบจากการตัดสินใจผิดพลาดมักจะ ไม่ค่อยเห็นในระยะสั้น แต่จะรู้ได้ในระยะยาวหลังจากลงทุนไปแล้วทำให้การเปลี่ยนแปลงทำได้ลำบากและ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ไม่อนุญาตให้เผยแพร่ไปซึ่งประเทศอื่นตามการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จำเป็นต้องใช้ชิ้นส่วนจนหมดรุ่นหรือแบบของรถจักรยานยนต์ในรุ่นนั้น ดังนั้นหน่วยงานจัดซื้อจะต้องสร้างความเชื่อมั่นให้กับฝ่ายผลิตจึงได้มีการเลือกใช้กระบวนการต่างๆในการควบคุมผู้ผลิตชิ้นส่วนให้สามารถผลิตชิ้นส่วนได้ตามเป้าหมายและลดผลกระทบที่เกิดขึ้น

จากความสำคัญและปัญหาดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยสนใจการศึกษาเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ว่ามีเกณฑ์ในการพิจารณาตัดสินใจเลือกอย่างไร ซึ่งเป็นข้อมูลสำหรับผู้ผลิตชิ้นส่วนในการทราบถึงคุณสมบัติที่ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ต้องการให้มากที่สุด

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความสำคัญของเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์จำแนกตามปัจจัยด้านองค์การ

1.3 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 บริษัทที่มีขนาดของบริษัทแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 บริษัทที่มีนโยบายบริษัทแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 บริษัทที่มีโครงสร้างองค์การแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 บริษัทที่มีสัญชาติของผู้ประกอบการแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 บริษัทที่มีลักษณะกิจการแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 6 บริษัทที่มีวิธีการจัดซื้อแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์แตกต่างกัน

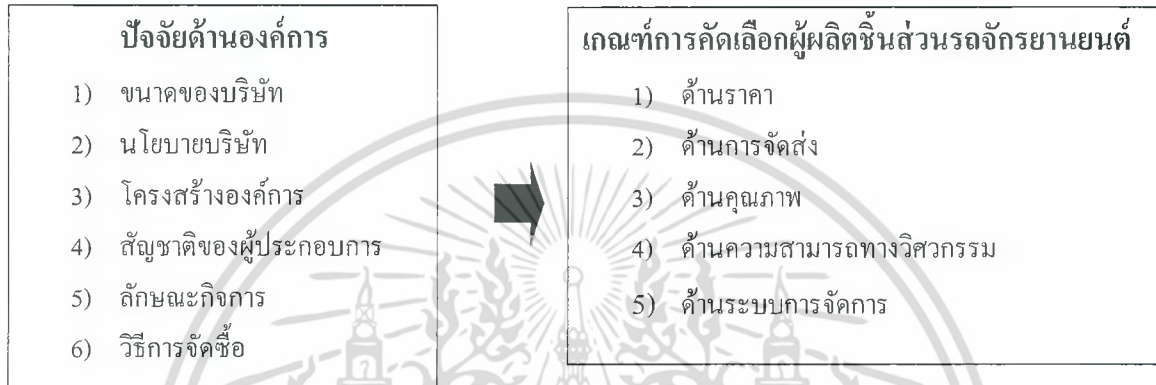
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาถึงเกณฑ์การตัดสินใจคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ โดยผู้วิจัยแบ่งเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพ ด้านราคา ด้านการจัดส่ง ด้านความสามารถทางวิศวกรรม และด้านระบบการจัดการ

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

1.5 ขอบเขตการวิจัย

1.5.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานฝ่ายจัดซื้อ ได้แก่ ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ หัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ และเจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ หรือผู้มีอำนาจในการพิจารณาคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ จำนวน 265 บริษัท

1.5.2 ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยด้านองค์การของธุรกิจผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ ได้แก่ ขนาดของบริษัท นโยบายบริษัท โครงสร้างองค์การ สัญชาติของผู้ประกอบการ ลักษณะกิจการ วิธีการจัดซื้อ

ตัวแปรตาม คือ เกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ประกอบด้วย ด้านคุณภาพ ด้านราคา ด้านการจัดส่ง ด้านความสามารถทางด้านวิศวกรรม และ ด้านระบบการจัดการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5.3 ระยะเวลาในการวิจัย

การวิจัยนี้จะทำการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญของเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ โดยใช้เวลาในการแจกแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลและสรุปผลการศึกษาดังแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2556 ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2557

1.6 นิยามคำศัพท์เฉพาะ

1. นโยบายบริษัท หมายถึง เป้าหมายหลักที่ถูกนำมาใช้ในการวัดความสำเร็จของบริษัท โดยแบ่งออกตามเป้าหมายที่เน้นส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share) และมุ่งเน้นในด้านอื่นๆ เช่น ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand Image) และผลประกอบการ (EBIT)
2. โครงสร้างองค์กร หมายถึง การวางโครงสร้างองค์กรของในส่วนหลักๆ โดยแบ่งออกเป็นฝ่ายวิจัยและพัฒนาและไม่มีฝ่ายวิจัยและพัฒนา
3. วิธีการจัดซื้อ หมายถึง วิธีที่ใช้ในการจัดซื้อวัตถุดิบหรือส่วนประกอบได้แก่
 - 3.1 การจัดซื้อรูปแบบเฉพาะ หมายถึง การที่บริษัทใช้การจัดซื้อในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง เช่น แบบรวมอำนาจหรือแบบกระจายอำนาจ
 - 3.2 การจัดซื้อแบบผสม หมายถึง การจัดซื้อที่มีทั้งการจัดซื้อแบบรวมอำนาจและการจัดซื้อแบบกระจายอำนาจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษา รวบรวมเนื้อหาของทฤษฎีและรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยไว้หลายแนวคิด โดยได้ศึกษาจากตำรา เอกสาร วารสาร รายงานการวิจัยและวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เพื่อให้สามารถกำหนดกรอบแนวความคิดที่จะใช้เป็นแนวทางในการศึกษาได้ครอบคลุมและมีความชัดเจน ซึ่งผลงานที่เกี่ยวข้องในการศึกษามีดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสั่งซื้อขององค์การ
- 2.2 แนวคิดระบบ QCDEM สำหรับอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบขององค์การธุรกิจ
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสั่งซื้อขององค์การ

การสั่งซื้อขององค์การ (Organizational buying) กระบวนการตัดสินใจซึ่งองค์การที่เป็นทางการกำหนดถึงความจำเป็นในการซื้อสินค้าและบริการ และกระบวนการประเมิน และเลือกกระหว่างตราหือและผู้ขายรายต่างๆ (พัชรา ตันติประภา. 2550)

ตลาดธุรกิจ คือ ตลาดที่ประกอบด้วยองค์การที่ต้องการสินค้าและบริการเพื่อใช้ในการผลิตสินค้าหรือบริการอื่นๆ ซึ่งถูกจำหน่าย ให้เช่าหรือจัดสรรให้กับบุคคลอื่น อุตสาหกรรมที่ประกอบกันขึ้นเป็นตลาดธุรกิจได้แก่ อุตสาหกรรมการเกษตร ป่าไม้ เหมืองแร่ การผลิต การก่อสร้าง การขนส่ง การสื่อสาร สาธารณูปโภค การจำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้ซื้อที่เป็นองค์การธุรกิจนั้นมีมูลค่าเป็นเงินตราและมีปริมาณสินค้าที่สูงกว่าตลาดผู้บริโภค (Kotler. 2003)

2.1.1 ลักษณะของตลาดองค์การธุรกิจ

ตลาดองค์การธุรกิจประกอบด้วยองค์การต่างๆ ที่ต้องการสินค้าและบริการเพื่อใช้ในการผลิตสินค้าหรือบริการเพื่อขายต่อ ให้เช่าต่อหรือส่งต่อให้กับภายนอก ได้แก่ อุตสาหกรรม การเกษตร ป่าไม้ การประมง เหมืองแร่ การผลิต การก่อสร้าง การขนส่ง การสื่อสาร การบริการ สาธารณะ การธนาคาร การเงิน การประกันภัย การจัดส่งสินค้า และบริการอื่นๆ ตลาดองค์การธุรกิจจะมีลักษณะที่แตกต่างหลายประการกับตลาดผู้บริโภคดังนี้คือ (Kotler. 2003)

1. มีจำนวนผู้ซื้อน้อยกว่า โดยปกติผู้จัดจำหน่ายในตลาดองค์การธุรกิจจะติดต่อกับผู้ซื้อน้อยกว่าตลาดผู้บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. มีปริมาณการซื้อที่มากผู้ซื้อองค์การธุรกิจจะมีการสั่งซื้อครั้งละมากๆ เพื่อนำไปผลิตเพื่อขาย ต่อผู้บริโภคจำนวนมาก

3. มีความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายที่ใกล้ชิด เนื่องจากฐานลูกค้าที่เป็นผู้ซื้อองค์การธุรกิจมีจำนวนน้อยรายและแต่ละรายมีปริมาณการซื้อมากซึ่งมีความสำคัญต่อการอยู่รอดของผู้จัดจำหน่าย ดังนั้นผู้จัดจำหน่ายอาจปรับการนำเสนอสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าองค์การเป็นลักษณะเฉพาะรายได้

4. ความต้องการซื้อสินค้าขององค์การมีมาก มักจะส่งผลสืบเนื่องมาจากความต้องการซื้อสินค้ามากขึ้น ดังนั้นผู้จัดจำหน่ายจะต้องคาดการณ์ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าขององค์การจากปริมาณการซื้อ

5. ความต้องการสินค้าอุตสาหกรรมมักไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคาไม่เหมือนสินค้าอุปโภคทั่วไป กล่าวคือ เมื่อราคาสินค้าเพิ่มขึ้นจะไม่มีผลทำให้ปริมาณความต้องการซื้อของสินค้าอุตสาหกรรมลดลงหรือเมื่อราคาลดลงก็ไม่มีผลให้ปริมาณความต้องการซื้อของสินค้าอุตสาหกรรมเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากสินค้าอุตสาหกรรมซึ่งเป็นวัตถุดิบในการผลิตนั้นจะหาวัตถุดิบอื่นแทนได้ยาก ความต้องการสินค้าวัตถุดิบมากขึ้นหรือลดลงขึ้นอยู่กับปริมาณสินค้าที่ต้องการผลิตเพื่อจำหน่ายนั้นมากขึ้นหรือลดลง และต้องใช้วัตถุดิบในการผลิตสินค้านั้นปริมาณเท่าไร

6. ปริมาณความต้องการวัตถุดิบขององค์การมีการเปลี่ยนแปลงมากขึ้น เมื่อเทียบกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดสินค้าบริโภค

7. การซื้อสินค้าขององค์การจะเป็นแบบมีอาชีพ ผู้รับผิดชอบในการจัดหาและจัดซื้อให้กับองค์การมักจะได้รับการฝึกอบรม ดำเนินการตามนโยบายการจัดหาจัดซื้อขององค์การ ข้อจำกัดต่างๆ และตามปริมาณความต้องการใช้สินค้านั้น ซึ่งการดำเนินการซื้อมักจะต้องมีใบเสนอราคา และสัญญาการซื้อ ซึ่งเอกสารเหล่านี้ไม่ได้ใช้ในการซื้อของผู้บริโภคทั่วไป ผู้จัดหาและจัดซื้อมืออาชีพมักจะพยายามเรียนรู้วิธีการและหาข้อมูลเพื่อการซื้อที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น ซึ่งควรต้องจัดเตรียมข้อมูลทางด้านเทคนิคเกี่ยวกับสินค้าและข้อดีของสินค้าที่ได้เปรียบคู่แข่ง นอกจากนี้ปัจจุบันผู้จัดหาและจัดซื้อมักหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าทางอินเทอร์เน็ต ดังนั้นผู้จัดจำหน่ายจึงต้องจัดเตรียมข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าของตนและรับการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตด้วย

8. การซื้อขององค์การเป็นการซื้อตรงโดยไม่ผ่านคนกลางเหมือนกับสินค้าอุปโภคบริโภค ทั่วไปโดยเฉพาะสินค้าที่ซับซ้อนทางด้านเทคนิคและสินค้าที่มีราคาสูง

9. ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาและจัดซื้อมักมีหลายคน โดยเฉพาะเมื่อเป็นการซื้อสินค้าที่สำคัญ และราคาสูงมักมีคณะกรรมการในการจัดซื้อ ซึ่งประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญและผู้บริหารที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นผู้จัดจำหน่ายต้องส่งพนักงานขายที่ได้รับการฝึกอบรมและมีความรู้ในสินค้าอย่างดีเข้าไปติดต่อและส่วนใหญ่ขององค์การมักมีการติดต่อสอบถามหลายครั้งก่อนที่จะตัดสินใจสั่งซื้อจริง เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เนื่องจากมีผู้ที่เกี่ยวข้องกับกาซื้อหลายคน บางโครงการใช้เวลานานปีเริ่มจากการเสนอสินค้า เสนอราคา จนถึงขั้นส่งสินค้า

10. องค์การมักเลือกผู้จัดจำหน่ายที่มีผลประโยชน์ร่วมกันคือ มีการซื้อสินค้าต่างตอบแทนแก่กัน เช่น โรงงานประกอบฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์จากบริษัทขายเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ซื้อฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ของตน

2.1.2 สภาวะของการซื้อ (Buying Situation)

ผู้จัดหาและจัดซื้อขององค์การธุรกิจมักมีเรื่องที่ต้องตัดสินใจอยู่หลายอย่าง ซึ่งขึ้นอยู่กับชนิดของการซื้อ เช่น การซื้อซ้ำสินค้าชนิดเดิม การซื้อซ้ำแบบมีการปรับปรุง การซื้อสินค้าชนิดใหม่ สำหรับการซื้อในลักษณะต่างๆ กันนี้ผู้จัดจำหน่ายก็ควรมีวิธีการเสนอขายที่สอดคล้องกับลักษณะการซื้อนั้นๆ (Kotler. 2003)

1. การซื้อซ้ำสินค้าชนิดเดิม (Straight Rebuy) เป็นการซื้อสินค้าที่ใช้อยู่เป็นปกติเช่นของใช้สำนักงาน สารเคมีที่มีปริมาณการใช้สม่ำเสมอ ซึ่งผู้จัดหาและจัดซื้อจะเลือกผู้จัดจำหน่ายจากรายชื่อที่ผ่านการพิจารณาแล้วว่าเป็นที่เชื่อถือได้ การซื้อสินค้าซ้ำจะใช้ระบบการสั่งซื้ออัตโนมัติ ผู้จัดจำหน่ายจะทราบปริมาณการใช้และเสนอส่งของทันที ซึ่งช่วยประหยัดเวลาผู้ซื้อในการสั่งซื้อสินค้าประเภทนี้ซึ่งผู้จัดจำหน่ายรายอื่นๆ ที่ไม่อยู่ในรายชื่อที่ผ่านการพิจารณาของบริษัทก็พยายามเสนอตัวเข้าเป็นผู้จัดจำหน่ายโดยการเสนอคุณภาพ ประโยชน์ที่ดีกว่าผู้จัดจำหน่ายรายเดิมและพยายามแทรกเข้ามาขายสินค้าเล็กๆ ก่อนแล้วจึงขยายส่วนแบ่งเพิ่มมากขึ้น

2. การซื้อซ้ำแบบมีการปรับปรุง (Modified Rebuy) สินค้าบางรายการที่ใช้อยู่ประจำอาจมีความจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ในการซื้อสินค้านั้นๆ ซึ่งเนื่องมาจากมีผู้จัดจำหน่ายอื่นมาเสนอสิ่งที่ดีกว่าหรือคุณภาพของสินค้าเดิมอาจมีปัญหาต้องการปรับปรุงรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับการซื้อขาย เช่น ขนาดของสินค้า ราคา การส่งของ และเงื่อนไขการชำระเงิน เป็นต้น การปรับการซื้อนี้ต้องพิจารณาตัดสินใจในรายละเอียดที่เปลี่ยนแปลงไปทั้งสองฝ่าย ระหว่างผู้จัดซื้อและผู้จัดจำหน่าย ในส่วนของผู้จัดจำหน่ายเองก็กลัวจะเสียลูกค้า สำหรับผู้จัดจำหน่ายที่ต้องเข้ามาใหม่ก็เห็นโอกาสที่เสนอข้อได้เปรียบของสินค้าตน เพื่อให้ได้ลูกค้าและทำธุรกิจต่อไป

3. การซื้อสินค้าชนิดใหม่ (New Task) เป็นการซื้อสินค้าหรือบริการที่ไม่เคยซื้อมาก่อนสำหรับโครงการใหม่ขององค์การ ซึ่งหากมูลค่าและความเสี่ยงจากการซื้อสินค้าหรือบริการมีสูงมากขึ้นก็จะมีผู้ร่วมในการพิจารณาตัดสินใจเพิ่มขึ้น ต้องมีการหาข้อมูลเพิ่มขึ้นและระยะเวลาในการตัดสินใจยาวขึ้นเช่นกัน สำหรับการซื้อสินค้าใหม่จะผ่านขั้นตอนต่างๆ ได้แก่ การตื่นตัวเกิดการรับรู้ความต้องการสินค้า ความสนใจ การประเมิน การทดลอง และการยอมรับ การสื่อสารทางการตลาดจะมีหลายรูปแบบ ซึ่งได้แสดงต่างกันในแต่ละขั้นตอนเช่น ในการสร้างความตื่นตัวมักจะใช้การ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สื่อสารในวงกว้าง การใช้พนักงานขายจะได้ผลดีมากในการสร้างความน่าสนใจให้กับสินค้าและการให้ข้อมูลทางด้านเทคนิคจะมีส่วนสำคัญมากในการประเมินคุณค่าของสินค้านั้นๆ

ผู้จัดหาและจัดซื้อไม่จำเป็นต้องใช้การพิจารณามากนักในการตัดสินใจซื้อสินค้าเดิมๆ หรือซื้อซ้ำ แต่ในกรณีที่ซื้อสินค้าใหม่นั้น ผู้ซื้อจะต้องทำการพิจารณาอย่างมากในเรื่องต่างๆ เช่น คุณสมบัติของสินค้า ราคา เงื่อนไข ระยะเวลาการส่งมอบ การชำระเงิน จำนวนที่ซื้อและการคัดเลือกผู้จัดจำหน่าย เป็นต้น ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจแต่ละเรื่องต่างกัน ในการซื้อสินค้าใหม่ขององค์กรนับเป็นโอกาสในการเสนอขายสินค้าและเป็นงานที่ท้าทายสำหรับผู้จัดจำหน่ายที่จะต้องพยายามเข้าถึงผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจให้ได้มากที่สุด เพื่อทำการเสนอข้อมูลและคอยช่วยเหลือ ซึ่งในงานขายสินค้าสำหรับ โครงการใหม่นี้เป็นงานค่อนข้างซับซ้อนและควรต้องใช้พนักงานขายฝีมือดีของบริษัทมาติดต่อ

2.1.3 ระบบการซื้อและการขาย (System Buying and Selling)

ปัจจุบันองค์กรธุรกิจสนใจการซื้อแบบทั้งระบบ ซึ่งหมายถึงการซื้อสินค้าและบริการจากผู้จัดจำหน่ายรายเดียวได้สินค้าและบริการเบ็ดเสร็จทั้งระบบ (Turnkey Solution) ผู้จัดหาและจัดซื้อนิยมที่จะซื้อสินค้าจากผู้ขายที่สามารถตอบสนองความต้องการ ได้เบ็ดเสร็จ แทนที่จะเสาะแสวงหาและเจรจากับผู้จัดจำหน่ายจำนวนมาก ผู้จัดจำหน่ายจึงจำเป็นต้องสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าในการให้บริการก่อนและหลังการขาย การซื้อแบบทั้งระบบมักเป็นการซื้อที่เกี่ยวกับ โครงการขนาดใหญ่ ซึ่งเมื่อผู้จัดจำหน่ายรับงาน ไปแล้วก็จะติดต่อกับผู้จัดจำหน่ายรายย่อยๆ ของตนเพื่อให้สามารถให้บริการทั้งระบบครบวงจร ทางด้านผู้จัดจำหน่ายได้เห็นถึงความนิยมของการซื้อแบบทั้งระบบคือ ผู้จัดจำหน่ายรายเดียวสามารถตอบสนองความต้องการแก่ลูกค้าครบทุกอย่าง ลูกค้าเองก็จะได้ประโยชน์ในด้านลดค่าใช้จ่ายและเวลา กลยุทธ์การเสนอขายทั้งระบบเป็นหัวใจสำคัญของการเสนอประมูล โครงการก่อสร้างขนาดใหญ่ เช่น เขื่อนและ โรงงาน เป็นต้น ซึ่งการประมูลโครงการมักจะแข่งขันกันในด้านราคา คุณภาพ ความน่าเชื่อถือและคุณสมบัติอื่นๆ

2.1.4 ผู้มีส่วนในกระบวนการจัดหาและจัดซื้อขององค์กร

ในการซื้อสินค้าแต่ละประเภทผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอาจแตกต่างกันไป เช่นการซื้อสินค้าเดิมที่เคยใช้นั้นส่วนใหญ่จะอยู่ในความรับผิดชอบของฝ่ายจัดซื้อ แต่สำหรับสินค้าใหม่หรือสินค้าที่มีความซับซ้อนด้านเทคโนโลยีมีผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมพิจารณา

1. หน่วยกลางการจัดซื้อ (Buying Center)

หน่วยกลางการจัดซื้อประกอบด้วยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการตัดสินใจซื้อมีส่วนร่วมในความจำเป็นของการจัดหาและจัดซื้อนั้นๆ รวมทั้งได้รับผลกระทบด้านความเสี่ยงจากการจัดหาและจัดซื้อนั้นด้วย บทบาทต่างๆ ของผู้เกี่ยวข้องในการจัดซื้อได้แก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.1 ผู้ริเริ่ม เป็นผู้เสนอให้มีการจัดหาและจัดซื้อสินค้านั้นขึ้น ซึ่งอาจจะเป็นผู้ใช้สินค้า นั้นเองหรือบุคคลอื่นในองค์กรซึ่งเห็นความจำเป็นในการซื้อสินค้านั้น

1.2 ผู้ใช้ เป็นผู้ที่ใช้สินค้าที่จะซื้อโดยตรง ส่วนใหญ่ผู้ใช้เป็นผู้ริเริ่มให้มีการจัดหาและ จัดซื้อสินค้าและเป็นผู้กำหนดคุณสมบัติของสินค้าที่จะซื้อ

1.3 ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เป็นผู้ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการประเมินคุณค่าสินค้า กำหนดคุณสมบัติเฉพาะของสินค้า โดยทั่วไปผู้ที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านเทคนิคก็มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจในสินค้าที่สำคัญและมีเทคโนโลยีที่ซับซ้อน

1.4 ผู้ตัดสินใจ เป็นผู้ทำการตัดสินใจเกี่ยวกับคุณสมบัติที่จำเป็นสำหรับสินค้า หรือ ตัดสินใจเกี่ยวกับการเลือกผู้จัดจำหน่าย

1.5 ผู้อนุมัติ เป็นผู้มีอำนาจในการอนุมัติตามข้อตกลงในใบเสนอขาย การอนุมัติเพื่อ ตัดสินใจของผู้ที่รับผิดชอบหรือของฝ่ายจัดหาและจัดซื้อ

1.6 ผู้จัดหาและจัดซื้อ เป็นผู้มีอำนาจเป็นทางการในการเลือกผู้จัดจำหน่ายและต่อรอง เกี่ยวกับเงื่อนไขรายละเอียดในการซื้อ หากเป็นสินค้าที่สำคัญและมีมูลค่าสูงอาจต้องให้ผู้บริหาร ระดับสูงเข้ามามีส่วนร่วมในการเจรจาต่อรองด้วย

1.7 ผู้ที่คอยกันไม่ให้ผู้จัดจำหน่ายติดต่อโดยตรงกับหน่วยกลางการจัดหาและจัดซื้อ เช่น พนักงานต้อนรับ พนักงานรับโทรศัพท์ ฝ่ายจัดหาและจัดซื้อ จะกันไม่ให้ผู้จัดจำหน่ายเข้าพบผู้ใช้ หรือผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเพื่อที่จะให้การเสนอขายตรงเป่าหมาย ผู้จัดจำหน่ายควรทราบว่ามีใคร ที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อและมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจเรื่องอะไร มีหลักเกณฑ์ในการ ตัดสินใจอย่างไร ในกรณีที่หน่วยกลางการจัดหาและจัดซื้อเกี่ยวข้องกับหลายคนก็เป็นการ สิ้นเปลืองมากที่ผู้จัดจำหน่ายจะต้องติดต่อกับทุกคนที่เกี่ยวข้อง สำหรับผู้จัดจำหน่ายรายย่อยจะ สนใจผู้ที่เกี่ยวข้องในทุกระดับ ส่วนพนักงานขายจะสนใจเฉพาะลูกค้าที่มียอดซื้อ ดังนั้นบริษัทควร ให้ความสำคัญกับโปรแกรมการสื่อสารทางการตลาดเพื่อที่จะเข้าถึงผู้ที่เกี่ยวข้องในการซื้อที่แฝงอยู่

2. ปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ

การซื้อขององค์กรต้องตอบสนองต่อปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายอย่าง ปกติผู้จัดหาและจัดซื้อ ขององค์กรจะให้ความสำคัญทางด้านปัจจัยความคุ้มค่าในแง่เศรษฐศาสตร์มากกว่าปัจจัยอื่นๆ แต่ เมื่อผู้จัดจำหน่ายมีข้อเสนอที่ไม่แตกต่างกัน และผู้จัดหาและจัดซื้อสามารถซื้อได้จากรายอื่นๆ ผู้ จัดหาและจัดซื้อมักจะให้ความสำคัญในเรื่องการปฏิบัติต่อผู้ซื้อของผู้จัดจำหน่าย นอกจากนี้ปัจจัยที่ มีผลกระทบต่อการจัดหาและจัดซื้อ ที่องค์กรให้ความสำคัญ ได้แก่ สิ่งแวดล้อม องค์กร ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากร และปัจจัยส่วนบุคคล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม (Environmental Factors)

ผู้จัดหาและจัดซื้อขององค์กรจะให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านเศรษฐศาสตร์ ปัจจัยทางด้านเศรษฐศาสตร์ได้แก่ ระดับการผลิต การลงทุน การใช้จ่ายของผู้บริโภคและอัตราดอกเบี้ย ในช่วงภาวะเศรษฐกิจถดถอยผู้ซื้อขององค์กรจะมีการลงทุน ในส่วนของโรงงาน เครื่องมือและสินค้าคงคลังลดลง ซึ่งผู้จัดจำหน่ายจะกระตุ้นการซื้อสวนกระแสได้ไม่มากนักแต่จะให้ความพยายามในการรักษาส่วนแบ่งตลาดของตน ผู้จัดหาและจัดซื้อในองค์กรจะติดตามอย่างใกล้ชิดในปัจจัยเกี่ยวกับเทคโนโลยี กฎหมายการเมือง ความเคลื่อนไหวของคู่แข่ง และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

2.2 ปัจจัยด้านองค์กร (Organizational Factors)

ในแต่ละองค์กรจะมีลักษณะเฉพาะตัวเกี่ยวกับการจัดซื้อเช่น วัตถุประสงค์ นโยบาย ขั้นตอนการดำเนินงาน โครงสร้างองค์กรและระบบที่เกี่ยวข้อง ผู้จัดจำหน่ายควรตื่นตัวเกี่ยวกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงขององค์กรด้านการจัดหาและจัดซื้อโดย

1) การยกระดับแผนกจัดหาและจัดซื้อ (Purchasing Department Upgrading) เดิมผู้จัดการแผนกจัดหาและจัดซื้อจะอยู่ในระดับที่ไม่มีความสำคัญ ทั่วๆ ที่รับผิดชอบด้านค่าใช้จ่ายมากกว่า 50% ขององค์กร โดยทั่วไปในองค์กรธุรกิจจะจ่ายเป็นค่าสินค้าและบริการประมาณ 60% ของยอดขาย เนื่องจากการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น การควบคุมเกี่ยวกับค่าใช้จ่าย การมีต้นทุนที่ต่ำกว่าเป็นสิ่งที่ได้เปรียบในการแข่งขัน ทำให้หลายบริษัทเลื่อนตำแหน่งผู้จัดการจัดหาและจัดซื้อเป็นระดับรองประธานเพื่อเป็นการให้ความสำคัญกับการจัดซื้อเพราะการบริหารการจัดหาและจัดซื้อที่มีคุณภาพสามารถลดค่าใช้จ่ายอย่างมากให้กับบริษัท แผนกจัดหาและจัดซื้อในปัจจุบันจึงไม่ได้ทำหน้าที่เพียงจัดซื้อสินค้าตามคำสั่ง แต่ต้องมีการวางกลยุทธ์ในการเพิ่มคุณค่าการจัดซื้อจากการติดต่อกับผู้จัดจำหน่ายน้อยกว่าและคุณภาพที่ดีกว่า เพื่อลดต้นทุนการจัดซื้อที่น้อยที่สุด ซึ่งการยกระดับของแผนกจัดหาและจัดซื้อนี้ทำให้ผู้จัดจำหน่ายต้องปรับพนักงานขายที่จะไปติดต่อให้มีระดับคุณภาพสูงขึ้นเพื่อตอบรับกับผู้จัดการจัดหาและจัดซื้อที่มีความสามารถสูงขึ้น

2) บทบาทของผู้รับผิดชอบการจัดหาและจัดซื้อจะเกี่ยวข้องกับงานแผนกอื่นๆ มีแนวโน้มผู้จัดหาและจัดซื้อขององค์กรจะทำงานธุรการน้อยลง แต่จะทำการวางกลยุทธ์ เทคนิคการทำงานเป็นทีมและรับผิดชอบในขอบข่ายงานมากขึ้น ดังนั้นการเลือกพนักงานขายที่มาติดต่อควรต้องมีความสามารถมากขึ้น

3) การซื้อแบบรวมศูนย์ ปัจจุบันในหลายบริษัทที่มีแผนกต่างๆ หรือมีหลายสาขา มีแนวโน้มที่จะให้มีการจัดหาและจัดซื้อจากส่วนกลางมากขึ้นเพราะเกิดการประหยัดจากขนาด (economies of scale) แต่หากแผนกใดสามารถซื้อสินค้าชนิดเดียวกันนี้ ได้ราคาที่ต่ำกว่าก็สามารถจัดหาซื้อได้เอง ซึ่งจากแนวโน้มนี้ผู้จัดจำหน่ายจะต้องติดต่อกับผู้ซื้อน้อยรายลงแต่ผู้ซื้อแต่ละรายจะมีอำนาจการซื้อมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4) การกระจายการซื้อจากสินค้ารายการย่อย ในขณะเดียวกันสำหรับสินค้ารายการย่อยๆ บริษัทจะให้พนักงานจัดหาเอง โดยใช้บัตรเครดิตขององค์กรซึ่งจำกัดวงเงินไว้ ซึ่งพบว่าวิธีนี้จะช่วยลดงานเอกสารเกี่ยวกับการจัดหาและจัดซื้อลงและประหยัดค่าใช้จ่ายให้บริษัทด้วย

5) การจัดซื้อทาง Internet ในปัจจุบันองค์กรธุรกิจนิยมใช้การซื้อแบบองค์กรธุรกิจกับองค์กรธุรกิจ (Business to Business: B2B) กันมากขึ้นทาง Internet เช่นการทำ E-Procurement E-Purchase ซึ่งพบว่าการจัดซื้อทาง Internet ให้ราคาซื้อที่ได้นั้นต่ำกว่าที่เคยซื้อ มาก ดังนั้นผู้จัดจำหน่ายปัจจุบันจึงต้องทำการศึกษาระบบ E-Procurement E-Purchase และเงื่อนไขที่กำหนดในการขาย และการคัดเลือกผู้จัดจำหน่ายเพื่อสามารถแข่งขันในตลาดองค์กรธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงนี้ได้

6) การทำสัญญาระยะยาว ในปัจจุบันองค์กรธุรกิจมีแนวโน้มที่จะทำการซื้อขายกับผู้จัดจำหน่ายน้อยรายที่คัดเลือกแล้วว่ามีที่น่าเชื่อถือและทำการซื้อขายกันในระยะยาวในธุรกิจอุตสาหกรรมที่มีการซื้อวัตถุดิบจำนวนมากอยู่เป็นประจำ มักมีการทำสัญญาซื้อระยะยาวกับผู้จัดจำหน่าย และมีการติดตั้งระบบ Electronic Data Interchange (EDI) ผู้จัดหาและผู้จัดซื้อสามารถติดต่อออกไปสั่งซื้อกับผู้ขายโดยตรงผ่านทางคอมพิวเตอร์

7) ผู้จัดหาและผู้จัดซื้อจะทบทวนและประเมินคุณสมบัติของผู้จัดจำหน่ายเป็นระยะ เพื่อพิจารณาว่าควรจะซื้อขายกับรายใดต่อไป ควรให้ผู้จัดจำหน่ายรายใดเป็นผู้จัดหาสินค้าหลัก ซึ่งทำให้ผู้จัดจำหน่ายต้องทบทวนและพิจารณาปรับปรุงการให้บริการและเงื่อนไขการขายให้เป็นที่น่าพอใจของผู้ซื้ออยู่เสมอ

8) การใช้ระบบ Just in Time ซึ่งเป็นระบบที่เริ่มใช้โดยบริษัทญี่ปุ่นเป็นการบริหารสินค้าคงคลังโดยไม่ต้องมี Stock และสินค้าที่รับเข้ามาต้องมีคุณภาพดีไม่ชำรุด สินค้าแต่ละชนิดมาตรงเวลาสำหรับการผลิตแต่ละขั้นตอน ทั้งนี้ผู้จัดจำหน่ายและผู้จัดซื้อจะต้องมีระบบประสานงานกันอย่างใกล้ชิด ทราบว่าต้องการสินค้าอะไร จำนวนเท่าไร เมื่อไรส่งและจัดส่งให้ทันเวลาสำหรับการผลิต ซึ่งโดยปกติผู้จัดจำหน่ายที่มีรายการขายสำคัญกับลูกค้านั้นจะมีโรงงานใกล้กับโรงงานของลูกค้าและทำงานเหมือนเป็นหุ้นส่วนกัน ในระดับต่อไป (JIT II) ผู้จัดจำหน่ายจะส่งพนักงานมาทำงานในโรงงานลูกค้าเพื่อช่วยวางแผนการสั่งซื้อสินค้าและตั้งสินค้า โดยไม่ต้องจ้างพนักงานขายสำหรับผู้จัดจำหน่าย พนักงานสั่งซื้อและวางแผนสำหรับผู้ซื้อ ซึ่งเป็นการประหยัดและทำงานประสานกันอย่างมีประสิทธิภาพ

2.3 ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลากร (Interpersonal Factors) หน่วยจัดหาและจัดซื้อกลางจะประกอบไปด้วยผู้ที่เกี่ยวข้องหลายส่วนซึ่งอาจมีความแตกต่างกันในเรื่องผลประโยชน์ อำนาจหน้าที่ ตำแหน่ง ความเข้าใจซึ่งกันและกัน และการจูงใจ ซึ่งเป็นการยากที่ผู้จัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จำหน่ายจะทราบว่า แต่ละคนที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจซื้อ มีลักษณะอย่างไร ดังนั้นข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะและความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรจะเป็นประโยชน์ต่อผู้จัดจำหน่ายมาก

2.4 ปัจจัยส่วนบุคคล (Individual Factors) ผู้ซื้อขององค์กรแต่ละคนจะมีลักษณะส่วนตัวกับแรงจูงใจ การรับรู้และทัศนคติขึ้นอยู่กับอายุ รายได้ การศึกษา ตำแหน่งงาน บุคลิกส่วนตัวและวัฒนธรรม จากลักษณะส่วนตัวของผู้ซื้อที่ต่างกันย่อมมีผลต่อรูปแบบการซื้อที่ต่างกัน เช่น แบบเรียบง่าย แบบนักวิชาการ แบบต้องการสิ่งที่ดีที่สุด แบบเข้มงวด เป็นต้น

2.1.5 กระบวนการจัดซื้อขององค์กร

การตัดสินใจซื้อของผู้จัดหาและจัดซื้อในองค์กร โดยทั่วไปจะพิจารณาด้านผลประโยชน์รวมที่สูงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการซื้อ ซึ่งลักษณะและรูปแบบการซื้อสินค้าแต่ละชนิดจะมีความแตกต่างกัน อย่างไรก็ตามผู้จัดจำหน่ายควรทราบถึงขั้นตอนการตัดสินใจสำหรับสินค้าแต่ละชนิดที่เสนอขาย เพื่อที่จะได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้าและสามารถรักษาค่าอันนี้ไว้ต่อไป ถึงแม้ว่าการจัดหาและจัดซื้อสินค้าแต่ละประเภทจะมีความแตกต่างกัน แต่อย่างไรก็ตามสินค้าโดยทั่วไปจะมีขั้นตอนในการจัดหาและจัดซื้อที่ประกอบด้วยขั้นตอนหลัก 8 ขั้นตอนดังนี้

1. เกิดปัญหาหรือความต้องการในการซื้อสินค้า (Problem Recognition) กระบวนการซื้อเริ่มจากคนในองค์กรเห็นว่าเกิดปัญหาหรือว่ามีความจำเป็นที่จะต้องจัดหา และจัดซื้อสินค้าหรือบริการซึ่งความต้องการที่เกิดขึ้นนั้นอาจมาจากสิ่งกระตุ้นภายในองค์กรหรือภายนอกองค์กร
2. กำหนดคุณลักษณะของสินค้าที่ต้องการ (General Need Description and Product Specification) เมื่อเกิดความต้องการซื้อขึ้นผู้จัดหาและจัดซื้อจะกำหนดคุณลักษณะของสินค้าหรือรายการที่ต้องการ รวมทั้งที่ต้องการซื้อ สำหรับสินค้าที่เคยสั่งซื้อหรือสินค้าที่เป็นมาตรฐานทั่วไปจะไม่ยากที่จะกำหนดคุณสมบัติของสินค้านั้น แต่สำหรับสินค้าที่มีความซับซ้อน ผู้จัดซื้ออาจต้องปรึกษาวิศวกรหรือผู้ใช้งานที่จะช่วยกำหนดคุณสมบัติต่างๆ เช่นความเที่ยงตรง ความคงทน ราคา ซึ่งในขั้นนี้ผู้จัดจำหน่ายจะต้องสามารถแสดงให้เห็นว่าสินค้าของตนมีคุณสมบัติตามที่ต้องการของผู้ซื้อและสามารถใช้งานได้ตามวัตถุประสงค์ของผู้ซื้ออย่างไรบ้าง

3. การกำหนดคุณสมบัติเฉพาะทางด้านเทคนิคของสินค้า (Product Specification) ในโครงการพิเศษต่างๆ โดยทั่วไปบริษัทจะตั้งทีมวิศวกรที่จะวางแนวทางการวิเคราะห์คุณภาพของสินค้า (Product Value Analysis) หรือ PVA ซึ่งเป็นการลดต้นทุน โดยวิเคราะห์ส่วนประกอบต่างๆ ของสินค้าที่ผลิตว่าส่วนไหนสามารถปรับเปลี่ยนหรือทำให้ได้มาตรฐาน หรือปรับกระบวนการผลิตส่วนประกอบนั้นให้มีค่าใช้จ่ายต่ำลง โดยทีม PVA จะเริ่มสำรวจจากส่วนประกอบที่มีต้นทุนสูง ส่วนประกอบพวกนี้จะมีสัดส่วนอยู่ประมาณ 20% แต่มีค่าใช้จ่ายในการผลิตสูงถึง 80% ของการผลิตรวมทั้งหมด หรือสำรวจจากส่วนประกอบที่มีคุณภาพดีเกินความจำเป็น มีอายุการใช้งานที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คงทนกว่าอายุของสินค้า ควรกำหนดคุณสมบัติของสินค้าใหม่ให้ตรงกับความต้องการในการใช้งานเพื่อให้ขายสินค้าได้

4. การสรรหาผู้จัดจำหน่าย (Supplier Sourcing) ผู้จัดหาและจัดซื้อพยายามสรรหาผู้จัดจำหน่ายที่เหมาะสมจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ซึ่งในปัจจุบันแหล่งข้อมูลที่ดีที่สุดได้แก่ อินเทอร์เน็ต นอกจากนี้อาจทำการจัดซื้อทาง Website หรือทำ E-Procurement ได้ด้วยวิธีต่างๆ เช่น

- 1) การเชื่อมต่อ extranet โดยตรงกับผู้จัดจำหน่าย
- 2) การสร้างพันธมิตรในกลุ่มผู้ซื้อ
- 3) จัดทำ Company buying site เพื่อให้ข้อมูลแก่ผู้จัดจำหน่ายใน Website เกี่ยวกับรายการเสนอซื้อ ให้เงื่อนไขและใบสั่งซื้อ ให้ผู้จัดจำหน่ายส่งไปเสนอขายสินค้าที่ต้องการมา ซึ่งการที่ผู้จัดหาและจัดซื้อมีแนวโน้มใช้ E-Procurement มากขึ้นนอกจากจะทำให้มีการใช้ Software มากขึ้นยังมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และโครงสร้างการจัดซื้อ

5. การส่งใบเสนอขายสินค้า (Proposal Solicitation) เมื่อได้รายชื่อผู้จัดจำหน่ายแล้วผู้จัดหาและจัดซื้อจะเชิญผู้จัดจำหน่ายต่างๆ ให้ส่งใบเสนอขายสินค้า หากเป็นรายการสินค้าที่ซับซ้อนและมีราคาสูง ผู้ซื้อจะขอรายละเอียดเกี่ยวกับตัวสินค้าในใบเสนอขายด้วย หลังจากประเมินใบเสนอขายแล้ว ผู้จัดซื้อจะเชิญผู้จัดจำหน่ายที่เหมาะสมที่การประเมินให้ทำการส่งใบเสนอขายอย่างเป็นทางการอีกครั้ง ผู้จัดจำหน่ายต้องมีความชำนาญในการเขียนใบเสนอขาย ซึ่งควรมีลักษณะเอกสารทางการตลาด ที่บรรยายคุณประโยชน์ของสินค้าที่สอดคล้องต่อความต้องการของผู้บริโภค ไม่ใช่เอกสารทางด้านเทคนิค และการนำเสนอด้วยตัวบุคคลนั้นควรแสดงถึงความเชื่อมั่นความสามารถในการผลิตและทรัพยากรของบริษัทเพื่อแสดงให้เห็นว่าบริษัทของตนมีความโดดเด่นเหนือคู่แข่งอื่นๆ

6. การคัดเลือกผู้จัดจำหน่าย (Supplier Selection) กระบวนการผลิตที่ดีเริ่มต้นจากการคัดเลือกผู้จัดจำหน่ายที่มีคุณภาพ (สุรเชา เหมือนประสาธา. 2548) หน่วยจัดหาและจัดซื้อกลางจะกำหนดคุณสมบัติของผู้จัดจำหน่ายที่ต้องการนั้น ควรมีลักษณะเช่น ไร่บ้างและกำหนดความสำคัญของแต่ละคุณลักษณะ ในทางปฏิบัติผู้จัดหาและจัดซื้อขององค์การใช้หลายวิธีในการประเมินผู้จำหน่าย ซึ่งผู้จัดจำหน่ายต้องพยายามทราบให้ได้ว่าผู้จัดหาและจัดซื้อมีหลักเกณฑ์ในการประเมินอย่างไร ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามสภาวะการซื้อ เกณฑ์การพิจารณาที่สำคัญได้แก่ การบริการทางด้านเทคนิค ความยืดหยุ่นของผู้จัดจำหน่าย ความน่าเชื่อถือและความเที่ยงตรงของสินค้า เป็นต้น โดยปกติหน่วยกลางการจัดหาและจัดซื้อจะทำการต่อรองกับผู้จัดจำหน่ายด้านราคาและเงื่อนไขการชำระเงินก่อนการตัดสินใจทุกครั้งในการเลือกผู้จัดจำหน่าย

7. เงื่อนไขของการสั่งซื้อปกติ (Order-Routine Specification) ผู้จัดหาและจัดซื้อจะตกลงการสั่งซื้อในเรื่องเกี่ยวกับคุณลักษณะทางด้านเทคนิค จำนวนที่ต้องการ กำหนดวันส่งของ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยามให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นโยบายการเงินและการประกันคุณภาพเป็นต้น ในกรณีเกี่ยวกับการบำรุงรักษา การซ่อมและการใช้งาน ผู้จัดซื้อมีแนวโน้มที่จะทำสัญญาต่อเนื่องระยะยาวแทนที่จะทำสัญญาเป็นครั้งๆ การทำสัญญาดังกล่าวเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวโดยผู้จัดจำหน่ายสัญญาว่าจะส่งสินค้าหรือบริการให้ผู้ซื้อเมื่อต้องการในราคาที่ตกลงกันในระยะเวลาหนึ่ง เนื่องจากการทำสัญญาระยะยาวผู้จัดจำหน่ายจะเป็นผู้เก็บ Stock และเมื่อสินค้าหมดระบบคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่อกันก็จะส่งใบสั่งซื้อไปที่ผู้จัดจำหน่ายเองอัตโนมัติ การทำสัญญาระยะยาวนี้เหมาะกับการมีผู้ขายรายเดียวและสั่งซื้อสินค้าจำนวนมากขึ้น ซึ่งระบบนี้จะเป็นการยากที่ผู้ขายรายอื่นจะสามารถมาแทนที่ได้

8. การทบทวนผลงาน (Performance Review) ผู้จัดหาและจัดซื้อควรมีการทบทวนผลงานของผู้จัดจำหน่ายที่เลือกเป็นระยะๆ โดยวิธีต่างๆ ได้แก่ การขอให้ผู้ใช้สินค้าช่วยประเมินคุณภาพสินค้าและบริการ หรือผู้จัดซื้อเป็นผู้ให้คะแนนผู้จัดจำหน่ายตามเกณฑ์ต่างๆ ซึ่งมีความสำคัญไม่เท่ากัน หรือการรวบรวมค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากผลงานที่ไม่ดีที่ผ่านมาเทียบกับค่าใช้จ่ายในการซื้อซึ่งรวมถึงราคาด้วย ผลการทบทวนจะนำไปสู่การต่อสัญญากับผู้จัดจำหน่ายหรือปรับปรุงบางเรื่องหรือยกเลิกสัญญา ดังนั้นผู้จัดจำหน่ายต้องติดตามเกณฑ์ต่างๆ ที่ผู้ซื้อและผู้นำไปใช้นามาเป็นเกณฑ์ในการติดตามผลงานของผู้จัดจำหน่าย

2.2 แนวคิดระบบ QCDEM สำหรับอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์

ปัจจุบันอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น การดำเนินธุรกิจของผู้ผลิตรถจักรยานยนต์จึงต้องการผู้ผลิตชิ้นส่วนที่มีความสามารถทางการผลิต (Production Capability) ซึ่งผู้ผลิตรถยนต์ใช้หลัก QCDEM (Quality Cost Delivery Engineering and Management) ประเมินผู้ผลิตชิ้นส่วนที่เข้ามาประมวลสัญญาการผลิตชิ้นส่วน และทำการประเมินผู้ผลิตชิ้นส่วนของตนเองเพื่อให้ชิ้นส่วนมีคุณภาพที่ดีขึ้นและมีต้นทุนที่ถูกลง (สำนักเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. 2548) ซึ่งกระบวนการผลิตที่ดีเริ่มต้นจากการคัดเลือกผู้รับจ้างช่วง (Supplier) ที่มีคุณภาพ (สุเรขา เหมือนประสาธ. 2548) และความสามารถทางการผลิต (Production Capability) ในอุตสาหกรรมยานยนต์ จะแสดงด้วยระดับความสามารถของผลิตภัณฑ์สำหรับตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยดัชนีชี้วัดในด้านคุณภาพ (Quality) ต้นทุนการผลิต (Cost) และ การส่งมอบ (Delivery) และขีดความสามารถในการทำงานด้านวิศวกรรม (Engineering) และการจัดการ (Management) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.2548)

2.2.1 แนวคิดด้านคุณภาพ

คุณภาพ (Quality) คือ สิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือพึงพอใจ โดยไม่เป็นภัยต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งในการผลิตสินค้า ควรทำให้ถูกต้องตั้งแต่ครั้งแรก ซึ่งจะทำให้ต้นทุนการผลิตไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลดลงและสามารถส่งมอบงานได้ตามกำหนด (วิณา โขมิตสุรังกุล และคณะ. 2546) และในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนรถยนต์ได้แบ่งระบบคุณภาพในการผลิตเป็นคุณภาพบุคลากร คุณภาพเครื่องจักร คุณภาพวัตถุดิบ และคุณภาพกระบวนการโดยการสร้างคุณภาพในทุกด้าน ก่อให้เกิดระบบคุณภาพในการผลิต ซึ่งมีรายละเอียดในแต่ละด้านดังนี้

1. คุณภาพบุคลากร

การดำเนินงานของธุรกิจในปัจจุบันจะให้ความสำคัญกับบุคลากรในองค์กรมากขึ้น เพราะเชื่อว่าองค์กรจะบรรลุจุดมุ่งหมายได้นั้นจะต้องอาศัยความร่วมมือจากบุคลากรในองค์กรเป็นสิ่งสำคัญและการที่องค์กรจะมีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ มีขวัญและกำลังใจที่ดี ตลอดจนมีเจตคติและพฤติกรรมที่เป็นประโยชน์ต่องานและองค์กรได้นั้น จำเป็นอย่างยิ่ง ที่จะต้องได้รับการเสริมสร้างและปลูกฝังอย่างต่อเนื่อง วิธีการที่นิยมนำมาใช้กันอย่างแพร่หลายในการบริหารงานบุคคลในปัจจุบันก็คือ การฝึกอบรมบุคลากรเพื่อพัฒนาความรู้ ความสามารถ ทักษะความชำนาญในวิชาชีพเฉพาะ ตลอดจนการเสริมสร้างวิสัยทัศน์และเจตคติที่ดีต่อองค์กร (สำนักเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. 2548)

การฝึกอบรมและพัฒนาทักษะการทำงานเป็นการให้การศึกษาและฝึกอบรมเพื่อยกระดับความชำนาญของคนงานอย่างเป็นระบบ และการพัฒนาบุคคล (Personal Development) คือ กระบวนการที่จะเพิ่มพูนความรู้ ทักษะและความสามารถของบุคคลในสังคมใดสังคมหนึ่งหรือองค์กรใดองค์กรหนึ่งในด้านความคิด การกระทำ ความสามารถ ความรู้ ความชำนาญ และบุคลิกภาพ ให้มีความก้าวหน้า เพื่อให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพที่สูงขึ้นและประสบผลสำเร็จยิ่งขึ้น จะเห็นได้ว่าการพัฒนาบุคคลจะครอบคลุมใน 3 เรื่อง คือ การฝึกอบรม การศึกษา และการพัฒนา และการฝึกอบรมสามารถแบ่งออกได้ 3 ประเภท คือ

1) การพัฒนาความรู้เกี่ยวกับงาน (Technical know - how) เมื่อธุรกิจได้มีการเปลี่ยนแปลง เช่น กฎ ระเบียบ นโยบาย วิธีการปฏิบัติหรือเทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาใช้ในการดำเนินงาน เข้ามาพัฒนางานก็อาจจะทำให้พนักงานหรือผู้ที่ปฏิบัติงาน ไม่สามารถตามทันสิ่งต่างๆ เหล่านี้ได้ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่องค์กรจะจัดให้มีการทบทวนเพิ่มเติมหรือฝึกอบรมให้พนักงานเหล่านั้นให้มีความรู้ความสามารถความเข้าใจ เกี่ยวกับกฎระเบียบ หรือเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ได้มีการนำเข้ามาใช้

2) การพัฒนาทักษะหรือประสบการณ์ (Skill of Experiences) บุคลากรหรือพนักงานแต่ละระดับจะมีทักษะในการทำงานที่แตกต่างกันและมีความต้องการทักษะในการปฏิบัติงานที่ ต่างกันด้วย เช่น พนักงานระดับต้น อาจต้องการทักษะเทคนิคหรือวิธีปฏิบัติ-งานโดยตรง ส่วนผู้บริหารอาจต้องการทักษะเกี่ยวกับการบริหาร การจัดการ การแก้ไขปัญหา เป็นต้น ดังนั้นจึงควรเปิดโอกาสให้พนักงานหรือผู้ปฏิบัติงานได้ ฝึกปฏิบัติ ฝึกฝนเพิ่มทักษะในด้านต่างๆ ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับบุคคลในหน่วยงานอื่นเพื่อเป็นการพัฒนาทักษะหรือเพิ่มประสบการณ์ในการปฏิบัติงานให้มากยิ่งขึ้น

3) การพัฒนาเจตคติ (Attitude) เจตคติของคนมีบทบาทต่อการทำงานเป็นอย่างมาก ถ้าพนักงานเข้าใจวัตถุประสงค์ของการทำงานหรือเข้าใจในสภาพการทำงาน ผลงานก็จะออกมาดี แต่ตรงกันข้ามถ้าหากไม่มีความเข้าใจ ท้อแท้ใจหรือไม่มีขวัญกำลังใจในการทำงานก็อาจจะทำให้ไม่ยอมทำงานและผลงานที่ออกมาก็จะไม่ดีหรืออาจจะทำให้เกิดผลเสียหรืออุบัติเหตุ ดังนั้นการพัฒนาเจตคติของพนักงานจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นและมีความสำคัญ เพราะถึงแม้ว่าจะมีความรู้เรื่องงานดีแค่ไหนไหนก็ตามหรือมีประสบการณ์สูงเพียงใดก็ตามแต่ถ้าหากมีเจตคติที่ไม่ถูกต้องหรือ เป็นด้านลบ ผลงานที่ออกมาจะไม่ดีเท่าที่ควร การพัฒนาเจตคติอาจทำได้โดยให้พนักงานได้มีโอกาสพบปะและฟังนโยบาย ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริหารระดับสูงอยู่เสมอๆ ในขณะเดียวกันผู้บริหารระดับสูงก็ควรฟังความคิดเห็นของผู้ใต้บังคับบัญชาด้วยหรืออาจจะทำให้ในรูปของการแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นระหว่างกัน

2. คุณภาพเครื่องจักร

เครื่องจักรเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญต่อคุณภาพในการผลิต ดังนั้นองค์กรต้องสร้างความเข้าใจให้กับพนักงานในการมีส่วนร่วมการบำรุงรักษาเครื่องจักร เพื่อการมีประสิทธิภาพในการทำงาน โดยใช้การบำรุงรักษาเครื่องจักรอย่างเป็นระบบ (Total Productive Maintenance) วัตถุประสงค์ของ TPM ก็เพื่อให้มีการใช้และบำรุงรักษาเครื่องจักรอุปกรณ์อย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพการดำเนินงานทั้งนี้จะต้องอาศัยความร่วมมือของพนักงานทุกฝ่ายช่วยกัน ควบคู่กับการปฏิบัติงานในหน้าที่ตามปกติ (สำนักเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. 2548) ซึ่งเป้าหมายหลัก 5 ประการ ของ TPM มีดังนี้

- 1) การปรับปรุงประสิทธิภาพโดยรวมของเครื่องจักร อุปกรณ์ให้สูงขึ้น
- 2) การสร้างระบบบำรุงรักษาด้วยตนเอง
- 3) สร้างระบบการบำรุงรักษาของฝ่ายบำรุงรักษา
- 4) ฝึกอบรมบุคลากรให้มีความชำนาญทั้งทางด้านการใช้และการบำรุงรักษาเครื่องจักร
- 5) สร้างระบบควบคุมการดำเนินการเบื้องต้น

รูปแบบการบำรุงรักษาของ TPM จำแนกออกได้ตามลักษณะการปฏิบัติงานและวัตถุประสงค์ของกิจกรรมได้ 5 ลักษณะดังนี้

- 1) การบำรุงรักษาเชิงป้องกัน (Preventive Maintenance: PM) เป็นการบำรุงรักษาเพื่อป้องกันการชำรุดเสียหาย/ขัดข้องของเครื่องจักรอุปกรณ์ โดย ทำการบำรุงรักษาเครื่องจักรล่วงหน้าตามกำหนดเวลาหรือตามแผนงานที่วางไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2) การบำรุงรักษาเชิงแก้ไขปรับปรุง (Corrective Maintenance: CM) เป็นการปรับปรุงแก้ไขจุดอ่อนหรือข้อเสียของเครื่องจักร เพื่อลดความถี่ของความเสียหาย โดยพิจารณาถึงความคุ้มค่าในการดำเนินงานด้วย

3) การป้องกันการบำรุงรักษา (Maintenance Preventive: MP) เป็นการดำเนินการเพื่อให้ได้มาซึ่งเครื่องจักรที่ไม่ต้องการการบำรุงรักษาหรือต้องการน้อยที่สุด ต้องการความร่วมมือจากหน่วยงานต่างๆ มากเช่น ออกแบบ วิจัยและพัฒนา จัดหา ฯลฯ

4) การซ่อมหลังเกิดเหตุเสียหาย (Break down Maintenance: BM) เป็นการซ่อมหลังจากที่เครื่องจักรเกิดความเสียหาย หรือขัดข้องขึ้น ซึ่งเป็นหน้าที่โดยตรงของหน่วยซ่อมบำรุง

5) การบำรุงรักษาด้วยตนเอง (Self-Maintenance: SM) เป็นกิจกรรมที่ดำเนินการโดยผู้ใช้งานเครื่องจักร เพื่อให้มีการใช้งานเครื่องจักรได้อย่างถูกต้องและมีการดูแลรักษาเครื่องจักรในระดับเบื้องต้นอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง

3. คุณภาพวัตถุดิบ

เมื่อรับวัตถุดิบแล้วจำเป็นต้องมีการตรวจเช็ค ซึ่งอาจใช้วิธีเลือกสุ่ม ตรวจเช็ค และเมื่อเจอของเสียก็ต้องย้อนกลับเช็คปัญหาวัตถุดิบที่เข้ามาในสายการผลิตได้ ดังนั้นเพื่อป้องกันปัญหาในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนรถยนต์จำเป็นต้องมีการควบคุมคุณภาพวัตถุดิบ(สุเรขา เหมือน ประสาท, 2548) โดยแบ่งออกเป็น

- 1) การประเมินผู้รับจ้างช่วง
- 2) การตรวจสอบระบบการทำงานของผู้รับจ้างช่วง
- 3) การตรวจสอบวัตถุดิบที่แหล่งผลิต
- 4) การตรวจสอบรับเข้าวัตถุดิบ
- 5) การจัดการวัตถุดิบบกพร่อง
- 6) การแก้ไขและป้องกันปัญหา

4. คุณภาพกระบวนการ

ปัจจัยที่มีผลต่อระบบคุณภาพในการผลิต โดยการควบคุมคุณภาพของกระบวนการสามารถทำได้ตามหัวข้อต่อไปนี้

1) การตรวจสอบความชำนาญของพนักงาน พนักงานควรได้รับการฝึกอบรมและมีความชำนาญในกระบวนการผลิต

2) การตรวจสอบวิธีการปฏิบัติงาน (Work Instruction) ของพนักงานให้เป็นไปตามวิธีการที่ระบุไว้

3) การควบคุมให้พนักงานปฏิบัติตามกฎระเบียบของการผลิต

4) การตรวจสอบสภาพเครื่องจักรก่อนการปฏิบัติงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 5) การควบคุมสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานให้เหมาะสม
- 6) การวางแผนการผลิตและจัดระเบียบพื้นที่ใช้งานให้เหมาะสม
- 7) การใช้หลักการป้องกันการเกิดปัญหาและควบคุมคุณภาพอย่างมีประสิทธิภาพ

2.2.2 แนวคิดด้านราคา

ต้นทุนการผลิตคือ ค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่ใช้จ่ายไปเพื่อดำเนินการผลิตสินค้าหรือบริการ ซึ่งต้นทุนเริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ การผลิต การทดสอบ จนสำเร็จเป็นสินค้า และส่งมอบให้แก่ลูกค้า (วีณา โขนิศสุรงค์กุล และคณะ. 2546) ซึ่งจะสะท้อนมาในเรื่องของราคาสินค้า ในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ต้องการเพิ่มคุณค่าแก่ผลิตภัณฑ์ ด้วยการลดต้นทุน ไปพร้อมกับการเน้นด้านคุณภาพ ซึ่งการจัดการต้นทุนสามารถทำได้หลายวิธีดังต่อไปนี้

1. เทคนิคการวิเคราะห์คุณค่าและวิศวกรรมคุณค่า (Value Analysis and Value Engineering)

การวิเคราะห์คุณค่า (Value Analysis) เป็นการลดค่าใช้จ่ายที่วิเคราะห์หน้าที่การทำงานของระบบ หรือการบริการ หรือผลิตภัณฑ์ รวมถึงระบบการจัดการ

วิศวกรรมคุณค่า (Value Engineering) เป็นการประยุกต์เทคนิคที่มีระบบ โดยเน้นการทำงานของผลิตภัณฑ์หรือบริการเป็นหลักใหญ่ ด้วยต้นทุนที่ต่ำที่สุด และคงไว้ซึ่งความน่าเชื่อถือได้ วิศวกรรมคุณค่าจะใช้ขณะก่อนปฏิบัติการผลิต ส่วนการวิเคราะห์คุณค่าจะเกิดขึ้นหลังจากทำการผลิตแล้วเพื่อปรับปรุงให้ผลิตภัณฑ์ดีขึ้นหรือประหยัดต้นทุนในการผลิตมากขึ้น (กัตถัญญ หิรัญญสมบูรณ์. 2545)

2. การลดความสูญเสียในกระบวนการผลิต การลดความสูญเสียในกระบวนการผลิตสามารถทำได้โดยการลดกิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดคุณค่าดังต่อไปนี้

- 1) การผลิตมากเกินไป
- 2) การรอคอย
- 3) การเคลื่อนย้ายหรือการขนย้ายที่ไม่จำเป็น
- 4) การผลิตโดยใช้ขั้นตอนมากเกินไปหรือการผลิตด้วยวิธีที่ไม่ถูกต้อง
- 5) พัสตุงคลังมากเกินไป
- 6) การเคลื่อนไหวโดยไม่จำเป็น
- 7) ขี้อบกพร่องของชิ้นส่วน
- 8) ความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานที่ไม่ได้นำมาใช้ประโยชน์

3. ระบบต้นทุนคุณภาพ

แนวคิดต้นทุนคุณภาพ (Cost of Quality) คือ การจัดการต้นทุนที่เกี่ยวข้อง กับคุณภาพ โดย

แบ่งต้นทุนที่เกิดขึ้นออกเป็น 2 ส่วน คือ (กิตติพงษ์ วิเวกานนท์. 2547)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยามให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 1) ต้นทุนคุณภาพทางตรง ได้แก่ ต้นทุนการป้องกัน และ ต้นทุนการตรวจสอบ
- 2) ต้นทุนคุณภาพทางอ้อม ได้แก่ ต้นทุนที่เกิดจากความบกพร่องด้านคุณภาพซึ่งองค์การต้องมุ่งเน้นที่ การป้องกัน และลดการเกิดต้นทุนที่เกิดจากความบกพร่อง ด้านคุณภาพเพื่อควบคุมต้นทุนโดยรวมให้ลดลงในที่สุด

2.2.3 แนวคิดด้านการจัดส่ง

ระบบการจัดส่ง เป็นการจัดการส่งกำลังบำรุงซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการห่วงโซ่อุปทานเพื่อช่วยในการวางแผน การสนับสนุนการควบคุมการไหลอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล และเก็บรักษาสินค้า บริการ กับสารสนเทศที่เกี่ยวข้องจากเริ่มต้นไปสู่อุณหภูมิสุดท้าย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า (คานานย อภิปรัชญาสกุล. 2546) โดยการจัดส่งสินค้ามีหลักการดังนี้ คือ การส่งสินค้าที่ถูกต้อง การส่งสินค้าตรงตามจำนวนที่ต้องการ การส่งสินค้าในเวลาที่ต้องการ

การส่งกำลังบำรุง (Logistics) หมายถึง กิจกรรมหรือการกระทำใดๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการ รวมถึงการเคลื่อนย้าย การจัดเก็บและการกระจายสินค้าจากแหล่งที่ผลิต จนสินค้าได้มีการส่งมอบไปยังแหล่งที่มีความต้องการ โดยกิจกรรมดังกล่าวจะต้องมีลักษณะเป็นกระบวนการแบบบูรณาการ โดยเน้นประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีเป้าหมายในการส่งมอบแบบทันเวลาพอดี (Just In Time) และเพื่อลดต้นทุน โดยมุ่งให้เกิดความพอใจแก่ลูกค้าและส่งเสริมให้เกิดมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการ ทั้งนี้กระบวนการต่างๆ ของระบบ Logistics จะต้องมียุทธศาสตร์ที่สอดคล้องประสานกัน ในการที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกันจะเห็นว่ากระบวนการต่างๆของการส่งกำลังบำรุง จะเน้นที่การปฏิสัมพันธ์ในแบบที่เป็นองค์รวมหรือบูรณาการ (Integration) ซึ่งหมายถึง กระบวนการในการจัดการให้วัตถุดิบ สินค้าและบริการเคลื่อนย้ายจากต้นทางไปยังปลายทางได้อย่างทันเวลาและมีประสิทธิภาพเป้าหมายที่สำคัญของการ ส่งกำลังบำรุง ประกอบไปด้วย

1. ความรวดเร็วในการส่งมอบสินค้า (Speed Delivery)
2. การไหลลื่นของสินค้า (Physical Flow)
3. การไหลลื่นของข้อมูลข่าวสาร (Information Flow)
4. การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของตลาด
5. ลดต้นทุนในส่วนที่เกี่ยวกับการดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าและการดูแลและขนส่งสินค้า (Cargoes Handling & Carriage Cost)
6. เพิ่มศักยภาพและประสิทธิภาพของการแข่งขัน (Core Competitiveness)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.4 แนวคิดด้านความสามารถทางวิศวกรรม

อุตสาหกรรมยานยนต์ในปัจจุบันผู้ผลิตรถยนต์ให้ความสำคัญเป็นอย่างมากกับความสามารถด้านวิศวกรรมและการร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์กับผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ โดยแบ่งความสามารถด้านวิศวกรรมออกได้ดังนี้ (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.2548)

1. ความสามารถในการออกแบบ (Design Capability)

กระบวนการออกแบบเป็นขั้นตอนที่สำคัญในการแปลงความต้องการของตลาดหรือ ลูกค้าไปสู่การปฏิบัติในกระบวนการที่เป็นรูปธรรม การออกแบบต้องทำความเข้าใจกับความต้องการของลูกค้าตามตัวแบบ Kano (Kano Model) แบ่งความต้องการออกเป็น 3 ลักษณะคือ

- 1) ความต้องการที่เป็นพื้นฐาน
- 2) ความต้องการที่คาดหวัง
- 3) ความต้องการที่น่าตื่นเต้น

ซึ่งการออกแบบในปัจจุบันมีการกระจายหน้าที่และปรับลดขั้นตอนลงพร้อมนำหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาร่วมพิจารณาออกแบบตั้งแต่เริ่มต้น

2. การสร้างเครื่องมือและอุปกรณ์ต้องเสร็จตามกำหนดเวลา
3. ความสามารถในการผลิต ที่ถูกต้องแน่นอนตรงตามที่กำหนด
4. ความสามารถในการพัฒนาปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการออกแบบชิ้นส่วนบางอย่างให้ได้ตามความต้องการของลูกค้า

2.2.5 แนวคิดด้านระบบการจัดการ

จากกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับ ด้านคุณภาพ ด้านราคา ด้านการจัดส่ง และด้านความสามารถทางด้านวิศวกรรมแล้ว องค์กรยังต้องคำนึงถึงกระบวนการอีกชนิดหนึ่ง คือระบบการจัดการ ซึ่งมีผลต่อการเติบโตและความสำเร็จของธุรกิจว่าจะดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือไม่ (กิตติพงษ์ วิเวกานนท์ และคณะ. 2547) โดยระบบ การจัดการที่สำคัญได้แก่

1. ระบบการจัดการด้านคุณภาพ ISO/TS16949

ISO/ TS16949 คือ มาตรฐานข้อกำหนดเฉพาะทางเทคนิค (Technical Specification: TS) ที่เป็นแนวทางของข้อกำหนดระบบบริหารคุณภาพของอุตสาหกรรมยานยนต์ทั่วโลก ที่ได้พัฒนาและอยู่บนพื้นฐานของข้อกำหนดมาตรฐาน ISO 9001: 2000 ดังนั้นข้อกำหนดของ ISO/TS 16949 จะอยู่บนหลักการ Plan – Do – Check – Action (PDCA) ที่มีรายละเอียดในแต่ละข้อกำหนดเกี่ยวข้องกับ การวางแผน – ปฏิบัติการ – ตรวจสอบ – และดำเนินการแก้ไขในทุกกิจกรรม ที่มีผลกระทบต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในอดีต มาตรฐานข้อกำหนดของโรงงานผู้ผลิตรถยนต์ (Original Equipment Manufacturing; OEM) และมาตรฐานเอกสารเป็นเอกสารที่ส่งวนเวียนสำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นำมาใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อกำหนดของแต่ละประเทศ ต่างก็มีมาตรฐานระบบคุณภาพที่บังคับใช้กับผู้ส่งมอบ (Supplier) ที่แตกต่างกัน เช่น Quality Operating System ของ Ford , Target for Excellent ของ General Motors, Supplier Quality Manual ของ Chrysler เป็นต้น ถึงแม้ว่าในเวลาต่อมา Big 3 ได้ตกลงร่วมกันพัฒนาระบบ QS-9000 เพื่อลดความซ้ำซ้อนก็ตาม แต่ก็ยังมีมาตรฐานที่แตกต่างกันในหลายประเทศ เช่น มาตรฐาน VDE 6.1 ของ เยอรมัน , AVSQ ของอิตาลี , EAQF ของฝรั่งเศส เป็นต้น ส่งผลให้ผู้ส่งมอบที่ส่งชิ้นส่วนรถยนต์ให้กับผู้ผลิตรถยนต์หลายๆรายในหลายๆประเทศเกิดความยุ่งยาก ลำบาก ในการดำเนินการให้สอดคล้องตามข้อกำหนดของลูกค้าแต่ละรายในแต่ละประเทศ นอกจากนี้แล้ว การจัดทำระบบที่แตกต่างกัน จะต้องมีการรองรับการตรวจประเมินที่ซ้ำซ้อนแตกต่างกันทั้งจาก Certification Body และจากแต่ละลูกค้า ทำให้เกิดการสูญเสียวเวลา และเป็นการเพิ่มต้นทุนในการผลิตที่ไม่จำเป็นและจุดมุ่งหมายของ ISO/TS 16949 เพื่อ

- 1) พัฒนาระบบบริหารคุณภาพ ที่ทำให้เกิดการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องป้องกัน

ข้อบกพร่อง และการผลิตของเสีย

- 2) สามารถประยุกต์ข้อกำหนดของ TS และข้อกำหนดของลูกค้ามาใช้ร่วมกันเป็นข้อกำหนดพื้นฐานระบบคุณภาพขององค์กร

- 3) หลีกเลี่ยงความซ้ำซ้อนในการตรวจประเมินเพื่อให้ได้การรับรองและเป็นมาตรฐานระบบคุณภาพร่วมกันของอุตสาหกรรมยานยนต์

2. ระบบการจัดการด้านคุณภาพ ISO 9000

ISO ย่อมาจากคำว่า International Standard Organization ซึ่งเป็นองค์การสากลที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการกำหนดหรือปรับมาตรฐานนานาชาติเกือบทุกประเภท เพื่อให้ประเทศต่างๆ ในโลก สามารถใช้มาตรฐานเดียวกันได้ โดยมีภารกิจหลัก คือ

- 1) ให้การสนับสนุนและพัฒนามาตรฐานและกิจกรรม ที่เกี่ยวข้องเพื่อสนองต่อการค้าขาย แลกเปลี่ยนสินค้าและบริการของนานาชาติทั่วโลก

- 2) พัฒนความร่วมมือในด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี เศรษฐศาสตร์และภูมิปัญญาของมวลมนุษยชาติ

การกำหนดมาตรฐานระบบคุณภาพ ISO 9000 ขึ้นนี้ เป็นเงื่อนไขใบเบิกทางเข้าสู่ตลาดโลก เพราะเปรียบเสมือนเป็นกุญแจที่เปิดประตูการค้าให้กว้างยิ่งขึ้น เพราะเงื่อนไขทางการค้านี้จะมุ่งที่ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ ซึ่งมาตรฐานนี้จะมุ่งเน้นการทำงานที่เป็นขั้นตอน เป็นระบบมีการบันทึกไว้เป็นหลักฐาน สามารถตรวจสอบได้ตลอดเวลา มีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง นำไปปฏิบัติอย่างได้ผล และเมื่อมีการนำการบริหารด้านระบบคุณภาพ ISO 9000 มาใช้แล้ว จะทำให้การดำเนินการธุรกิจขององค์กรนั้นๆ บรรลุเป้าหมายและนโยบายที่กำหนดอย่างมีประสิทธิภาพผลสัมฤทธิ์สำคัญของมาตรฐานคุณภาพ ISO 9000

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 1) เป็นมาตรฐานเกี่ยวกับระบบการบริหารงานไม่ใช่มาตรฐานของผลิตภัณฑ์
- 2) เป็นมาตรฐานระบบบริหารคุณภาพที่นานาชาติยอมรับและใช้เป็นมาตรฐานสากลของประเทศทั่วโลกนำไปใช้
- 3) เป็นมาตรฐานระบบบริหารคุณภาพที่สามารถนำไปใช้ได้กับองค์กรทุกประเภททั้งทางด้านอุตสาหกรรมการผลิต ธุรกิจด้านบริการ พาณิชยกรรม ทุกขนาด ไม่จำกัด
- 4) เป็นระบบการบริหารงานที่เกี่ยวกับทุกแผนกงานและพนักงานทุกคนในองค์กรมีส่วนร่วม
- 5) เป็นมาตรฐานที่ระบุข้อกำหนดที่จำเป็นต้องมีในเอกสารระบบคุณภาพ
- 6) เป็นการบริหารที่ให้ความสำคัญในเรื่องของเอกสารการปฏิบัติงาน โดยนำเอาสิ่งที่มีกรปฏิบัติอยู่แล้วมาทำเป็นเอกสารจัดเป็นหมวดหมู่ มีระบบเพื่อนำไปใช้งานได้สะดวกมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผล
- 7) เป็นระบบมาตรฐานที่เปิดโอกาสให้มีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องและยืดหยุ่นได้
- 8) เป็นระบบมาตรฐานที่ลูกค้านำทั่วโลกยอมรับ
- 9) เป็นระบบมาตรฐานสากลที่กำหนดให้มีการตรวจประเมินโดยบุคคลที่ 3 (Third Party) เพื่อให้การรับรอง จากนั้นต้องรักษาระบบบริหารคุณภาพ โดยจะมีการตรวจสอบปีละไม่ต่ำกว่า 1 ครั้งถ้าครบ 3 ปี ต้องตรวจประเมินใหม่ทั้งหมด
- 10) เป็นมาตรฐานระบบคุณภาพที่ประเทศไทยรับรองเป็นมาตรฐาน มอก. 9000

3. ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14000

ในภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม จะถูกมองว่าเป็นสาเหตุในการสร้างปัญหาให้กับสิ่งแวดล้อม ด้วยความตระหนักถึงความสำคัญในการมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม องค์กรระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐานหรือ ISO จึงได้กำหนดอนุกรมมาตรฐาน ISO 14000 (Environment Management Standards) ขึ้น เพื่อให้ประเทศสมาชิกทั่วโลกนำไปใช้เป็นมาตรฐานเดียว

ISO 14000 เป็นมาตรฐานสากลสำหรับนำไปใช้ในการจัดระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมขององค์กร ให้มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด โดยครอบคลุมถึงการจัดระบบโครงสร้างขององค์กร การกำหนดความรับผิดชอบต่อกรปฏิบัติงาน ระเบียบปฏิบัติงาน กระบวนการดูแลทรัพยากร เพื่อให้มีการจัดการและรักษาไว้ซึ่งการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม องค์กรธุรกิจสามารถจัดทำระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมและขอการรับรองได้โดยสมัครใจ แต่ต้องมีการประกาศเป็นนโยบายที่ชัดเจน มีการดำเนินการอย่างจริงจังและเป็นขั้นตอน สามารถตรวจสอบได้และต้องเปิดเผยนโยบายต่อสาธารณชนด้วย สำหรับประโยชน์ที่จะได้รับคือ ช่วยลดต้นทุนในระยะยาว เพิ่มโอกาสในการค้า สร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับองค์กร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. การบริหารการผลิตแบบทันเวลาพอดี

การบริหารการผลิตแบบทันเวลาพอดี เป็นการผลิตสินค้าและบริการที่ลูกค้าต้องการ ในปริมาณที่ลูกค้าต้องการและในเวลาลูกค้าต้องการพอดี (กัตญญู หิรัญญูสมบุรณ์. 2545: 277) โดยใช้วิธีการลดระดับสินค้าคงคลังให้ลดลงเหลือเพียงปริมาณต่ำสุด ซึ่งพอเพียงแค่ให้ระบบการผลิตดำเนินการได้อย่างราบรื่นไม่ติดขัดประกอบกับการรักษาคุณภาพให้อยู่ในระดับสูงอย่างต่อเนื่องไม่มีของเสียในกระบวนการผลิต ช่วยลดเวลาการตั้งเครื่องใหม่ และเวลารอคอยให้เป็นศูนย์หรือเหลือน้อยที่สุด ให้ระบบการผลิตมีความยืดหยุ่น และการไหลผ่านของคำสั่งซื้อให้สู่คลังสินค้าไปสู่กระบวนการผลิตเป็นไปอย่างต่อเนื่องและคล่องตัว ประโยชน์ของระบบการบริหารการผลิตแบบทันเวลาพอดีคือ

- 1) ลดระดับสินค้าคงคลังทั้งวัตถุดิบ งานระหว่างทำ และสินค้าสำเร็จรูป ซึ่งทำให้ต้นทุนการเก็บรักษาของสินค้าคงคลังลดลง
- 2) ช่วยปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ด้วยการผลิตที่ปราศจากของเสีย (Zero Defect)
- 3) ช่วยพัฒนาความสามารถของบุคลากรในการทำงานทั้งด้านคุณภาพและผลิตภาพ
- 4) เพิ่มประสิทธิภาพของการใช้เครื่องจักรให้ใช้งาน ได้คุ้มค่า
- 5) ช่วยให้ระบบการผลิตดำเนินงานอย่างคล่องตัวไม่ชะงักติดขัด ซึ่งทำให้เสียเวลา และมีความยืดหยุ่นสูงในการปรับเปลี่ยนรูปแบบของผลิตภัณฑ์ตามที่ลูกค้าต้องการ
- 6) สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดี
- 7) ลดพื้นที่ใช้สอยที่ต้องใช้ในการเก็บสินค้าคงคลัง
- 8) พัฒนาความสัมพันธ์กับผู้ขายในระยะยาว ซึ่งทำให้การจัดซื้อทำได้ง่ายขึ้นและมีประสิทธิภาพมากขึ้น
- 9) สามารถปรับการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงได้ ด้วยต้นทุนที่ต่ำและเวลาที่สั้น

5. เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต

ในปัจจุบันความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ระบบคอมพิวเตอร์ได้เข้ามามีบทบาทในการบริหารการผลิตเป็นอย่างมากเพราะเทคโนโลยีเหล่านี้มีประโยชน์หลายประการต่อการเพิ่มประสิทธิภาพ ในการผลิตโดยประเภทของเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตในปัจจุบันแบ่งออกเป็น

5.1 เทคโนโลยีทางด้านโปรแกรมคอมพิวเตอร์ (Computer Software) อันประกอบด้วย

- 1) คอมพิวเตอร์ช่วยในการออกแบบ (Computer – aided Design หรือ CAD) ใช้ในการเขียนภาพวาดทางวิศวกรรมด้วยการวาดภาพ 3 มิติ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการเขียนประกอบกับข้อมูลที่มีอยู่ โปรแกรมกราฟฟิก (Graphic) ที่ใช้ออกแบบนี้ยังสามารถทดสอบความ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทนทานต่อแรงกดดันที่มีต่อตัวผลิตภัณฑ์ได้ด้วย ซึ่งจะทำให้การออกแบบผลิตภัณฑ์รวดเร็วและประหยัดค่าใช้จ่ายมากขึ้น

2) คอมพิวเตอร์ช่วยในการผลิต (Computer – aided Manufacturing หรือ CAM) ใช้สั่งการและควบคุมเครื่องจักรกลต่าง ๆ ในระบบการผลิต โดยใช้โปรแกรมวางแผนกระบวนการผลิต ประเมินการต้นทุน วางแผนสินค้าคงคลัง ควบคุมคุณภาพ ควบคุมการเคลื่อนย้ายวัสดุ และควบคุมกระบวนการผลิตในโรงงาน คอมพิวเตอร์ช่วยในการผลิตมักใช้ควบคู่กับคอมพิวเตอร์ช่วยในการออกแบบ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต เรียกว่า CAD/CAM

3) การรวมระบบการผลิตด้วยคอมพิวเตอร์ (Computer – integrated Manufacturing หรือ CIM) เป็นการนำคอมพิวเตอร์เชื่อมโยงระบบต่าง ๆ ในการทำงาน อันได้แก่ การออกแบบผลิตภัณฑ์และวิศวกรรม การวางแผนกระบวนการผลิต การจัดการการผลิตและการขนส่ง รวมทั้งการควบคุมระบบการทำงานของเทคโนโลยีอื่น ๆ ที่ใช้ในการผลิต เช่น คอมพิวเตอร์ช่วยในการออกแบบ คอมพิวเตอร์ช่วยในการผลิต หุ่นยนต์ ระบบการผลิตแบบยืดหยุ่นให้อยู่ภายใต้ศูนย์กลางเดียวกัน ซึ่งจะเชื่อมโยงประสานงานกันทั้งหมดการรวมระบบการผลิตโดยใช้คอมพิวเตอร์กว้างและครอบคลุมงานทั่วทั้งองค์กร แต่ก็มีราคาแพงมากถ้าจะใช้เต็มระบบ จึงมีการแบ่งใช้เฉพาะบางส่วนขององค์กร โดยการรวมระบบการผลิตโดยคอมพิวเตอร์จะประสานงานให้คน เครื่องจักร ข้อมูล ข่าวสาร และการตัดสินใจทำงานสอดคล้องกันอย่างมีประสิทธิภาพ

5.2 เทคโนโลยีทางด้านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ทางกายภาพ (Computer Hardware) อันประกอบด้วย

1) เครื่องจักรที่ควบคุมด้วยตัวเลข (Numerically Controlled Machine หรือ NC) เป็นการรวมตัวของเครื่องจักรกลและคอมพิวเตอร์ซึ่งสั่งการวิธีการผลิตและควบคุม โดยใช้ข้อมูลบนเทปแม่เหล็ก การใช้เครื่องจักรที่ควบคุมด้วยตัวเลขเป็นขั้นแรกของการใช้หุ่นยนต์ในอุตสาหกรรมเครื่องจักรที่ควบคุมด้วยตัวเลข

2) การควบคุมอุปกรณ์ด้วยคอมพิวเตอร์เชิงเลข (Computer Numerical Control หรือ CNC) เป็นการนำคอมพิวเตอร์ขนาดเล็ก (Mini Computer) ควบคุม

3) การควบคุมด้วยตัวเลขโดยตรง (Direct Numerical Control หรือ DNC) เป็นการเชื่อมโยงเครือข่ายด้วยคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ (Mainframe Computer) ซึ่งทุกสถานีการผลิตสามารถส่งข้อมูลมาที่หน่วยความจำของ DNC ได้

4) หุ่นยนต์อุตสาหกรรม (Robotics) เป็นแขนกลที่เคลื่อนไหวได้ ใช้ทำงานหนักที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ และความปลอดภัยของมนุษย์ มักใช้ทำงานที่มีสถานะแวดล้อมที่เสี่ยงหรือทำงานที่ต้องทำต่อเนื่องกันเป็นเวลายาวนาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5) การจัดการวัสดุแบบอัตโนมัติ (Automated Material Handling หรือ AMH) ใช้ในการขนส่ง จัดเก็บหรือดึงสินค้าคงคลังเข้าออกจากคลังสินค้าตามตำแหน่งที่จัดวางไว้ การจัดการวัสดุแบบอัตโนมัติช่วยให้การเคลื่อนย้ายรวดเร็ว ใช้พื้นที่เก็บสินค้าน้อย และลดความเสียหายจากการขนส่ง

6) ระบบการเก็บและคืนอย่างอัตโนมัติ (Automated Storage and Retrieval System หรือ AS/RS) โดยใช้คอมพิวเตอร์เคลื่อนย้ายสินค้าคลัง

7) ยานพาหนะอัตโนมัติ (Automated Guided Vehicle หรือ AGV) เป็นถาดหรือรถใส่ของที่ควบคุมโดยระบบอิเล็กทรอนิกส์โดยไม่ใช้คนขับเลยโดยสามารถเคลื่อนย้ายสินค้าคงคลังได้ทั่วทั้งคลังสินค้าทั้งเครื่องจักรที่ควบคุมด้วยตัวเลขหุ่นยนต์และการจัดการวัสดุแบบอัตโนมัติสามารถนำมารวมกันอย่างเป็นระบบเรียกว่าเซลล์การผลิต (Manufacturing Cell)

8) ระบบการผลิตแบบยืดหยุ่น (Flexible Manufacturing System หรือ FMS) เป็นการสั่งงานและจัดการแก่สถานีการผลิตหรือเซลล์การผลิตทั้งหมด โดยใช้คอมพิวเตอร์ส่วนกลางควบคุมอุปกรณ์ทางกายภาพของคอมพิวเตอร์ทั้งหมด เข้าด้วยกัน ซึ่งจะทำให้ประสิทธิภาพของการทำงานสูงสุด เครื่องจักรทั้งหลายมีอัตราการใช้งาน (Utilization) สูงสุด ลดเวลาการตั้งเครื่องใหม่ สั่งการเครื่องจักรได้รวดเร็วให้สลับกันทำงาน และทำการบำรุงรักษาได้โดยระวางมิให้เกิดสภาวะคอขวดขึ้น

6. การจัดการโซ่อุปทาน

เนื่องด้วยสถานการณ์ในการดำเนินธุรกิจเปลี่ยนไป ปัจจุบันการจัดการธุรกิจไม่ได้มาจากการดำเนินงานขององค์กรใดองค์กรหนึ่งเท่านั้น หากแต่เป็นความสำเร็จที่มาจากการทำงานร่วมมือกันระหว่างหลายๆบริษัทที่สนับสนุนซึ่งกันและกันเป็นลักษณะคล้ายลูกโซ่ เช่น บริษัทผู้ค้าที่ขายวัตถุดิบ บริษัทผู้ผลิต บริษัทจัดส่งสินค้า บริษัท ขยายปลีก ลูกค้า ความสำเร็จทางธุรกิจจะได้จากความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก หากธุรกิจสามารถผลิตสินค้าที่ทำให้ลูกค้าพอใจ เช่น คุณภาพตามที่ลูกค้าต้องการ ราคาต่ำและรวดเร็ว มีบริการหลังการขายที่ดี มีรูปแบบสินค้าให้ลูกค้าเลือกได้มากมายหรือผู้ผลิตสามารถผลิตสินค้าได้หลากหลายรูปแบบหรือพัฒนาสินค้าได้รวดเร็ว ก็ย่อมจะมีโอกาสประสบความสำเร็จ นำไปสู่การเป็นบริษัทชั้นนำของโลกได้ในอนาคต

การจัดการห่วงโซ่อุปทานเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ธุรกิจต่างๆ ให้ความสนใจ เพราะถือเป็นการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับกิจการ โดยอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศและพัฒนาระบบห่วงโซ่อุปทานออกไปสู่ระดับโลก เพื่อให้ในแต่ละกระบวนการมีการเชื่อมโยงกันมากขึ้น เป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน เพิ่มกำไรลดต้นทุน สร้างความได้เปรียบ เกิดผลประโยชน์สูงสุดต่อองค์กรการจัดการห่วงโซ่อุปทานเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบูรณาการและการจัดการองค์กรที่มีการนำ ห่วงโซ่อุปทานและกิจกรรมต่างๆ รวมถึงกิจกรรมความสัมพันธ์และความร่วมมือ ซึ่งมีเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลกระทบต่อกระบวนการทางธุรกรรมในการที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดกับสินค้าและบริการ เพื่อที่จะสร้างความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน กระบวนการต่างๆในการจัดการโซ่อุปทานประกอบไปด้วย

- 1) กระบวนการบริการเสริมการตลาด (Customers promotion) และการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management)
- 2) การพยากรณ์ยอดขาย (Sale forecasting)
- 3) การวางแผนการผลิตและจำหน่าย (Production & Distribution planning)
- 4) การรับคำสั่งซื้อ (Full fill order)
- 5) การจัดซื้อ จัดจ้าง (Procurement) ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เริ่มตั้งแต่การเลือกแหล่งผลิตหรือแหล่งที่จะซื้อ กำหนดระยะเวลาในการจัดซื้อ ไปจนถึงการกำหนดปริมาณและคุณภาพของวัตถุดิบหรือสินค้าอื่นๆที่จะจัดซื้อ
- 6) การวางแผนการผลิตแบบ Real Time
- 7) การบรรจุหีบห่อ (Packaging)
- 8) การจัดการคลังสินค้า (Warehouse) และการกระจายสินค้า (Distribution)
- 9) ตัวแทนจัดจำหน่ายสินค้า (Sale agent) หรือตัวแทนขาย
- 10) การจัดการด้านการเคลื่อนย้ายและการขนส่ง (Moving & transportation)
- 11) การจัดการความสัมพันธ์ด้านอุปทาน (Supplier Relationship Management) SRM
- 12) การจัดการข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับด้านอุปสงค์และอุปทาน

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบขององค์การธุรกิจ

ประเทศไทยอยู่ในระบบเศรษฐกิจแบบผสมซึ่งกระบวนการผลิต และจำหน่ายสินค้าย่อมสามารถดำเนินการได้โดยองค์การธุรกิจในรูปแบบต่างๆ ซึ่งมีลักษณะแตกต่างกันตามประเภทของการเป็นเจ้าของกิจการ (By ownership) ฉะนั้นประเภทขององค์การธุรกิจก็คือ ธุรกิจที่มีโครงสร้างซึ่งกำหนดโดยลักษณะการเป็นเจ้าของธุรกิจนั้นๆ ซึ่งอาจจำแนกได้ดังนี้ (วรรณธ งามมณี . 2545)

2.3.1 ธุรกิจแบบเอกชนคนเดียวเป็นเจ้าของ (Sole proprietorship)

ธุรกิจแบบนี้มีบุคคลเดียวเป็นเจ้าของและดำเนินการแสวงหากำไร ตลอดจนยอมรับความเสี่ยงต่อการขาดทุนเพียงผู้เดียวนับเป็นธุรกิจที่นิยมอย่างแพร่หลายและมีจำนวนมากกว่าธุรกิจแบบอื่นๆ ในประเทศไทย เช่นการค้าขาย รายย่อย หาบเร่ เป็นต้น เนื่องจากสามารถเริ่มต้นด้วยทุนไม่มากผู้เป็นเจ้าของธุรกิจแบบนี้ จะต้องตัดสินใจในการที่จะขยายหรือลดกิจการรวมทั้งจัดหาทุนและต้องขอใช้นี้สินเมื่อกิจการล้มเหลว ซึ่งเจ้าหน้าที่มีสิทธิเรียกเอาเงินหรือทรัพย์สินส่วนตัวของผู้เป็นเจ้าของมาชดเชยจนกว่าจะครบกำหนดได้ การดำเนินธุรกิจแบบนี้ จึงมักเป็นกิจการขนาดเล็กไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพราะความรู้ความสามารถและเงินทุนของเจ้าของกิจการมีจำกัด และหากต้องการขยายกิจการก็มักจะทำได้ลำบากในเรื่องที่จะหาเงินทุนเพราะหลักประกันไม่มั่นคงพอแก่การเชื่อถือ อย่างไรก็ตาม ธุรกิจแบบเอกชนคนเดียวเป็นเจ้าของ

เงินทุนเพราะหลักประกันไม่มั่นคงพอแก่การเชื่อถือ อย่างไรก็ตาม ธุรกิจแบบเอกชนคนเดียวเป็นเจ้าของนี้ ก็ยังมีความสำคัญต่อการผลิต การจำหน่าย และการบริการในระบบเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนา แม้สหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นประเทศพัฒนาแล้วก็ยังมีธุรกิจแบบนี้อยู่มากมาย

2.3.2 ธุรกิจแบบห้างหุ้นส่วน (Partnership)

รูปแบบของธุรกิจนี้มีบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปรับผิดชอบร่วมกันในการดำเนินกิจการ โดยตกลงจะออกตามทีตกลงกัน และถ้าดำเนินธุรกิจได้กำไรหรือขาดทุนก็ตาม จะแบ่งความรับผิดชอบหรือผลประโยชน์ตามส่วนของเงินที่นำมาลงทุน ธุรกิจแบบนี้สืบต่อความคิดมาจากธุรกิจแบบเอกชนคนเดียวเป็นเจ้าของ กล่าวคือ เมื่อดำเนินกิจการค้าก้าวหน้าจนถึงระยะที่ต้องการเงินทุนและจัดการเพิ่มขึ้นเจ้าของก็จะแสวงหาบุคคลที่ไว้วางใจได้เข้ามาเป็นหุ้นส่วนร่วมดำเนินกิจการธุรกิจแบบนี้มีอยู่ 2 ชนิดได้แก่

1. ห้างหุ้นส่วนสามัญ (Ordinary partnership) ได้แก่ ห้างหุ้นส่วนซึ่งทุกคนต้องรับผิดชอบในหนี้สินทั้งหมดโดยไม่จำกัดจำนวน (Unlimited liability)

2. ห้างหุ้นส่วนจำกัด (Limited partnership) ได้แก่ ห้างหุ้นส่วนประเภทซึ่งเป็นหุ้นส่วน 2 จำพวก คือ พวกหนึ่งมีความรับผิดชอบจำกัด (Limited liability) เพียงจำนวนเงินที่ตนรับจะลงทุนในหุ้นส่วนนั้นๆ และอีกพวกหนึ่งมีความรับผิดชอบในหนี้สินของห้างหุ้นส่วนไม่จำกัดจำนวน หุ้นส่วนทั้ง 2 ประเภทนี้จะต้องมีหุ้นส่วนอย่างน้อยประเภทละ 1 คน

2.3.3 ธุรกิจแบบบริษัท (Corporation)

ครอบครัวหรือกรณีผู้ใกล้ชิดอย่างไรในห้างหุ้นส่วน ด้วยเหตุผลนี้ธุรกิจแบบบริษัทจำกัดจึงสามารถหาเงินทุนได้มากเพียงพอกับความต้องการของธุรกิจ ในปัจจุบันการตั้งบริษัทจำกัดในประเทศมีข้อบังคับปลีกย่อยแตกต่างกัน แต่มีลักษณะที่สำคัญคือ มีสภาพเป็นนิติบุคคลตามกฎหมายบริษัทมีสิทธิหน้าที่ของตนเองเป็นเจ้าของสินทรัพย์ใดๆ ในนามของตนเองหรือทำการซื้อขายในนามของบริษัทโดยไม่เกี่ยวกับบุคคลผู้ถือหุ้นเลย และบริษัทจำกัดเป็นหน่วยธุรกิจที่ไม่เล็กล้มได้ง่ายอย่างกรณีห้างหุ้นส่วน แต่บริษัทจำกัดมีอายุยืนนานการล้มเลิกยอมเป็นไปตามข้อตกลงบริษัทจำกัดแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. บริษัทเอกชนจำกัด ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาตรา 1096 บัญญัติว่า "อันว่าบริษัทจำกัดนั้น คือบริษัทประเภทซึ่งจัดตั้งด้วยการแบ่งทุนออกเป็นหุ้นมีมูลค่าเท่าๆกัน โดยมีผู้ถือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หุ้นไม่ถึงร้อยคนรวมทั้งนิติบุคคล (ถ้ามี) ผู้ถือหุ้นดังกล่าวต่างรับผิดชอบจำนวนเพียงไม่เกินจำนวนเงินที่ตนยังส่งไม่ครบตามมูลค่าที่ตนถือ”

2. บริษัทมหาชนจำกัด มุ่งเน้นจะทำธุรกิจขนาดใหญ่ โดยอาศัยเงินทุนจากการขายหุ้นต่อประชาชนส่วนใหญ่ โดยไม่จำกัดจำนวนผู้ถือหุ้นและมีอัตราส่วนการถือหุ้นมากน้อยเท่าใดก็ได้ ตามพระราชบัญญัติ บริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535 มาตรา 15 บัญญัติว่า “บริษัทมหาชน จำกัด คือ บริษัทที่ดั่งขึ้นด้วยความประสงค์ที่จะเสนอขายหุ้นต่อประชาชน โดยผู้ถือหุ้นมีความรับผิดชอบ จำกัดไม่เกินจำนวนค่าหุ้นที่ต้องชำระ

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิรพงศ์ แก่นทรัพย์ (2549 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ของผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศไทย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านระบบคุณภาพในการผลิต การควบคุมต้นทุนการผลิต ระบบการจัดส่ง ความสามารถด้านวิศวกรรม และระบบการจัดการ โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้ 1. เพื่อศึกษาถึงระดับความสำคัญที่ผู้บริหารให้กับปัจจัยในการคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศไทยในด้านระบบคุณภาพในการผลิต การควบคุมต้นทุนการผลิต ระบบการจัดส่ง ความสามารถด้านวิศวกรรม และระบบการจัดการ 2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญที่ผู้บริหารให้กับปัจจัยในการคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ โดยจำแนกตามค่ายรถยนต์ และประเภทของรถยนต์ 3. เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลร่วมกันระหว่างค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์ที่มีผลต่อระดับความสำคัญที่ผู้บริหารให้กับปัจจัยในการคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ โดยสถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบสองทาง โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และ 0.01 โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS For Windows ในการประมวลผล ผลการวิจัยพบว่า

1. ความคิดเห็นของผู้บริหารในการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านระบบการจัดส่ง และความสามารถด้านวิศวกรรม อยู่ในระดับมากที่สุด และให้ความสำคัญปัจจัยด้านระบบคุณภาพในการผลิต การควบคุมต้นทุนการผลิต และระบบการจัดการอยู่ในระดับมาก

2. เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารที่อยู่ในค่ายรถยนต์ที่ต่างกันในการให้ความสำคัญต่อปัจจัยในแต่ละด้าน พบว่า ด้านความสามารถด้านวิศวกรรม และระบบการจัดการ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านระบบคุณภาพในการผลิต การควบคุมต้นทุนการผลิต และระบบการจัดส่ง พบว่ามีความคิดเห็นแตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารที่อยู่ในบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ประเภทที่ต่างกัน ในการให้ความสำคัญต่อบัจจัยในแต่ละด้าน พบว่าด้านการควบคุมต้นทุนการผลิตและระบบการจัดการ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านระบบคุณภาพในการผลิต ระบบการจัดส่ง และความสามารถด้านวิศวกรรม พบว่ามีความคิดเห็นแตกต่างกัน

4.ทดสอบอิทธิพลร่วมกันค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์ที่มีผลต่อ ความคิดเห็นของผู้บริหารในการให้ความสำคัญต่อบัจจัยในแต่ละด้าน คือ ด้านระบบคุณภาพในการผลิตการควบคุมต้นทุนการผลิต ระบบการจัดส่ง ความสามารถด้านวิศวกรรม และระบบการจัดการ พบว่าค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์ ไม่มีอิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหาร

โกวิทย์ ปฎิมาพรเทพ (2550 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกผู้ส่งมอบงานบริการซ่อมบำรุงลูกกลิ้งของผู้บริหารหน่วยงานหลักของโรงงานผลิตรถยนต์ในประเทศไทย ใน 5 ด้าน ซึ่งได้แก่ คุณภาพในการบริการ ราคาบริการ ระบบการจัดส่ง ความสามารถทางวิศวกรรม และระบบการจัดการ โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้ 1) ศึกษาถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญของ ปัจจัยในการคัดเลือกแต่ละด้าน 2) เปรียบเทียบความคิดเห็นในการให้ความสำคัญของปัจจัยในการ คัดเลือกแต่ละด้าน โดยจำแนกตามลักษณะของ โรงงานผลิตรถยนต์ได้แก่ ประเภทของผลิตภัณฑ์หลัก ปริมาณการผลิตต่อปี และสถานะการรับรองระบบบริหารคุณภาพตามมาตรฐาน ISO 9001 : 2000 3) ศึกษาอิทธิพลร่วมกันระหว่างลักษณะของ โรงงานผลิตรถยนต์ด้าน ประเภทของผลิตภัณฑ์หลักและปริมาณการผลิตต่อปี ส่งผลต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของ โรงงานผลิตรถยนต์ ในการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการคัดเลือกแต่ละด้าน โดยสถิติที่ใช้ในการวิจัยคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบมี 2 ตัวประกอบ (Two-way ANOVA) และการวิเคราะห์โดยวิธี Independent t-test โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และ 0.01 โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS for Windows ในการประมวลผล ผลการวิจัยพบว่า

1. ความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของ โรงงานผลิตรถยนต์ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านต่าง ๆ ในการคัดเลือกผู้ส่งมอบงานบริการซ่อมบำรุงลูกกลิ้งอยู่ในระดับมาก โดยเมื่อพิจารณา ความสำคัญของปัจจัยด้านต่าง ๆ พบว่าสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้คือ ระบบการจัดส่ง ราคาบริการ คุณภาพในการบริการ ความสามารถทางวิศวกรรม และระบบ การจัดการ ตามลำดับ

2. เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของ โรงงานผลิตรถยนต์ที่มีประเภทของผลิตภัณฑ์หลักต่างกันในการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการคัดเลือกแต่ละด้านพบว่า ปัจจัยด้านราคาบริการ มีความคิดเห็นแตกต่างกัน ส่วนปัจจัยด้านคุณภาพในการบริการ ระบบการจัดส่ง ความสามารถทางวิศวกรรม และระบบการจัดการ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของโรงงานผลิตกระดาษที่มีปริมาณการผลิตต่อปีแตกต่างกันในการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการคัดเลือกแต่ละด้านพบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพในการบริการ ระบบการจัดการ มีความคิดเห็นแตกต่างกัน ส่วนปัจจัยด้านราคา บริการ ระบบการจัดส่ง และความสามารถทางวิศวกรรม มีความคิดเห็น ไม่แตกต่างกัน

4. เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของโรงงานผลิตกระดาษที่มีสถานะการรับรองระบบบริหารคุณภาพตามมาตรฐาน ISO 9001 : 2000 แตกต่างกันใน การให้ความสำคัญ กับปัจจัยในการคัดเลือกแต่ละด้านพบว่า ปัจจัยด้านระบบการจัดการ มีความคิดเห็นแตกต่างกัน ส่วนปัจจัยด้านคุณภาพในการบริการ ราคาบริการ ระบบการจัดส่ง และความสามารถทางวิศวกรรม มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

5. ทดสอบอิทธิพลร่วมกันระหว่างลักษณะของโรงงานผลิตกระดาษด้านประเภทของผลิตภัณฑ์หลักและปริมาณการผลิตต่อปีที่ส่งผลต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของโรงงานผลิตกระดาษในการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการคัดเลือกแต่ละด้าน พบว่าปัจจัยด้านคุณภาพในการบริการ ราคาบริการ ระบบการจัดส่ง ระบบการจัดการ พบว่าประเภทของผลิตภัณฑ์หลัก และ ปริมาณการผลิตต่อปีไม่มีอิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลัก ส่วนปัจจัยด้านความสามารถทางวิศวกรรม พบว่าประเภทของผลิตภัณฑ์หลักและปริมาณการผลิตต่อปีมี อิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลัก

สันติ บุญประเสริฐ (2551 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยในการคัดเลือกผู้จัดจำหน่ายวัสดุสิ้นเปลืองของบริษัท ประกอบฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ในประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยในการคัดเลือกผู้จัดจำหน่ายวัสดุสิ้นเปลืองของผู้เกี่ยวข้องกับการจัดหาและจัดซื้อ บริษัทประกอบฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ในประเทศไทย 2) เพื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการคัดเลือกผู้จัดจำหน่ายวัสดุสิ้นเปลืองของผู้เกี่ยวข้องกับการจัดหาและจัดซื้อ บริษัทประกอบฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ในประเทศไทย โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงานในบริษัท หน่วยงานที่สังกัด และพฤติกรรมการจัดหาและจัดซื้อ ได้แก่ ประเภทของวัสดุสิ้นเปลืองหลักและความถี่ในการจัดหาและจัดซื้อวัสดุสิ้นเปลือง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้เกี่ยวข้องกับการจัดหาและจัดซื้อวัสดุสิ้นเปลืองของบริษัทประกอบฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ในประเทศไทยจำนวน 65 คน ซึ่งได้จากการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม และนำข้อมูลที่ได้นำวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน One-way ANOVA ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยในการคัดเลือกผู้จัดจำหน่ายวัสดุสิ้นเปลืองของผู้เกี่ยวข้องกับการจัดหาและจัดซื้อของบริษัทประกอบฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ในประเทศไทยโดยรวม มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซึ่งมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.827 เมื่อพิจารณาปัจจัยในแต่ละด้านพบว่าด้านระบบการจัดส่ง มีระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมากที่สุด และด้านความสามารถทางวิศวกรรม ด้านคุณภาพในการบริการ ด้านราคาและด้านระบบการจัดการมีระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมาก

2. การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการจัดการและจัดซื้อต่อระดับปัจจัยในการคัดเลือกผู้จัดจำหน่ายวัสดุสิ้นเปลืองของผู้เกี่ยวข้องกับการจัดหาและจัดซื้อ บริษัทประกอบฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ในประเทศไทยได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงานในบริษัท หน่วยงานที่สังกัด ประเภทของวัสดุสิ้นเปลืองหลักและความถี่ในการจัดหาและจัดซื้อวัสดุสิ้นเปลืองในภาพรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัยตามลำดับดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานฝ่ายจัดซื้อได้แก่ ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ หัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ และเจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ หรือผู้มีอำนาจในการพิจารณาคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ จำนวน 265 บริษัท

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดที่ยอมรับได้จากการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ว่าเพียงพอที่จะใช้เป็นตัวแทนของประชากรได้นั้น ผู้วิจัยใช้สูตรการคำนวณของ Yamane

$$n = N / (1 + Ne^2) \quad (3.1)$$

เมื่อ e = ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างโดยการวิจัยซึ่งกำหนดที่ร้อยละ 5

N = จำนวนประชากรในการศึกษานี้จำนวน 265 ราย

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษา

จากการคำนวณตามสูตรของ Yamane เมื่อแทนค่าในสูตร

$$n = 265 / (1 + (265 \times 0.05^2))$$

$$= 160$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้ค่าขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คือ 160 ตัวอย่าง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามจะถูกส่งไปให้กลุ่มตัวอย่างทางไปรษณีย์ โดยคำถามจะมีทั้งคำถามแบบปิดที่กำหนดคำตอบไว้ให้ผู้ตอบเลือกตอบ โดยมีขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถามดังนี้

1. ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร ข้อความทางวิชาการ ตำราวิชาการ วารสาร สื่อสิ่งพิมพ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตและแนวทางในการจัดทำแบบสอบถามให้สอดคล้องกับประเด็นปัญหาและวัตถุประสงค์

2. จากข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้านำมาสร้างแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามดังกล่าวมีส่วนประกอบสำคัญ 2 ตอน คือ

แบบสอบถามตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์กร ได้แก่ขนาดของบริษัท นโยบายบริษัท โครงสร้างองค์กร สัญชาติของผู้ประกอบการ ลักษณะกิจการ วิธีการจัดซื้อ

แบบสอบถามตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตขึ้นส่วนธุรกิจรายนยนต์ในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพ ด้านราคา ด้านการจัดส่ง ด้านความสามารถทางด้านวิศวกรรม และ ด้านระบบการจัดการ โดยแบบสอบถามในตอนที่ 2 นี้มีลักษณะแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) ตาม วิธีของ รินซี ลิเคิร์ต (Rensis Likert) ผู้ตอบแบบสอบถามจะให้ระดับความสำคัญของเกณฑ์การคัดเลือกตามระดับการประเมิน 5 ระดับ

3. จัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับร่างนำไปทดลองใช้กับผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 30 ราย ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

4. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้เหมาะสม ก่อนดำเนินการเก็บข้อมูล

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ไปยังกลุ่มตัวอย่างเพื่อขออนุญาตสอบถามข้อมูลเพื่อการวิจัย

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ตอบกลับคืนมาได้แล้วนำมาตรวจความครบถ้วนสมบูรณ์จากนั้นนำมาตรวจการให้คะแนนและนำผลคะแนนมาทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้เอกซเรย์โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยมีการจำแนกรายละเอียดในการวิเคราะห์ออกเป็นขั้นตอนดังนี้ การคำนวณค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความถี่ ค่าความแปรปรวน ค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย ค่าความสัมพันธ์ การคำนวณค่าความน่าจะเป็น และค่าความน่าจะเป็นที่ผิดเพี้ยน ซึ่งการคำนวณค่าเหล่านี้จำเป็นต้องใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยมีการจำแนกรายละเอียดในการวิเคราะห์ออกเป็นขั้นตอนดังนี้ การคำนวณค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความถี่ ค่าความแปรปรวน ค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย ค่าความสัมพันธ์ การคำนวณค่าความน่าจะเป็น และค่าความน่าจะเป็นที่ผิดเพี้ยน ซึ่งการคำนวณค่าเหล่านี้จำเป็นต้องใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

1. การวิเคราะห์ผลการศึกษาเชิงพรรณนา โดยการนำเสนอค่าสถิติเป็นจำนวน และร้อยละ และนำเสนอในรูปตารางพร้อมคำอธิบาย สำหรับข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยด้านองค์การ

2. การวิเคราะห์ผลการศึกษาเชิงพรรณนาโดยการนำเสนอค่าสถิติเป็นค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความสำคัญและลำดับที่ของเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ สำหรับข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 2 โดยใช้การแปลความหมายของเกณฑ์การตัดสินใจ ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
1.000 - 1.500	น้อยที่สุด
1.501 - 2.500	น้อย
2.501 - 3.500	ปานกลาง
3.501 - 4.500	มาก
4.501 - 5.000	มากที่สุด

ที่มา : ประคอง กรรณสูตร (2525)

การแปลความหมายของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสำหรับ Likert Scale ที่มีคำตอบให้เลือกทั้งหมด 5 ระดับ จะใช้เกณฑ์ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541 : 74)

ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.000-0.999 หมายถึง การให้ระดับความสำคัญของเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ไม่แตกต่างกันมาก

ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.000 ขึ้นไป หมายถึง การให้ระดับความสำคัญของเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์แตกต่างกันมาก

3.5.3 การทดสอบสมมติฐาน

นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์แบบสอบถามมาทดสอบสมมติฐาน โดยสมมติฐานการวิจัยที่ต้องการทดสอบ แสดงดังตารางที่ 3.2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.2 สมมติฐานการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการทดสอบ

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1 บริษัทที่มีขนาดของบริษัทแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์แตกต่างกัน	t-Test
สมมติฐานที่ 2 บริษัทที่มีนโยบายบริษัทแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์แตกต่างกัน	t-Test
สมมติฐานที่ 3 บริษัทที่มีโครงสร้างองค์กรแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์แตกต่างกัน	t-Test
สมมติฐานที่ 4 บริษัทที่มีสัญชาติของผู้ประกอบการแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์แตกต่างกัน	t-Test
สมมติฐานที่ 5 บริษัทที่มีลักษณะกิจการแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์แตกต่างกัน	t-Test
สมมติฐานที่ 6 บริษัทที่มีวิธีการจัดซื้อแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์แตกต่างกัน	t-Test

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ

3.5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นสถิติที่นำมาใช้บรรยายคุณลักษณะของข้อมูลที่เกี่ยวข้องมาจากกลุ่มประชากรที่นำมาศึกษา ได้แก่

3.5.1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถามตอนที่ 1 ในเรื่องเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์กร

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนของข้อมูลในแต่ละข้อ}}{\text{จำนวนรวมทั้งหมด}} \times 100 \quad (3.2)$$

3.5.1.2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 2 เกี่ยวกับระดับความสำคัญของเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพ ด้านราคา ด้านการจัดส่ง ด้านความสามารถทางด้านวิศวกรรม และ ด้านระบบการจัดการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n} \quad (3.3)$$

เมื่อ	\bar{X}	หมายถึง	ค่าเฉลี่ยเลขคณิตของกลุ่มตัวอย่าง
	n	หมายถึง	จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม
	$\sum X$	หมายถึง	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

3.5.1.3 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการวิเคราะห์และแปลความหมายของข้อมูลต่างๆ ร่วมกับค่าเฉลี่ย เพื่อแสดงถึงลักษณะการกระจายของคะแนน

$$S.D. = \sqrt{\frac{n \sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}} \quad (3.4)$$

เมื่อ	$S.D.$	หมายถึง	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
	X	หมายถึง	คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง
	n	หมายถึง	จำนวนของข้อมูลในกลุ่มตัวอย่าง

3.5.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

เป็นสถิติที่ใช้สรุปถึงระดับความสำคัญของเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพ ด้านราคา ด้านการจัดส่ง ด้านความสามารถทางด้านวิศวกรรม และ ด้านระบบการจัดการจำแนกตามปัจจัยด้านองค์การ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ t-Test ซึ่งใช้ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระ 2 กลุ่ม (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2540 :162-163) ขั้นตอนการวิเคราะห์โดย วิธี Independent t-test มีดังต่อไปนี้

1. เปลี่ยนสมมติฐานวิจัยเป็นสมมติฐานสถิติ
2. สมมติฐานสถิติที่ใช้ทดสอบ

$H_0: \mu_1 = \mu_2$ หรือค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ 2 ไม่แตกต่างกัน

$H_1: \mu_1 \neq \mu_2$ หรือค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ 2 แตกต่างกัน

3. สถิติที่ใช้ทดสอบ

กรณีที่ 1 เมื่อ $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$t = \frac{(\bar{X}_1 - \bar{X}_2) - (\mu_1 - \mu_2)}{S_p \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}} \quad (3.5)$$

เมื่อ

$$S_p^2 = \frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \quad (3.6)$$

$$S_i^2 = \frac{\sum x_i^2 - \frac{(\sum x_i)^2}{n}}{n_i - 1} \quad (3.7)$$

กรณีที่ 2 เมื่อ $\sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$

$$t = \frac{(\bar{X}_1 - \bar{X}_2) - (\mu_1 - \mu_2)}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}} \quad (3.8)$$

โดยมี

$$df, v = \frac{\left[\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2} \right]^2}{\left[\frac{S_1^2}{n_1} \right]^2 + \left[\frac{S_2^2}{n_2} \right]^2} \quad (3.9)$$

4. การตัดสินใจ

เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญ = α

ถ้าค่า t ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า t จากตารางที่ $df = n_1 + n_2 - 2$ หรือ V หรือ ถ้าโปรแกรมให้ค่า p-value ซึ่งเป็นค่าความน่าจะเป็นของกลุ่มตัวอย่างที่จะมีค่า t มากกว่าค่า t ที่คำนวณได้ ถ้าค่า p-value มีค่าน้อยกว่า α จะปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 นั่นคือยอมรับว่า $\mu_1 \neq \mu_2$ หรือค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ 2 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ถ้าค่า t ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับเมื่อเปรียบเทียบกับค่า t จากตารางที่ $df = n_1 + n_2 - 2$ หรือ V แล้วแต่กรณี หรือ ถ้ามีค่า p-value มากกว่าหรือเท่ากับ α จะยอมรับ H_0 นั่นคือยอมรับว่า $\mu_1 = \mu_2$ หรือค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ 2 ไม่แตกต่างกัน

การทดสอบ $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การที่จะเลือกใช้สูตรกรณีที่ 1 หรือ 2 นั้น จำเป็นต้องทดสอบว่า $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$ หรือไม่ โดยทำการทดสอบโดยใช้ F-test ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

$$\text{สมมติฐานสถิติ } H_0 : \sigma_1^2 = \sigma_2^2$$

$$H_1 : \sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$$

สถิติที่ใช้ทดสอบ

$$F = \frac{S_1^2}{S_2^2} \quad \text{เมื่อ } S_1 > S_2, \quad df = (n_1 - 1), (n_2 - 1) \quad (3.11)$$

$$\text{หรือ} \quad F = \frac{S_2^2}{S_1^2} \quad \text{เมื่อ } S_2 > S_1, \quad df = (n_2 - 1), (n_1 - 1) \quad (3.12)$$

การตัดสินใจ

เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญ $= \alpha$

ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเทียบกับค่า F จากตารางที่ $df = (n_1 - 1), (n_2 - 1)$ หรือ $df = (n_2 - 1), (n_1 - 1)$ แล้วแต่กรณี จะปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 นั่นคือยอมรับว่า $\sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$

ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับเมื่อเทียบกับค่า F จากตารางที่ $df = (n_1 - 1), (n_2 - 1)$ หรือ $df = (n_2 - 1), (n_1 - 1)$ แล้วแต่กรณี จะยอมรับ H_0 นั่นคือยอมรับว่า $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ โดยผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 160 ราย โดยผู้วิจัยขอเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับ ดังนี้

4.1 ข้อมูลปัจจัยด้านองค์การ

4.2 ระดับความสำคัญของเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์

4.3 ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญของเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์จำแนกตามปัจจัยด้านองค์การ

4.1 ข้อมูลปัจจัยด้านองค์การ

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านองค์การซึ่งประกอบด้วยขนาดของบริษัท นโยบายของบริษัท ลักษณะผู้ประกอบการ โครงสร้างองค์การ ลักษณะกิจการและวิธีการจัดซื้อ ได้ผลการวิเคราะห์ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามปัจจัยด้านองค์การ

ปัจจัยด้านองค์การ	จำนวน	ร้อยละ
ขนาดของบริษัท		
- ขนาดกลาง	23	14.4
- ขนาดใหญ่	137	85.6
รวม	160	100.0
นโยบายของบริษัท		
- มุ่งเน้นส่วนแบ่งการตลาด	29	18.1
- มุ่งเน้นด้านอื่น	131	81.9
รวม	160	100.0
โครงสร้างองค์การ		
- มีฝ่ายวิจัยและพัฒนา	119	74.4
- ไม่มีฝ่ายวิจัยและพัฒนา	41	25.6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับ **รวม** ซึ่งงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ **160** ไปใช้ประโยชน์ **100.0** การค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยด้านองค์การ	จำนวน	ร้อยละ
สัญชาติผู้ประกอบการ		
- ญี่ปุ่น	129	80.6
- อื่นๆ	31	19.4
รวม	160	100.0
ลักษณะกิจการ		
- บริษัทจำกัด	154	96.30
- บริษัทมหาชน	6	3.70
รวม	160	100.0
วิธีการจัดซื้อ		
- การจัดซื้อรูปแบบเฉพาะ	105	65.6
- การจัดซื้อแบบผสม	55	34.4
รวม	160	100.0

จากตารางที่ 4.1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านองค์การได้ดังนี้

ขนาดของบริษัท พบว่า บริษัทผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ส่วนใหญ่มีขนาดใหญ่ โดยมีจำนวน 137 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 85.6 รองลงมาคือบริษัทที่มีขนาดกลาง มีจำนวนมีจำนวน 23 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 14.4

นโยบายของบริษัท พบว่า พนักงานฝ่ายจัดซื้อโดยส่วนใหญ่ปฏิบัติงานในบริษัทที่มีนโยบายมุ่งเน้นด้านอื่นๆ (ผลประกอบการและภาพลักษณ์ตราสินค้า) โดยมีจำนวน 131 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 81.9 รองลงมาคือ มุ่งเน้นส่วนแบ่งการตลาด มีจำนวน 29 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 18.1

โครงสร้างองค์การ พบว่า พนักงานฝ่ายจัดซื้อโดยส่วนใหญ่ปฏิบัติงานในบริษัทที่มีฝ่ายวิจัยและพัฒนา โดยมีจำนวน 119 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 74.4 รองลงมาคือ ไม่มีฝ่ายวิจัยพัฒนา มีจำนวน 41 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 25.6

สัญชาติผู้ประกอบการ พบว่า พนักงานฝ่ายจัดซื้อโดยส่วนใหญ่ปฏิบัติงานในบริษัทที่มีผู้ประกอบการสัญชาติญี่ปุ่น โดยมีจำนวน 129 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 80.6 รองลงมาคือ สัญชาติอื่นๆ มีจำนวน 31 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 19.4

ลักษณะกิจการ พบว่า พนักงานฝ่ายจัดซื้อโดยส่วนใหญ่ปฏิบัติงานในบริษัทที่มีลักษณะกิจการแบบบริษัทจำกัด โดยมีจำนวน 154 บริษัท คิดเป็น ร้อยละ 96.2 รองลงมาคือ บริษัทมหาชน มีจำนวน 6 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 3.70งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีการจัดซื้อ พบว่า พนักงานฝ่ายจัดซื้อโดยส่วนใหญ่ปฏิบัติงานในบริษัทที่มีวิธีการจัดซื้อ รูปแบบเฉพาะ (แบบรวมอำนาจหรือกระจายอำนาจ) โดยมีจำนวน 105 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 65.6 รองลงมาคือ การจัดซื้อแบบผสม มีจำนวน 55 บริษัทคิดเป็นร้อยละ 34.4

4.2 ระดับความสำคัญของเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์

การวิเคราะห์ระดับความสำคัญของเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ได้ผลการวิเคราะห์ดังแสดงในตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความสำคัญ และลำดับที่ ของ เกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์

เกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์	n = 160		ระดับความสำคัญ	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
ด้านราคา	4.144	0.784	มาก	2
ด้านการจัดส่ง	4.025	0.793	มาก	4
ด้านคุณภาพ	4.013	0.854	มาก	5
ด้านความสามารถทางวิศวกรรม	4.125	0.822	มาก	3
ด้านระบบการจัดการ	4.150	0.848	มาก	1
โดยรวม	4.091	0.714	มาก	-

จากตารางที่ 4.2 พบว่าพนักงานฝ่ายจัดซื้อให้ระดับความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.091 และพนักงานฝ่ายจัดซื้อแต่ละคนให้ระดับความสำคัญไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.714 และเมื่อพิจารณาระดับความสำคัญของเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์เป็นรายด้านสามารถเรียงตามลำดับได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ด้านระบบการจัดการ พบว่า พนักงานฝ่ายจัดซื้อให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.150 และพนักงานฝ่ายจัดซื้อแต่ละคนให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.848

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่ 2 ด้านราคา พบว่า พนักงานฝ่ายจัดซื้อให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.144 และพนักงานฝ่ายจัดซื้อแต่ละคนให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.784

ลำดับที่ 3 ด้านความสามารถทางวิศวกรรม พบว่า พนักงานฝ่ายจัดซื้อให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.125 และพนักงานฝ่ายจัดซื้อแต่ละคนให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.822

ลำดับที่ 4 ด้านการจัดส่ง พบว่า พนักงานฝ่ายจัดซื้อให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.025 และพนักงานฝ่ายจัดซื้อแต่ละคนให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.793

ลำดับที่ 5 ด้านคุณภาพ พบว่า พนักงานฝ่ายจัดซื้อให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.013 และพนักงานฝ่ายจัดซื้อแต่ละคนให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.854

4.3 ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญของเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์จำแนกตามปัจจัยด้านองค์กร

สมมติฐานที่ 1 บริษัทที่มีขนาดของบริษัทแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และ p-value ของการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญของเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์จำแนกตามขนาดของบริษัท

โดยวิธี t-test

เกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์	ขนาดของบริษัท (\bar{X})		p-value
	ขนาดกลาง (n = 23)	ขนาดใหญ่ (n = 137)	
ด้านราคา	4.217	4.131	0.628
ด้านการจัดส่ง	4.174	4.000	0.332

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

เกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์	ขนาดของบริษัท (\bar{X})		p-value
	ขนาดกลาง (n = 23)	ขนาดใหญ่ (n = 137)	
ด้านคุณภาพ	4.217	3.978	0.215
ด้านความสามารถทางวิศวกรรม	4.217	4.110	0.562
ด้านระบบการจัดการ	4.072	4.217	0.682
โดยรวม	4.072	4.209	0.395

จากตารางที่ 4.3 พบว่าบริษัทที่มีขนาดของบริษัทแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาจากค่า p-value ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.395 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 และเมื่อพิจารณาเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในแต่ละด้านสามารถสรุปได้ดังนี้

ด้านราคา พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.628 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่าบริษัทที่มีขนาดของบริษัทแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในด้านราคาไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดส่ง พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.332 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่าบริษัทที่มีขนาดของบริษัทแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในด้านการจัดส่งไม่แตกต่างกัน

ด้านคุณภาพ พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.215 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่าบริษัทที่มีขนาดของบริษัทแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในด้านคุณภาพไม่แตกต่างกัน

ด้านความสามารถทางวิศวกรรม พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.562 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่าบริษัทที่มีขนาดของบริษัทแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในด้านความสามารถทางวิศวกรรมไม่แตกต่างกัน

ด้านระบบการจัดการ พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.682 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.01 แสดงว่าบริษัทที่มีขนาดของบริษัทแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในด้านระบบการจัดการไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานที่ 2 บริษัทที่มีนโยบายของบริษัทแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตขึ้นส่วนรถจักรยานยนต์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และ p-value ของการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญของเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตขึ้นส่วนรถจักรยานยนต์ จำแนกตามนโยบายของบริษัทโดยวิธี t-Test

เกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตขึ้นส่วน ยานยนต์	นโยบายของบริษัท (\bar{X})		p-value
	มุ่งเน้นส่วนแบ่ง การตลาด (n = 29)	มุ่งเน้นด้านอื่น (n = 131)	
ด้านราคา	3.586	4.267	0.000**
ด้านการจัดส่ง	3.483	4.145	0.000**
ด้านคุณภาพ	3.414	4.145	0.000**
ด้านความสามารถทาง วิศวกรรม	3.517	4.260	0.000**
ด้านระบบการจัดการ	3.483	4.298	0.000**
โดยรวม	3.497	4.223	0.000**

หมายเหตุ ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.4 พบว่าบริษัทที่มีนโยบายของบริษัทแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตขึ้นส่วนยานยนต์โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยพิจารณาจากค่า p-value ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 และเมื่อพิจารณาเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตขึ้นส่วนยานยนต์ในแต่ละด้านสามารถสรุปได้ดังนี้

ด้านราคา พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าบริษัทที่มีนโยบายของบริษัทแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตขึ้นส่วนยานยนต์ในด้านราคาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านการจัดส่ง พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าบริษัทที่มีนโยบายของบริษัทแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตขึ้นส่วนยานยนต์ในด้านการจัดส่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านคุณภาพ พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าบริษัทที่มีนโยบายของบริษัทแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในด้านคุณภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านความสามารถทางวิศวกรรม พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าบริษัทที่มีนโยบายของบริษัทแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในด้านความสามารถทางวิศวกรรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านระบบการจัดการ พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าบริษัทที่มีนโยบายของบริษัทแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในด้านระบบการจัดการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมมติฐานที่ 3 บริษัทที่มีโครงสร้างองค์กรแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และ p-value ของการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญของเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์จำแนกตามโครงสร้างองค์กร โดยวิธี t-test

เกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์	โครงสร้างองค์กร (\bar{X})		p-value
	มีฝ่ายวิจัยและพัฒนา (n = 119)	ไม่มีฝ่ายวิจัยและพัฒนา (n = 41)	
	ด้านราคา	4.277	
ด้านการจัดส่ง	4.160	3.634	0.000**
ด้านคุณภาพ	4.168	3.561	0.000**
ด้านความสามารถทางวิศวกรรม	4.303	3.610	0.000**
ด้านระบบการจัดการ	4.336	3.610	0.000**
โดยรวม	4.249	3.634	0.000**

หมายเหตุ ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.5 พบว่าบริษัทที่มีโครงสร้างองค์กรแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พิจารณาจากค่า p -value ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 และเมื่อพิจารณาเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในแต่ละด้านสามารถสรุปได้ดังนี้

ด้านราคา พบว่าค่า p -value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าบริษัทที่มีโครงสร้างองค์การแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในด้านราคาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านการจัดส่ง พบว่าค่า p -value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าบริษัทที่มีโครงสร้างองค์การแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในด้านการจัดส่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านคุณภาพ พบว่าค่า p -value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าบริษัทที่มีโครงสร้างองค์การแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในด้านคุณภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านความสามารถทางวิศวกรรม พบว่าค่า p -value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าบริษัทที่มีโครงสร้างองค์การแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในด้านความสามารถทางวิศวกรรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านระบบการจัดการ พบว่าค่า p -value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าบริษัทที่มีโครงสร้างองค์การแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในด้านระบบการจัดการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมมติฐานที่ 4 บริษัทที่มีสัญชาติของผู้ประกอบการแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และ p-value ของการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญของแต่ละเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์จำแนกตามสัญชาติของผู้ประกอบการ โดยวิธี t-test

เกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์	สัญชาติของผู้ประกอบการ (\bar{X})		p-value
	ญี่ปุ่น (n = 129)	อื่นๆ (n = 31)	
ด้านราคา	4.357	3.258	0.000**
ด้านการจัดส่ง	4.225	3.194	0.000**
ด้านคุณภาพ	4.233	3.097	0.000**
ด้านความสามารถทางวิศวกรรม	4.341	3.226	0.000**
ด้านระบบการจัดการ	4.388	3.161	0.000**
โดยรวม	4.309	3.187	0.000**

หมายเหตุ ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.6 พบว่าบริษัทที่มีสัญชาติของผู้ประกอบการแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยพิจารณาจากค่า p-value ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 และเมื่อพิจารณาเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในแต่ละด้านสามารถสรุปได้ดังนี้

ด้านราคา พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าบริษัทที่มีสัญชาติของผู้ประกอบการแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในด้านราคาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านการจัดส่ง พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าบริษัทที่มีสัญชาติของผู้ประกอบการแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในด้านการจัดส่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านคุณภาพ พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าบริษัทที่มีสัญชาติของผู้ประกอบการแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในด้านคุณภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านความสามารถทางวิศวกรรม พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าบริษัทที่มีสัญชาติของผู้ประกอบการแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขึ้นส่วนยานยนต์ในด้านความสามารถทางวิศวกรรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านระบบการจัดการ พบว่าค่า p -value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าบริษัทที่มีสัญชาติของผู้ประกอบการแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตขึ้นส่วนยานยนต์ในด้านระบบการจัดการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมมติฐานที่ 5 บริษัทที่มีลักษณะกิจการแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตขึ้นส่วนรถจักรยานยนต์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และ p -value ของการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญของเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตขึ้นส่วนยานยนต์จำแนกตามลักษณะของกิจการ โดยวิธี t-test

เกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตขึ้นส่วนยานยนต์	ลักษณะของกิจการ (\bar{X})		p-value
	บริษัทจำกัด (n = 154)	บริษัทมหาชน (n = 6)	
ด้านราคา	4.201	2.667	0.000**
ด้านการจัดตั้ง	4.078	2.667	0.000**
ด้านคุณภาพ	4.065	2.667	0.000**
ด้านความสามารถทางวิศวกรรม	4.175	2.833	0.000**
ด้านระบบการจัดการ	4.201	2.833	0.000**
โดยรวม	4.144	2.733	0.000**

หมายเหตุ ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.7 พบว่าบริษัทที่มีลักษณะของกิจการแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตขึ้นส่วนยานยนต์โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยพิจารณาจากค่า p -value ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 และเมื่อพิจารณาเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตขึ้นส่วนยานยนต์ในแต่ละด้านสามารถสรุปได้ดังนี้

ด้านราคา พบว่าค่า p -value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าบริษัทที่มีลักษณะของกิจการแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตขึ้นส่วนยานยนต์ในด้านราคาก็แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านการจัดส่ง พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าบริษัทที่มีลักษณะของกิจการแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในด้านการจัดส่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านคุณภาพ พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าบริษัทที่มีลักษณะของกิจการแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในด้านการคุณภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านความสามารถทางวิศวกรรม พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าบริษัทที่มีลักษณะของกิจการแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในด้านการความสามารถทางวิศวกรรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านระบบการจัดการ พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าบริษัทที่มีลักษณะของกิจการแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในด้านการจัดการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมมติฐานที่ 6 บริษัทที่มีวิธีการจัดซื้อแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และ p-value ของการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญของเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์จำแนกตามวิธีการจัดซื้อ โดยวิธี t-test

เกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์	วิธีการจัดซื้อ (\bar{X})		p-value
	การจัดซื้อรูปแบบเฉพาะ (n = 105)	การจัดซื้อแบบผสม (n = 55)	
ด้านราคา	3.933	4.546	0.000**
ด้านการจัดส่ง	3.800	4.455	0.000**
ด้านคุณภาพ	3.762	4.491	0.000**
ด้านความสามารถทางวิศวกรรม	3.924	4.509	0.000**
ด้านระบบการจัดการ	3.943	4.546	0.000**
โดยรวม	3.872	4.509	0.000**

หมายเหตุ ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.8 พบว่าบริษัทที่มีวิธีการจัดซื้อแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยพิจารณาจากค่า p -value ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 และเมื่อพิจารณาเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในแต่ละด้านสามารถสรุปได้ดังนี้

ด้านราคา พบว่าค่า p -value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าบริษัทที่มีวิธีการจัดซื้อแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในด้านราคาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านการจัดส่ง พบว่าค่า p -value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าบริษัทที่มีวิธีการจัดซื้อแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในด้านการจัดส่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านคุณภาพ พบว่าค่า p -value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าบริษัทที่มีวิธีการจัดซื้อแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในด้านคุณภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านความสามารถทางวิศวกรรม พบว่าค่า p -value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าบริษัทที่มีวิธีการจัดซื้อแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในด้านความสามารถทางวิศวกรรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านระบบการจัดการ พบว่าค่า p -value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าบริษัทที่มีวิธีการจัดซื้อแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในด้านระบบการจัดการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

ในบทนี้ผู้วิจัยจะกล่าวถึงการสรุปผลการวิจัยเรื่องเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ รวมถึงการอภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ ซึ่งประกอบด้วยข้อเพื่อนำไปใช้และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต โดยเรียงลำดับตามหัวข้อดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

การสรุปผลของการวิจัยได้นำเสนอ ดังนี้

5.1.1 ปัจจัยด้านองค์การ

บริษัทผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ส่วนใหญ่เป็นบริษัทจำกัด สัญชาติญี่ปุ่นที่มีขนาดใหญ่ โดยมีนโยบายมุ่งเน้นด้านอื่นๆ (ผลประกอบการและภาพลักษณ์ตราสินค้า) มีฝ่ายวิจัยและพัฒนาและมีวิธีการจัดซื้อรูปแบบเฉพาะ (แบบรวมอำนาจหรือกระจายอำนาจ)

5.1.2 ระดับความสำคัญของเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงให้เห็นว่าพนักงานฝ่ายจัดซื้อให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของเกณฑ์การคัดเลือกในด้านต่าง ๆ สามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ คือ ด้านระบบการจัดการ ด้านราคา ด้านความสามารถทางวิศวกรรม ด้านการจัดส่งและด้านคุณภาพ

5.1.3 สรุปผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 บริษัทที่มีขนาดของบริษัทแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์แตกต่างกัน

ผลการทดสอบ พบว่า บริษัทที่มีขนาดของบริษัทแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานที่ 2 บริษัทที่มีนโยบายบริษัทแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์แตกต่างกัน

ผลการทดสอบ พบว่า บริษัทที่มีนโยบายบริษัทแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3 บริษัทที่มีโครงสร้างองค์กรแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์แตกต่างกัน

ผลการทดสอบ พบว่า บริษัทที่มีโครงสร้างองค์กรแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 4 บริษัทที่มีสัญชาติของผู้ประกอบการแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์แตกต่างกัน

ผลการทดสอบ พบว่า บริษัทที่มีสัญชาติของผู้ประกอบการแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 5 บริษัทที่มีลักษณะกิจการแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์แตกต่างกัน

ผลการทดสอบ พบว่า บริษัทที่มีลักษณะกิจการแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 6 บริษัทที่มีวิธีการจัดซื้อแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์แตกต่างกัน

ผลการทดสอบ พบว่า บริษัทที่มีวิธีการจัดซื้อแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

5.2 อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงระดับความสำคัญของเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ ผลของการวิจัยสามารถอภิปรายได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.1 ระดับความสำคัญของเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์

เมื่อพิจารณาระดับความสำคัญของเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ พบว่าพนักงานฝ่ายจัดซื้อให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานฝ่ายจัดซื้อให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกในด้านระบบการจัดการเป็นลำดับหนึ่ง ทั้งนี้เนื่องมาจากระบบการจัดการที่ดีจะสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและจัดส่งสินค้าได้ภายในระยะเวลาที่กำหนดตามความต้องการของบริษัทผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ได้เป็นอย่างดี

5.2.2 ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญของเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์จำแนกตามปัจจัยด้านองค์การ

สมมติฐานที่ 1 บริษัทที่มีขนาดของบริษัทแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์แตกต่างกัน

ผลการทดสอบ พบว่า บริษัทที่มีขนาดของบริษัทแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ไม่แตกต่างกัน โดยทั้งบริษัทที่มีขนาดกลางและขนาดใหญ่ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์อยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน ทั้งนี้เนื่องมาจากเป้าหมายขององค์การที่ประกอบธุรกิจไม่ว่าจะเป็นองค์การขนาดกลางหรือใหญ่ก็คือการแสวงหากำไรเช่นเดียวกัน ดังนั้นความพร้อมของผู้ประกอบการผลิตในทุกๆ ด้านย่อมสร้างความมั่นใจให้กับบริษัทในการผลิตสินค้าให้ได้ตามเป้าหมาย

สมมติฐานที่ 2 บริษัทที่มีนโยบายบริษัทแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์แตกต่างกัน

ผลการทดสอบ พบว่า บริษัทที่มีนโยบายบริษัทแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์แตกต่างกัน โดยบริษัทที่มีนโยบายมุ่งเน้นส่วนแบ่งการตลาดให้ความสำคัญกับเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์น้อยกว่าบริษัทที่มีนโยบายมุ่งเน้นในด้านอื่นๆ ทั้งนี้เนื่องมาจากการมุ่งเน้นที่ส่วนแบ่งการตลาดเป็นการมุ่งเน้นที่การกระตุ้นให้เกิดอุปสงค์ (Demand) ในตัวสินค้า ในขณะที่การผลิตสินค้าเป็นการมุ่งเน้นในด้านอุปทาน (Supply) ดังนั้นการให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกจึงมีความแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 บริษัทที่มีโครงสร้างองค์การแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการทดสอบ พบว่า บริษัทที่มีโครงสร้างองค์การแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์แตกต่างกัน โดยบริษัทที่มีฝ่ายวิจัยและพัฒนาในโครงสร้างองค์การ ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์มากกว่าบริษัทที่ไม่มีฝ่ายวิจัยและพัฒนา ทั้งนี้เนื่องมาจากฝ่ายวิจัยและพัฒนา มีบทบาทที่สำคัญในการสร้างสรรค์นวัตกรรมให้กับบริษัท ดังนั้นการมีแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณสมบัติตามข้อกำหนดคุณภาพจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง ดังนั้นการให้ความสำคัญกับการคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์จึงมีมากกว่า

สมมติฐานที่ 4 บริษัทที่มีสัญชาติของผู้ประกอบการแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์แตกต่างกัน

ผลการทดสอบ พบว่า บริษัทที่มีสัญชาติของผู้ประกอบการแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์แตกต่างกัน โดยบริษัทที่มีสัญชาติญี่ปุ่นให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์มากกว่าบริษัทที่มีสัญชาติอื่น ทั้งนี้เนื่องมาจากบริษัทที่มีสัญชาติญี่ปุ่นมีส่วนการจำหน่ายรถจักรยานยนต์ที่สูงกว่ากลุ่มบริษัทสัญชาติอื่น ดังนั้นการแข่งขันในด้านคุณภาพสินค้าจึงมีมากกว่า การให้ความสำคัญกับการคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์จึงมีส่วนช่วยให้ระบบการบริหารคุณภาพในบริษัทเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

สมมติฐานที่ 5 บริษัทที่มีลักษณะกิจการแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์แตกต่างกัน

ผลการทดสอบ พบว่า บริษัทที่มีลักษณะกิจการแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์แตกต่างกัน โดยบริษัทจำกัดให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์มากกว่าบริษัทมหาชน ทั้งนี้เนื่องมาจากบริษัทจำกัดมีจำนวนมากกว่าบริษัทมหาชน การให้ความสำคัญกับการคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์จึงมีส่วนช่วยให้ระบบการบริหารคุณภาพในบริษัทเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

สมมติฐานที่ 6 บริษัทที่มีวิธีการจัดซื้อแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์แตกต่างกัน

ผลการทดสอบ พบว่า บริษัทที่มีวิธีการจัดซื้อแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์แตกต่างกัน โดยบริษัทที่มีวิธีการจัดซื้อแบบผสมให้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสำคัญต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์มากกว่าบริษัทที่มีวิธีการจัดซื้อแบบเฉพาะ

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอที่ได้จากงานวิจัยครั้งนี้

ผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบการจัดการ โดยมุ่งเน้นในด้านการลดต้นทุนการผลิต เพื่อให้สามารถแข่งขันในด้านราคา อีกทั้งผู้ผลิตยังควรเพิ่มขีดความสามารถทางวิศวกรรมเพื่อรองรับนวัตกรรมในอนาคต เนื่องจากบริษัทผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ส่วนใหญ่มีฝ่ายวิจัยและพัฒนา

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

งานวิจัยในอนาคตควรมีการวิจัยในเชิงลึกถึงโดยทำการประเมินผลที่เกิดขึ้นจากการคัดเลือก เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปปรับปรุงกระบวนการคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ให้มีประสิทธิภาพต่อไป อันจะมีประโยชน์ต่อการพัฒนาระบบการจัดการโซ่อุปทานในการผลิตรถจักรยานยนต์ต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

กัตัญญู หิรัญญสมบุรณ์. 2545. การบริหารอุตสาหกรรม. ฉบับแก้ไขปรับปรุง. กรุงเทพฯ :

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

กิตติพงษ์ วิเวกานนท์. 2547. การจัดการกระบวนการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น

โกวิทย์ ปฎิมาพรเทพ . 2550. “ปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกผู้ส่งมอบงานบริการซ่อมลูกกลิ้งของ

โรงงานผลิตกระดาษในประเทศไทย” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้า

คุณทหารลาดกระบัง

คำนาย อภิปรัชญาสกุล, 2546. โลจิสติกส์และการจัดการซัพพลายเชน. กรุงเทพฯ : ภัฏพร

จิรพงศ์ แก่นทรัพย์. 2548. “ปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ของผู้ผลิตรถยนต์ใน

ประเทศไทย” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยาการจัดการ

อุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2544. เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : เทพเนรมิต

การพิมพ์.

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. 2542. เทคนิคการสร้างเครื่องมือรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย.

พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล.

พลเทพ พันธุ์ธนากุล. 2543 QCDEM กับ SMEs สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

[Online]. Available : <http://www.ismed.or.th/knowledge/showcontent.php?id=98>

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2540. วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 7.

กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

พิไลวรรณ โชติมงคล. 2551. ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อเคมีภัณฑ์ปรับแต่งสภาพน้ำสำหรับ

โรงงานอุตสาหกรรมในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วารสารเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม.

8(1), 162-170.

เพ็ญแข แสงแก้ว. 2540. การวิจัยทางสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : ภาควิชา

คณิตศาสตร์และสถิติ คณะวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วรนารถ แสงมณี. 2544. องค์การและการจัดองค์การ. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ :

ระเบียบทองการพิมพ์.

วีณา โฆษิตสุรังกุลและคณะ. 2546 . Productivity องค์ประกอบการเพิ่มผลผลิต. กรุงเทพฯ :

สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.

สุพจน์ บัวทอง. 2552. “ปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกผู้ส่งมอบงานบริการซ่อมบำรุงระบบไฮดรอลิก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของโรงงานผลิตน้ำตาลประเทศไทย” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้า
คุณทหารลาดกระบัง

สุรษา เหมือนประสาธ. 2548. การควบคุมคุณภาพ สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ

สันติ บุญประเสริฐ . 2551. “ปัจจัยในการคัดเลือกผู้จัดจำหน่ายวัสดุสิ้นเปลืองของบริษัท

ประกอบฮาร์ดดิสก์ไคร์ฟในประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้า

คุณทหารลาดกระบัง

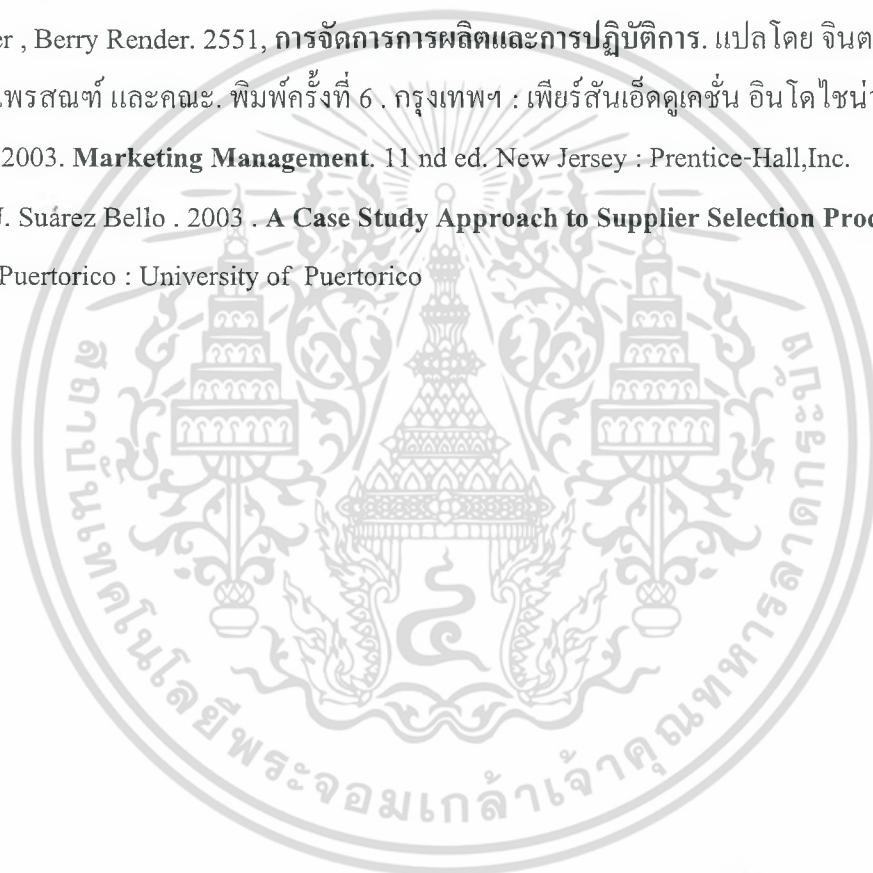
Jay Heizer , Berry Render. 2551, การจัดการการผลิตและการปฏิบัติการ. แปลโดย จินตน์

ไพโรสมัท และคณะ. พิมพ์ครั้งที่ 6 . กรุงเทพฯ : เพียร์สันเอดดูเคชั่น อินโดไชน่า , บจก.

Kotler, P.2003. **Marketing Management**. 11 nd ed. New Jersey : Prentice-Hall,Inc.

Marlene J. Suárez Bello . 2003 . **A Case Study Approach to Supplier Selection Process**.

Puertorico : University of Puertorico



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

