



Spend Analysis

การศึกษาและจัดการข้อมูลรายจ่าย

โดย **กิติกร โยธินกุลธณี** C.P.S., Adv.Cert.PSCM(ITC)
 CIPS Advanced Certificate Holder
 ประธานฝ่ายกิจการต่างประเทศ
 สมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย

ในช่วงใกล้ ๆ สิ้นปี จะเห็นว่าเว็บบอร์ดของสมาคมมีคำถามจากสมาชิกเขียนมาถามในเรื่องของการวัดผลงานจัดซื้อบ้าง การวัดความสามารถของนักจัดซื้อบ้าง การตั้งเป้าหมายในการจัดซื้อสำหรับปีใหม่ที่ว่าจะมาบ้างว่าจะตั้งเป้าหมายในเรื่องอะไรบ้าง มีสมาชิกหลายท่านน่ารักมากได้ช่วย ๆ กันตอบ เพราะนอกจากจะตอบให้ผู้ตั้งคำถามทราบแล้ว สมาชิกที่ไม่ถาม ไม่ตอบ อ่านอย่างเดียว ที่แวะเวียนเข้าไปอ่านคำถาม-คำตอบในเว็บบอร์ดเป็นพัก ๆ ก็ได้รับความรู้ไปด้วย จะเห็นว่าเป้าหมายหลาย ๆ ตัวที่สมาชิกตอบกันเข้ามาเป็นเป้าหมายในเชิงกลยุทธ์มากกว่าในเชิงปฏิบัติ เช่นการลดต้นทุน การลดค่าใช้จ่าย การลดจำนวนผู้ขาย ซึ่งเป็นไปตามแนวโน้มการทำธุรกิจที่แข่งขันกันมากขึ้น อำนาจที่ผู้ขายจะกำหนดราคาเองตามอำเภอใจน้อยลงไปเรื่อย ๆ ถ้าผลิตสินค้าแล้วขายแพงกว่าคู่แข่ง ใครเขาจะมาซื้อกับเรา มีตัวเลขที่ทางสมาคมกล่าวถึงบ่อย ๆ ว่าถ้าองค์กรสามารถลดต้นทุนในด้านวัตถุดิบลงได้ 5% องค์กรจะมีกำไรเหมือนหนึ่งการเพิ่มยอดขายถึง 30% หรือถ้าหากองค์กรสามารถลดทั้งต้นทุนวัตถุดิบและค่าใช้จ่ายในการจัดการลงได้พร้อม ๆ กันอย่างละ 15% กำไรขององค์กรจะเพิ่มขึ้นอีกหนึ่งเท่าตัว 100% เลยทีเดียว ทำให้ทุกบริษัทหันมาบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่ายกันอุตลุด

เพิ่งปิดปีไปหมาด ๆ ท่านลองสำรวจบริษัทของท่านเอง หรือถามจากบริษัทเพื่อนฝูงว่าเจอปัญหาเดียวกันไหม ที่ยอดขายเท่าเดิม หรือเพิ่มขึ้นระดับหนึ่ง แต่กำไรน้อยลง หรือกำไรที่เพิ่มไม่เป็นอัตราส่วนเดียวกับยอดขายอย่างที่เคยเป็น ซึ่งเป็นสังขรณ์ที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ เพราะเงินเดือนพนักงานเพิ่มขึ้นทุกปี ค่าใช้จ่ายสูงขึ้นทุกปี อย่างปีที่แล้วยังเจอแจ็กพ็อทในเรื่องค่าน้ำมัน ทำเอาค่าน้ำมันรถของบริษัทเพิ่มขึ้นเกือบ 100% เป็นกำไรที่หายไปโดยเราแทบจะทำอะไรไม่ได้เลย ยกเว้นลงทุนไปเปลี่ยนเป็นระบบแก๊ส

เรื่องของการลดต้นทุน ลดค่าใช้จ่ายนั้น นักจัดซื้อหลายท่านก็พยายามนึกว่าจะไปลดตรงไหนได้บ้าง ต่อรองกับใครได้อีก เปลี่ยนซัพพลายเออร์รายใหม่ได้ที่ไหนอีก ฯลฯ พูดยังเรื่องนี่แล้วทำให้เกิดฉันทัดถึงเรื่อง Spend Analysis ที่ Mr. Barry Elliott ได้บรรยายในงาน Supply Link ของสมาคมบริหารงานจัดซื้อของฟิลิปปินส์ ที่ดิฉันไปเข้าร่วมงานเมื่อเดือนมีนาคมปีที่แล้ว

Spend Analysis หรือ Spend Data Management เป็นกระบวนการในการรวบรวม ตรวจสอบและวิเคราะห์ข้อมูลในการใช้จ่ายขององค์กร เพื่อจุดประสงค์ในการลดต้นทุน ปรับปรุงการทำงานและสร้างความมั่นใจว่าทุกอย่างเป็นไปตามแผนที่วางไว้ Spend analysis ที่องค์กรใหญ่ ๆ ใช้กันอยู่มักเป็น Solutions ที่บริษัทผู้ให้บริการจัดทำขึ้นเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลให้ลูกค้า หลายท่านอาจคิดว่าต้องขนาดลงทุนซื้อเลยหรือ เราเก็บข้อมูลและวิเคราะห์เองไม่ได้หรือคำตอบคือได้อยู่แล้วค่ะในระดับหนึ่ง ถ้าข้อมูลการใช้จ่ายของบริษัทเราไม่ได้ซับซ้อนและไม่มี

ตัวอย่างที่ 1 วิเคราะห์ตามรายผู้ขาย

Supplier	Spend	% of Total Spend	Cumulative Spend
Edison	146,890	34.90%	34.90%
Avesco	100,756	23.90%	58.80%
RFM Corp	78,349	18.60%	77.40%
CADP	35,390	8.40%	85.80%
Columbia	28,399	6.70%	92.50%
Nestle	12,946	3.10%	95.60%
IBM	8,245	2.00%	97.50%
KTM Food	4,653	1.10%	98.60%
Toyota	3,478	0.80%	99.40%
PI Hardware	2,319	0.60%	100.00%
	421,425	100.00%	



บริษัท เม็งเซ่ง พลาสติก จำกัด
 บริษัท เอ็ม. เอส. อินเตอร์แพ็ค จำกัด

ผู้ผลิตภาชนะบรรจุพลาสติกสำหรับ Consumer เครื่องสำอาง อาหาร ยาและบรรจุภัณฑ์ Cosmetic Tube
 8/7-8 หมู่ 8 ซอยอ้อเยี่ยม ถนนบางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ โทร : 0-2361-6331-4 แฟกซ์ : 0-2361-6329



มากมายมหาศาล Solutions ของ Spend Analysis ที่เขาพัฒนาขึ้นมากก็เพื่อช่วยลดงานในการจัดเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล ลองคิดถึงองค์กรที่มีหลาย ๆ สาขาทั้งในประเทศและอยู่ที่ต่างประเทศกระจายอยู่ทั่วโลก มีรายการสินค้าและบริการที่ซื้ออยู่เป็นหมื่น ๆ รายการมีระบบและวิธีการซื้อที่แตกต่างกันทำให้ข้อมูลกระจายไปตามระบบการซื้อต่าง ๆ Solutions ก็จะช่วยรวบรวมข้อมูลเข้ามาไว้ในที่เดียวกัน นอกจากนั้นสินค้าหรือบริการ รายการเดียวกันหรือผู้ขายรายเดียวกันก็ยังมีชื่อต่าง ๆ กันอีกในแต่ละสาขา เช่น บริษัท ไอบีเอ็ม หากตั้งชื่อว่า IBM หรือ I.B.M.หรือ International Business Machines Corporation แค่นี้คอมพิวเตอร์ก็ส่งรายการไปคนละที่แล้วทั้ง ๆ ที่เป็นรายการเดียวกัน จึงต้องนำระบบมาตรฐานเข้ามาใช้ในการเรียก เช่น ระบบของ UNSPSC ดิฉันเคยไปเข้าอบรมเรื่องการจัดเก็บเอกสาร มีหัวข้อหนึ่งที่พูดถึงหลักการตั้งชื่อเพิ่มที่เป็นมาตรฐานที่ใช้กันอยู่ พอมาเล่าให้เพื่อนคนหนึ่งทำงานด้านการเก็บข้อมูลฟัง เธอรู้สึกดีใจมากที่หาทางออกของปัญหาเจอ เพราะทุกวันนี้ตั้งด้วยสามัญสำนึกของตัวเอง เวลาจะหาข้อมูลบางทีก็จำไม่ได้ว่าครั้งที่แล้วใช้หลักอะไรไว้ อย่างลูกค้าที่มียี่ห้อหน้าชื่อ เช่น กำนันสวีดี ต้องลองเสี่ยงเอาว่าจะไปหาที่อักษร “ก” หรือ “ส” แถมยังมีเรื่องตลกไม่ออกมาเล่าให้ฟังด้วยว่าตอนที่เริ่มนำรายชื่อและที่อยู่ลูกค้าเข้าระบบคอมพิวเตอร์เมื่อหลายปีก่อน ในสมุดลูกค้าชื่อร้านคุณอุทัย ที่อยู่ระบุว่า “อยู่ตรงข้ามร้านคุณสมปอง” พอไปเปิดหน้ารายชื่อร้านคุณสมปอง ที่อยู่ระบุว่า “อยู่ตรงข้ามร้านคุณอุทัย” ต้องไปไล่ตามหาข้อมูลจากฝ่ายขายกันใหม่ให้วุ่นวายเลยทีเดียว เพราะฉะนั้นการกรอกข้อมูลให้ถูกต้องตั้งแต่แรกเป็นเรื่องที่สำคัญมาก นอกจากเรื่องการตั้งชื่อแล้ว การจัดสินค้าและบริการเข้ากลุ่มต่างๆก็เป็นเรื่องที่สำคัญ จำเป็นต้องให้ผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเป็นผู้จัดกลุ่ม เพราะสินค้าบางชนิดก็เป็นสินค้าเฉพาะด้านบ้าง เป็นสินค้าทางด้านเทคนิคบ้าง นอกจากนี้ในการทำ Spend Analysis ควรมีการเสริมข้อมูลอื่น ๆ เพิ่มเติมเพื่อใช้ในการตัดสินใจ เช่น ชนิดของสัญญา ราคาซื้อโดยเฉลี่ย ดัชนีราคาตลาด อัตราเงินเฟ้อ ความมั่นคงทางการเงินของผู้ขาย เป็นต้น

Mr. Barry Elliott ได้กล่าวไว้ว่าถ้าเราไม่รู้ว่าจะควรใช้จ่ายอย่างไร ก็เป็นไปได้เลยที่จะหา “ตัวโอกาส” ที่จะลดต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ หรือจัดอันดับความสำคัญในการที่จะลดต้นทุนได้ สิ่งนี้นักบริหารงานจัดซื้อควรจะมีในเรื่องการใช้จ่ายขององค์กรได้แก่ เราใช้จ่ายเงินไปกับสินค้าและบริการแต่ละกลุ่มเท่าไร เราซื้อจากผู้ขายรายไหนบ้าง ใครในองค์กรเราเป็นผู้จัดซื้อสินค้าแต่ละกลุ่ม ในบรรดาสินค้าและบริการที่เราซื้ออยู่นี้ มีโอกาสที่จะได้ประโยชน์จากการเพิ่มยอดซื้อ เช่นซื้อร่วมกัน (Aggregate Purchasing - วิสาหกิจร่วมซื้อ) หรือจากการเปลี่ยนการลดจำนวนผู้ขายบ้างใหม่ และนักจัดซื้อของเราได้เลือกซื้อจากผู้ขายที่ผ่านการประเมินแล้วหรือไม่ ในด้านตลาดของผู้ขาย เราต้องรู้โครงสร้างตลาดของผู้ขายและมองหาวิธีที่จะใช้ประโยชน์จากจุดนี้ บริษัท Aberdeen Group ได้สำรวจความคิดเห็นของผู้บริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนว่าการทำ Spend Analysis มีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กรแค่ไหน 44% ตอบว่าเป็นเรื่องจำเป็นอย่างที่สุด 35% ตอบว่าสำคัญมาก 13% ตอบว่าสำคัญ และอีก 5% บอกว่าสำคัญบ้าง มี 3% ที่ไม่แสดงความคิดเห็น

ถ้าเราขยายความคำว่า รายจ่าย (Spend) แนวคิดในเรื่อง “ต้นทุนโดยรวมในการเป็นเจ้าของ” หรือ TCO - Total Cost of Ownership จะทำให้เราเห็นภาพของคำว่ารายจ่ายชัดเจนขึ้น TCO ไม่ได้มองในเรื่องของราคา (price) เท่านั้นแต่รวมถึงรายจ่ายที่เกิดจากการใช้ (usage) และค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ (administration and process) ในการซื้อสินค้าและบริการหนึ่ง ๆ ด้วย คราวนี้เราจะลองขยายส่วนประกอบของ TCO แต่ละตัวให้ชัดเจนขึ้น เช่นในเรื่อง “ราคา” ประเด็นต่าง ๆ ที่เราสามารถนำมาพิจารณาและใช้ในการเจรจาต่อรองได้ เช่นโครงสร้างต้นทุนของผู้ขาย การเพิ่มจำนวนซื้อมีผลต่อราคาอย่างไร จำนวนคู่แข่งอื่น ๆ ในตลาด ยังเป็นสินค้ามีคู่แข่งมาก เราก็มีอำนาจต่อรองมากขึ้น โครงสร้างของ Incentive ที่เราให้เมื่อผู้ขายมีผลงานดี เป็นต้น ส่วนด้านรายจ่ายที่เกิดจากการใช้ (usage) ประเด็นที่เป็นจุดเริ่มของการลดต้นทุนได้ เริ่มตั้งแต่การออกแบบสินค้าและบริการ มักกล่าวกันเสมอว่าในช่วงของการออกแบบเป็นช่วงที่มีโอกาสสูงสุดในการลดต้นทุน การกำหนด Specifications ของสินค้าและบริการให้มีคุณสมบัติตรงกับจุดประสงค์ในการใช้ หากกำหนด Specifications ที่เกินกว่าความจำเป็นจะเป็นการเพิ่มต้นทุนให้กับองค์กร การลดจำนวน Spec. โดยการใช้สินค้าที่เหมือน ๆ กัน (Standardization) ก็เป็นการลดต้นทุนอีกวิธีหนึ่ง รายจ่ายที่เกิดจากการใช้ (usage) ยังพิจารณาถึงค่าใช้จ่ายที่เกิดจากใช้สินค้า เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำมัน ค่าซ่อมบำรุง รวมถึงจำนวนของเสียที่เกิดขึ้น ความสามารถในการยืดอายุการใช้สินค้า ค่าใช้จ่ายในการกำจัดของเสีย กำจัดซาก หรือการนำกลับมาใช้ได้ใหม่ เป็นต้น

ตัวอย่างที่ 2 วิเคราะห์ตามรายการสินค้า				
Commodity	Spend	% of Total Spend	Cumulative Spend	No. of Suppliers
Cable # 8	70,399	27.40%	27.40%	4
Cable # 7	54,003	21.00%	48.50%	5
Insulator 3/4	49,820	19.40%	67.90%	1
Connector 1/2	34,922	13.60%	81.50%	2
Copper wire 5	22,340	8.70%	90.20%	3
Breaker 30A	10,946	4.30%	94.50%	1
Switch 23 A	7,245	2.80%	97.30%	5
Computer PC	3,992	1.60%	98.90%	5
Pallet 4x5	2,293	0.90%	99.80%	1
GI Sheet # 16	632	0.20%	100.00%	4
	256,592	100.00%		

สำหรับค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ (administration and process) พิจารณาลดค่าใช้จ่ายได้จากเรื่องต่าง ๆ เช่น มีการวางแผนการใช้พัสดุที่ดี เพราะถ้าเราต้องสั่งสินค้า “ด่วน” อยู่ตลอดเวลา เราก็ขาดโอกาสในการหาแหล่งขาย ขาดโอกาสในการต่อรอง รวมถึงอาจได้สินค้าที่มีคุณภาพไม่ดี และอาจทำให้เสียโอกาสในการขายสินค้าได้ การมีกระบวนการในการจัดซื้อและวิธีการจัดซื้อที่มีประสิทธิภาพก็เป็น การลดต้นทุนตัวหนึ่ง ค่าตรวจรับ ค่าใช้จ่ายในการเก็บสต็อก การดำเนินการจ่ายเงิน (เดี่ยวนั้นธนาคารมีบริการให้เลือกใช้ได้หลายแบบในการลดงานในการจ่ายเงิน รวมถึงการขอให้ผู้ขายรวบรวมบิลแล้วมาเก็บเงินเป็นงวดๆ) การจัดทำรายงานแสดงผลงาน และยังมีมองถึงความปลอดภัยในการใช้สินค้าและบริการนั้น ๆ ด้วย ดังนั้นจากมุมมองของ TCO เราจะเห็นโอกาสในการลดต้นทุน ลดค่าใช้จ่ายได้มากขึ้น

การทำ Spend Analysis มีอุปสรรคตามที่ค้นได้กล่าวถึงในข้างต้น แม้ว่าองค์กรจะไม่ใหญ่หรือซื้อเป็นเพียงหลักร้อย หลักพันรายการก็ค้นเชื่อว่าก็จะเจออุปสรรคที่กล่าวมาเหมือนกัน หากท่านจะลองทำดู อาจเริ่มโดยการกำหนดขอบเขตของสินค้าและบริการที่ท่านสามารถจะรวบรวมข้อมูลได้ ซึ่งก็ควรจะเป็นรายจ่ายในการซื้อสินค้าและบริการที่มีมูลค่าเป็นส่วนใหญ่ขององค์กร การรวบรวมข้อมูลในปัจจุบันควรใช้ไอทีเข้ามาช่วยให้มากที่สุด ไม่ควรจะมาพึ่งพิงการกรอกข้อมูลใหม่ ลองพิจารณาดูว่าจะสามารถดึงข้อมูลจากส่วนไหนมาใช้ได้บ้าง หลังจากนั้นตรวจสอบข้อมูลว่ามีการตั้งชื่อต่างกันทำให้ข้อมูลคลาดเคลื่อนไปบ้างหรือเปล่า ไม่ว่าจะเป็นชื่อสินค้าและบริการ ชื่อผู้ชาย การใช้รหัสสินค้าที่ต่างกันของแต่ละฝ่าย (เพราะจุดประสงค์ในการใช้ต่างกัน ๑) การจัดกลุ่มสินค้าต่างกัน ๑ ตัวอย่างข้อมูลที่มีประโยชน์ ในการบริหารจัดการ ดังเช่นแสดงไว้ในตารางทั้ง 4 ตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 3 วิเคราะห์ตามกลุ่มสินค้า				
Category	Spend	% of Total Spend	Cumulative Spend	No. of Suppliers
Electrical cable	119,456	42.00%	42.00%	4
Paper packaging	59,203	20.80%	62.80%	2
Aircon	47,384	16.70%	79.50%	2
Truck transport	30,789	10.80%	90.30%	8
Computer software	12,894	4.50%	94.80%	2
Office furniture	5,234	1.80%	96.70%	3
Vehicle parts	4,356	1.50%	98.20%	4
Electrical control	2,534	0.90%	99.10%	4
Office supplies	2,367	0.80%	99.90%	5
Consulting services	231	0.10%	100.00%	2
	284,448	100.00%		

เมื่อเราทำการวิเคราะห์อย่างนี้แล้วก็จะเห็นภาพการใช้จ่ายขององค์กรชัดเจนขึ้น ซึ่งอาจแยกได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆคือ กลุ่มที่มียอดการใช้จ่ายรวม 80% ของยอดค่าใช้จ่ายทั้งหมด และกลุ่มที่อยู่ใน 20% ที่เหลือ ซึ่งมีวิธีบริหารจัดการซื้อ การเก็บสต็อก คุณสมบัติและจำนวนผู้ชาย ที่ต่างกัน รวมไปถึงการกำหนดคุณสมบัติที่นักจัดซื้อที่รับผิดชอบในแต่ละกลุ่มด้วย

ในบ้านเรา บริษัท พันธวนิช ก็ให้บริการเกี่ยวกับ Spend Analysis นี้แก่ลูกค้าอยู่ เขาใช้ชื่อเป็นภาษาไทยว่า “การศึกษาและจัดการข้อมูลรายจ่าย” ทราบมาว่าได้มี Dinner discussion ระหว่างผู้บริหารระดับสูงของบริษัทพันธวนิชกับทีมงานของสมาคมฯ ไปเรียบร้อยแล้วเมื่อวันที่ 19 ธันวาคม เพื่อจะขอให้พันธวนิช

ช่วยถ่ายทอดความรู้เหล่านี้ให้แก่สมาชิกของสมาคมฯ โดยร่วมกันจัดรายการ Food For Thought และการจัดงาน Purchasing Month ในวันประชุมใหญ่ของสมาคมฯ ทางบริษัทพันธวนิช ส่งคนมาคุย 4 ท่าน ประกอบด้วย คุณไตร กาญจนกุล CEO ของบริษัทพันธวนิช, ดร.นาเคนทร์ วงศ์สุวรรณกรรมการผู้จัดการ, คุณพิสุทธิ์ เจริญประยูร ผู้ช่วยรองประธาน, และ นายแพทย์ บุรณชัย สมุทรักษ์ ที่ปรึกษา ส่วนทางสมาคมของเราก็มี 4 ท่านเช่นเดียวกันคือ อาจารย์เชี่ยวชาญ รัตนามหัทธนะ นายกสมาคม, คุณอภิษฐ์ สมิตะพินทุอุปนายก, คุณสุรีย์ ศิริเมฆานนท์ เลขาธิการ และ คุณกมลทิพย์ จันทร์มัส ประธานฝ่ายกิจกรรมพิเศษ

ตัวอย่างที่ 4 วิเคราะห์ตามฝ่ายงาน					
Department	Spend	% of Total Spend	Cumulative Spend	No. of Suppliers	No. of Items
Mfg Cable	245,093	27.80%	27.80%	45	2,300
Mfg Enclosures	200,867	22.80%	50.60%	40	1,243
Distribution	145,098	16.50%	67.10%	29	746
Warehouse	103,462	11.70%	78.80%	8	865
Service	75,944	8.60%	87.50%	18	3,244
Marketing	50,732	5.80%	93.20%	20	356
Accounting	47,567	5.40%	98.60%	3	143
Administration	5,938	0.70%	99.30%	34	564
Purchasing	3,749	0.40%	99.70%	6	145
Legal	2,453	0.30%	100.00%	3	56
	880,903	100.00%			

ข้อสรุปขั้นต้นคือ ในวันอาทิตย์ที่ 25 มีนาคม 2550 นี้ ซึ่งเป็นวันจัดประชุมใหญ่สามัญประจำปี พร้อมทั้งมีกิจกรรม Purchasing Month ด้วยนั้น ทางพันธวนิช จะเป็นสปอนเซอร์จัดรายการบรรยายให้ และได้กำหนดรูปแบบงานไว้ดังนี้

- 09:00-09:45 ลงทะเบียน สังกสรรค์ และอุ่นเครื่องด้วยน้ำชากาแฟและของว่าง
- 09:45-10:45 บรรยายเรื่อง “การบริหารงานจัดซื้อภายใต้เศรษฐกิจยุคใหม่” โดย ดร.อนุสรณ์ ธรรมใจ
- 10:45-11:30 สรุปผลงานของสมาคมในรอบปี โดย อาจารย์ เชี่ยวชาญ รัตนามหัทธนะ นายกสมาคม
- 11:30-12:00 เลือกตั้งกรรมการบริหารสมาคมประจำปี 2550-2551 โดย อาจารย์ สุชาติ ประเสริฐสม อุปนายก

มีปัญหาเรื่องความรู้ในกระบวนการจัดซื้อและซัพพลายเชน กรุณาติดต่อไปที่

สมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย
Purchasing & Supply Chain Management Association of Thailand
 54 อาคารบีบี ชั้น 15 ห้อง 1509 ถนนนาคโคก แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110
 โทรศัพท์ 0-2260-7326-8 โทรสาร 0-2664-0700
 E.mail: helpdesk@pscmt.or.th Website:www.pscmt.or.th

12:00-13:00 พักรับประทานอาหารกลางวัน

13:00-14:00 บรรยายเรื่อง “มาตรฐาน RosettaNet สำหรับการบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชน” โดย ดร.ชยกฤต เจริญศิริวัฒน์

14:00-15:00 บรรยายเรื่อง “Aggregate Purchasing – วิสาหกิจร่วมซื้อ” โดย คุณศักดิ์ชัย คงเกียรติศักดิ์

15:00-16:00 ดื่มน้ำชา กาแฟและอาหารว่าง สังสรรค์

ท่านสมาชิกถือโอกาสในวันเอาไว้เลยนะคะ หลีกเลียงนัดหมายและภาระกิจอย่างอื่นไว้เป็นการล่วงหน้า รายการดี ๆ และฟรี ๆ อย่างนี้ พลาดได้ที่ไหน แล้วคอยติดตามรายละเอียดและ Final Program อีกทีนะคะ งานนี้จะจัดที่ห้องราชเทวี โรงแรมเอเชีย เนื่องจากรายการนี้เป็นการประชุมใหญ่สามัญประจำปีของสมาคมฯ ผู้ที่จะเข้าร่วมงานได้จึงต้องเป็นสมาชิกของสมาคมฯ เท่านั้น ไม่อนุญาตให้ผู้ที่ไม่เป็นสมาชิกเข้าร่วมงาน ท่านที่ไม่ได้เป็นสมาชิกก็รีบสมัครเป็นสมาชิกเลยนะคะ ค่าสมาชิกรายปี 100 บาท ตลอดชีพ 600 บาท เชิญ Download ใบสมัครจากเว็บไซต์ของสมาคมได้เลยที่ www.pscmt.or.th

นอกจากนั้น ทางพันธมิตรฯ ก็ร่วมกับสมาคมฯ จัดรายการ Food For Thought หรือที่เราเรียกกันคุ้นปากว่า รายการ “อาหารสมอง” ในหัวข้อ **“Spend Analysis for Purchasing Management – การศึกษาและจัดการข้อมูลรายจ่ายสำหรับการบริหารงานจัดซื้อ”** ซึ่งยังไม่ได้กำหนดแน่นอนว่าจะเป็นวันไหนเดือนไหน เพียงแต่รู้ว่าต้องหลังจากการประชุมใหญ่เดือนมีนาคมผ่านไปแล้ว และได้มีการแต่งตั้งตำแหน่งหน้าที่กรรมการฝ่ายต่าง ๆ เรียบร้อยแล้ว โปรดคอยติดตามข่าวได้จากจดหมายข่าว “วิสัยทัศน์จัดซื้อและซัพพลายเชน” ของสมาคมฯ ที่ท่านถืออยู่นี้ หรือจากเว็บไซต์ของสมาคมฯ ก็ได้เช่นกัน และเหมือนเดิมค่ะ รายการ Food For Thought เป็นบริการทางวิชาการที่จัดให้ฟรีสำหรับสมาชิกตลอดชีพเท่านั้นนะคะ

งานใกล้ตัวที่กำลังจะถึงในอีกไม่กี่วันนี้ คือรายการ Food For Thought ครั้งที่ 34 ต้อนรับปีใหม่ 2550 ซึ่งได้รับความร่วมมือจาก Electra และ SAP จะจัดบรรยายในวันพฤหัสบดีที่ 25 มกราคม 2550 ที่โรงแรม Intercontinental ถนนเพลินจิต ตรงข้ามอมรินทร์ พลาซ่า รายการอาหารสมองครั้งที่ 34 นี้ จัดเป็นพิเศษโดยเปิดโอกาสให้ทั้งสมาชิกตลอดชีพและสมาชิกรายปีเข้าร่วมงานได้ฟรี ซึ่งปกติแล้วจะอนุญาตเฉพาะสมาชิกตลอดชีพเท่านั้น สมาคมฯ จัดรายการนี้เป็นของขวัญปีใหม่ โดยมอบให้ฟรีสำหรับสมาชิกทุกประเภท

09:00-09:30 ลงทะเบียน

09:30-10:15 เคล็ดลับที่ให้ผู้บริหารตัดสินใจเลือกซื้อ Software

09:30-10:15 เกณฑ์ (Criteria) ในการพิจารณาเพื่อการตัดสินใจซื้อและวิธีการคำนวณความคุ้มค่าในการลงทุนจัดซื้อ Software

10:45-11:00 พักรับประทานของว่าง น้ำชา กาแฟ

11:00-11:45 เปิดใจแบ่งปันประสบการณ์จากลูกค้าโดยตรง

11:45-12:00 ตอบคำถามคาใจ และจับรางวัลพิเศษ

12:00-13:00 ร่วมรับประทานอาหารกลางวัน

หากท่านสนใจ **ต้องจองที่นั่งล่วงหน้า** ที่สมาคมฯ 02 260 7326-8 หรืออีเมลไปที่ pscmt@thai.org โปรดอ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ www.pscmt.or.th

สำหรับท่านสมาชิกที่นิยมเข้า Conference ในต่างประเทศ โปรดทราบว่าทาง IFPSM (International Federation of Purchasing & Supply Management) จะจัด World Summit ในวันที่ 30-31 มีนาคม 2550 ที่ Hilton Bath City, เมือง Bath ประเทศอังกฤษ หากสนใจก็โปรดเตรียมตัว เตรียมเงิน และเตรียมเวลาไว้ให้พร้อม สมาคมฯ จะแจ้งข่าวให้ **เฉพาะท่านที่สนใจ** ทราบต่อไป

สวัสดิ์ปีใหม่ค่ะ ขออาราธนาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลายที่ท่านเคารพนับถือ โปรดช่วยดลบันดาลให้ทุกท่านมีความสุขกายสุขใจ และสมปรารถนาในสิ่งดีงามที่ท่านประสงค์ ความทุกข์ความโศกอย่าได้มาแผ้วพาน ขอให้พบแต่สิ่งดี ๆ ตลอดปีและตลอดไปนะคะ



Email : bspaltd@cscsoms.com

ประสบการณ์กว่า 40 ปี
ในด้านการพิมพ์และออกแบบกล่อง สลากบรรจุภัณฑ์
รับพิมพ์สิ่งพิมพ์ทุกชนิด ในราคายุติธรรม
บริษัท บี.เอส.พี.เอ. จำกัด

98/51 หมู่ 11 ถนนพุทธมณฑลสาย 5 ต.ไร่เชิง อ.สามพราน จ.นครปฐม 73210
โทร. 0-2811-8343-5 โทรสาร: 0-2811-8346

วิสัยทัศน์

จัดซื้อและซัพพลายเชน Purchasing & Supply Chain Vision

ฉบับที่ 124 ประจำเดือนกุมภาพันธ์ 2550 / สำหรับผู้สนใจทั่วไปและสมาชิกสมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย

2007 : Year for Purchasing Innovation

๒๕๕๐ : ปีของนวัตกรรมการจัดซื้อ

โดย อภนิษฐ์ สมิตะพินทุ Adv.Cert.PSCM(ITC)

อุปนายก

สมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย



ชินเจีย อยู่อี่ ชินนี่ ฮวดใช้ ครับ เพิ่งจะผ่านปีใหม่กันไม่นานเพลอหน่อยเดียวก็เข้าเดือนกุมภาพันธ์ ทรุษเงินกันอีกแล้ว หวังว่าเข้ามาเดือนที่สองอะไรๆ ก็คงพอจะเข้าที่เข้าทางแล้ว งานส่วนใหญ่ที่นักจัดซื้อต้องรีบจัดการกันในเดือนมกราคมก็คงไม่พ้นการประเมินผลงานของซัพพลายเออร์ในปีที่ผ่านมา การวางแผนระบบซัพพลาย การตั้งงบประมาณ การวางกลยุทธ์ร่วมกับแผนกต่างๆ ในองค์กรเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพโดยรวม ทั้งองค์กรให้ดียิ่งขึ้น คงไม่มีประโยชน์อะไรถ้าในองค์กรมีบางแผนกทำงานเก่งมาก แต่บางแผนกทำงานเป็นตัวถ่วงอยู่ร่ำไป และคงจะแย่มากถ้าแผนกที่ว่ำนั้นคือแผนกจัดซื้อที่คอยทำเป็นตัวถ่วง หรือเป็น The weakest link ในองค์กร

ช่วงปลายปีที่ผ่านมาผมมีสองคำถามยอดฮิตจากสมาชิก คำถามแรกเป็นคำถามที่น่าสนใจเกี่ยวกับเรื่องการฝึกอบรม ที่ว่าน่าชื่นใจเพราะว่ามีข้อสังเกตว่าเป็นคำถามที่ถามกันจริงจัง ถามชนิดที่ว่าเอาข้อมูลไปวางแผนฝึกอบรมและตั้งงบประมาณกันทั้งปี และเพื่อต้องการพัฒนาตัวเอง และลูกน้องแบบระยะยาว ซึ่งก็สอดคล้องกับนโยบายของบางบริษัทที่เน้นการเติบโตแบบยั่งยืน (Sustainable growth) บางบริษัทวางแผนตั้งเป็น KPI ให้ทุกคนในแผนกจัดซื้อจะต้องสอบผ่านการรับรองไม่ว่าจะเป็นประกาศนียบัตรของประเทศไทยคือ C.P.K. (Certified Purchasing Knowledge) และ C.P.S. (Certified Purchasing Specialist) หรือประกาศนียบัตรระดับนานาชาติคือหลักสูตรของ CIPS (The Chartered Institute of Purchasing & Supply) ซึ่งทางอังกฤษได้ลงนามความร่วมมือกับสมาคมของเราให้เป็นตัวแทนจัดสอบและสอบในประเทศไทย ผมจึงขอสรุปกำหนดการเรียนและการสอบเอาไว้เพื่อความสะดวกในการวางแผนของท่านในตาราง **Table 1 กำหนดการเรียนและสอบฯ** โปรดทราบว่าในแต่ละรุ่นนั้นเราจะปิดรับสมัครประมาณ 1 เดือนล่วงหน้าก่อนวันสอบ หากต้องการรายละเอียดเพิ่มเติมก็เชิญดูในเว็บไซต์ของสมาคม www.pscmt.or.th หรืออีเมลไปที่ pscmt@thai.org หรือโทรศัพท์ 0 2260-7326-8 หรือโทรสาร 0 2664 0700

หลักสูตรระดับประกาศนียบัตร	ช่วงเวลาจัดสอบในปี 2550	กำหนดสอบ	หมายเหตุ
C.P.K. & C.P.S.	รุ่นที่ 70 เปิดสอนกุมภาพันธ์	25 กุมภาพันธ์	ค่าธรรมเนียมและข้อสอบเป็นภาษาไทย
	รุ่นที่ 71 เปิดสอนสิงหาคม	26 สิงหาคม	
CIPS Certificate	รุ่นที่ 5 เปิดสอน กุมภาพันธ์ - เมษายน	21-25 พฤษภาคม	ค่าธรรมเนียมและข้อสอบเป็นภาษาอังกฤษ ส่งตรงจากอังกฤษ เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วโลก
	รุ่นที่ 6 เปิดสอน สิงหาคม - ตุลาคม	พฤศจิกายน	
CIPS Advanced Certificate	รุ่นที่ 2 เปิดสอน กุมภาพันธ์ - เมษายน	21-25 พฤษภาคม	

Table 1 - กำหนดการเรียนและสอบระดับประกาศนียบัตร

สำหรับอีกคำถามยอดฮิตก็คือคำถามเกี่ยวกับการลดราคาต้นทุนสินค้าหรือ Cost saving มีคำถามตั้งแต่จะมีวิธีการวางแผนทำอย่างไรไปจนกระทั่งถามกันตรง ๆ ว่าจะตั้งเป้าลดราคากันก็เปอร์เซ็นต์ดี

คำปรึกษาหรือข้อแนะนำสำหรับเรื่องเหล่านี้มีหลายแนวแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับชนิดสินค้า ข้อมูลในคำถาม และสถานการณ์ เช่น ให้จับตาการใช้เงินกับวัตถุดิบตัวนั้น ให้ลองศึกษาโครงสร้างราคา ศึกษาที่ไปที่มาของราคาวัตถุดิบตัวนั้นอย่างชัดเจน ถ้ามีคำตอบว่า ได้รู้และดูแลจับตากับการใช้จ่ายเหล่านั้นอยู่แล้ว ก็จะทำให้มาพิจารณาในรายละเอียดโดยการทำ Price-Cost Analysis ซึ่งจะทำให้ทราบถึงโครงสร้างต้นทุน



บริษัท แมงเซ่ง พลาสติก จำกัด
บริษัท เอ็ม. เอส. อินเตอร์แพ็ค จำกัด

ผู้ผลิตภาชนะบรรจุพลาสติกสำหรับ Consumer เครื่องสำอาง อาหาร ยาและบรรจุภัณฑ์ Cosmetic Tube
8/7-8 หมู่ 8 ซอยอ้อเยี่ยม ถนนบางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ โทร : 0-2361-6331-4 แฟกซ์ : 0-2361-6329



เช่นทราบราคาลินค้าราคาที่เราซื้อมา 100 บาท เป็นค่าของวัตถุดิบ 60 บาท ค่าแรง 15 บาท ค่าโสหุ้ย (Overhead) 15 บาท กำไร 10 บาท จะต้องมาวิเคราะห์หารายละเอียดเพื่อหาโอกาสในการลดต้นทุนต่ออีกชั้นหนึ่ง แล้วหาทางสร้างกิจกรรมที่มีคุณค่าเพิ่มต่อกัน เป็นต้นว่า หารีวิวช่วยซัพพลายเออร์ของเราให้ซื้อสินค้าในราคาลดลง ไม่ว่าจะช่วยเสาะหาแหล่งซื้อใหม่ หรือใช้อำนาจการต่อรองของเราที่มีมากกว่าเข้าช่วย ถ้าทำให้ลดราคาวัตถุดิบลงได้สัก 10% ก็จะทำให้เกิดส่วนต่างมาอีก 6 บาทเพื่อนำมาแบ่งกัน หรือจัดทีมวิศวกรของเราไปช่วยซัพพลายเออร์ปรับปรุงกระบวนการทำงานให้ลดค่าโสหุ้ยลงไปจาก 15 เป็น 10 บาท เป็นต้น บางครั้งคำแนะนำก็จะเป็นการให้วิเคราะห์หาโอกาสในการลดราคาในส่วนต่าง ๆ เช่น การลด Inventory การลดราคาค่าขนส่ง การลดของเสีย (Waste) ในกระบวนการทำงาน

สำหรับคำแนะนำให้เปลี่ยนแหล่งซื้อใหม่ ต้องใช้ความละเอียดรอบคอบอย่างยิ่ง นอกจากจะเดือนในเรื่องการคำนวณ TCO (Total Cost of Ownership) ให้ดี เช่นค่าภาษีนำเข้า ค่าความผันผวนของค่าขนส่ง ค่าใช้จ่ายในการติดต่อซัพพลายเออร์แล้ว ยังจะต้องให้วิเคราะห์ตลาดหรือที่เรียกว่า Supply Market Analysis รวมถึงผลกระทบในการเปลี่ยนแหล่งซื้อให้รอบคอบด้วย เช่น จะมีวิธีการเปลี่ยน การคืน การตรวจสอบสินค้าที่ซื้อมาแล้วเสียหายอย่างไร จะต้องเก็บ stock สินค้าเพิ่มขึ้นหรือไม่ จะมีปัญหาเรื่องการติดต่อสื่อสารหรือเปล่า คนของเรามีความสามารถหรือไม่เครื่องมือและทรัพยากรเพียงพอหรือไม่

ผมได้อ่านบทความของอาจารย์อู๋ (กิตติกร โชติสกุลรัตน์) ที่เขียนในวิสัยทัศน์จัดซื้อฉบับที่แล้ว คือฉบับที่ 123 ประจำเดือนมกราคม 2550 ผมขอสนับสนุนอีกแรงหนึ่งว่ามีประโยชน์มาก และคิดว่ามีนักจัดซื้อบางท่านได้ลงมือทำ Spending Analysis ตามที่อาจารย์อู๋ได้แนะนำไว้ จึงขอถือโอกาสเขียนบทความโดยมีมุมมองของแนวคิดในการทำการลดต้นทุนสินค้า หรือ Cost saving ต่อยอดกันไปเลย ท่านที่ได้ทำ Spending Analysis ไว้แล้ว ก็จะได้เริ่มลงมือหา Cost Saving Strategy (กลยุทธ์ในการบริหารต้นทุน) กันต่อไป

สมมติว่าเรามีข้อมูลเรื่องของ Spending Analysis จัดการแบ่งกลุ่ม (Category) จัดลำดับมูลค่าในการซื้อ และได้เห็นภาพรวมของรายจ่ายของเราเรียบร้อยแล้ว ถ้าจะเปรียบเทียบง่าย ๆ กับการทำการวิเคราะห์รายจ่ายส่วนตัวของเรา การทำ Spend Analysis จะทำให้ทราบว่าเงินเดือนของเราหายไปกับกิจกรรมใดบ้าง เราใช้จ่ายกับสิ่งฟุ่มเฟือยหรือสิ่งจำเป็น Spend Analysis จะทำให้เราเห็นได้ทันทีว่าเราจะควรจะปรับลดค่าใช้จ่ายส่วนตัวรายการไหนบ้าง

Purchasing Item	Annual Spending (THB)	% of Total Annual Spending	Cumulative Spending (%)	
Item#1 มอเตอร์	300	45.386	45.386	High Spending/Expenditure
Item#2 ตะแกรงหลัง	100	15.129	60.514	
Item#5 ตะแกรงหน้า	100	15.129	75.643	
Item#3 ใบพัด	70	10.59	86.233	Low Spending/Expenditure
Item#8 อุปกรณ์ด้าน IT (คอมพิวเตอร์ หมึกพิมพ์)	50	7.564	93.797	
Item#4 ใบพัดเปิด ปิด	20	3.026	96.823	
Item#7 อุปกรณ์สำนักงาน (กระดาษ เครื่องเขียน)	20	3.026	99.849	
Item#6 ใบรับประกัน	1	0.151	100	
	661	100		

Table 2 - Spending Analysis

สำหรับบริษัทนั้นทุกรายการอาจจะสำคัญหมด เพราะได้ถูกส่งมาหลายชั้นตอนกว่าจะทำการจัดซื้อได้ ไม่มีค่าใช้จ่ายฟุ่มเฟือย แสดงตัวออกมาชัดเจนเหมือนกับค่าใช้จ่ายส่วนตัว นักจัดซื้อจึงต้องมองหาว่ามุมมองแบบไหนที่ควรนำเสนอเพื่อจะเป็นประโยชน์กับการบริหารรายจ่ายของบริษัท ในกรณีที่เป็นโรงงานและจัดซื้อวัตถุดิบเพื่อการผลิตเป็นหลักอาจจะต้องเสนอมุมมองว่าบริษัทใช้จ่ายกับวัตถุดิบใดมากไล่เรียงกันเป็นลำดับ สำหรับบริษัทประเภท Trading หรือซื้อมาขายไปอาจจะพิจารณาในมุมมองของการซื้อกับซัพพลายเออร์รายไหนมากเป็นพิเศษในกรณีนี้ซัพพลายเออร์สามารถซัพพลายสินค้าให้เราหลายอย่าง ไม่มีข้อจำกัดใด ๆ ในการสร้างมุมมองเหล่านี้ แต่ฝากเป็นข้อคิดไว้สำหรับบริษัทที่กำลังเริ่มออกแบบการเก็บข้อมูลหรือจะดึงข้อมูลมาจากฐานข้อมูลที่มีอยู่เดิม ก็ควรจะตกลงกันให้ชัดเจนว่าต้องการเก็บข้อมูลใดบ้างและต้องการผลลัพธ์เป็นอย่างไร ใช้เวลาวางแผนกัน ค่อย ๆ คิดให้ครบทุกด้าน

ดังนั้นจากการทำ Spending Analysis จะทำให้เราทราบมูลค่าใช้จ่าย (Expenditure) ในแกนนอนเพียงแนวเดียว สำหรับ Supply Risk หรือผลกระทบที่มีต่อ Supply Target นั้นเราต้องประเมินเองว่าวัตถุดิบใดจะมีความเสี่ยงมากน้อย จะขอยกตัวอย่าง เช่น บริษัทผลิตพัดลม

ทำ Spending Analysis ไว้แล้วและได้ผลดังที่แสดงในตาราง Table 2 - Spending Analysis จากนั้นทางบริษัทผลิตพัดลมก็ได้ประเมินความเสี่ยงของวัตถุดิบชิ้นส่วนรายการต่าง ๆ โดยให้เหตุผลไว้ดังต่อไปนี้

Item#1 มอเตอร์ มีความเสี่ยงสูงมาก เพราะเป็นวัตถุดิบที่ต้องใช้เป็นจุดเริ่มต้นในการประกอบ

Item#2 ตะแกรงหลังและพลาสติกยึดตะแกรงหลัง มีความเสี่ยงมากเช่นกันแต่น้อยกว่ามอเตอร์

Item#3 ใบพัดและพลาสติกยึดใบพัด มีความเสี่ยงมากเช่นกันแต่น้อยกว่าตะแกรงหลังและมอเตอร์

Item#4 ปุ่มสวิตช์ปิดเปิด มีความสำคัญมากกว่าตะแกรงหน้า เพราะว่าถ้าสวิตช์ก็จะประกอบชิ้นส่วนอื่นต่อไปไม่ได้

Item#5 ตะแกรงหน้า มีความสำคัญน้อยกว่าทั้ง 4 รายการแรก เพราะว่าประกอบเป็น Semi product แล้วไปรอไว้ท้าย production line ได้

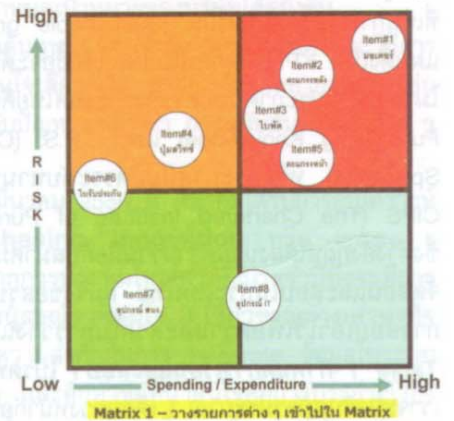
Item#6 ใบรับประกัน มีความสำคัญน้อยกว่าทั้ง 5 รายการแรก เพราะว่าจับ pack ลงกล่องเรียบร้อยแล้วก็นำไปใส่ก็ย้งได้

Item#7 อุปกรณ์สำนักงาน (กระดาษ เครื่องเขียน) มีความเสี่ยงต่ำเพราะว่าไม่มีผลกระทบกับ Production

Item#8 อุปกรณ์ด้าน IT (คอมพิวเตอร์ หมึกพิมพ์) มีความเสี่ยงต่ำเพราะว่าไม่มีผลกระทบกับ Production

ดังนั้นเมื่อจับรายการทั้งแปดเข้า Matrix ตามลำดับความเสี่ยงและค่าใช้จ่าย ก็จะได้ผลดังภาพ Matrix 1

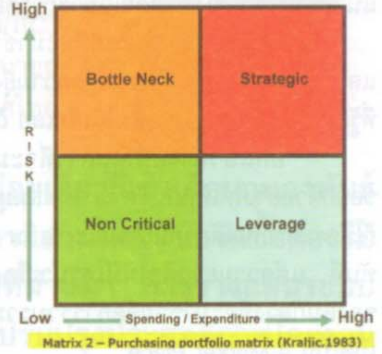
แนวทางในการพิจารณา Cost saving ที่เสนอนี้ จะพิจารณามุมมองของการบริหารกลุ่มรายการสินค้า แบ่งตามมูลค่าของการใช้จ่าย และผลกระทบของ Supply target หรือผลกระทบต่อการทำกำไร (Profit Impact) ของบริษัทเรา โดยใช้ Purchasing portfolio matrix (Kraljic, 1983) จะสามารถแบ่งได้เป็น 4 กลุ่มดังรูปใน Matrix 2 ซึ่งมีการพิจารณา Cost saving โดยแบ่งตามกลุ่มสินค้า ตามแนวคิดดังนี้



Matrix 1 - วางรายการต่าง ๆ เข้าไปใน Matrix

1. Strategic กลุ่มสินค้าที่มีความเสี่ยงสูงและมูลค่า Spending สูง ซัพพลายเออร์ส่วนใหญ่จะเป็นพันธมิตรกับเรา การทำ cost saving จะได้รับความร่วมมือร่วมมือเปิดเผยข้อมูลซึ่งกันและกัน ช่วยกันมองหาโอกาสในการปรับปรุงการทำงานและสนใจต้นทุนซึ่งกันและกัน การเปลี่ยนแหล่งซื้อสินค้ากลุ่มนี้ไม่ใช่เรื่องง่าย ๆ เพราะการจะเลือกพันธมิตรใหม่ต้องใช้เวลาประเมินทั้งศักยภาพด้านสินค้า ความเข้ากันได้ และเป้าหมายในการในการทำงานระยะยาว เมื่อรู้อย่างนี้แล้วบางบริษัทก็เลยยึดเงื่อนไขว่า แม้จะบริการแย่นิดหน่อยหรือไม่ค่อยให้ความร่วมมือสักหน่อยก็ไม่เป็นไร ยิ่งงะเซเขาก็ไปไหนจากเราไม่ได้ง่าย ๆ ระวังนะครับ ทำอย่างนี้ไม่ได้แน่ เราควรจะช่วยเหลือกันอย่างเต็มที่ทำงานด้วยความเข้าอกเข้าใจ รู้และตระหนักในข้อจำกัดของกันและกัน ไม่เอาไรดเอาเปรียบกัน ถ้าเห็นว่าซัพพลายเออร์เหลือแต่กระดูกแล้วยังงะงะก็ต่อมหาทางช่วยเหลือบ้าง นึกถึงวันที่ซัพพลายเออร์ทำธุรกิจกับเราไม่ได้ หรือเมื่อธุรกิจของเขาต้องล้มหายตายจากไป วันนั้นคนที่ลำบากก็คือบริษัทเราที่ขาดซัพพลายเออร์ดี ๆ ไป

การลดราคาสินค้าประเภทนี้อาจใช้เทคนิคของการสลับกันไป audit หรือจะเรียกว่าตรวจสอบวิธีการทำงานของกันและกันก็ได้ เช่น เราส่งวิศวกรของเราไปช่วยปรับปรุงการทำงานของซัพพลายเออร์ ถ่ายทอดเทคโนโลยี ช่วยมองหาความเป็นไปได้ในการลดขั้นตอนการทำงานที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่าต่าง ๆ (Non value added activities) โดยเป็นที่ยอมรับของลูกค้า จะสังเกตว่าการทำงานลักษณะนี้เป็นการได้ประโยชน์จากการที่เราเปิดโอกาสให้คนที่มีความรู้ใหม่ไปจากเราได้เข้ามาศึกษา และเราจะรับฟังข้อคิดเห็นและประเมินค่าของกิจกรรม Cost saving ที่ถูกค้นพบ ประเด็นที่สำคัญคือต้องมีการบันทึกการทำงานและผลสรุปไว้ทุกกิจกรรม เพื่อให้เป็นการทำงานที่ต่อยอดกันอย่างแท้จริง ไม่ใช่คนใหม่มารับผิดชอบโครงการก็เริ่มนับหนึ่งกันใหม่ นำโครงการเก่ามาปิดฝุ่นและทดลองทำกันใหม่อีกการตั้งโจทย์การทำงานอย่างนี้ในบางบริษัทใช้ชื่อโครงการว่าเป็นพวก VAVE (Value Analysis/Value Engineering) ที่กล่าวมานั้นเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจริงและมีตัวอย่างให้เห็น ทางสมาคมฯเคยนำเสนอสมาชิกเข้าเยี่ยมชมโรงงานประกอบรถยนต์โตโยต้าที่เทพารักษ์ จากการที่ได้รับความบรรยายและช่วงซักถามก็ทราบว่าได้โดยดำนั้นมีนโยบายดูแลซัพพลายเออร์หลัก ๆ อย่างดีทั้งทางด้านเทคนิคที่มีวิศวกรไปช่วยถ่ายทอดเทคโนโลยี และมีการสนับสนุนด้านการเงินในกรณีที่ต้องมีการลงทุนเพิ่ม สิ่งเหล่านี้เองที่อาจเป็นเคล็ดลับที่ทำให้โตโยต้ามีผลประกอบการที่ดี และประสบผลสำเร็จในการบริหารซัพพลายเชน



แต่ภาพของ Cost saving program หรือ VAVE สำหรับบางบริษัทที่แสดงออกมานั้น คือการขอต่อราคากันคือ ๆ แล้วให้เหตุผลว่าที่ไม่มาช่วยกันร่วมคิดร่วมทำ VAVE ก็เพราะทางซัพพลายเออร์เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ จะต้องรู้ข้อมูลของสินค้าดีที่สุดอยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็แหล่งวัตถุดิบหรือกระบวนการผลิต และได้แจ้งล่วงหน้าไปแล้วว่าจะต้องการส่วนลดเท่านั้นเท่านี้เปอร์เซ็นต์ หลายครั้งที่ซัพพลายเออร์ยอมลดราคาให้โดยที่ไม่มีการปรับเปลี่ยนกระบวนการหรือมีกลยุทธ์ใด ๆ เพราะว่าการต่อรองน้อยกว่าและยังมีกำไรเหลืออยู่บ้าง ผลงานของแผนกจัดซื้อคือผลงานของการเจรจาต่อรองเมื่อตอนปลายปี จะว่าเป็นฝีมือก็ใช่ แต่ก็ไม่จำเป็นต้องเอา VAVE มาบังหน้า เปิดโต๊ะเจรจาต่อรองกันซะให้รู้แล้วรู้รอดไปเลย ก็หมดเรื่อง

นักจัดซื้อบางคนก็บอกว่าอยากทำ Cost saving กับซัพพลายเออร์ให้เป็นเรื่องเป็นราวเหมือนกัน แต่พอเริ่มขอ Cost Breakdown เพื่อทำการศึกษาก็จะได้ Cost Breakdown ฉบับที่เรียกว่าหมกไว้หลายเม็ด ถ้าหันกลับไปถามซัพพลายเออร์ว่าทำไมไม่ส่ง Cost Breakdown ฉบับที่ถูกต้องไปให้ ก็จะมีเหตุผลว่าถ้าให้ของที่ใกล้เคียงความจริงไปก็จะโดนนักจัดซื้อซูดรีดกำไรไปอีก ไม่มีนักจัดซื้อที่โหดอกจะมาสนใจหรือเห็นอกเห็นใจถ้าเราได้กำไรน้อยและจะมาขึ้นราคาให้ ที่จริงซัพพลายเออร์ก็พูดถูกที่ว่าไม่มีใครจะมาขึ้นราคาให้ มีแต่นักจัดซื้อเขาจะถามคุณว่าทำงานกันอย่างไร ทำไมกำไรน้อยจัง และจะเริ่มหาหนทางช่วยควบคุมต้นทุนของคุณให้อยู่ในเกณฑ์ของธุรกิจ

จะเห็นว่างานนี้จยาก และเป็นปัญหาแบบไก่กับไข่ คือไม่รู้ว่าจะเริ่มที่ใครก่อน ปีนี้ลองหันหน้าเข้ามาพูดจากันใหม่ สร้างความเชื่อใจซึ่งกันและกันนะครับ แถมท้ายให้นิดหนึ่งว่านักจัดซื้อที่จะมารับหน้าที่ดูแลสินค้ากลุ่มนี้ ต้องร่วมงานกันพันธมิตรทางธุรกิจและตัดสินใจกับมูลค่า Spending สูงนี้ นอกจากต้องเป็นคนที่มีความรู้ความสามารถแล้วต้องเป็นคนประเภทที่ต้องเข้าใจถึงคุณค่าการสร้างความสัมพันธ์ด้วย ผมจำได้ว่าอาจารย์เชี่ยวชาญ รัตนามัทธนะ นายกสมาคมได้เขียนบทความเรื่อง **"ความไว้วางใจกันในซัพพลายเชน - Trust in Supply Chain"** ไว้ในวิสัยทัศน์จัดซื้อฉบับที่ 100 ประจำเดือนธันวาคม 2547 ท่านนายกได้หยิบเอาบทความของฝรั่งเรื่อง Common Sense Purchasing via Relationship Building is the Key to Supply Chain Success เอามาขยายความให้สมาชิกฟัง และสรุปปิดท้ายเอาไว้ว่า **"หากท่านหักหลังหรือไม่ซื่อสัตย์ต่อใคร ประเภทหน้าไหว้หลังหลอก ก็แทบจะพูดได้เลยว่า ไม่มีทางเป็นอันขาดที่ท่านจะหลุดออกมาจากหลุมลึกแห่งความหวาดระแวงที่ท่านนั้นแหละเป็นผู้ขุดเอาไว้เอง กลบหลุมย่อมง่ายกว่าขุดหลุม ความซื่อสัตย์และจริงใจนั้นแหละที่จะทำให้ผู้อื่นเคารพนับถือตัวท่าน"**

อีกทั้งอาจารย์ สุชาติ ประเสริฐสม อุปนายกอาวุโสของสมาคม ก็เคยเขียนบทความไว้ในวิสัยทัศน์จัดซื้อฉบับที่ 82, 83 และ 84 สามฉบับติดต่อกันในปี พ.ศ.2546 ในเรื่องเกี่ยวกับการวิเคราะห์คุณค่า (VA - Value Analysis) และวิศวกรรมคุณค่า (VE - Value Engineering) ว่ามันคืออะไร มีประโยชน์อย่างไร การวิเคราะห์แบบ (Design analysis) ของผลิตภัณฑ์หรือชิ้นงานนั้นเขาทำกันอย่างไร การวิเคราะห์ต้นทุน (Cost analysis) ของผลิตภัณฑ์หรือชิ้นงานที่ต้องการทำนั้นคืออย่างไร ถ้าท่านเป็นสมาชิกมาตั้งแต่ปี 2546 ก็ย่อมจะได้รับจุลสารนี้ไปอ่านและรู้ซึ่งในเรื่องเหล่านี้ดีอยู่แล้ว สำหรับบทความที่ผมเขียนนี้ก็ต่อยอดขึ้นไปเลย ไม่ต้องเสียเวลาย้อนกลับไปเอาเรื่องเก่ามาเล่าใหม่

มีปัญหาเรื่องความรู้ในกระบวนการจัดซื้อและซัพพลายเชน กรุณาติดต่อไปที่

สมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย Purchasing & Supply Chain Management Association of Thailand

54 อาคารบีบี ชั้น 15 ห้อง 1509 ถนนอโศก แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

โทรศัพท์ 0-2260-7326-8 โทรสาร 0-2664-0700

E.mail: helpdesk@pscmt.or.th Website:www.pscmt.or.th

2. Bottle neck กลุ่มสินค้าที่เป็นชนิดที่มีความเสี่ยงสูงกับบริษัทแต่เป็นสินค้ารายการที่เป็น Spending ต่ำ เนื่องจากเป็นกลุ่มสินค้าที่มี Spending ไม่สูง ดังนั้น นักจัดซื้อจะไม่ค่อยสนใจในเรื่องการลดราคา แต่จะไปบริหารเพื่อลดความเสี่ยงเสียมากกว่า

3. Leverage กลุ่มสินค้าที่มีความเสี่ยงต่ำแต่มูลค่า Spending สูง สามารถเปลี่ยนแหล่งซื้อสินค้าได้โดยไม่มีผลกระทบต่อบริษัท กลุ่มนี้แนะนำให้เสาะหาแหล่งสินค้ามากกว่า 1 แหล่ง คือมีซัพพลายเออร์มากกว่า 1 ราย และต้องบริหารซัพพลายเออร์ให้ดี อย่าเที่ยวเอาแต่ชุดเลือดชุดเนื้อ ใครให้ราคาถูกกว่าก็ไปซื้อคนนั้น แต่ต้องรักษาน้ำใจกันไว้บ้างด้วยที่ถ้อยอาศัย แต่ที่ต้องมีซัพพลายเออร์เพื่อไว้ดวงคู่อำนาจก็เพื่อให้มั่นใจว่าเรายังซื้อสินค้าในระดับราคาที่แข่งขันได้ ดังนั้นนักจัดซื้อที่ดูแลสินค้ากลุ่มนี้ต้องมีไหวพริบดี มีภูมิตากว้างไกล ชอบเสาะหาชอบสำรวจตลาด ต่อรองเก่ง

4. Non Critical กลุ่มสินค้าที่เป็นชนิดที่มีความเสี่ยงต่ำกับบริษัท อีกทั้งมี Spending ต่ำและเป็นสินค้าที่หาซื้อง่าย ๆ ราคาเป็นมาตรฐานตลาด เช่นสินค้าจำพวก Stationary หมึกพิมพ์ สินค้าสิ้นเปลืองต่างๆ กาแฟ น้ำตาล กระดาษทิชชู น้ำยาล้างจาน สินค้าเหล่านี้มีมูลค่าซื้อครั้งละไม่มาก ไม่สามารถสร้างน้ำหนักในการต่อรองราคาได้ เราควรลดขั้นตอนการทำงานให้เหลือน้อยที่สุด และใช้มูลค่าทั้งปีเป็นช่องทางในการต่อรอง คือพยายามลด Operation Cost โดยหาทางใช้เทคโนโลยีบางอย่างเข้าช่วย เช่น เลือก Supplier ที่มี e-Catalogue เพื่อให้ User ได้เข้าไปเลือกสั่งสินค้าโดยผ่านการอนุมัติของผู้จัดการแผนกตามงบประมาณที่ตั้งไว้ โดยไม่จำเป็นต้องผ่านแผนกจัดซื้อทุกครั้งไป แต่ที่สำคัญคือแผนกจัดซื้อต้องเป็นผู้กลั่นกรอง เลือกซัพพลายเออร์ ทำสัญญาและบริหารสัญญา โดยใช้ข้อมูล Spending Analysis นี้มาเป็นแนวทางในการทำงาน โดยเฉพาะการต่อรองด้วยข้อมูลแบบรายปีนี้จะทำให้มูลค่าของการซื้อของเราดูสูงขึ้นโดยทันที

วิธีการใช้เทคโนโลยีที่จะมาช่วยลด Operation Cost นั้นสบายมากสำหรับบริษัทใหญ่ ๆ เพราะมีมูลค่าการซื้อสินค้าเหล่านี้สูง และเห็นได้ชัดเจนในเรื่องการลดความยุ่งยากในงาน Operation อีกทั้งยังสะดวกรวดเร็วกว่าการสั่งซื้อแบบ Manual เป็นไหน ๆ แต่เป็นเรื่องที่รู้สึกยากเย็นและเริ่มต้นไม่ได้เสียเลย ถ้าเราเป็นบริษัทที่มีขนาดไม่ใหญ่นัก มีปริมาณการใช้สินค้าไม่มาก มูลค่าการซื้อต่อปีของเราก็น้อย

อีกแนวทางหนึ่งในการที่จะมาลดราคาสินค้าเหล่านี้ในบริษัทที่ไม่ใหญ่นักที่พอจะบินไปได้คือต้องหาพันธมิตรในการร่วมซื้อสินค้า ขอยกตัวอย่างให้เห็นกันชัดขึ้น เช่นสมมุติว่าบริษัทผมมีอัตราการใช้กระดาษเดือนละ 10 รีม แล้วบริษัทเพื่อนผมอีก 2 คนที่อยู่ออฟฟิศข้าง ๆ กัน ก็ใช้กระดาษยี่ห้อเดียวกันเดือนละ 5 รีม ดังนั้นเรา 3 คนใช้กระดาษรวมกันเดือนละ 20 รีม จะเห็นว่าเราสามารถเพิ่มอำนาจการต่อรองได้มากขึ้นทันที แต่ความยากคือไม่มีใครนำเรื่องเหล่านี้มาคุยกันเป็นเรื่องเป็นราว ไม่มีเจ้าภาพในการบริหารจัดการ จึงเป็นช่องทางในการทำธุรกิจของคนกลางที่จะมาช่วยจัดการรวบรวมข้อมูลและต่อรองกับซัพพลายเออร์ ค้นหาซัพพลายเออร์เจ้าที่เหมาะสมที่สุดและนำเสนอให้เรา หรือเปิดเป็น e-Market Place

ที่จริงเรื่องยุทธศาสตร์การจัดการสินค้าทั้ง 4 กลุ่มนี้ มีบทความเขียนไว้ในวิสัยทัศน์จัดซื้อฉบับที่ 70, 71, และ 72 ติดต่อกันสามฉบับเมื่อปี พ.ศ.2545 โดยอาจารย์อุ กิตติกร โชติสกุลรัตน์ อาจารย์ ภิญญู อันวารชร และอาจารย์หนุ่ม ธนพัฒน์ พรธนะประเทศ เห็นไหมครับว่าเสียค่าสมาชิกร้อยเดียว หรือจ่ายครั้งเดียวเพียงทร้อยบาทสำหรับการเข้าเป็นสมาชิกตลอดชีพ ก็มีข้อมูลวิชาการดี ๆ อ่านกันทุกเดือน คุ่มสุด ๆ

การอธิบายแนวคิดการทำ Cost saving มีอีกมุมมองหนึ่งที่เราควรจะนำมาพิจารณาประกอบการตั้งเป้าหมายในการลดราคา คือข้อมูลของบริษัทคู่แข่ง เราควรนำมาเปรียบเทียบกับผลการดำเนินงานของบริษัทของเรา เช่น ต้นทุนวัตถุดิบ มูลค่าสินค้าคงคลัง ต้นทุนการดำเนินการ กำไรขั้นต้น Inventory Turnover, Collection Period, และ Payment Period ถ้าเราพอจะเห็นภาพของตัวเลขเหล่านี้ของ บริษัทคู่แข่งและบริษัทอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน ก็จะทำให้เห็นภาพที่ชัดเจนมากขึ้น และสามารถกำหนดเป้าหมายของบริษัทได้ดียิ่งขึ้น

การบริหารต้นทุนสินค้าเป็นเรื่องสำคัญ มีหลายลู่วางที่เรอาจจะบรรลุวัตถุประสงค์ในการลดต้นทุนสินค้า ขึ้นอยู่กับชนิดสินค้าและวิธีการบริหารซัพพลายเออร์ แต่ต้องไม่ลืมว่าราคาไม่ใช่ปัจจัยเดียวที่นักจัดซื้อนำมาเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกคู่ค้า ยังมีปัจจัยอีกหลายอย่าง เช่น การส่งมอบสินค้าให้ครบถ้วนและทันเวลา การบริการด้วยทีมงานที่มีความรู้ความสามารถและใส่ใจกับปัญหาของลูกค้า การสนับสนุนข้อมูลต่าง ๆ ทั้งก่อนและหลังการขาย จึงต้องนำมาพิจารณาซึ่งน้ำหนักให้ตักก่อนจะลงมือหรือตัดสินใจจะไรไป

สำหรับงานประชุมใหญ่สามัญประจำปี และกิจกรรม Purchasing Month ในวันที่ 25 มีนาคม 2550 นี้ สมาคมได้รับการอนุเคราะห์เป็นพิเศษจากบริษัทพันธวนิช เรามี Theme การประชุมว่า **2007: Year for Purchasing Innovation** หรือ **๒๕๕๐ : ปีของนวัตกรรมการจัดซื้อ** ซึ่งมีหัวข้อบรรยายที่ทันสมัยและน่าติดตามเป็นอย่างมาก นอกจากการประชุมใหญ่สามัญประจำปีซึ่งจะมีการสรุปผลงานและการเลือกตั้งกรรมการบริหารสมาคมแล้ว ในช่วงเช้าจะมีการบรรยายของ ดร.อนุสรณ์ ธรรมใจ ผู้เชี่ยวชาญทางเศรษฐกิจ อันจะทำให้เราได้ทราบแนวทางการทำงานในเศรษฐกิจยุคนี้ และเรื่องมาตรฐาน RosettaNet ที่มีความสำคัญในการ Integrate ข้อมูลในระบบซัพพลายเชน บรรยายโดย ดร.ชยกฤต เจริญศิริวัฒน์ ผู้อำนวยการ RosettaNet ประเทศไทย และอีกหัวข้อที่น่าสนใจคือการบรรยายเรื่อง Aggregate Purchasing โดยคุณศักดิ์ชัย คงเกียรติศักดิ์ จากบริษัทพันธวนิช ซึ่งเป็นบริษัทที่มีบริการหลากหลายในการที่จะช่วยให้การทำงานจัดซื้อและซัพพลายเชนให้มีประสิทธิภาพ โดยการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและมีความน่าเชื่อถือมาช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพและอีกทั้งยังสามารถลดราคาสินค้าได้ ซึ่งก็จะเป็นประโยชน์กับการบริหารต้นทุนสินค้าของท่านเป็นอย่างมากปีนี้อาจเป็นปีที่ท่านต้องใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ มาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและบริหารต้นทุนสินค้า อันจะส่งผลให้ปฏิบัติการจัดซื้อของท่านกลายเป็นเรื่องหมู ๆ ก็ได้

รายการนี้ฟรีตลอดงาน ฟังฟรี อาหารและเครื่องดื่มฟรี เอกสารฟรี มีข้อแม้สองสามอย่างคือ หนึ่งผู้ร่วมงานได้ต้องเป็นสมาชิกของสมาคมเท่านั้น สองต้องจองล่วงหน้า สามเมื่อจองแล้วต้องไป ถ้าไม่ไปโดยไม่แจ้งยกเลิกก็ทำให้สมาคมเสียค่าใช้จ่ายโดยไม่จำเป็น สมาคมเขาก็จะคิดชื่อท่านไว้ในกลุ่มที่ต้องเฝ้าจับตาเป็นพิเศษในการจองเข้าร่วมกิจกรรมอื่นใดในอนาคต โปรดดูรายละเอียดในเอกสารที่แจกมาพร้อมกันนี้

เรื่องสุดท้ายที่จะเรียนให้ท่านสมาชิกทราบคือ ทาง IFPSM กำลังจะจัดประชุม World Summit 2007 ที่เมือง Bath ประเทศอังกฤษ ในวันที่ 30-31 มีนาคม 2550 โดยมี Theme การประชุมครั้งนี้ว่า **"Sharing knowledge for the good of the purchasing and supply profession"** เนื่องจาก Deadline การสมัครค่อนข้างใกล้คือภายในวันที่ 16 กุมภาพันธ์นี้แต่มีสิ่งที่จะต้องทำหลายอย่างในเวลาอันจำกัด เช่นขอวีซ่า จองโรงแรม จองตั๋วเครื่องบิน สมาคมจึงไม่สามารถเป็นตัวกลางในการจัด Trip ให้ท่านได้ สมาชิกท่านใดสนใจจะเข้าร่วมประชุมจะต้องจัดการทุกอย่างเอาเอง ท่านสามารถขอให้สมาคมส่งโบรชัวร์ให้ท่านทางอีเมลเพื่อดูโปรแกรมก่อนก็ได้ สมาคมคาดการณ์ว่าน่าจะจะมีค่าใช้จ่ายรวมทุกอย่างประมาณ 100,000 บาทต่อคนครับ

Supplier Perception Matrix ซัพพลายเออร์มองท่านอย่างไร

โดย ... อภินิษฐ์ สมิตะพินทุ Adv.Cert.PSCM(ITC)
อุปนายก
สมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย



วิสัยทัศน์จัดซื้อในสองเดือนที่ผ่านมาอาจารย์อู๋ (กิตติกร โชติสกุลรัตน์) และผม ได้เขียนบทความเรื่องการวิเคราะห์รายจ่าย (Spend Analysis) และแนวคิดในการลดต้นทุนโดยใช้หลักของการบริหารวัตุดิบ ทั้งสองบทความนั้นเป็นมุมมองของการบริหารข้อมูลภายใน คือเราสามารถนำข้อมูลภายในบริษัทมาจัดลำดับมูลค่าการใช้จ่ายต่างๆและวิเคราะห์ลำดับความสำคัญได้ ซึ่งถ้าแผนกจัดซื้อไม่เคยเก็บข้อมูลเอาไว้เลย ผมขอแนะนำให้ขอแรงจากทางแผนกบัญชีที่เก็บข้อมูลรายจ่ายเอาไว้เพื่อมาใช้ไปพลางๆก่อน โดยในขั้นนี้ก็ต้องลงทุนออกแบบสร้างฐานข้อมูลและเริ่มเก็บข้อมูลเอาไว้ตั้งแต่ต้นปี และพอครึ่งปีอาจจะลองสอบถามกับแผนกบัญชีดูสักที จะได้สบายใจและมั่นใจว่าเก็บข้อมูลได้ถูกต้องปีหน้าจะได้ทำการวิเคราะห์เองได้คล่องตัวขึ้นโดยไม่ต้องไปกวนใจแผนกอื่นเขา

อีกมุมหนึ่งของการบริหารงานจัดซื้อคือการวิเคราะห์ซัพพลายเออร์หรือทางฝั่งผู้ขาย นักจัดซื้อต้องใช้เวลากับการวิเคราะห์ซัพพลายเออร์หลักๆ บ้าง ลองตรวจสอบข้อมูลในด้านต่างๆ เช่น บริษัทที่ให้ความสำคัญกับการทำงานร่วมกันกับซัพพลายเออร์ในระยะยาวอาจจะพิจารณาข้อมูลอัตราการผลิตของพนักงานกันดูบ้าง ลองนึกดูว่าจะอะไรจะเกิดขึ้นถ้าพนักงานควบคุมคุณภาพสินค้าของซัพพลายเออร์เรามีอัตราเข้าออกเป็นว่าเล่น ต้องมาเสียเวลานั่งฝึกอบรมกันใหม่ตลอดทั้งปี หรือพนักงานขายเปลี่ยนหน้ามาทุกปี ต้องเรียนรู้วิธีการทำงานร่วมกันใหม่ หรืออาจเป็นพนักงานออกแบบผลิตภัณฑ์ที่อยู่ทำงานกับบริษัทสั้นกว่า Product life cycle เสียอีก ข้อมูลเหล่านี้ถ้าไม่มีหัวข้อตายตัวที่จะพิจารณา แต่หลักที่นักจัดซื้อใช้คือ พิจารณาปัจจัยที่จะได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ ของซัพพลายเออร์

ในลักษณะของการทำงานชนิดที่ร่วมมือกันในระยะยาว การที่นักจัดซื้อพิจารณาเรื่องนี้อาจมีผลกระทบซึ่งกันและกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าการไม่คุยกันอาจทำให้ทั้งซัพพลายเออร์และเราพากันเสียเปรียบในสนามแข่งขัน ดังนั้นการมานั่งจับเข่าคุยกันนั้นเป็นสิ่งที่ถูกต้องและควรทำอย่างยิ่ง ไม่ถือเป็นการล้วงลูกแต่เป็นการเปิดช่องว่างและปรับปรุงการทำงานร่วมกัน เพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของซัพพลายเชน สำหรับข้อมูลที่นักจัดซื้อส่วนใหญ่พิจารณาอยู่แล้วก็คือผลประกอบการประจำปีของซัพพลายเออร์ เราตรวจสอบข้อมูลย้อนหลังเปรียบเทียบสถานะทางการเงิน ซึ่งสะท้อนความมั่นคง และมีมือผู้บริหารของซัพพลายเออร์ของเรา ถ้าซัพพลายเออร์เราได้กำไรในปีที่ผ่านมา เราควรริบแสดงความยินดีกับซัพพลายเออร์ ไม่ใช่เวลาเมื่อเห็นกำไรแล้วคิดแต่จะหาวิธีต่อรองซุกกำไรจากซัพพลายเออร์แบบไม่ดูตาม้าตาเรือ เราต้องตรวจสอบอำนาจการต่อรองของเราก่อน วางกลยุทธ์ให้ดี คิดให้รอบด้าน การที่เราเปิดฉากการเจรจาต่อรองโดยมีเหตุผลเพียงเพราะว่าต้องการแบ่งกำไรจากผลประกอบการของซัพพลายเออร์นั้น อาจทำให้ทั้งเสียความสัมพันธ์และหน้าแตกชนิดที่หม้อไม่รับเย็บก็ได้

ความผิดพลาดประการหนึ่งที่จะเกิดขึ้นกับนักจัดซื้อโดยเฉพาะจากที่ได้ทำการวิเคราะห์รายจ่าย (Spend Analysis) ของตัวเองเสร็จสิ้น และได้มาตรวจสอบผลประกอบการของซัพพลายเออร์ ผลปรากฏออกมาว่าซัพพลายเออร์ที่เราใช้จ่ายเป็นอันดับหนึ่งนั้นก็มีกำไรดีมาตลอดหลุมที่เราขุดไว้ก็คือ ความคิดของเราที่เขาได้กำไรมาก และกำไรนั้นต้องมาจากที่เราซื้อชนิดที่เสียเปรียบเขามาตลอด ไม่แน่ว่าจะไปนครับวิสัยทัศน์จัดซื้อฉบับนี้ขอแนะนำให้ท่านพิจารณามุมมองชนิด Outside in หรือลองมองแบบมุมกลับ ลองมาดูซิว่าซัพพลายเออร์เขามองผู้ซื้ออย่างไรประการใด ซึ่งจะเป็นพื้นฐานสำคัญในการต่อรองของเราต่อไปอีกด้วย



บริษัท เม็งเซ็ง พลาสติก จำกัด
บริษัท เอ็ม. เอส. อินเตอร์แพ็ค จำกัด

ผู้ผลิตภาชนะบรรจุพลาสติกสำหรับ Consumer เครื่องสำอาง อาหาร ยาและบรรจุภัณฑ์ Cosmetic Tube
8/7-8 หมู่ 8 ซอยอ้อยเอี่ยม ถนนบางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ โทร : 0-2361-6331-4 แฟกซ์ : 0-2361-6329



การคิดในมุมมองนี้จะมียุสองส่วนที่จะพิจารณาคือส่วนที่ว่าซัพพลายเออร์มีความต้องการที่จะซื้อขาย ทำธุรกิจกับเรามากน้อยเพียงใด และต้องมองข้อเท็จจริงว่าเรามีความสำคัญกับซัพพลายเออร์ในเชิงรายได้มากน้อยแค่ไหน

มาเริ่มจากมุมมองว่าซัพพลายเออร์ต้องการทำธุรกิจกับผู้ซื้อมากน้อยเพียงไหน (Level of attractiveness) ยกตัวอย่างเช่น สมมุติว่าเราเป็นบริษัทผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ (Automotive Sector) และมีซัพพลายเออร์รายใหม่มาติดต่อต้องการขายสินค้าให้เรา หลังจากตรวจสอบข้อมูลดูแล้วพบว่า เป็น ซัพพลายเออร์ที่ไม่เคยขายสินค้าในวงการผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์มาก่อนเลย และยิ่งกว่านั้นเราสืบข้อมูลทราบมาอีกว่าในปีนี้ซัพพลายเออร์มีนโยบายต้องการมาบุกตลาดใหม่ จึงมาจับเพื่อขายสินค้าให้เรา ตัวอย่างนี้เรียกว่าเรานี้มีเสน่ห์ดึงดูดต่อซัพพลายเออร์รายนี้เรียกว่าเราอาจจะอยู่ในชั้น High Level of attractiveness ยิ่งถ้าเราทราบข้อมูลเพิ่มเติมมาอีกว่าซัพพลายเออร์รายนี้เขาไปจับใครบ้าง และเมื่อเปรียบเทียบบริษัทเหล่านั้นกับบริษัทเราว่าใครมีชื่อเสียงในวงการรถยนต์ดีกว่ากัน ใครน่าจะดึงดูดซัพพลายเออร์ได้มากกว่ากัน ก็จะทำให้เราวิเคราะห์ต่อไปได้อีกว่า เราอยู่ในชั้นที่น่าสนใจในมุมมองของซัพพลายเออร์มากน้อยเพียงใด

อีกมุมหนึ่งที่จะนำมาพิจารณาคือ คุณค่าที่เรามีต่อซัพพลายเออร์ในเชิงรายได้ (Value of business) โดยหลังจากที่เราวิเคราะห์รายจ่ายเรียบร้อยแล้ว ต่อมาเราจะพิจารณาต่อไปว่ามูลค่าที่เราซื้อสินค้าจากซัพพลายเออร์รายนี้ คิดเป็นสัดส่วนเท่าไรของรายได้ของซัพพลายเออร์ (Turnover) ถ้าตรวจสอบแล้วพบว่าที่แท้แล้วเรานี้เองที่เป็นลูกค้ารายใหญ่ของซัพพลายเออร์ ก็แปลว่าเราเป็นลูกค้าที่มีคุณค่า หรือ High Value of business ในสายตาของซัพพลายเออร์

ถ้านำสองมุมมองคือทั้ง Level of attractiveness และ Value of business มาตั้งเป็น Matrix 2x2 และนำมุมมองของซัพพลายเออร์ที่มีต่อผู้ซื้อสรุปจัดเข้าไว้ใน Matrix ก็จะได้ดังภาพที่แสดงไว้

เมื่อเราทราบว่าผู้ขายหรือซัพพลายเออร์คิดอย่างไรกับเรา สิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อไปที่เราจะต้องคิดคือเราจะหาวิธีรับมือกับซัพพลายเออร์เหล่านั้นอย่างไร จะวางกลยุทธ์การเจรจาต่อรองอย่างไร ถ้ามองในภาพรวมจะเห็นว่าผู้ซื้อควรจะปรับตัวให้ไปอยู่ในส่วนของ Develop และ Core โดยต้องเพิ่ม Level of attractiveness ดังนั้นจึงขอแนะนำว่านักจัดซื้อยังมีอีกหลายปัจจัยที่สามารถทำให้เป็นแรงจูงใจที่ทำให้ซัพพลายเออร์อยากค้าขายกับเรา เช่น การที่เราเป็นบริษัทมีสถานะมั่นคงทางการเงิน มีชื่อเสียงในวงการ มีประวัติการชำระค่าสินค้าตรงเวลา มีความยืดหยุ่นในการทำงาน มีพนักงานที่สามารถทำงานเข้าหากันได้อย่างดี ทำให้ใช้เวลาในการทำงานและเวลาในการแก้ปัญหาสั้น ทำเรื่องใหญ่ให้กลายเป็นเรื่องเล็ก มีความเห็นอกเห็นใจคอยช่วยเหลือสนับสนุน อีกทั้งคอยให้ข้อมูลที่จำเป็นในการทำงานร่วมกัน

ย้อนกลับมาดูหลุมพรางที่เราขุดไว้ ถ้าพิจารณาจากข้อมูลรายจ่ายของผู้ซื้อแล้วพบว่ารายการนั้นอยู่ในกลุ่ม High expenditure ของผู้ซื้อคือ การใช้จ่ายกับซัพพลายเออร์มาก เราก็คิดว่าเรานี้มีอำนาจสูง น่าจะต่อรองอะไรก็ได้ แต่ซัพพลายเออร์เขาไม่ได้คิดเหมือนเรา เมื่อคิดในมุมมองของซัพพลายเออร์แล้วพบว่าไปอยู่ในกลุ่ม Marginal คือกลุ่มที่ซัพพลายเออร์จัดผู้ซื้ออยู่ในพวกไม่มีความสนใจที่จะทำธุรกิจร่วมกันในอนาคตและอีกทั้งผู้ซื้อยังเป็นผู้ซื้อรายเล็กๆ หรือจะเรียกว่าถ้าขาดผู้ซื้ออย่างบริษัทเราก็ไม่ได้กระทบต่อยอดขายได้ของซัพพลายเออร์ซักเท่าไร เห็นไหมละครับว่าถึงแม้ว่าเราจะจ่ายเงินกับซัพพลายเออร์มาก (ในสายตาของเรา) แต่เขามองเราว่าเรานี้ไม่สลักสำคัญอะไรกับเขาเลย ภาพในการที่เราจะเจรจาต่อรองหรือจะประพடுத்தตัวก็แตกต่างกันไปแล้ว ความคิดที่ว่าจะไปเบ่งใส่ซัพพลายเออร์ก็ต้องพับเก็บใส่กระเป๋ามา



มีปัญหาเรื่องความรู้ในกระบวนการจัดซื้อและซัพพลายเชน กรุณาติดต่อไปที่

สมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย
Purchasing & Supply Chain Management Association of Thailand
 54 อาคารบีบี ชั้น 15 ห้อง 1509 ถนนอโศก แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110
 โทรศัพท์ 0-2260-7326-8 โทรสาร 0-2664-0700
 E.mail: helpdesk@pscmt.or.th Website:www.pscmt.or.th

การที่เราจะเปลี่ยนมุมมองที่ซัพพลายเออร์มีต่อเรานั้นเป็นไปได้ นักจัดซื้อทั้งหลายต้องพยายามมองข้ามความท้าทายนี้ให้ได้ ถ้าสามารถเพิ่มความดึงดูดจากซัพพลายเออร์ได้บริษัทเราก็เป็นพวกที่ผู้ชายมองว่าเป็นกลุ่ม Develop ซึ่งเป็นกลุ่มที่ดีเสียด้วย การเพิ่มความดึงดูดนั้นอาจจะยากและต้องใช้เวลาสักหน่อยแต่ก็คุ้มค่ากับการลงทุนลงแรงพยายาม ไม่มีประโยชน์ที่จะมานั่งยึดติด มัวมาบ่นว่าไม่สามารถปรับปรุงอะไรได้เลย และต้องมายอมรับกับโชคชะตาที่ซัพพลายเออร์หรือที่ผู้ชายจะหยิบยื่นให้เรา นักจัดซื้อควรปรับทัศนคติและหาวิธีที่จะผูกใจซัพพลายเออร์ ช่วยกันเป็นผู้ซื้อที่ดี มีมิตรจิตมิตรใจ ปรับเปลี่ยนวิธีการหรือยึดหยุ่นในบางกรณีเพื่อให้ผู้ชายสัมผัสได้ว่าเรามีความตั้งใจ และมีความปรารถนาในการที่จะดำเนินธุรกิจด้วยกัน และถ้าสามารถทำสัญญาผูกพันอีกกันในระยะยาวก็จะช่วยลดความเสี่ยงของผู้ซื้อลงได้ในระดับหนึ่ง

ที่สำคัญผู้ซื้อต้องอย่านิ่งนอนใจแม้ทำตัวเป็นเด็กดี เราต้องมองหาทางเลือกอื่นๆไว้บ้าง เช่นการจัดหาแหล่งซื้อใหม่ หาสินค้าทดแทน หรือแม้กระทั่งต้องลงทุนจัดโปรแกรมพัฒนาซัพพลายเออร์รายอื่นให้มีประสิทธิภาพทัดเทียมกันก็อาจต้องทำ อีกวิธีหนึ่งที่จะช่วยเพิ่มคุณค่าทางธุรกิจ Value of business คือการเพิ่มความสามารถในการซื้อ เช่นการไปรวมจำนวนให้มีปริมาณการซื้อที่มากขึ้น (Consolidate) การพิจารณาสั่งซื้อสินค้าให้น้อยครั้งลงแต่เพิ่มจำนวนสินค้าคงคลังให้มากขึ้น ถ้ามีซัพพลายเออร์รายอื่นที่สามารถขายสินค้าได้หลายๆชนิดที่เรียกว่ามี Variety และก็สามารถขายสินค้าชนิดเดียวกันนี้ได้ก็ควรจะไปซื้อกับผู้ขายรายนั้น เป็นการทำ Supply base reduction โดยเพิ่มมูลค่าการซื้อจากผู้ขายรายนั้นๆ และเพิ่มอำนาจการต่อรองในที่สุด แต่ก่อนที่จะเปลี่ยนไปซื้อกับผู้ขายรายใหม่ต้องตรวจสอบให้มั่นใจเสียก่อนว่าจะไม่ประสบปัญหาเดียวกันนี้อีก และต้องมั่นใจว่าผู้ขายที่เราติดต่อยู่ในปัจจุบันไม่ต้องการที่จะดำเนินธุรกิจกับเราแล้วจริงๆ เพราะมีกรณียกเว้นอยู่บ้าง เช่น เราอาจมีผู้ขายบางคนที่ชอบพอที่จะคบค้ากับเราอยู่ ไม่ได้คิดกับเราว่าเราเป็น Marginal เลย อย่าคิดเอาเอง แต่ขอให้พิจารณาเหตุการณ์หรือสัญญาต่างๆที่ผู้ขายส่งออกมา

สำหรับสินค้าที่ผู้ขายมองเราแบบที่จะ Exploit หรือจ้องเอาเราเปรียบเรา ผู้ซื้อต้องระวังอย่าไปหลงทำสัญญาระยะยาวไว้เด็ดขาด โดยมากสินค้ากลุ่มที่ผู้ซื้อเป็น Exploit นั้นคือสินค้าประเภท Leverage คือมีความเสี่ยงกับบริษัทไม่มาก แต่ผู้ซื้อไม่เคยมาพิจารณามูลค่าการสั่งซื้อ และยังมีความสุขกับการบริการอันดีจากซัพพลายเออร์ จึงทำให้หลงซื้อกันเรื่อยมา ถ้าเข้ากรณีนี้ผู้ซื้อมีโอกาสทำ Cost saving ได้มากเลยครับ

ถ้าผู้ขายเห็นเราเป็น Core คือมีทั้ง คุณค่าทางธุรกิจ (High Value of business) และมีความต้องการที่จะทำธุรกิจ (High Level of attractiveness) ผู้ซื้อควรรักษาสัมพันธภาพอันดีเอาไว้ ทำงานร่วมกันแบบพันธมิตร ไม่คอยเอาเปรียบซัพพลายเออร์ ควรตรวจสอบการทำงาน ถ่ายทอดข้อมูลซึ่งกันและกันเป็นระยะๆ พัฒนาความสัมพันธ์ต่อไป

จากแนวคิดในการมองแบบ Outside in เพื่อดูว่าซัพพลายเออร์หรือผู้ขายคิดกับผู้ซื้ออย่างไร คงพอจะเป็นแนวให้ท่านพิจารณา ข้อมูลในแง่มุมต่างๆโดยเฉพาะการเข้าถึงใจของผู้ขาย และยิ่งมากไปกว่านั้นทำให้บางท่านศึกษาข้อมูลตลาดของสินค้าที่เราซื้อ (Supply market) ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีในการสั่งสมข้อมูลต่างๆให้สมบูรณ์และจะจบลงด้วยการเจรจาต่อรองที่รวดเร็วและเป็นแบบ Win-Win ทั้งสองฝ่าย

ท้ายนี้ขอประชาสัมพันธ์งาน ประชุมใหญ่สามัญประจำปี และกิจกรรม Purchasing Month ในวันอาทิตย์ที่ 25 มีนาคม 2550 นี้ ที่มีหัวข้อการประชุมว่า **2007: Year for Purchasing Innovation** หรือ **2550: ปีของนวัตกรรมการจัดซื้อ** ซึ่งสมาคมได้รับความอนุเคราะห์เป็นพิเศษจากบริษัทพันธมิตร ที่มีหัวข้อที่ทันสมัยและน่าติดตามเป็นอย่างมาก ไม่ต้องกลัวกับสิ่งใหม่ๆ ไม่ต้องนิยามการเปลี่ยนแปลง และนวัตกรรมใหม่ๆว่าเป็นโศกนาฏกรรมของชีวิต ลุกออกจาก **"Comfort Zone"** มาเรียนรู้ด้วยกันเถิดครับ มีภาษิตบทหนึ่งกล่าวไว้ว่า **"จงอย่ากลัวกับการเดินช้าๆ แต่จงกลัวที่จะหยุดนิ่ง"** ผมเชิญชวนสมาชิกทุกท่านมาร่วมงานนี้กัน มาเดินเป็นเพื่อนแล้วก้าวไปข้างหน้าด้วยกันนะครับ

งานประชุมใหญ่นี้ที่น่าสนใจมากและจัดแบบ **"ฟรี"** ทุกอย่าง สมาชิกไม่ต้องควักกระเป๋าเลยสักบาทเดียว สมาคมไม่เสียต่าเงินเลยในการลงทุนครั้งนี้ แต่เสียต่ามากจากการสูญเปล่าที่สมาชิกบางคนจองแล้วแต่ไม่มา สมาคมจึงมีมาตรการเข้มงวดสำหรับงานนี้ว่า หนึ่งต้องเป็นสมาชิก สองต้องจองล่วงหน้า สามจองแล้วต้องไป สี่ถ้าไม่ไปเพราะอะไรก็ตาม ต้องรีบแจ้งให้สมาคมทราบโดยเร็วที่สุด มิฉะนั้น สมาคมเขาจะคัดชื่อสมาชิคนั้นไว้ในกลุ่มของ **"Special Watch List"** ทำให้ถูกจับตามองเป็นพิเศษในการสมัครเข้าร่วมกิจกรรมในครั้งต่อไปของสมาชิกดังกล่าว ขอย้ำอีกครั้งนะครับ สมาคมต้องการป้องกันความสูญเปล่าและต้องการให้การลงทุนนี้เกิดประโยชน์กับสมาชิกอย่างสูงสุด ผมทราบตัวเลขมาว่า ณ ปลายเดือนกุมภาพันธ์มีสมาชิกลงเข้ามาเกือบร้อยคนแล้วครับ

ท่านสมาชิกสามารถลงทะเบียนได้จนถึงวันที่ **16 มีนาคม 2550** และแจ้งยกเลิกได้จนถึงวันที่ **20 มีนาคม 2550** รายละเอียดอยู่ด้านหลังของจุลสารฉบับนี้ แล้วพบกันในงานประชุมของพวกเราครับ...



Email : bspaltd@cscsoms.com

ประสบการณ์กว่า 40 ปี
ในด้านการพิมพ์และออกแบบหนังสือ สหภาพบรรณารักษ์
รับพิมพ์สิ่งพิมพ์ทุกชนิด ในราคายุติธรรม
บริษัท บี.เอส.พี.เอ. จำกัด

98/51 หมู่ 11 ถนนพุทธมณฑลสาย 5 ต.ไร่ซิง อ.สามพราน จ.นครปฐม 73210
โทร. 0-2811-8343-5 โทรสาร: 0-2811-8346

กว่าจะถึงวันนี้

The Road to Today

โดย สุรีย์ ศิริเมธานนท์ C.P.S.

เลขาธิการ

สมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย



นับจนถึงเมษายนปีนี้ สมาคมของเราที่มีอายุถึง 18 ปี 6 เดือนแล้วนะคะ เราเริ่มต้นทำงานกันมาในรูปแบบง่าย ๆ ในช่วงเริ่มต้นเพราะมีสมาชิกไม่กี่สิบคน ในสมัยเริ่มแรกแม้จะมีกิจกรรมมากมายแต่ก็ใช้เงินในการดำเนินงานน้อยมาก เพราะอาศัยการขอร้องไหว้วานกันในกลุ่มสมาชิกและได้รับการสนับสนุนจากหลายฝ่าย แตกต่างจากปัจจุบันลิบลับที่จะทำอะไรก็ต้องอาศัยเงิน ตอนนั้นในแต่ละปีเรามีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานหลายล้านบาท อีกทั้งวิธีการทำงานในปัจจุบันก็ไม่สามารถจะปิดประตูทำงานแบบไม่สนใจผู้อื่น แต่ต้องมีกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานอื่นหลากหลายทั้งในและต่างประเทศมากขึ้น ทั้งกับหน่วยงานเอกชนและราชการ สมาชิกรุ่นแรกซึ่งมีเพียง 33 คน ก็ขยายออกไปเรื่อยๆจนใกล้หมื่นคนเข้าไปแล้ว เงินสะสมตอนปิดงบดุลประจำปีจากที่มีทรัพย์สินไม่กี่ร้อยบาท ก็เพิ่มเป็นหลักพัน หลักหมื่น หลักแสน จนในปีปัจจุบันสมาคมมีสินทรัพย์ถึง 7 ล้านบาทเข้าไปแล้ว ดิฉันเชื่อว่าสมาชิกจำนวนมากยังไม่รู้ประวัติของสมาคมดิฉัน จึงขอถือโอกาสเล่าเรื่องบางช่วงบางตอนไว้เป็นเกร็ดความรู้ดังนี้ละคะ

ประมาณกลางปี 2531 คุณเชี่ยวชาญ รัตนามัทธนะ ได้มีโอกาสคุยกับคุณอนุชิต วงศ์สินธุ์เชาว์ ในเรื่องของกระบวนการซื้อ ๆ ขาย ๆ ในวงการธุรกิจ และก็มีความรู้สึกเหมือน ๆ กันว่า ฝ่ายขายนั้นมีความเพียบพร้อมหลายอย่าง ไม่ว่าจะเป็นความรู้สึกในด้านสินค้าที่จะขาย คารมคมคายในการพูดจาชักชวน กลยุทธ์ต่าง ๆ ค่อนข้างจะแพรวพราวเพราะถูกฝึกปรี๊ดเคียวเข็ญมาอย่างหนักและตลอดเวลาของอาชีพเซลส์แมน แต่กลเม็ดของฝ่ายจัดซื้อไม่มีอะไรมาเทียบทันได้เลย ฝ่ายจัดซื้ออาจจะมีความรู้ในสินค้าที่ตนเองจะซื้อเป็นส่วนมากก็จริงอยู่ แต่เทคนิคการจัดซื้อไม่มีอะไรมาไปกว่าการต่อรองและกดราคาให้ต่ำ ๆ เข้าไว้ นอกจากนั้นก็ไม่มีอะไรอีกเลย อีกทั้งวิธีการต่อรองราคาก็กระทำไปโดยปราศจากหลักเกณฑ์ใด ๆ ทั้งสิ้น ตำรับตำราคิไม่รู้จักไปหาอ่านได้จากที่ไหน โรงเรียนหรือสถาบันในเมืองไทยที่ฝึกฝนทางด้านจัดซื้อไม่มีเลยสักแห่ง นักจัดซื้อที่ทำงานอยู่ในบริษัทข้ามชาติก็จะมีภาษีศีกว่าคนอื่นอยู่บ้างตรงที่ได้รับวิทยายุทธ์ต่าง ๆ ที่ส่งมาให้จากเมืองนอกต้นสังกัด ส่วนนักจัดซื้ออื่น ๆ ก็ยังคงย่ำเท้าอยู่กับของเก่าโดยไม่มีการพัฒนาอะไรขึ้นมาเลย

ทั้งสองคนได้คุยกันในปัญหาดังกล่าวนี้หลายครั้ง ในที่สุดก็ลงความเห็นกันว่า แม้ในเมืองไทยจะขาดแคลนตำราในเรื่องจัดซื้อและไม่มีสถาบันที่เกี่ยวกับงานจัดซื้อก็ตาม นักจัดซื้อก็อาจจะแก้ปัญหาได้ด้วยการรวบรวมนักจัดซื้อพวกเดียวกันเป็นกลุ่มหรือเป็นสมาคมขึ้นมา แล้วใช้วิธีนัดพบปะสังสรรค์กันบ่อย ๆ เพื่อแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นและประสบการณ์ในงานจัดซื้อ อีกทั้งควรหยิบยกปัญหาต่าง ๆ ขึ้นมาถกเถียงกันเพื่อหาข้อยุติที่ดีที่สุด คล้ายกับเป็นการระดมสมองในหมู่บรรดานักจัดซื้อด้วยกันเอง

ทางด้านคุณเชี่ยวชาญนั้น เห็นด้วยกับแนวทางนี้อย่างไม่มีปัญหาเพราะตนเองก็ปฏิบัติงานด้านจัดซื้ออยู่แล้ว ส่วนคุณอนุชิตนั้น แม้นตนเองจะอยู่ในฐานะเจ้าของโรงพิมพ์ ซึ่งเป็นฝ่ายซัพพลายเออร์ก็น่าทึ่ง ก็มีความเห็นด้วยเช่นกัน อีกทั้งยังปวารณาตัวที่จะให้ความสนับสนุนในทุกวิถีทาง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการแสดงความคิดเห็น ช่วยเหลือในสิ่งพิมพ์และด้านค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ทั้งนี้โดยมีความเชื่อมั่นว่า เมื่อนักจัดซื้อมีความรู้และเทคนิคต่าง ๆ ดีขึ้น การติดต่อค้าขายก็จะกระทำต่อกันอย่างมีอาชีพมากขึ้น ถูกต้องมากขึ้น ทั้งสองฝ่ายจะมีโอกาสได้ใช้ความสามารถอย่างมีเกียรติ มีศักดิ์ มีศรี และเต็มไปด้วยความรู้ความสามารถ กอปรด้วยจรรยาบรรณอย่างที่ปฏิบัติกันอยู่แล้วในองค์กรเอกชนขนาดใหญ่และในประเทศที่พัฒนาแล้ว

จากแนวคิดที่ได้หารือกันมาหลายรอบนี้เอง ก็กลายเป็นจุดเริ่มต้นในการจะทดลองนัดหมายนักจัดซื้อมาหารือกันให้แน่ใจก่อนจะลงมือทำอะไรอย่างเป็นทางการต่อไป ดังนั้นเมื่อวันพุธที่ 5 ตุลาคม 2531 เวลา 18:30 น. คณะบุคคลกลุ่มหนึ่งจำนวน 20 คน ก็ได้นัดหมายมานั่งรับประทานอาหารเย็นร่วมกันที่ภัตตาคารจิตรโกชนา สุขุมวิทซอย 20 จากนั้นความคิดเห็นต่าง ๆ ก็ได้ถูกเสนอแนะและถกเถียงกันในประเด็นต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง



บริษัท เม็งเซ่ง พลาสติก จำกัด
บริษัท เอ็ม. เอส. อินเตอร์แพ็ค จำกัด

ผู้ผลิตภาชนะบรรจุพลาสติกสำหรับ Consumer เครื่องสำอาง อาหาร ยาและบรรจุภัณฑ์ Cosmetic Tube
8/7-8 หมู่ 8 ซอยอ้อยเอี่ยม ถนนบางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ โทร : 0-2361-6331-4 แฟกซ์ : 0-2361-6329



ไป ความรู้เกี่ยวกับวัตถุประสงค์หรือเรื่องอื่น ๆ ที่คิดว่าจะเพิ่มพูนความรู้ของนักจัดซื้อได้ รวมทั้งเรื่องของสมาชิกด้วย เป็นต้นว่า ใครเลื่อนตำแหน่ง ไครย้ายงาน ไครคลอดบุตร มีตำแหน่งงานว่างที่ไหนบ้าง ฯลฯ เมื่อหมดวาระของกรรมการชุดแรกก็ปรากฏว่ามีจำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้นจาก 33 คน เมื่อเริ่มก่อตั้งเป็น 119 คน ซึ่งนับว่าเป็นชมรมที่มีขนาดโตเกินกว่าที่ตั้งใจไว้ตั้งแต่แรกเป็นอันมาก

เมื่อครบ 1 ปี ชมรมก็ได้จัดประชุมใหญ่สามัญประจำปีเมื่อวันศุกร์ที่ 10 พฤศจิกายน 2532 ที่โรงแรมโนโวเทล สยามสแควร์ เพื่อแถลงผลงานและจัดเลือกตั้งกรรมการชุดใหม่ตามข้อบังคับ และในการประชุมครั้งนี้คณะกรรมการก็เสนอให้แก้ไขข้อบังคับในบางข้อ คือขอให้เพิ่มจำนวนกรรมการจาก 4 คน เป็น 7 คน และขอให้กำหนดองค์ประชุมใหญ่สามัญเสียใหม่ จากจำนวนกึ่งหนึ่งให้เป็นอย่างน้อย 30 คนก็ให้ถือว่าครบองค์ประชุม

ในการประชุมครั้งนั้น ผลการนับคะแนนเลือกตั้งกรรมการชุดที่สอง ประกอบด้วย

ประธานชมรม - คุณเชี่ยวชาญ รัตนามัทธนะ ผู้จัดการฝ่ายวางแผนและจัดซื้อ บริษัทโอลิต (ประเทศไทย) จำกัด

รองประธาน - คุณบุญฤทธิ์ กิจเจริญโรจน์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ศิริปัญญา จำกัด

เลขานุการ - คุณสมชาติ ค่ายกนกวงค์ Purchasing Supervisor, บริษัท โอลิต (ประเทศไทย) จำกัด

เหรัญญิก - คุณจาตุรนต์ ลีวีเฉลิมวงศ์ เจ้าหน้าที่จัดซื้อ บริษัท วอร์เนอร์แลมเบอร์ต (ประเทศไทย) จำกัด

นายทะเบียน - อรรถพล อุดมวานิช กรรมการผู้จัดการ บริษัท นิวออร์คเมดิคอล จำกัด

ปฏิคมและประชาสัมพันธ์ - คุณมัลลิกา วีระวิทยานันต์ ผู้จัดการฝ่ายวางแผนการผลิตและจัดซื้อ บริษัท โอ. พี. แอล. จำกัด

กิจกรรมพิเศษ - คุณสุชาติ ประเสริฐสม กรรมการผู้จัดการ บริษัท ยูเนียนสตาร์ พลาสติก จำกัด

ในวาระของการทำงานของกรรมการชุดที่ 2 นี้ ชมรมมีการประชุมสัมมนาและจัดพาสมาชิกไปเยี่ยมชมกิจกรรมรวมทั้งสิ้น 7 ครั้ง ข่าวสารต่าง ๆ ก็ยังคงมีส่งให้สมาชิกอย่างสม่ำเสมอ ชมรมมีการติดต่อกับองค์กรต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ อีกทั้งส่งข้อมูลต่าง ๆ ให้สมาชิก รวมทั้งสิ้น 60 เรื่อง จำนวนสมาชิกในวาระของกรรมการชุดที่สองนี้ได้เพิ่มจาก 119 คน เป็น 300 คน

ในสมัยนั้นมีการหยิบยกเอาปัญหาเรื่องวาระการบริหารงานของกรรมการ 1 ปี ขึ้นมาพิจารณากัน บางคนก็มีความเห็นว่าน่าจะขยายเวลาเป็น 2 ปีหรือมากกว่านั้น แต่ในที่สุดก็ตกลงให้คงระเบียบเดิมคือมีวาระบริหารงานเพียง 1 ปี เพราะมีความเห็นว่างานประเภทนี้เป็นงาน การกุศลที่ต้องเสียสละทั้งใจและกาย ต้องอาศัยเวลาทุ่มเทให้มากโขอยู่ จึงไม่เหมาะจะไปสร้างภาระผูกพันให้กับคณะกรรมการเป็นเวลานานกว่า 1 ปี เมื่อครบปีแล้วหากกรรมการเดิมได้รับเลือกอีกและเจ้าตัวก็ยินดี ก็ไม่มีข้อห้ามอะไรในการจะเป็นซ้ำอีก จะเป็นก็วาระก็สมัยก็ไม่มีข้อห้าม ขึ้นอยู่กับว่าสมาชิกเขาพอใจในผลงานที่ปฏิบัติมาในปีที่ผ่านมาหรือไม่ ถ้าหากไปกำหนดวาระให้ยาวนานออกไปจะเป็นผลเสียมากกว่า เพราะหากกรรมการผู้ใดมีผลงานที่ไม่ประทับใจ สมาชิกก็ได้แต่นั่งทำตาปริบ ๆ และก็จะต้องทนไปยาวนานกว่าที่จะหมดวาระ อีกทั้งในเรื่องการ ดำรงตำแหน่งว่ากรรมการควรจะเป็นซ้ำได้ก็วาระก็เช่นเดียวกัน ยังไม่มีเหตุผลใดที่จะไปจำกัดเอาไว้ เพราะตอนนั้นเห็นได้ชัดเจนว่าไม่มีใครอยากจะเป็นกรรมการ ซึ่งแตกต่างจากสมาคมอื่นที่เขาอาจจะแย่งกันเป็นกรรมการ แต่สำหรับของเรานั้นหนักไปทางขอร้องให้มาช่วยกัน หากไปจำกัด การเป็นซ้ำเอาไว้ก็จะเป็นการสร้างปัญหามากกว่าจะเป็นประโยชน์ เอาไว้ในอนาคตเมื่อมีคนแย่งกันเป็นค่อยมาระบุกฎเกณฑ์กันใหม่ว่า ห้ามเป็น กรรมการซ้ำเกินกว่ากี่ปีก็วาระ ก็ค่อยว่ากันไป

เย็นวันศุกร์ที่ 23 พฤศจิกายน 2533 ชมรมได้จัดประชุมใหญ่สามัญประจำปีครั้งที่ 3 ขึ้นที่โรงแรมฮารา สุขุมวิทซอย 26 ครั้งนี้มีการ เสนอให้เปลี่ยนชื่อของชมรมเสียใหม่ให้ถูกต้องกับชื่อเท็จจริง

เรื่องชื่อชมรมนั้นต้องขอย้อนหลังที่มันเป็นอย่างไร กล่าวคือในสมัยเริ่มก่อตั้งชมรมนั้น เป็นการรวบรวมสมัครพรรคพวกที่รู้จักมักคุ้น กันในวงการยา อาหาร และเครื่องสำอางเท่านั้น และคาดหมายเอาไว้ว่าอยากจะได้สมาชิกสัก 60 คนก็พอ เวลานั้นนัดพบปะกันแต่ละครั้ง ก็คงมีสมาชิกติดธุระบ้าง ไม่ว่างบ้าง ป่วยบ้าง แต่คงมีคนมาเข้าประชุมสังสรรค์ทีละ 20-30 คน ก็จะเหมาะดีในการพูดคุยแลกเปลี่ยน ข้อคิดเห็นเหตุที่รวบรวมนักจัดซื้อใน 3 วงการนี้เข้าด้วยกันก็โดยที่เห็นว่า เป็นธุรกิจที่อยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของสำนักงานคณะกรรมการ อาหารและยา กระทรวงสาธารณสุขนั่นเอง และเชื่อว่าลักษณะธุรกิจมีความใกล้เคียงหรือเกี่ยวพันกันอยู่แล้ว น่าจะทำให้ประเด็นความสนใจ อยู่ในกรอบเดียวกันได้ ดังนั้นชื่อของชมรมจึงตั้งกันว่า **“ชมรมผู้จัดซื้อ ในอุตสาหกรรมยา อาหาร และเครื่องสำอาง”**

แต่ครั้นเวลาล่วงเลยไป 2 ปี มีสมาชิกเพิ่มจาก 33 คนกลายเป็น 300 คน อีกทั้งบรรดาสมาชิกส่วนใหญ่ก็มีชีวิตในวงการ ทั้งสามอีกต่อไปแล้ว ดังนั้นการใช้ชื่อแบบเดิมอยู่ต่อไปอาจทำให้เข้าใจผิด และเป็นการจำกัดขอบเขตการดำเนินงานของชมรมเองด้วย ที่ประชุมใหญ่วันนั้นจึงได้อภิปรายแสดงความคิดเห็น และในที่สุดก็ลงมติเป็นเอกฉันท์ให้เปลี่ยนชื่อเสียใหม่เป็น **“ชมรมนักจัดซื้อไทย”** หรือ **“Thai Purchaser Club”**

ในวันประชุมใหญ่นั้น หลังจากที่ลงมติเปลี่ยนชื่อชมรมไปแล้ว ก็ได้ลงคะแนนเลือกตั้งกรรมการชุดใหม่ ซึ่งเป็นชุดที่ 3 ผลการนับคะแนน ปรากฏว่ากรรมการชุดที่ 3 ประกอบด้วย

ประธานชมรม - คุณเชี่ยวชาญ รัตนามัทธนะ ผู้จัดการฝ่ายวางแผนและจัดซื้อ บริษัทโอลิต (ประเทศไทย) จำกัด

รองประธาน - คุณสุชาติ ประเสริฐสม กรรมการผู้จัดการ บริษัท ยูเนียนสตาร์ พลาสติก จำกัด

เลขานุการ - คุณวิสุทธิ์ ศิริลักษณ์ ผู้ช่วยผู้จัดการโรงงาน T.C. Union Agrotech

เหรัญญิก - คุณบุญฤทธิ์ กิจเจริญโรจน์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ศิริปัญญา จำกัด

นายทะเบียน - คุณสมเกียรติ ลีรัตนขจร Marketing Manager, บริษัท สยามสปอร์ตซินดิเคต จำกัด

ปฏิคมและประชาสัมพันธ์ - คุณเพียร หอมมานันต์ ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายชาย เซ็นทรัล ลาดพร้าว

กิจกรรมพิเศษ - คุณจตุพล เฮงสกุล ผู้จัดการฝ่ายธุรการ บริษัท ห้าพระเจดีย์โฮสเทล จำกัด

โปรดสังเกตว่า แม้คณะกรรมการในแต่ละปีจะเปลี่ยนแปลงหน้าตาไปอย่างไรก็ตาม แต่มวลสมาชิกก็ยังเสนอชื่อและเลือกคุณเชี่ยวชาญ เป็นประธานอยู่ร่ำไป และอีกไม่กี่ปีต่อมา **“ชมรมนักจัดซื้อไทย”** ได้จดทะเบียนและเปลี่ยนชื่อเป็น **“สมาคมบริหารงานจัดซื้อแห่งประเทศไทย”** และถัดมาอีกไม่นานก็เปลี่ยนชื่อเป็น **“สมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย”** แต่สมาชิกก็ยังยืนยันเลือกตั้งแบบมีมติเป็น

วิสัยทัศน์

จัดซื้อและซัพพลายเชน Purchasing & Supply Chain Vision

ฉบับที่ 127 ประจำเดือนพฤษภาคม 2550 / สำหรับผู้สนใจทั่วไปและสมาชิกสมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย



The Next Generation สมาคมโฉมใหม่

โดย **อกนิษฐ์ สมิตะพินทุ** Adv.Cert.PSCM(ITC)

นายกสมาคม

สมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย

สวัสดีปีใหม่ครับสมาชิกและผู้อ่านทุกท่าน ในโอกาสวันสงกรานต์ที่ผ่านมา ผมในฐานะอดีตนายก ในฐานะที่ปรึกษากิตติมศักดิ์ถาวร และในนามของคณะกรรมการบริหารสมาคมชุดใหม่ ขออาราธนาคุณพระศรีรัตนตรัยและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลายในสากลโลก ตลอดจนพระบารมีขององค์พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ ได้โปรดปกป้องคุ้มครองและคล้มันดาลให้ท่านและครอบครัว มีสุขภาพสมบูรณ์แข็งแรง มีความสุขความเจริญในชีวิต ครอบครัวและหน้าที่การงานตลอดไป

การประชุมใหญ่สามัญประจำปีและ Purchasing Month ที่เพิ่งผ่านไปเมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2550 เป็นรอบที่ครบวาระการบริหารสมาคม จึงมีการเลือกตั้งนายกสมาคมและกรรมการบริหารชุดใหม่เพื่อบริหารสมาคมในวาระต่อไป ท่านคงทราบผลแล้วจากการร่วมประชุมในวันนั้น หรือบางท่านก็รับทราบผลจากทาง Website และ email ประชาสัมพันธ์ของสมาคมว่า นายคนใหม่ของเราก็คือ **คุณอกนิษฐ์ สมิตะพินทุ** ผู้ซึ่งเดิมดำรงตำแหน่งอุปนายกสมาคม และได้มีบทบาทสำคัญในสมาคมตลอดมา

ผมขอขอบพระคุณสมาชิกที่เสนอชื่อผมเข้าเป็นนายกสมาคมอีกสมัยแต่ผมก็ขอถอนตัว เนื่องจากเป็นนายกสมาคมติดต่อกันมาถึง 18 ปี 4 เดือนแล้ว บัดนี้เป็นเวลาของยุคใหม่ที่ทันสมัยไฟแรงกว่าผมจะต้องเข้ามาบริหารสมาคม อย่างไรก็ตามผมขอเรียนให้ท่านทราบว่ายังไม่หายหน้าหายตาไปไหนครับ เพราะในข้อบังคับของสมาคมระบุเอาไว้ว่าให้นายกสมาคมคนเก่าที่หมดวาระไปดำรงตำแหน่งที่ปรึกษากิตติมศักดิ์ถาวร ซึ่งก็จะคอยให้คำปรึกษา ประคับประคองและเฝ้าดูความเจริญเติบโตของสมาคม และผมก็มีความเชื่อมั่นในฝีมือลายมือของนายคนใหม่และกรรมการชุดใหม่นี้ว่าจะสามารถบริหารและนำพาสมาคมให้เติบโตเจริญก้าวหน้าต่อไปอย่างไม่หยุดยั้ง

เชี่ยวชาญ รัตนามัทธนะ C.P.M., A.P.P., MCIPS
ที่ปรึกษากิตติมศักดิ์ถาวร

อดีตนายกสมาคม

ผมในนามของนายกสมาคมคนใหม่ที่รับงานต่อจากอาจารย์เชี่ยวชาญ ขอขอบพระคุณทุกฝ่ายที่ทำให้วันประชุมใหญ่ลุล่วงเป็นไปด้วยความเรียบร้อย บรรยากาศในงานวันนั้นผมรู้สึกประทับใจในความกระตือรือร้น และพลังสามัคคีของพวกเราอย่างมาก ตั้งแต่การเตรียมงานตั้งแต่เช้า การลงทะเบียนสมาชิก การเลือกตั้ง การบรรยาย การจำหน่ายเสื้อที่ระลึก ขอขอบคุณคณะกรรมการผู้ตั้งอยู่เบื้องหน้าและเบื้องหลังการจัดงาน ขอขอบคุณบริษัท พันธวิช จำกัด ที่เป็นผู้สนับสนุนหลัก ขอขอบคุณทุกบริษัทที่ร่วมออกบู๊ท และที่สำคัญคือขอบคุณสมาชิก สจขท ทุกท่านที่มีส่วนให้งานสำเร็จไปได้ด้วยดี คำชมเชยของท่านเปรียบเป็นแรงใจให้พวกเราได้ทำงานกันต่อไป สำหรับข้อแนะนำเปรียบเสมือนกระบอกน้ำที่จะก่อให้เกิดการพัฒนาปรับปรุงวิธีการทำงานใหม่ๆให้ดียิ่งๆขึ้น ถ้ามีสิ่งที่ขาดตกบกพร่องประการใดผมขอน้อมรับไว้และกราบขออภัยมา ณ ที่นี้

สำหรับโอกาสและความไว้วางใจที่สมาชิก สจขท ได้มอบให้ผมดำรงตำแหน่งนายกสมาคม อันเป็นตำแหน่งทรงเกียรตินี้ ผมขอขอบพระคุณอย่างสูง สมาคมของเรามีประวัติยาวนานและมั่นคง มีอายุถึง 18 ปี ได้รับความไว้วางใจจากสมาชิกตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ความท้าทายในการบริหารงานของผมและกรรมการชุดนี้คือการที่จะรักษาความไว้วางใจ และอีกทั้งยังต้องพัฒนาสมาคมให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่องสมกับที่ได้รับไว้วางใจจากสมาชิกทุกท่านอีกด้วย และขอให้ความมั่นใจกับสมาชิกในฐานะนายกสมาคมว่าจะใช้ความรู้ความสามารถทั้งของผมและของกรรมการบริหารสมาคมอย่างเต็มที่ รับภาระสานต่อกิจการงานต่างๆให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของสมาคมครับ

ในเย็นวันอาทิตย์ที่ 25 มีนาคม 2550 หลังจากเสร็จสิ้นงานประชุมใหญ่สามัญประจำปี ผมและกรรมการที่ได้รับเลือกตั้งก็ประชุมทำการแต่งตั้งกรรมการอีก 8 ท่านตามข้อบังคับสมาคมในทันที พร้อมทั้งจัดสรรกรรมการประจำฝ่ายต่างๆ ตามความรู้ความสามารถ รวมทั้งหมด 17 ท่าน แบ่งตามหน้าที่และตำแหน่งดังนี้

คณะกรรมการบริหารสมาคมฯ ชุดที่ 14 ประจำปี 2550-2551

1. คุณอกนิษฐ์ สมิตะพินทุ Adv.Cert.PSCM(ITC)
2. คุณสุชาติ ประเสริฐสม C.P.S.

นายกสมาคม

อุปนายกสมาคม และประธานฝ่ายพัฒนาวิชาชีพ



บริษัท เม็งเซ็ง พลาสติก จำกัด
บริษัท เอ็ม. เอส. อินเตอร์แพ็ค จำกัด

ผู้ผลิตภาชนะบรรจุพลาสติกสำหรับ Consumer เครื่องสำอาง อาหาร ยาและบรรจุภัณฑ์ Cosmetic Tube
8/7-8 หมู่ 8 ซอยอ้อเยี่ยม ถนนบางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ โทร : 0-2361-6331-4 แฟกซ์ : 0-2361-6329



3. คุณสุรีย์ ศิริเมฆานนท์ C.P.S.
4. คุณปัทมา เจนกระบวนทัต
5. คุณจันทนา คิม C.P.S.
6. คุณวีรวัฒน์ ปัญญาธนคุณ Adv.Cert.PSCM(ITC)
7. คุณจันทรา เอี่ยมวิศิษฐ C.P.S., C.P.K.
8. คุณกิตติกร โชติสกุลรัตน์ C.P.S., C.P.S., Adv.Cert.PSCM(ITC), CIPS Adv.Cert.Holder
9. คุณวิฑิตา อัศวชัยพงษ์ C.P.S., C.P.K., Adv.Cert.PSCM(ITC)
10. คุณสมเกียรติ เจริญวิทย์วารกุล Adv.Cert.PSCM(ITC)
11. คุณจิตติ เจริญนัยพานิชย์ Adv.Cert.PSCM(ITC)
12. คุณพัทธพร วัฒนธรรม Adv.Cert.PSCM(ITC)
13. คุณกัญญา อันวารชร MCIPS, C.P.S.
14. คุณดุสิต มีราชย์ C.P.S., C.P.K.
15. คุณสุพรรณมา จิตติวงศ์
16. คุณสุภาภรณ์ อภิชัยเสถียรโชติ
17. คุณสายัณห์ เขยอักษร

- เลขานุการ
 เทร่ญญิก
 นายทะเบียน
 กรรมการฝ่ายพัฒนาวิชาชีพ
 กรรมการฝ่ายพัฒนาวิชาชีพ
 ประธานฝ่ายกิจการต่างประเทศ
 กรรมการฝ่ายกิจการต่างประเทศ
 ประธานฝ่ายฝึกอบรมสัมมนา
 กรรมการฝ่ายฝึกอบรมสัมมนา
 กรรมการฝ่ายฝึกอบรมสัมมนา
 ประธานฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ
 ประธานฝ่ายกิจกรรมพิเศษ
 กรรมการฝ่ายกิจกรรมพิเศษ
 กรรมการฝ่ายกิจกรรมพิเศษ
 กรรมการฝ่ายกิจกรรมพิเศษ

หลังจากที่มีการจัดสรรกรรมการตามฝ่ายต่างๆเป็นที่เรียบร้อย ผมได้แจ้งนโยบายการบริหารงานและถ่ายทอดความคาดหวังของสมาชิกที่มีต่อการทำงานของกรรมการชุดนี้ โดยเปิดโอกาสให้แต่ละฝ่ายได้มีการเสนอข้อแต่งตั้งคณะอนุกรรมการเพื่อร่วมงาน และมอบหมายให้ทุกฝ่ายจัดทำแผนงาน งบประมาณ ตามวาระของการบริหารงาน เพื่อเสนอที่ประชุมในที่ประชุมครั้งต่อไป

นโยบายการบริหารงานของผมจะยึดประโยชน์สูงสุดต่อสมาชิกและส่วนรวมและ พันธกิจหลัก 3 ประการดังนี้

1. เป็นแหล่งศูนย์กลางข้อมูลเทคโนโลยีในงานจัดซื้อและซัพพลายเชน
2. เป็นสถาบันฝึกอบรมและออกวุฒิบัตรรับรองความรู้ความสามารถให้นักจัดซื้อ
3. เป็นศูนย์ประสานงาน และแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นประสบการณ์ของนักจัดซื้อ

สำหรับแผนการทำงานที่จะทำให้สมาคม เป็นที่รู้จักแพร่หลาย นั้นจะเป็นในรูปของการร่วมมือกับทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อขยายบทบาทในเชิงรุกและเผยแพร่กิจกรรมให้ เป็นที่รู้จักมากขึ้น พร้อมๆไปกับการสร้างเครือข่ายของสมาชิกให้แข็งแรงผ่านทาง การสร้างกิจกรรมร่วมกับสมาชิก และทั้งมุ่งเน้นช่องทาง การสื่อสารทาง Website และ Email

เมื่อมาพูดถึงเรื่องการสร้างเครือข่าย หรือ Networking ระหว่างสมาชิกของเราให้แข็งแรงนั้น ขณะนี้เรามีช่องทางการสื่อสารระหว่างสมาคมกับสมาชิก อยู่หลายทาง นอกจากทางโทรศัพท์ โทรสาร จุลสารจดหมายข่าววิสัยทัศน์จัดซื้อและซัพพลายเชนที่ออกเป็นรายเดือน ผมมีความเห็นว่าการติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูล ที่รวดเร็วและเป็นประโยชน์กับสมาชิกของเราอย่างมากในโลกยุคใหม่ก็คือทาง Web board และทาง Group email ของเรา

Web board นั้นเป็นเสมือนเวทีของการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ระหว่างบรรดาเหล่าสมาชิกและเปิดโอกาสให้บุคคลทั่วไปเข้ามาหาความรู้หาข้อมูล ผมขอเชิญท่านลองเข้ามาร่วมแสดงความคิดเห็นและช่วยกันตอบคำถาม ใน web board ของเราด้วยนะครับ สำหรับ Group email นั้นเป็นประโยชน์ของท่านที่จะได้รับ ข่าวสารข้อมูลจากสมาคมอย่างรวดเร็ว แต่ท่านสมาชิกต้องเข้ามาลงทะเบียนเพื่อรับข่าวสารทาง Group email กันเสียก่อน โดยจะเป็นการ update ข้อมูลของท่าน ไปด้วยกันเลยทีเดียว บางท่านที่ย้ายที่ทำงานกันไปแล้วก็ใช้โอกาสนี้เข้ามาแก้ไขข้อมูล เปลี่ยนแปลงที่อยู่ เพื่อให้ได้รับวิสัยทัศน์จัดซื้อที่ส่งกันทางไปรษณีย์อย่างต่อเนื่อง และทำให้ฐานข้อมูลของเรานั้น update ไปด้วย ใน Group email นี้ท่านจะได้ประโยชน์อย่างมากโดยเฉพาะข่าวสารงานสัมมนาที่ต้องใช้ความรวดเร็วในการสำรองที่นั่ง เช่นเป็นเงื่อนไข First come First serve เราก็จะชิงความได้เปรียบจากการติดต่อทาง email นี้อย่างมาก ครั้นเราจะมารอข่าวสารกันแบบรายเดือนก็คงไม่ทันเพื่อน เขาแล้ว ยกตัวอย่างเช่นงานที่ผมนำมาลงไว้ในวิสัยทัศน์จัดซื้อฉบับนี้ เราก็ได้ส่งข้อมูลนี้ออกไปทาง Group email เรียบร้อยแล้ว

ในวิสัยทัศน์จัดซื้อ ฉบับต่อไป ผมจะส่งข่าวสารข้อมูลการดำเนินงานของคณะกรรมการชุดใหม่ให้ท่านทราบและติดตามผลงานเป็นระยะๆ หากมีข้อเสนอแนะ หรือต้องการส่งข่าวสารถึงผมโดยตรง กรุณาส่ง Email มาที่ akanit@smitabindu.com หรือติดต่อผ่านโทรศัพท์มือถือเบอร์ 08 1648 1390 เบอร์แฟกซ์ 0 2664 0700 หรือจะส่งจดหมายที่ใช้ที่อยู่สมาคมเราได้เลยครับ เปิดทุกช่องทางเพื่อน้อมรับฟังข้อแนะนำของท่าน

ข่าวประชาสัมพันธ์ การสัมมนาเชิงวิชาการ ฟรี ! จัดโดย BOI ร่วมกับสถาบันภาคอุตสาหกรรม มีจุดประสงค์เพื่อพัฒนาขีดความสามารถผู้ประกอบการไทย และผลักดันให้ผู้ประกอบการไทยสามารถแข่งขันในตลาดสากลได้ โดยภายในงานนอกจากโอกาสที่บริษัทผู้ร่วมออกบูธจะได้พบปะเจรจากับผู้ซื้อ จากทั้งในและต่างประเทศ ในรูปแบบ One-On-One Meeting แล้ว BOI ยังเปิดโอกาสให้บริษัทภายนอกผู้สนใจสามารถเข้าร่วมกิจกรรมสัมมนาเชิงวิชาการ ซึ่งมีการคัดเลือกหัวข้อจากภาคอุตสาหกรรมกว่า 14 หัวข้อสัมมนา โดยจะจัดขึ้นตั้งแต่วันที่ 9-13 พฤษภาคม 2550 ที่ไบเทค บางนา งานนี้ทางสมาคมของเราก็มีเข้าร่วมจัด สัมมนาฟรีด้วยเหมือนกันครับ ผมจะบรรยาย 2 หัวข้อในวันเสาร์ที่ 12 พฤษภาคม 2550 คือเรื่องบริหารจัดการจัดซื้ออย่างไรให้ถูกใจผู้บริหาร ซึ่งจะบรรยายในรอบเช้า ส่วนรอบบ่ายจะบรรยายเรื่อง การลดต้นทุนสินค้าและเทคนิคการเลือกซัพพลายเออร์ในงานแสดงสินค้า ท่านที่สนใจกรุณาดูรายละเอียดหัวข้อการสัมมนาและ Download ใบสมัครที่ <http://www.subconthailand.com/seminar.php?lang=en> หรือติดต่อ คุณนิตยา รัตนวีรเมธิกุล และ คุณอรรณณ ชวีญอ่อน ผู้ประสานงานของ BOI ที่เบอร์โทรศัพท์ 0 2537 8111 ต่อ 3004, 5010 ได้เลยครับ **ฟรี !**

ขอเผยแพร่ภาพกิจกรรมของสมาคมในช่วงที่ผ่านมาเป็นการปิดท้ายวิสัยทัศน์จัดซื้อฉบับแรกของคณะกรรมการชุดที่ 14 แล้วพบกันใหม่ครับ

มีปัญหาเรื่องความรู้ในกระบวนการจัดซื้อและซัพพลายเชน กรุณาติดต่อไปที่

สมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย Purchasing & Supply Chain Management Association of Thailand

54 อาคารบีบี ชั้น 15 ห้อง 1509 ถนนอโศก แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

โทรศัพท์ 0-2260-7326-8 โทรสาร 0-2664-0700

E.mail: helpdesk@pscmt.or.th Website: www.pscmt.or.th



วันอาทิตย์ที่ 25 มีนาคม 2550 การประชุมใหญ่สามัญประจำปี และการเลือกตั้งกรรมการบริหารสมาคมชุดที่ 14



ฯพณฯ David Fall เอกอัครราชทูตอังกฤษประจำประเทศไทย จัดงานพิธีมอบประกาศนียบัตรผู้สำเร็จการศึกษาจากหลักสูตรการจัดซื้อนานาชาติของสถาบัน The Chartered Institute of Purchasing and Supply - CIPS ประเทศอังกฤษ เมื่อวันที่ 28 มีนาคม 2550



วันที่ 30-31 มีนาคม 2550 คุณเชี่ยวชาญ รัตนามัทธนะ อดีตนายกสมาคมฯ ได้รับรางวัล Garner-Themoin Award ประจำปี 2549 ในฐานะที่เป็นบุคคลที่เสียสละและทำคุณประโยชน์แก่วงการวิชาชีพเป็นอย่างยิ่ง จากคณะกรรมการบริหาร International Federation of Purchasing and Supply Management - IFPSM ในงานประชุม IFPSM World Summit 2007 ที่เมือง Bath ประเทศอังกฤษ

Challenges In Procurement สิ่งท้าทายในงานจัดซื้อจัดหา



โดย กิตติกร โชติสกุลรัตน์ C.P.S., Adv.Cert.PSCM(ITC)

CIPS Advanced Certificate Holder

ประธานฝ่ายกิจการต่างประเทศ สมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย

ท่านที่เป็นคอบทหนึ่ง คงได้ติดตามผลการแจกรางวัลออสการ์เมื่อต้นปี มีภาพยนตร์สารคดีเรื่อง An Inconvenient Truth ที่อดีตรองประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา นายอัล กอร์ ได้บอกเล่าเกี่ยวกับภาวะโลกร้อนและผลกระทบที่เกิดจากภาวะโลกร้อน ได้รับรางวัลภาพยนตร์สารคดียอดเยี่ยมไปครอง ภาวะโลกร้อนเป็นผลจากการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่เป็นตัวการสำคัญออกสู่ชั้นบรรยากาศ ทำให้อุณหภูมิของโลกสูงขึ้น ส่งผลกระทบต่อมากมายที่เราเห็นเป็นชาวอยู่เสมอ เช่น พายุเฮอริเคนระดับสูงๆที่เข้าถล่มสหรัฐอเมริกา ว่ากันว่าจำนวนของพายุระดับนี้เพิ่มมากขึ้นเป็น 2 เท่าเมื่อเทียบกับ 30 ปีที่แล้ว ภาวะภัยแล้ง ที่ประเทศเราก็ประสบปัญหานี้กันตั้งแต่ต้นปี ภาวะคลื่นความร้อน อุณหภูมิที่สูงขึ้นจนลิ้มไปแล้วว่าดูหนาวเป็นอย่างไร หรือในบางประเทศ ปีที่ผ่านมาต้องยกเลิกการแข่งขันสกี เพราะปริมาณหิมะที่ตกลงมามีน้อยมาก การแพร่ระบาดของโรคมลาเรียในประเทศที่อยู่เหนือเส้นศูนย์สูตรที่เพิ่มมากขึ้น งานนี้ไม่เพียงแต่มนุษย์ ทั้งสัตว์และพืชต่างก็ได้รับผลกระทบกันถ้วนหน้า อ่านมาหลายบรรทัด หลายท่านคงสงสัยว่าเรื่องสิ่งแวดล้อม จะมาเกี่ยวข้องกับการจัดซื้อด้วยอย่างไร

ดิฉันลองยกตัวอย่างการโฆษณาที่เราเห็นๆกันในทีวี หรือหน้าหนังสือพิมพ์ เช่นโครงการรกรักบ้านเกิดของดีแทค โครงการร่วมใจด้านภัยหนาวของเบียร์ช้างที่จัดติดต่อกันหลายปี โครงการสร้างฝายเก็บน้ำ 8,000 ฝายของบริษัทปูนซีเมนต์ แต่ละโครงการนั้นไม่ได้เกี่ยวข้องกับตัวสินค้าที่ทางบริษัทเขาขายอยู่เลย เช่นเบียร์ช้างก็ไม่ได้ขายผ้าห่มสักหน่อย แต่โครงการเหล่านี้ส่งผลทางอ้อมให้ธุรกิจของเขาสามารถยืนหยัดอยู่ได้ในสังคมอย่างยั่งยืน เป็นการทำ CSR (Corporate Social Responsibility) ซึ่งอาจารย์เชี่ยวชาญได้เคยเขียนเรื่อง CSR ไว้แล้ว คำว่า "ยั่งยืน" กลายเป็นคำที่หลายคนตระหนักถึงในการทำงาน และหนีไม่พ้นที่งานจัดซื้อจะต้องถามตัวเองว่าจะบริหารงานจัดซื้ออย่างไร จึงเป็นการจัดซื้ออย่างยั่งยืน ในหนังสือ Supply Management ของ CIPS ฉบับเดือนมกราคมได้พูดถึงความท้าทายของนักจัดซื้อในปี 3 เรื่องด้วยกันสรุปเป็น 3 S คือ S- Sourcing, S- Skill Development และ S- Sustainable Procurement



คำว่า Sustainable Procurement หรือการจัดซื้ออย่างยั่งยืนนั้น ไม่มีคำนิยามตายตัว อ้าว! อย่างนี้ก็ปวดหัวสิคะ แล้วจะให้ทำอย่างไร ผู้เขียนบทความเรื่องนี้เลยยกตัวอย่างของธุรกิจที่นำการจัดซื้ออย่างยั่งยืนไปใช้ ให้เห็นภาพชัดเจนขึ้น ในปี 2547 ทางรัฐบาลอังกฤษได้จัดตั้งคณะทำงานขึ้นมาชื่อว่า Sustainable Procurement Task Force (SPTF) มีหน้าที่ในการตรวจสอบการใช้จ่ายงบประมาณว่าเป็นไปในทางที่สร้างความยั่งยืนหรือไม่ จุดประสงค์ของคณะทำงานนี้เพื่อช่วยให้ภาครัฐได้รับประโยชน์จากสินค้าและบริการคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป และเป็นคุณค่าตลอดอายุของสินค้าและบริการตั้งแต่การผลิตไปจนถึงการกำจัดซาก นอกจากนั้นการจัดซื้ออย่างยั่งยืนยังต้องก่อให้เกิดประโยชน์ เป็นการช่วยสังคม ช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เราไม่จำกัดวงเพียงแค่การซื้อสินค้าและบริการที่เป็น "Green" หรือ "Recycle" เท่านั้น แต่เป็นการจัดซื้อที่ช่วยลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้นและควรเอื้อให้เกิดประโยชน์กับ "เศรษฐกิจ" "สังคม" และ "สิ่งแวดล้อม" ด้วย ตัวอย่างเช่นการจัดซื้อสินค้าและบริการที่ผู้ขายในท้องถิ่นสามารถส่งมอบได้ เราก็เลือกซื้อจากผู้ขายในท้องถิ่น เป็นการลดค่าขนส่งและสนับสนุนธุรกิจในท้องถิ่นที่บริษัทเราตั้งอยู่

ในการที่จะทำให้การจัดซื้ออย่างยั่งยืนเกิดขึ้นได้นั้น นักจัดซื้อต้องมองหาโอกาสและพิจารณาว่ามีอะไรบ้างที่เราสามารถทำได้ เช่น ตรวจสอบประสิทธิภาพในการใช้พลังงาน โดยการซ่อมบำรุงเครื่องจักรให้อยู่ในสภาพที่ดีเสมอ การกำหนดเส้นทางและตารางในการขนส่งให้มีประสิทธิภาพ ประเมินความเสี่ยงของธุรกิจเราต่อสิ่งแวดล้อม เช่นการปล่อยอากาศเสีย น้ำเสีย การกำจัดซากวัตถุอันตรายให้เป็นไปอย่างถูกต้อง การจ้างงานจากคนในท้องถิ่น เพิ่มการใช้สินค้ารีไซเคิล เป็นการลดขยะ มีหน่วยงานที่จัดทำตัวเลขในการแปลงปริมาณวัตถุบริโภคบริโภคที่นำมาใช้ว่าแต่ละหน่วยของวัตถุดิบนั้นสามารถลดปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่เป็นตัวการสำคัญที่ทำให้โลกร้อนได้เท่าไร



บริษัท แม็งเซ็ง พลาสติก จำกัด
บริษัท เอ็ม. เอส. อินเตอร์แแพ็ค จำกัด

ผู้ผลิตภาชนะบรรจุพลาสติกสำหรับ Consumer เครื่องสำอาง อาหาร ยาและบรรจุภัณฑ์ Cosmetic Tube
8/7-8 หมู่ 8 ซอยย่อยเอี่ยม ถนนบางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ โทร : 0-2361-6331-4 แฟกซ์ : 0-2361-6329



เช่นการใช้กระดาษรีไซเคิล 1 ตันลดการปล่อยก๊าซได้ 1.4 ตัน ใช้พลาสติกรีไซเคิล 1 ตันลดการปล่อยก๊าซได้ประมาณ 1 ตัน เป็นการวัดผลงานวัดความสำเร็จในการจัดซื้ออย่างยั่งยืนไปด้วย (อ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ www.londonremade.com)

กรณีศึกษาของการจัดซื้ออย่างยั่งยืนเกี่ยวกับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ได้แนะนำให้ฝ่ายจัดซื้อตรวจสอบกระบวนการในซัพพลายเชนตั้งแต่กระบวนการผลิตวัตถุดิบ กระบวนการจัดส่งวัตถุดิบมายังโรงงาน กระบวนการผลิตสินค้า กระจายสินค้า การจำหน่ายสินค้า และการนำไปใช้ จนถึงการทำกำจัดซากและการรีไซเคิล ว่าในแต่ละส่วนเราสามารถลดการใช้พลังงาน ลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้อย่างไรบ้าง เช่นบริษัทผลิตมันฝรั่งทอดกรอบแห่งหนึ่งในอังกฤษ ผู้ผลิตจะรับซื้อมันฝรั่งโดยให้ราคาตามน้ำหนัก ปรากฏว่าทำให้ชาวไร่เพิ่มน้ำหนักมันฝรั่งด้วยการเพิ่มความชื้นเข้าไป และในการให้ความชื้นต้องใช้พลังงานเป็นอันมาก พอบริษัทซื้อมันฝรั่งไป กลับต้องนำไปทอดนานขึ้นเพื่อกำจัดความชื้นออก ทำให้ใช้พลังงานเพิ่มขึ้นอีก 10% พอบริษัททราบเช่นนี้ จึงเปลี่ยนวิธีการซื้อใหม่ โดยมีการจ่ายรางวัลสำหรับชาวไร่ที่ส่งมอบมันฝรั่งที่มีความชื้นต่ำ เมื่อคิดภาพรวมแล้วปรากฏว่าสามารถลดต้นทุนค่าเชื้อเพลิงได้ปีละ 1.2 ล้านปอนด์ และลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้ถึง 9,200 ตันต่อปี

การจัดซื้ออย่างยั่งยืน หรือแม้แต่การทำ CSR ไม่ใช่เป็นเพียงการลงทุนเพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีขององค์กรเท่านั้น แต่สุดท้ายแล้วสิ่งเหล่านี้จะกลับมาสู่องค์กรในรูปของยอดขายหรือผลกำไรอย่างแน่นอน เรื่องเหล่านี้ อาจจะดูเหมือนไกลตัว แต่เราต้องเปิดตา เปิดหูไว้ติดตามความเคลื่อนไหวในวิชาชีพของเรา ขณะนี้ในสังคมเขาพูดเรื่องอะไรกัน เพราะไม่ช้าไม่นานสิ่งเหล่านี้ต้องมีผลกระทบต่อการทำงานของเราย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

สำหรับ S ตัวที่สองเรื่อง **Sourcing** ในยุคนี้ต้องเน้นว่าเป็น Global Sourcing ด้วยค่ะ เมื่อ 30-40 ปีก่อน เราจะรู้สึกว่าเป็นสินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศนั้นหรูหรา มีค่าซะเหลือเกิน แต่ปัจจุบันสินค้านำเข้ามีจนเกลื่อนตลาด ภาวะการแข่งขันที่ไร้พรมแดนเช่นนี้ ทำให้มันจัดซื้อต้องมองหาแหล่งขายใหม่ที่ทั้งความใหม่ มีข้อได้เปรียบ และมีต้นทุนถูกกว่าอยู่เสมอ การหาแหล่งขายในประเทศที่มีต้นทุนต่ำหรือเรียกกันว่า LCCS (Low-cost country sourcing) ยังคงเป็นเรื่องยอดฮิตสำหรับในปีนี้ ประเทศจีนที่เป็นแหล่งขายต้นทุนต่ำมาหลายปี กำลังได้รับความนิยมลดลงและมีคู่แข่งมากขึ้น เช่นแหล่งขายจากยุโรปตะวันออกและประเทศที่มาแรงด้านเศรษฐกิจอย่างอินเดีย จะสังเกตได้ว่าชาวที่กล่าวถึงการเติบโตด้านเศรษฐกิจ พูดถึงเงินแล้ว จะมีอินเดียตามมาด้วยในปัจจุบัน เมื่อเร็ว ๆ นี้ที่มีการจัดลำดับมหาเศรษฐกิจของโลก มีเศรษฐกิจใหม่จากอินเดียเข้าไปติดอันดับเพิ่มขึ้นสูงกว่าชาติอื่นๆ และเข้ามาอย่างจริงจัง เพราะแม้จำนวนเศรษฐกิจจากอินเดียจะน้อยกว่า แต่มีทรัพยากรสูงกว่าเศรษฐกิจจากจีนและฮ่องกงรวมกันซะอีก

แนวโน้มอีกเรื่องหนึ่งที่บ้านเรากำลังค่อยๆเกิดขึ้น แต่ในหลายประเทศค่อนข้างแพร่หลายแล้วคือการ Outsource งานจัดซื้อ ในปีนี้นักจัดซื้อถูกตั้งคำถามว่าฝ่ายจัดซื้อเองได้มองข้ามการ Outsource งานจัดซื้อหรือไม่ เป็นเพราะแรงกดดันให้ฝ่ายจัดซื้อมีส่วนในการทำกำไรให้กับองค์กรมากขึ้น งานจัดซื้อนั้นสามารถที่จะ Outsource ได้อย่างแน่นอน เพียงแต่เราต้องพิจารณาว่าจะ Outsource งานส่วนไหนออกไป และจะมีผลต่องานอื่นๆในซัพพลายเชนอย่างไร โอกาสที่จะเกิดความเสียหายต่อองค์กรเป็นอีกประเด็นหนึ่งที่ต้องพิจารณา

S ตัวที่สามคือ **Skill Development** เรื่องนี้เป็นเรื่องที่ทางสมาคมฯของเราพูดกันมาตลอดว่าสมาชิกต้องหมั่นหาความรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ ความรู้ที่มีในอดีตไม่เพียงพอที่จะนำมาใช้ทำงานในปัจจุบันที่มีความสลับซับซ้อนมากขึ้นได้แล้ว เงินเดือนของเราเพิ่มขึ้นทุกปี เป็นธรรมดาที่ผู้บริหารจะคาดหวังผลงานของเราเพิ่มขึ้นทุกปีด้วยเช่นกัน บทบาทของฝ่ายจัดซื้อปัจจุบันนี้ไม่ได้มีหน้าที่ในการบริหารให้ค่าใช้จ่ายลดลงเพียงอย่างเดียวอีกต่อไป แต่ต้องเป็นผู้ที่มองหาโอกาสใหม่ๆ หาชิ้นงานใหม่ๆและดำเนินการให้งานนั้นสำเร็จเพื่อพัฒนาการบริการของฝ่ายจัดซื้อที่ให้กับฝ่ายต่างๆ ช่วยปรับปรุงงานและกระบวนการต่างๆในซัพพลายเชน เช่น ในด้านคุณภาพและการส่งมอบที่ทันเวลาของสินค้าและบริการที่ส่งมอบให้ลูกค้า ปรับปรุงต้นทุนให้ดีขึ้น พัฒนาระบบในการทำงานให้กระชับ ฉับไวและมีประสิทธิภาพ ฝ่ายจัดซื้อไม่เพียงแต่ซื้อของเท่านั้นแต่ยังต้องบริหารความสัมพันธ์กับผู้ขาย บริหารกระบวนการและต้นทุนจนจบสัญญาด้วย

นับว่าเป็นความโชคดีอย่างหนึ่งที่ความรู้ในปัจจุบันหาได้ง่ายเหลือเกิน นอกจากเว็บไซต์ต่างๆที่มีให้เราค้นหาไม่รู้จบ หนังสือก็มีการเขียนการแปลออกมาจนเลือกอ่านไม่ถูกเลยทีเดียว นิตยสารในด้านจัดซื้อ โลจิสติกส์และซัพพลายเชนก็เริ่มมีมากขึ้นบนทั้งหนังสือ ถ้าจะให้ทันสมัยก็ต้องสมัครเป็นสมาชิคนิตยสารจากต่างประเทศด้วย นอกจากนี้การเข้าฝึกอบรมก็เป็นทางเลือกอีกทางหนึ่งในการเรียนรู้ แถมยังได้รู้จักเพื่อนๆจากวงการเดียวกันเป็นเน็ตเวิร์กกันต่อไปอีกด้วย ทางสมาคมฯเองได้จัดฝึกอบรมหัวข้อต่างๆที่น่าสนใจ และจัดเรียนจัดสอบหลักสูตรวุฒิปริญญาต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น C.P.K., C.P.S. และวุฒิปริญญาตรีนานาชาติของ CIPS เพื่อให้สมาชิกได้รับความรู้ที่ถูกต้องและเป็นขั้นเป็นตอนนำไปใช้ในการทำงานและมีวุฒิปริญญารับรองความรู้ติดตัวด้วย

หากท่านสนใจหลักสูตรของ CIPS โปรดอ่านรายละเอียดในสองหน้าต่อไปนี้ได้เลยนะคะ จะเริ่มเรียนกันในเดือนสิงหาคม แต่หมดเขตรับสมัครวันที่ 25 กรกฎาคมนี้ ตัดสินใจให้เด็ดขาดไปเลย อย่าลังเล หากบริษัทไม่มีงบประมาณสนับสนุน บอกกับเราได้ เราอนุญาตให้ผ่อนชำระได้ 3 งวด จะโทรศัพท์ไปหาหรือที่สมาคมก็ได้ที่ 0 2260 7326 - 8 หรือจะเขียนอีเมลไปก็ได้ที่ pscmt@thai.org

หากต้องการดูรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับเนื้อหาหลักสูตร เขียนอีเมลถึงดิฉันก็ได้ที่ kitikorn@truemail.co.th
สวัสดิ์ค่ะ

มีบทความเรื่องความรู้ในกระบวนการจัดซื้อและซัพพลายเชน กรุณาติดต่อไปที่

สมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย
Purchasing & Supply Chain Management Association of Thailand

54 อาคารบีบี ชั้น 15 ห้อง 1509 ถนนอโศก แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

โทรศัพท์ 0-2260-7326-8 โทรสาร 0-2664-0700

E.mail: helpdesk@pscmt.or.th Website: www.pscmt.or.th

วิสัยทัศน์

จัดซื้อและซัพพลายเชน Purchasing & Supply Chain Vision

ฉบับที่ 129 ประจำเดือนกรกฎาคม 2550 / สำหรับผู้สนใจทั่วไปและสมาชิกสมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย



It's time to up-skill ได้เวลาเสริมเชี่ยวชาญแล้ว

โดย ... **อกนิษฐ์ สมิตะพินทุ** Adv.Cert.PSCM(ITC)
นายกสมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย

สวัสดิ์ศรีรับสมาชิก สจซท ทุกท่าน ผมมีโอกาสมาพบกับท่าน โดยครั้งนี้ผมจะเล่าให้ท่านสมาชิกฟังเกี่ยวกับกิจการของสมาคม และมีข้อสังเกตให้ท่านสมาชิกพิจารณาว่า ขณะนี้เป็นเวลาที่เหมาะสำหรับเสริมเชี่ยวชาญของท่านแล้วหรือยัง ลองพิจารณาแนวโน้มและข้อเท็จจริงใกล้ตัวที่ผมนำเสนอแล้วซึ่งน้ำหนักคุณะครับว่าจะนั่งร้องเพลงรออยู่เหมือนเดิมหรือถึงเวลาแล้วที่จะต้องลุกขึ้นมาทำอะไรสักอย่าง

บทความเดือนพฤษภาคมผมประชาสัมพันธ์งานสัมมนาวิชาการที่จัดโดย BOI ร่วมกับสถาบันภาคอุตสาหกรรม จัดขึ้นที่ไบเทค บางนา ผมขอเล่าเรื่องด้วยภาพบรรยายภาคในการบรรยายหัวข้อ บริหารงานจัดซื้ออย่างไรให้ถูกใจผู้บริหาร วันเสาร์ที่ 12 พฤษภาคม 2550 การบรรยายของสมาคมเราได้รับความสนใจโดยมีผู้เข้าร่วมสัมมนาจำนวนมากกว่า 250 ท่านจากการเปิดรับจองเพียงไม่นาน สถิติการสำรองที่นั่งสูงมากจนทำให้ผู้จัดงานต้องตัดสินใจเปลี่ยนห้องจากเดิมที่เป็นห้องสัมมนาขนาด 80 ท่านเป็นห้องใหญ่พิเศษ และในวันนั้นก็ยังมีผู้เข้าร่วมฟังการสัมมนาโดยที่ไม่ได้ลงทะเบียนล่วงหน้าไว้ด้วย จนต้องใช้เก้าอี้เสริมแถวริมอีก หลังการบรรยายในวันนั้นก็ยังมีผู้สนใจกิจกรรมของสมาคมอย่างมากและสมัครเข้าเป็นสมาชิกอีกด้วย ยินดีต้อนรับครับผม ผมขอขอบคุณกรรมการทั้งสามท่าน คือ **คุณสายันท์ เขยอักษร คุณสุภาภรณ์ อภิชัยเสถียรโชติ และ คุณเยาวพร บริบูรณ์พาณิชย์** ที่ได้สละเวลามาช่วยประสานงาน ลงทะเบียนหน้าห้องสัมมนา และอีกสองท่านที่ช่วยในการเตรียมเอกสารวิสัยทัศน์ไปแจกให้ผู้เข้าร่วมสัมมนาคือ **คุณปัทมา เจนกระบวนศักดิ์ และ คุณจันทนา คิม** เนื่องจากการบรรยายนี้เปิดกว้างให้ทุกท่านเข้าฟังโดยไม่จำกัดเฉพาะคนในวงการจัดซื้อ จึงมีผู้เข้าฟังจากหลายแผนกตั้งแต่ผู้ที่ทำงานเกี่ยวกับคลังสินค้า นักบัญชี วิศวกร ผู้บริหาร และแม้กระทั่งฝ่ายขาย



ในคืนวันอาทิตย์ที่ 20 พฤษภาคม เป็นวันก่อนวันสอบของหลักสูตร CIPS 1 วัน คณะกรรมการฝ่ายกิจกรรมต่างประเทศและผู้คุมสอบได้นำทีมเข้าตรวจความพร้อมของสถานที่เพื่อให้มั่นใจว่าการสอบจะเป็นไปด้วยความราบรื่น ผมนำรูปห้องสอบที่ถูกจัดไว้อย่างเรียบร้อยมาให้ท่านที่ผ่านการสอบมาร่ำลึกความหลัง โดยที่สอบติดกัน 5 วันรวด และขณะนี้ก็พร้อมผลสอบที่จะส่งตรงมาจากประเทศอังกฤษอย่างใจจดใจจ่อ ขอให้โชคดีนะครับ



เมื่อวันที่ 3-4 มิถุนายน ที่ผ่านมา สมาคมได้จัดการประชุมนอกสถานที่ของกรรมการและที่ปรึกษาสมาคมขึ้นที่ Fairtex Resort and พัทยา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการสร้างความสามัคคีทั้งในระหว่างคณะกรรมการด้วยกันเองและกับที่ปรึกษา ในการประชุมนั้นกรรมการแต่ละฝ่ายได้นำเสนอแผนงานและได้จัดทำงบประมาณเพื่อใช้ในเป็นแนวทางการบริหารตามที่มีการมอบหมายไว้ในการประชุมก่อนหน้านี้ งานครั้งนี้สำเร็จไปได้ด้วยดีเพราะความร่วมมือร่วมใจของเราทุกคน และทุกคนขอปรบมือให้ **คุณสุรีย์ ศิริเมธานนท์** เลขาธิการสมาคมที่เป็นแม่งาน ช่วยประสานงานทุกอย่างให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย และขอขอบคุณ **คุณบุญชัย ไพรรุ่งเรือง** ที่ปรึกษาสมาคมที่ได้รับบริจาคเงินสนับสนุนการจัดการประชุมเป็นจำนวน 20,000 บาท และ **คุณชนินชฎา สิมะกุลธร** บริจาคเป็นจำนวน 2,000 บาท และที่ไม่เคยขาดเลยคือ เครื่องดื่มที่มีทั้ง Wine ที่เสริมรสชาติอาหารค่ำในวันนั้น และ Cider ในงานเลี้ยงสังสรรค์ ได้รับการสนับสนุนจาก Ambrose Wine โดย **คุณสมพล จารุมลิต** สาวอุยกัยให้ผมมาเรียนคุณสมพลว่า Cider ของ Strongbow นั้นนอกจากจะรสชาติเยี่ยมแล้วยังทำให้งานเลี้ยงมีสีสันขึ้นเยอะ ผมต้องขอขอบคุณทุกท่านมา ณ ที่นี้อีกครั้งหนึ่งครับ



หลังจากกลับมาจากการสัมมนาออกสถานที่ กรรมการทุกท่านรับทราบแผนในการปฏิบัติงานและมองเห็นภาพรวมของการทำงานในระยะเวลา 2 ปีที่จะดำรงอยู่ในวาระ ผมเองก็มีบรรยายที่ “บางมด” ในช่วงค่ำของวันที่ 7 มิถุนายน ซึ่งสมาคมได้จัดทีมวิทยากรสอนวิชา Procurement Management ในระดับปริญญาโทให้กับ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เข้าเป็นปีที่ 5 แล้วครับ สำหรับปีนี้ผมบรรยายใน 2 สัปดาห์แรก และนักศึกษาบางมดก็ยังคงรักษาเอกลักษณ์ความรักใคร่กลมเกลียวไว้เหมือนเดิม ช่วงพักในวันที่ผมบรรยายก็มีการ Surprise จากเพื่อนๆ 30 กว่าคนในห้องโดยมีการมอบของขวัญวันเกิดให้คุณกระเช้า ผมก็เลยถือโอกาสนี้ขอตอบบรรยายภาคการ Quiz ต้นข้าวโหม่งและ รูปตุ๊กตาหมี่ที่คุณกระเช้าได้รับเป็นของขวัญมายืนยันความรักใคร่กลมเกลียวของนักศึกษาบางมดให้สมาชิก สจขท สถาบันไหนจะเลียนแบบก็เชิญเลย ชาวบางมดเขาไม่สวนลิลลิตี



แนวโน้มความสนใจในการศึกษาต่อระดับปริญญาโทมีมากขึ้นทุกปีโดยเฉพาะในสาขาโลจิสติกส์และซัพพลายเชน การเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ที่สนใจศึกษาต่อในสาขาโลจิสติกส์และซัพพลายเชนนั้นเป็นดัชนีตัวหนึ่งที่บ่งบอกถึงคุณภาพให้ทราบว่าถ้าท่านเป็นผู้หนึ่งที่ทำงานในสายอาชีพนี้ ท่านกำลังมีโอกาสในความก้าวหน้าในอาชีพการงาน เพราะแน่นอนว่าผู้คนที่หันมาสนใจศึกษาต่อในสายงานอาชีพที่ตลาดต้องการ แต่ท่านก็จะพึงระลึกได้ว่าท่านก็มีคู่แข่งที่เพิ่มสูงขึ้นทุกวัน สรุปคือเป็นอาชีพที่อนาคตสดใสแต่ก็มีคู่แข่งหน้าใหม่กระโดดเข้ามาในสนามแข่งขันกันมากขึ้นเหลือเกิน มีทั้งเป็นนักศึกษาที่เพิ่งจบมาใหม่ๆ ยังสดและมีพลังในการทำงาน และผู้ที่มีประสบการณ์อยู่ในสายงานนี้แต่ก็พัฒนาตัวเองไปอีกขั้นด้วยการขวนขวายใฝ่หาความรู้เพิ่มเติม การบริหารจัดการซื้อและซัพพลายเชนถูกจัดเป็นส่วนหนึ่งในหลักสูตรระดับปริญญาโท และผู้คนมากมาย ก็ให้ความสนใจสังเกตจากงานสัมมนาในที่ต่างๆ เหตุผลคือการทำงานในยุคซัพพลายเชนทุกวันนี้อีกครั้งได้เพิ่มความคาดหวังต่อนักจัดซื้อมากขึ้นและพยายามจะให้ทุกคนที่ทำงานเกี่ยวข้องกันทำงานกันด้วยความเข้าใจข้อจำกัดของกันและกัน ทำงานกันเป็นทีมมากขึ้น พูดจาสื่อสารกันได้รวดเร็ว และมีวัตถุประสงค์ที่ต้องการจะตอบสนองความต้องการของลูกค้า สำหรับตัวนักจัดซื้อเองนั้นเมื่อทราบว่าจะเกิดความคาดหวังและตัวเองก็เป็นกลไกสำคัญในการช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ ทั้งในการปฏิบัติหน้าที่ในองค์กร และการถ่ายทอดความคาดหวังไปสู่ซัพพลายเออร์ นักจัดซื้อยุคนี้เขาจะพัฒนาความรู้และทักษะต่างๆ โดยใช้เวลาไปกับการออกตลาดหาแหล่งซื้อสินค้าใหม่ๆ ไปงานแสดงสินค้าเพื่อรับรู้และเรียนรู้เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ไปรับข้อมูลลูกค้าร่วมกับฝ่ายขายเพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างแท้จริงและรวดเร็วขึ้นกว่าเดิม ใช้เวลาในการคิดพัฒนาทั้งความสัมพันธ์และศักยภาพของซัพพลายเออร์ หรือแม้กระทั่งเข้าไปให้ข้อมูลแก่พวก R&D (Research & Development) เพื่อให้การออกแบบผลิตภัณฑ์มีความรวดเร็วและเกิดความคุ้มค่าสูงสุด สามารถเปลี่ยนความผันของนักออกแบบและนักวิจัยให้เป็นความจริงด้วยการให้ข้อมูลของวัตถุดิบ ให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ และความสามารถของซัพพลายเออร์แก่ R&D House รวมถึงการเป็นเจ้าภาพนำซัพพลายเออร์มาร่วมวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ทั้งหมดนี้จะเป็นงานที่ส่งผลกับการลดต้นทุนของสินค้าและเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าทั้งสิ้น

ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาจะสังเกตได้ชัดเจนว่านักจัดซื้อไทยส่วนหนึ่งนั้นมองเห็นโอกาสของการเจริญก้าวหน้าในหน้าที่การงานและสนใจสมัครเรียนหลักสูตรที่เกี่ยวกับงานจัดซื้อโดยตรง เพราะเป็นสิ่งที่ส่งเสริมความรู้ในหน้าที่การงานอย่างแท้จริง ที่สำคัญคือมีคนจำนวนไม่น้อยที่ปรับทัศนคติการเรียนคือการลงทุนให้กับตัวเองไม่ใช่ค่าใช้จ่าย ถึงแม้ว่าบริษัทจะมีสนับสนุนแต่บางท่านก็ลงทุนควักกระเป๋าตัวเองมาสมัครเรียนสมาคมมีเป้าหมายการพัฒนาจัดซื้อไทยให้มีความรู้ ให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมืออาชีพ โดยผ่านการฝึกอบรมและสอบเพื่อรับวุฒิปริญญา ทั้งระดับประเทศและระดับสากล การฝึกอบรมเหล่านี้เป็นเครื่องวัดความรู้ความสามารถอย่างหนึ่งในวงการจัดซื้อระดับสากล สำหรับหลักสูตรที่ทั่วโลกถือว่าเป็นเจ้าตำรับเก่าแก่ของงานจัดซื้อและซัพพลายเชนคือหลักสูตร C.P.M. ของค่ายอเมริกันที่ สถาบันการบริหารพัสดุ (ISM, Institute of Supply Management) มีอายุเก่าแก่ประมาณ 90 ปี และหลักสูตร CIPS ของค่ายอังกฤษ ที่สถาบันบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายแห่งประเทศอังกฤษในพระบรมราชินูปถัมภ์ (CIPS, The Chartered Institute of Purchasing & Supply) มีอายุประมาณ 70 ปี สมาชิก สจขท บางท่านอาจรู้จักหลักสูตร MLS ของ UNTAD/WTO หลักสูตรนี้ก็เป็นหลักสูตรสากลอีกหลักสูตรหนึ่งที่เกิดขึ้นได้ไม่นาน และเจ้าของตำรา MLS ก็คือ CIPS พูดกันตรงๆก็คือ **CIPS เป็นคนเขียนหลักสูตรและตำราให้กับ MLS** นั่นเอง และองค์ความรู้ต่างๆก็มาจาก CIPS ที่เป็นสถาบันอันเก่าแก่สั่งสมความรู้และประสบการณ์การทำหลักสูตรแบบมืออาชีพ มีเครือข่ายผู้จัดหลักสูตรนี้อยู่ทั่วโลกจำนวนมาก ทั้งหลักสูตร C.P.M. ของอเมริกา และหลักสูตร CIPS นั้น ทางสมาคมเป็น Certification body อยู่ทั้งสองหลักสูตร หลักสูตร CIPS ในประเทศไทยมีผู้ผ่านการอบรมไปมากกว่า 200 ท่านแล้ว และสมาคมกำลังเปิดรับสมัครรุ่นที่ 6 และหมดเขตรับสมัครวันที่ 25 กรกฎาคม นี้ การจัดสอนหลักสูตรนี้จะเป็นภาษาไทย แต่หนังสือตำราและข้อสอบจะเป็นภาษาอังกฤษ ส่งตรงมาจากประเทศอังกฤษ การที่เราได้ประสานงานและจัดการเรียนการสอนหลักสูตรระดับสากลในประเทศไทยนั้น เป็นการยกระดับความรู้ของนักจัดซื้อไทยและประหยัดค่าใช้จ่ายของผู้เรียนได้เป็นอย่างมาก ท่านไม่ต้องลงทุนข้ามน้ำข้ามทะเลไปเรียนและไปสอบที่ต่างประเทศ แถมยังมีการสร้าง network ของนักจัดซื้อได้อย่างดี

สิ่งที่ผมมีความตั้งใจจะบอกกับสมาชิก สจขท และผู้สนใจก็คือ ทุกวันนี้โอกาสในการพัฒนาตนเองและการเรียนรู้มีอยู่มากมาย ในขณะที่ท่านนั่งแลและผลัดวันประกันพรุ่ง ไม่ได้ตัดสินใจทำอะไรสักอย่างอ้างแต่คำแก้ตัวเดิมๆว่า “ไม่มีเวลา” ไม่พร้อมในการปรับตัว ปล่อยเวลาให้ผ่านไปวันหนึ่งวันหนึ่ง ท่านกำลังเสียโอกาสอย่างมาก คนอื่นเขาตัดสินใจและได้เดินทางไปไกลแล้วครับ การเรียนคือการลงทุน และสมาคมก็ไม่คิดจะให้ราคาของหลักสูตรเป็นอุปสรรค ตามที่อาจารย์กิตติกร แจ้งไว้ในวิสัยทัศน์จัดซื้อ ฉบับที่แล้วว่าถ้าท่านต้องควักกระเป๋าตัวเองจ่ายเงินเรียนหลักสูตร CIPS สมาคมได้หาวิธีที่จะผ่อนชำระเพื่อแบ่งเบาภาระท่านไว้ด้วย ลองติดต่อเข้ามาที่สมาคมนะครับ

มีปัญหาร้องเรียนเรื่องกระบวนการจัดซื้อและซัพพลายเชน กรุณาติดต่อไปที่

สมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย Purchasing & Supply Chain Management Association of Thailand

54 อาคารบีบี ชั้น 15 ห้อง 1509 ถนนอโศก แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

โทรศัพท์ 0-2260-7326-8 โทรสาร 0-2664-0700

E.mail: helpdesk@psgmt.or.th Website: www.psgmt.or.th

บทเรียนจาก “ฉันทนา”



โดย **อภนิษฐ์ สมิตะพินทุ** Adv.Cert.PSCM(ITC)
นายกสมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย

เช้าวันที่ 11 กรกฎาคม 2550 พนักงานบริษัท ไทยคิลป์ อาคเนย์ อิมพอร์ต เอ็กซ์พอร์ต จำกัด จำนวนหลายพันคน ได้รวมตัวกันประท้วงปิดถนนกึ่งแก้ว เพราะนายจ้างประกาศยุติกิจการชนิดสายฟ้าแลบ ผมขอยกเหตุการณ์นี้มาคุยกันเพื่อเป็นข้อสังเกตและข้อเตือนใจครับ

สมาชิก สจซท ที่รักทุกท่าน กรณีของบริษัท ไทยคิลป์ฯ ที่ประกาศปิดโรงงานสายฟ้าแลบ โดยในเบื้องต้นมีข้อสันนิษฐานว่าเกิดจากสาเหตุค่าเงินบาทที่แข็งตัวมาอย่างต่อเนื่อง ส่งผลกระทบกับกิจการมาตั้งแต่ต้นปี 2006 วันที่ท่านได้รับบทความนี้ อาจมีข้อมูลเกี่ยวกับสาเหตุที่แท้จริงเผยแพร่ให้ทราบกันแล้วก็ได้ ช่วงที่ผมเขียนต้นฉบับเหตุการณ์ยังอึมครึม และทุกคนมุ่งประเด็นไปที่เรื่องค่าเงินบาท สำหรับผมเองแล้วเรื่องนี้ถือเป็นอุทาหรณ์และเป็นเรื่องที่ทำให้คิดต่อไปได้อีกพักหนึ่งเลยทีเดียว บริษัทที่มีรายได้ระดับพันล้านบาท มีพนักงานหลายพันคน มีลูกค้าแบรนด์ระดับโลก ผู้บริหารมีวิธีการตัดสินใจที่น่าสนใจเช่นนี้ เราน่าติดตามข้อเท็จจริงอย่างยิ่ง

เศรษฐกิจในครึ่งปีหลังยังสดใส จากการพิจารณาข้อมูลเบื้องต้นพบว่า เมื่อปลายเดือนมิถุนายน หลายๆสำนักออกมาแสดงความเห็นในเรื่องเศรษฐกิจในครึ่งปีหลัง เช่น ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ระบุว่า เศรษฐกิจไทยช่วงครึ่งปีหลังมีแนวโน้มสดใส เพราะปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจยังแข็งแกร่ง โดยเฉพาะภาคการส่งออกที่ขยายตัวต่อเนื่อง เป็นตัวขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจที่สำคัญ ส่วนมาตรการลดอัตราดอกเบี้ยของธนาคารแห่งประเทศไทยก็มีส่วนช่วยกระตุ้นบรรยากาศการลงทุน ขณะที่สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กระทรวงการคลังชี้ว่ายังไม่มียปัจจัยที่จะทำให้เกิดวิกฤติเศรษฐกิจ แต่ประชาชนวิตกกังวลสถานการณ์ทางการเมืองมากเกินไป จึงทำให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคลดลง อย่างไรก็ตาม มีความเชื่อว่าการเลือกตั้งในปลายปีนี้จะช่วยให้เศรษฐกิจเดินหน้าต่อไป เศรษฐกิจสดใส ทำไมหลายๆบริษัทได้ปิดตัวไปแล้ว และมีอีกหลายบริษัทกำลังทยอยประกาศปิดตัว

สำหรับผู้ประกอบการส่งออกวันนี้ได้รับผลกระทบจากอัตราเงินบาทแข็งขึ้นจากเดือนมกราคม 2006 อยู่ที่ประมาณ 11.8% มีการปรับอัตราค่าแรงขั้นต่ำ อีกทั้งผลกระทบจากค่าขนส่งที่ปรับขึ้นขึ้น เนื่องจากราคาน้ำมัน ถ้าการส่งออกมีการขยายตัวก็แปลว่าเราส่งออกได้ดี ขายได้เงินดอลลาร์มาได้ แต่เป็นเงินดอลลาร์ที่มีค่าน้อยกว่าแต่ก่อนเมื่อเทียบเป็นเงินบาท แต่รายจ่ายที่ต้องจ่ายเป็นเงินบาทนั้นก็เพิ่มสูงขึ้นทั้งจากค่าแรงงาน ค่าขนส่ง **สรุปว่าผู้ประกอบการไทยที่ส่งออกตอนนี้ได้ แต่เงินที่ได้กลับเข้ามานั้นมีค่าน้อยลง ทั้งๆที่ต้องมีรายจ่ายเพิ่มขึ้น** และยังมีปัจจัยความท้าทายในเรื่องการแข็งขึ้นจากประเทศที่มีค่าแรงถูกกว่า มีต้นทุนในการลงทุนต่างๆถูกกว่า เห็นที่ภาครัฐฯต้องเข้ามาติดอาวุธ สร้าง Value added ให้กับอุตสาหกรรมของเรา มีแผนงานที่สร้างให้ผู้ประกอบการของเราเติบโตแบบยั่งยืนให้ได้ในเร็ววันนี้



บริษัท เม็งเซิง พลาสติก จำกัด
บริษัท เอ็ม. เอส. อินเตอร์แพ็ค จำกัด

ผู้ผลิตภาชนะบรรจุพลาสติกสำหรับ Consumer เครื่องสำอาง อาหาร ยาและบรรจุภัณฑ์ Cosmetic Tube
8/7-8 หมู่ 8 ซอยอ้อเยี่ยม ถนนบางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ โทร : 0-2361-6331-4 แฟกซ์ : 0-2361-6329



จากเหตุการณ์นี้ผมเสนอมุมมองในหลักการของการบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชน ผลกระทบที่มีต่อซัพพลายเชน ชวนให้ท่านคิดถึงวิธีการบริหารงานจัดซื้อในยุคปัจจุบัน มาคิดกันล่วงหน้าอย่ารอให้ภัยมาถึงตัวนะครับ

การประกาศปิดโรงงานชนิดสายฟ้าแลบแบบนี้ไม่ปกติ ไม่ว่าจะมาจากสาเหตุใดก็ตาม ในมุมมองของซัพพลายเชนนับว่าเป็นเรื่องที่เสียหายอย่างมาก ผลกระทบจะตกกับผู้เกี่ยวข้องตั้งแต่ซัพพลายเออร์ ผู้บริการขนส่ง ผู้กระจายสินค้า และโดยเฉพาะพนักงานของบริษัทฯเอง ทั้งทางตรงและทางอ้อม ผลกระทบจากการขาดรายได้ แผนที่วางไว้ทุกอย่างหยุดชะงักต้องปรับกันใหม่หมด ความเชื่อมั่นศรัทธาขาดหายไป ชวนยกกำลังใจที่ยากจะถูกลบคืนมา การคำนวณความเสียหายในส่วนที่เป็นตัวเงินคงพอจะทำได้ ยกตัวอย่างให้เห็นภาพชัดขึ้นว่า สมมติโรงงานหนึ่งเกิดอัคคีภัย เราจะสำรวจความเสียหายของตัวอาคาร วัสดุอุปกรณ์ เครื่องจักร วัตถุดิบ ค่าเสียโอกาส ค่าปรับ และคิดย้อนกลับเป็นเงินได้ แต่สำหรับการสูญเสียความเชื่อมั่น ความศรัทธานั้นแทบจะตีออกมาเป็นมูลค่าได้ยากมาก เช่นในกรณีนี้ ถึงแม้วันรุ่งขึ้นจะมีการเปิดให้เข้าทำงานได้อย่างปกติ และยังจ่ายค่าแรงวันที่มีการหยุดงานแล้วก็ตาม จะเห็นว่ามีส่วนงานบางส่วนไม่ยากที่จะกลับไปทำงานเพราะเกิดความไม่มั่นใจในบริษัทฯ ลองนึกถึงซัพพลายเออร์ และพันธมิตรที่ทำการค้าขายอยู่ด้วยนั้นมิตรภาพคงจะเริ่มสั่นคลอนเป็นแน่ ผมอ่านหนังสือพิมพ์มีนักข่าวไปสัมภาษณ์คนขายหมูบึงหน้าโรงงาน เธอก็บอกว่ารู้สึกใจหายมาก ภาวะทางบ้านก็เยาะ โรงงานปิดอย่างนี้ก็ยังทำอะไรไม่ถูก ในมุมมองของลูกค้าก็จะเกิดความไม่มั่นใจในศักยภาพของบริษัท และประเมินว่าผลกระทบเหล่านี้คงจะต้องมีผลถึงคุณภาพและบริการที่จะได้รับในเร็ววัน

ถ้าต้นเหตุนี้มาจากลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการที่บริษัทนี้ถูกบีบในเรื่องของราคาและเสียเปรียบในเรื่องของอำนาจการต่อรอง นอกจากเรื่องค่าเงินบาทที่ตกเป็นจำเลยที่หนึ่ง **เรื่องนี้ลูกค้าคือจำเลยที่สอง** ลูกค้าผู้ซึ่งใช้ความได้เปรียบในการแข่งขันของกลไกตลาดมาเป็นเครื่องมือในการดำเนินธุรกิจอย่างชนิดไม่มี จรรยาบรรณ การผลัดภาระต่างๆลงมาให้พันธมิตรในซัพพลายเชนโดยที่ไม่คำนึงว่าจะเกิดอะไรขึ้นกับซัพพลายเชนของตัวเอง ถึงแม้ว่าจะไม่ส่งผลกระทบต่อตัวเองโดยตรงแต่ก็จะเสียความเชื่อมั่นและเสียชื่อเสียงอย่างแน่นอน คงไม่มีใครต้องการคบหาในวงธุรกิจ และจะไม่เกิดความเชื่อมั่นศรัทธาจากลูกค้า ประชาชนผู้ที่เป็นปลายทางของสินค้านั้นๆในอนาคตอย่างแน่นอน

ถ้าลูกค้าบริษัทยักษ์ใหญ่มักมีกำไรอยู่มากมาย ขายสินค้าแบรนด์ดังให้ลูกค้าอย่างเราๆท่านๆ ในราคาที่แพงแต่กลับผลัดภาระหรือบีบให้พันธมิตรในซัพพลายเชนของตัวเองมีกำไรชนิดหนึ่งติดกระดุก เป็นการบริหารงานแบบที่ไม่มีทั้งจิตสำนึกในการดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบัน และไม่เรียกว่าเป็นการทำงานแบบซัพพลายเชน พันธมิตรเหล่านั้นก็จะทำงานชนิดที่ต้องระมัดระวังตัว ไม่เกิดความไว้วางใจ ไม่เกิดการพัฒนาต่อยอดร่วมกัน คิดแต่จะมองหาโอกาสที่ดีกว่านั่นเอง การทำงานแบบซัพพลายเชนที่ดีนั้นพันธมิตรในซัพพลายเชนต้องมีความเป็นส่วนร่วม ร่วมทุกข์ ร่วมสุขกัน หรือเรียกว่า Share risk and Share Opportunity ร่วมกัน ผมว่าจะน่าเห็นใจอย่างมากถ้าก่อนปิดโรงงาน บริษัทนี้ได้ดำเนินการแสดงให้ลูกค้าเห็นถึงปัญหาอันอาจจะส่งผลในเชิงลบเช่นนี้ ไม่ว่าจะเป็นการประสพภาวะขาดทุน มีความจำเป็นอย่างหนักถึงขั้นจะต้องการปิดโรงงาน มีการลอยแพ และลูกค้ายังคงไม่มีความช่วยเหลือใดๆ หากแต่เพิกเฉยและกลับมองหาโรงงานผลิตสินค้าแห่งใหม่ที่ผลิตสินค้าได้ราคาถูกกว่าที่ควรจะเป็นคือลูกค้าควรหยิบยื่นความช่วยเหลือ และแสดงเจตนาว่าไม่ต้องการให้เกิดเหตุการณ์อย่างนี้ในซัพพลายเชนของตัวเอง

ถ้าซัพพลายเออร์เขาอยู่ไม่ได้ เราก็อยู่ไม่ได้ ลองนึกถึงใจเขาใจเราเนะครับ ถ้าท่านเป็นนักจัดซื้อแล้วมีซัพพลายเออร์หลักเดินเข้ามาบอกท่านว่าบริษัทของเขากำลังจะแย่ ทั้งขาดทุนและจะต้องปลดพนักงานออก เขาแสดงให้เห็นว่าได้พยายามประคับประคองและดำเนินการปรับปรุงกิจกรรมทุกอย่างเพื่อให้พ้นภาวะนี้ไป แต่สุดท้ายความพยายามต่างๆก็ไม่เป็นผล จึงต้องมาร้องขอความช่วยเหลือจากท่าน ท่านจะทำอย่างไร หรือจะให้ซับซ้อนมากกว่านั้นคือถ้าซัพพลายเออร์ของท่านแตงนียบหลอกท่านว่า เขากำลังจะแย่ ท่านจะหาวิธีรับมืออย่างไร

มุมมองที่ผมเสนอในส่วนนี้ท่านอาจประยุกต์ในมุมมองกลับกัน คือถ้าหากท่านเป็นนักจัดซื้อที่คัดเลือกซัพพลายเออร์ โดยเฉพาะจากต่างประเทศ ท่านควรพิจารณาเรื่องผลจากการเปลี่ยนแปลงค่าเงินซึ่งกระทบโดยตรงต่อรายได้ของซัพพลายเออร์ของท่าน และถ้าซัพพลายเออร์ของท่านมีปัญหา อีกไม่นานปัญหาที่จะมากระทบถึงท่าน การพิจารณาเรื่องผลกระทบจากค่าเงินในช่วงที่ไป Sourcing นั้นอาจจะทำได้ยากสักหน่อย

มีปัญหาเรื่องความรู้ในกระบวนการจัดซื้อและซัพพลายเชน กรุณาติดต่อไปที่

สมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย
Purchasing & Supply Chain Management Association of Thailand

54 อาคารบีบี ชั้น 15 ห้อง 1509 ถนนอโศก แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

โทรศัพท์ 0-2260-7326-8 โทรสาร 0-2664-0700

E.mail: helpdesk@pscm.or.th Website:www.pscmt.or.th

แต่ก็ขอให้ดูสถิติย้อนหลัง และสอบถามซัพพลายเออร์ว่ามีปัจจัยอะไรบ้างที่เกี่ยวข้องกับการขึ้น-ลงของค่าเงิน เพื่อจะนำมาวิเคราะห์ และจับตามอง เป็นระยะๆ หรือใช้วิธีลอยตัวปรับราคากันตามอัตราแลกเปลี่ยน หรือราคาน้ำมันก็ได้ แต่จะต้องศึกษาข้อมูลกันอย่างละเอียด

ในสภาวะดังที่กล่าวมา การแข็งค่าของเงินบาททำให้รายได้ของบริษัทลดน้อยลง แต่มีรายจ่ายเพิ่มมากขึ้นจากผลกระทบค่าขนส่ง ค่าแรงงาน บริษัทจะมีการปรับกลยุทธ์กันอย่างไร จะสื่อสารเรื่องราวเหล่านี้ให้กับซัพพลายเออร์ของท่านอย่างไร ผู้บริหารหน่วยงานจะมีวิธีสื่อสาร ให้ข้อมูลที่สำคัญเหล่านี้แก่พนักงานในหน่วยงานอย่างไร **ในฐานะนักจัดซื้อท่านจะมีแผนช่วยบริษัทได้อย่างไร**

ถ้ารายรับลดลง สูตรสำเร็จคือต้องลดรายจ่าย และรายจ่ายหลักในบริษัทที่เป็นภาคการผลิตสินค้าคือ ค่าวัตถุดิบ การลดราคาวัตถุดิบ จะมีผลที่เด่นชัดที่สุดและรวดเร็วที่สุด (ถ้าสามารถทำได้) การที่จะปรับปรุงคุณภาพ ลดของเสีย การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตนั้นก็ต้องทำ แต่ก็จะไม่เห็นผลเร็วเท่ากับการลดราคาวัตถุดิบ ไม่ว่าจะต้องใช้วิธีการต่อรองราคาชนิดเอาเป็นเอาตาย หรือวิธีการหาแหล่งขายใหม่ ลงท้ายคงหนีไม่พ้นโดนทุบโต๊ะสั่งมาจากเบื้องบนว่าจะหาวิธีใดก็ได้แต่ต้องลดราคาวัตถุดิบ คำถามต่อไปสำหรับนักจัดซื้อมืออาชีพคือ ควรจะลดราคาต้นทุน วัตถุดิบลงสักกี่เปอร์เซ็นต์ดีเพื่อจะช่วยต่อลมหายใจของบริษัทได้ บางทีวิกฤตนี้จะเป็นโอกาสให้นักจัดซื้อมืออาชีพอย่างท่านได้แสดงผลฝีมือก็ได้ครับ

แนวทางการตั้งเป้าหมายเพื่อรับมือกับสถานการณ์นี้ท่านต้องทราบโครงสร้างราคาขายและใช้ข้อมูลเหล่านี้เป็นจุดเริ่มต้น ดังตารางสมมุติ ที่ผมยกตัวอย่างด้านล่างนี้

โครงสร้างราคา (บาท)	มกราคม 2006	มิถุนายน 2007	Scenario #1	Scenario #2 ม.ย. 07
ราคาขาย	100	90	90	90
กำไร	10	0	(2)	3
ค่าวัสดุ	20	20	21	21
ค่าแรงงาน	20	20	21	21
ค่าวัตถุดิบ	50	50	50	45
คำอธิบาย เหตุการณ์	โครงสร้างราคาเมื่อทำ เริ่มสัญญา มกราคม 2006	ค่าเงินบาทแข็งขึ้น 10% แต่ยังสามารถบริหารรายจ่ายทุกอย่างได้เท่าเดิม	ค่าเงินบาทแข็งขึ้น 10% ค่าวัสดุเพิ่ม 5% และค่าแรงเพิ่มขึ้น 5%	ค่าเงินบาทแข็งขึ้น 10% ค่าวัสดุเพิ่ม 5% และค่าแรงเพิ่มขึ้น 5%
ผลที่คาดหวังได้		พนักงานและผู้ถือหุ้นไม่น่าจะมีความสุขนัก เงินเดือนไม่ขึ้นและบริษัทฯ ไม่สามารถทำอะไรได้ตามที่วางแผน	บริษัทฯ เข้าสู่สภาวะ การขาดทุน แต่นักจัดซื้อ ยังไม่สามารถแสดงบทบาทในการช่วยบริษัทฯ	นักจัดซื้อสามารถลดราคา ค่าวัตถุดิบสูง 10% ทำให้บริษัทฯ ยังคงมีกำไร ทุกคนยังพอมีความสุข

จะสรุปได้ว่า **เงินบาทแข็งค่าอย่างต่อเนื่องในระยะเวลาปีครึ่ง** ในช่วงเวลาก่อนหน้านี้จะถึงจุดวิกฤตนี้ ผู้จัดการจัดซื้อ ควรจับสัญญาณและระบุผลกระทบให้แน่ชัดว่าจะเกิดผลกระทบอย่างไร มีความรุนแรงแค่ไหน ส่งข้อมูลนี้พร้อมกับตั้งเป้าหมายให้ทีมงาน อย่างนงนอนใจเป็นอันขาด ถ้าติดขัดอย่างไรรีบแจ้งไปที่ฝ่ายบริหารเพื่อหาทางออกร่วมกัน ถ้าต้องการความช่วยเหลือจากคนอื่นในบริษัทให้รีบ บอกกล่าว เช่น ให้ฝ่ายการเงินใช้วิธีประกันเงินบาท ให้ฝ่ายขายรีบดำเนินการต่อรองกับลูกค้า ท่านก็เข้าไปช่วยแนะนำในการปรับเปลี่ยน ข้อความในสัญญา

สรุปว่าเรื่องที่ผ่านมานี้ก็ใช้เป็นเรื่องเตือนใจ.. และนักจัดซื้อก็มีโอกาสแสดงผลฝีมือได้ ความสำเร็จเกิดได้จากความร่วมมือร่วมใจ และ การสื่อสารข้อมูลภายในองค์กร เรียกว่า Internal Supply Chain ต้องดีเสียก่อน แล้วจึงมองออกไปนอกบ้าน External Supply Chain

ส่งท้ายด้วยเรื่องเล่นเกมสมมุติกันต่อสักหน่อยนะครับว่า ถ้าจากนี้ไปอีกครึ่งปีค่าเงินบาทมีการปรับค่าแข็งขึ้นไปอยู่ที่ 28 บาทต่อหนึ่งเหรียญสหรัฐ อะไรจะเกิดขึ้นกับบริษัทของท่าน แล้วจะต้องหาวิธีรับมือกันอย่างไรครับ **ขอให้โชคดี ลวัลดีครับ**



ประสบการณ์กว่า 40 ปี
ในด้านการพิมพ์และออกแบบบรรจุภัณฑ์
รับพิมพ์สิ่งพิมพ์ทุกชนิด ในราคายุติธรรม
บริษัท บี.เอส.พี.เอ. จำกัด
 98/51 หมู่ 11 ถนนพุทธมณฑลสาย 5 ต.ไร่เชิง อ.สามพราน จ.นครปฐม 73210
 โทร. 0-2811-8343-5 โทรสาร: 0-2811-8346

Email : bspaltd@cscoms.com

ประสบการณ์จาก IFPSM Summer School ครั้งที่ 13

โดย ... **วีรวัฒน์ ปัญญาธคุณ** Adv.Cert.PSCM(ITC)
กรรมการฝ่ายพัฒนาวิชาชีพ
สมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย



ผมขอขอบคุณ สมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย ขอขอบคุณคณะผู้จัด IFPSM Summer School ที่ทำให้ผมได้มีโอกาสเก็บเกี่ยวความรู้ ประสบการณ์ แรงคิดและมุมมองที่หาไม่ได้หลายอย่างมาต่อยอดความคิด และมีโอกาสได้เอามาเขียนถ่ายทอดให้ผู้สนใจได้อ่านกัน โดยความตั้งใจของผู้จัด IFPSM Summer School นั้น ต้องการให้เปิดเวทีเปิดโอกาสให้นักศึกษาปริญญาเอกที่กำลังทำวิทยานิพนธ์ (Dissertation) จากทั่วโลกได้มาร่วมนำเสนอผลงานทางด้านงานจัดซื้อและซัพพลายเชน โดยมีอาจารย์จากมหาวิทยาลัยชื่อดังในอเมริกา, ยุโรป และ ผู้เชี่ยวชาญจากหลากหลายมุมโลกเข้าร่วมให้คำชี้แนะ ดิฉัน อย่างสร้างสรรค์ สมาคมฯ ของเราก็ได้รับเกียรติให้ส่งตัวแทนเข้าร่วมกิจกรรมนี้มาหลายครั้ง ดังต่อไปนี้

- ปี 1998 คุณกิตติกร โชติสกุลรัตน์ ไปร่วมกิจกรรม IFPSM Summer School ครั้งที่ 4
- ปี 1999 คุณวิฑิตา อัครชัยพงษ์ ไป ร่วมกิจกรรม IFPSM Summer School ครั้งที่ 5
- ปี 2000 คุณวราภรณ์ อัครฉัตรลักษณ์ ไปร่วมกิจกรรม IFPSM Summer School ครั้งที่ 6
- ปี 2003 คุณรัศมี เอี่ยมยิ่งพานิช ไปร่วมกิจกรรม IFPSM Summer School ครั้งที่ 9
- ปี 2004 คุณพีรวัฒน์ ชูเกียรติ ไปร่วมกิจกรรม IFPSM Summer School ครั้งที่ 10
- ปี 2006 คุณอนันชัย สมิตะพินทุ ไปร่วมกิจกรรม IFPSM Summer School ครั้งที่ 12
- ปี 2007 สมาคมฯ ส่งให้ผมเป็นตัวแทนไปร่วมกิจกรรม IFPSM Summer School ครั้งที่ 13 ที่เมือง Salzburg ประเทศออสเตรีย ระหว่างวันที่ 5-10 กรกฎาคม ที่ผ่านมา



ออสเตรีย เป็นเมืองที่น่าอยู่กว่าที่ผมคิด ถนนหนทาง บ้านช่อง สถานที่ท่องเที่ยว สะอาดสะอาดอันระบบขนส่งมวลชนสะดวกสบาย ทำให้ชวนลุ่มหลงเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะเมืองที่ผมมา ชื่อว่า Salzburg ก็เป็นเมืองที่ล้อมรอบด้วย ป่า เขา มีประวัติความเป็นมาหลายร้อยปีเป็นเมืองที่ก่อกำเนิดคีตกวีเพลงคลาสสิก (Classical Music) ชื่อดังก้องโลก คือ Wolfgang Amadeus Mozart

ชื่ออันเป็นตำนานของ Mozart ปรากฏอยู่ทุกหนทุกแห่ง แม้กระทั่งบนของขนม แต่นอกจาก Mozart ใน Salzburg แล้ว เมืองนี้ยังมีกิจกรรม กิจกรรมหนึ่งที่น่าสนใจที่เมืองนี้ทุกปี คือกิจกรรมโรงเรียนภาคฤดูร้อนที่มีรู้จักกันในนาม IFPSM Summer School เป็นกิจกรรมที่ผู้คนในแวดวงการจัดซื้อและซัพพลายเชน (Purchasing and Supply Chain) รู้จักเป็นอย่างดีและต่างเฝ้าคอยว่าจะมีความรู้ใหม่ ๆ อะไรเกิดขึ้นบ้างในแต่ละปี

โปรแกรมการนำเสนอผลงานใน Summer School ปีนี้ค่อนข้างหนาแน่น มีนักศึกษาปริญญาเอกนำผลงานมานำเสนอถึง 12 หัวข้อ อาจารย์และผู้เชี่ยวชาญอีก 11 หัวข้อ รวมเป็น 23 หัวข้อภายในเวลา 5 วัน และทุกเรื่องทุกหัวข้อล้วนแล้วแต่น่าสนใจทั้งสิ้น ความรู้และแง่คิดที่ได้จากการเข้ามานั่งในวงสนทนามีมากมายเหลือเกิน แต่ผมจะขอยกตัวอย่างมาสักสองสามกรณีเท่านั้นนะครับ

มีอาจารย์ท่านหนึ่ง ที่จัดเป็นกรูด้านการจัดซื้อและซัพพลายเชน ชื่อ **Dr. Phillip L. Carter**, Executive Director CAPS Research, USA พูดเรื่อง **"Supply Management in the Decade Ahead"** ท่านได้ทำวิจัยโดยการสอบถามกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มประเทศอเมริกาเหนือ ละตินอเมริกา และเอเชียแปซิฟิก จำนวนถึง 243 ตัวอย่าง ที่น่าสนใจก็คืองานวิจัยของท่านได้บอกไว้ในอนาคตอันใกล้



บริษัท บังเซ็ง พลาสติก จำกัด
บริษัท เอ็ม. เอส. อินเตอร์แพ็ค จำกัด

ผู้ผลิตภาชนะบรรจุพลาสติกสำหรับ Consumer เครื่องสำอาง อาหาร ยาและบรรจุภัณฑ์ Cosmetic Tube
8/7-8 หมู่ 8 ซอยอ้อเอี่ยม ถนนบางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ โทร : 0-2361-6331-4 แฟกซ์ : 0-2361-6329



ผู้บริหารระดับสูงขององค์กรดังกล่าว จะให้ความสำคัญกับการจัดการบริหารงานซัพพลายเชนที่มีขอบเขตงานที่กว้างขึ้น จะมีการคาดหวังต่อผลงานที่สูงขึ้น และงานที่ทำงานจะต้องมีคุณค่าต่อองค์กรมากขึ้นเป็นเงาตามตัว รูปแบบและกระบวนการของซัพพลายเชน จะสลับซับซ้อนขึ้น โดยถูกผลักดันด้วยกระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) ผ่นวกับพลวัตการตลาด (Marketing Dynamic), ความต้องการของลูกค้า (Customer Demands) และกฎระเบียบใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม (Rules and Regulations)

นอกจากนี้ท่านยังบอกต่ออีกว่าการประสานความร่วมมือทั้งภายในและภายนอก และภายในองค์กรเองจะกลายเป็นสิ่งที่จำเป็นที่ทุกองค์กรจะต้องทำ และต้องให้ความสนใจ เพราะสิ่งเหล่านี้จะช่วยสร้างคุณค่าใหม่ ๆ (Values) ให้เกิดขึ้น อีกทั้งเทคโนโลยีก็ยังจะเป็นตัวจักรสำคัญ ที่จะช่วยเปลี่ยนรูปแบบของกระบวนการ และกลยุทธ์ด้านซัพพลายเชนให้มีความเหมาะสม องค์กรจะต้องเผชิญกับ สิ่งท้าทายใหม่ ๆ นั่นคือ สิ่งที่เราเรียกว่า Global Talent Management เป็นไงครับ น่าสนใจใช่ไหมครับ

สำหรับนักศึกษา ก็ได้ผลัดกันนำเสนอผลงานที่น่าทึ่งไม่น้อยหน้าเช่นกัน ยกตัวให้ฟังคนแรกครับ คนนี้ชื่อ **W.Harry P.Thompson** เป็นนักศึกษาระดับปริญญาเอกจาก Manchester Business School, UK อายุ 70 กว่าปีแล้ว เป็นระดับคุณปู่ของหลาย ๆ คน กำลังทำงานวิจัยปริญญาเอกของท่านเรื่อง **"A Twin Approach to the Control of Outsourced Activities"** ท่านศึกษาเสร็จไปครั้งหนึ่งแล้ว และได้ความว่า ผู้จัดการด้านงานจ้างผลิต (Outsourcing Managers) จะใช้สองแนวทางประกอบกันในการควบคุมกิจกรรม งานจ้างผลิตดังกล่าว (Outsourcing) คือใช้สัญญาเป็นตัวบังคับ (Contract Enforcement) กับสิ่งที่เรียกว่าความร่วมมือที่ยึดบนพื้นฐานความเชื่อใจ (Trust based cooperation) แต่การศึกษาครั้งนี้ยังไม่จบเพียงเท่านี้ คุณปู่ยังต้องการหาคำตอบเพื่อพิสูจน์ให้รู้ต่อไปว่า เป็นความจริงหรือไม่ที่ไม่มี ความพยายามในการวัดต้นทุนส่งผ่าน (Transaction costs) ในโรงงานผู้รับจ้างผลิต (Outsourced Manufacture) ซึ่งพวกเราอาจจะต้องรออีกสักหน่อยสำหรับข้อพิสูจน์ดังกล่าว แล้วอาจจะเป็นบรรทัดฐานต่อไปว่าถ้าจะวัดต้นทุนดังกล่าว ต้องวัดกันอย่างไร

ผมได้มีโอกาสถามคำถาม คุณปู่ Harry วันหนึ่ง ว่าทำไมถึงมาเรียนปริญญาเอกตอนอายุเจ็ดสิบ คำตอบที่ผมได้คือ "มีความอยากรู้ เรื่อง Supply Chain จึงเข้ามาศึกษา แม้จะรู้อย่างยาก แต่อยากเรียน" อย่างนักศึกษาคณะอื่น จาก The University of Tennessee, Knoxville สหรัฐอเมริกา ชื่อ **Ila Manuj** ก็มาแปลกแหวกแนว โดยนำเสนอผลงานที่ทำร่วมกับเพื่อนอีกสองคน ในหัวข้อเรื่อง **"Using Simulation Modeling to Understand the Impact of Risks in Global Supply Chains"** เป็นการสร้างแบบจำลองของกระบวนการ โลจิสติกส์และซัพพลายเชน (Logistics and Supply Chain Process) โดยนำหลักการทางคณิตศาสตร์และสถิติมาประยุกต์ใช้ คณะผู้ศึกษามีความต้องการที่จะได้เครื่องมือเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจ และสามารถใช้ในการประเมินผลกระทบ ประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการบริหารงานซัพพลายเชนที่ซับซ้อนมากขึ้น ๆ ในปัจจุบันใครจะไปคิดครับว่า ตอนนี้อย่างนี้เริ่มมีคนให้ความสนใจกับงานจัดซื้อและซัพพลายเชน ถึงขนาดสร้างแบบจำลองเพื่อศึกษาผลกระทบกันเลยจริงมั๊ยครับ



กระแสดังกล่าว Summer School ปีนี้ยังมีการพูดถึงกันมากในเรื่องของความรู้ความสามารถของนักจัดซื้อ (Purchasing Competence) เพื่อให้สอดคล้องกับสภาวะการแข่งขันในตลาดที่สูงขึ้นแทบทุกส่วนธุรกิจ ภัยพิบัติจากปัญหาโลกร้อน (Global Warming) ก็ทำให้หลาย ๆ ประเทศในสหภาพยุโรปและอเมริกา เริ่มเอาใจจริงเอาใจกับคำว่า **"ความรับผิดชอบต่อสังคม"** ผมเห็นได้จากหลาย ๆ งานวิจัยในครั้งนี้อย่างมีความพยายามที่จะศึกษาว่า นักจัดซื้อจะสามารถมีส่วนช่วยสร้างสิ่งที่เรียกว่า **"Corporate Social Responsibility"** หรือเรียกย่อว่า CSR ให้เกิดขึ้นได้อย่างไร และจะวัดผลงานการจัดซื้อและซัพพลายเชนกันอย่างไร



ในท้ายที่สุดคำถามง่าย ๆ แต่หาคำตอบยากก็ผุดขึ้นในความคิดของผมทันทีว่า ชีวโลกตะวันตกกำลังมองหา Corporate Social Responsibility เพื่อผลักดันองค์กรให้มีความยั่งยืนหรือที่เรียกว่า Sustainable Purchasing and Supply Chain แต่ในอีกชีวโลกตะวันออกเรายังคงอยู่ในลักษณะที่เป็น Survival Purchasing and Supply Chain คือดำเนินกิจกรรมเพื่อภาวนาให้องค์กรอยู่รอดเสียก่อน ในสภาวะสังคมเศรษฐกิจและการแข่งขันยุคโลกาภิวัตน์ปัจจุบัน ประเด็นคือว่า เราในฐานะนักจัดซื้อและซัพพลายเชน ผู้เป็นเพียงจักรสำคัญในองค์กรและประเทศ จะทำอย่างไร

ทราบมาว่า **อาจารย์เชี่ยวชาญ รัตนามัทธนะ ที่ปรึกษาภาคีสถิติและอดีตนายกสมาคมของเรา** ได้รับเชิญให้เป็น **Expert on CSR for APEC project** หรือผู้เชี่ยวชาญพิเศษด้าน Corporate Social Responsibility ของประเทศไทยประจำ APEC จุดมุ่งหมายของ APEC คือจะกระตุ้นให้สมาชิกของ APEC ทั้งหมดได้ตระหนักถึงกระแสของ CSR ซึ่งกำลังมาแรง และแน่นอนว่าจะต้องส่งผลกระทบต่อผู้ที่ไม่เตรียมพร้อม เหมือนกับสมัยที่เริ่มใช้ ISO-9000 ซึ่งเราเคยเห็นฤทธิมาแล้ว APEC จึงต้องออกโรงงานเรื่องนี้ก่อนที่ประเทศสมาชิกจะเดือดร้อนกันไปทั่ว ขณะนี้ Expert จากแต่ละประเทศกำลังเร่งเขียน Case Study เกี่ยวกับ CSR ของประเทศตนเอง และเห็นอาจารย์เชี่ยวชาญบอกว่า กำลังเตรียมตัวต้องเอา Case ที่เตรียมไว้ไปประชุมและอภิปรายแลกเปลี่ยนความเห็นกับประเทศอื่น ๆ ในปลายเดือนกันยายนที่ประเทศเวียดนาม

หลาย ๆ ท่านน่าจะมีความสนใจเหมือนผม ใช่แล้วครับเราต้องยกระดับ Competence ของนักจัดซื้อค้นหาสิ่งที่เป็นความรู้ (Knowledge), เพิ่มทักษะ (Skill), ปรับทัศนคติให้พร้อมสำหรับการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ (Attitude) และหมั่นเสริมสร้างเพาะบ่มศักยภาพ (Capability) ให้เกิดขึ้นโดยเริ่มจากตัวผมตัวท่านเสียก่อน จากนั้นก็ต้องช่วยแพร่กระจายองค์ความรู้ความเข้าใจ และแนวปฏิบัติทางด้านงานจัดซื้อและซัพพลายเชนออกไปยังคนรุ่นใหม่ ๆ ทั้งในระดับสถาบันระดับองค์กรและประเทศชาติในท้ายที่สุด เพื่อให้งานจัดซื้อและซัพพลายเชนของบ้านเมืองเรา สามารถก้าวผ่านภาวะ Survival Mode ไปสู่ Sustainable Mode อย่างเช่นนานาอารยะได้ในเร็ววัน

แล้วพบกันใหม่ครับ

สมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย
Purchasing & Supply Chain Management Association of Thailand
E.mail : helpdesk@pscmt.or.th Website : www.pscmt.or.th

ข่าวประชาสัมพันธ์

ที่ทำการสมาคมฯ

18 ปีที่ผ่านมา สมาคมฯ ได้มีความเป็นปึกแผ่น ซึ่งเป็นรากฐานอันมั่นคง พร้อมก้าวสู่ความเจริญเติบโตในอนาคต ตลอดหลายปีที่ผ่านมา มีผู้ให้ความสนใจในการหาความรู้ในด้านจัดซื้อและซัพพลายเชนเพิ่มมากขึ้น ซึ่งก็เป็นช่วงเวลาที่ยสมาคมฯ ได้มีการปรับตัวและเตรียมความพร้อมเรื่อยมา

ส่วนหนึ่งของการเตรียมความพร้อมที่จะนำสมาคมฯ ไปสู่ความมั่นคง รองรับการพัฒนาไปสู่การเป็นสมาคมของผู้ประกอบวิชาชีพจัดซื้อและซัพพลายเชนในอนาคต คือ การจัดตั้งที่ทำการสมาคมฯ อย่างถาวร เพื่อให้เป็นสถานที่ทำงานของกรรมการ และมีพนักงานประจำ ทำงานเต็มเวลา (Full time Employee) เพื่อคอยประสานงาน และให้บริการสมาชิกอย่างเต็มที่

สมาคมฯ ได้เตรียมการที่จะตั้งที่ทำการสมาคมฯ ที่อาคาร ที พี โอ ถนนจันทน์ตัดใหม่ สาทร โดยจะพร้อมดำเนินการ ในวันที่ 1 ตุลาคม 2550 เป็นต้นไป เพื่อให้ท่านจดจำเบอร์โทรศัพท์ใหม่อย่างง่าย เราจึงเลือกเบอร์โทรศัพท์ และเบอร์แฟกซ์ที่เป็น Series 678 ดังนี้

โทร. 02 678 678 6

โทร. 02 678 678 7

แฟกซ์. 02 678 678 8

สำหรับ Website และ e mail ยังคงเหมือนเดิม คือ

www.pscmt.or.th และ Helpdesk@pscmt.or.th

อย่าลืมนะครับ โทรเบอร์ใหม่ Series 678 ได้ตั้งแต่ วันที่ 1 ตุลาคม เป็นต้นไป

ชี้แจงการจัดส่งเอกสาร “เรียนรู้เคล็ดลับจัดซื้อกับ อ.เชียวชาญ”

จากประกาศในเรื่องการจัดส่งเอกสารให้แก่สมาชิก ในวิสัยทัศน์จัดซื้อฯ ในฉบับที่แล้วนั้น ขอสรุปดังตารางเพื่อให้ทุกท่านเข้าใจภาพรวม และเพื่อสมาชิก PSCMT จะได้แจ้งความจำนงค์ที่จะรับเอกสารเรียนรู้เคล็ดลับจัดซื้อกับ อ.เชียวชาญ เพื่อประโยชน์ของท่าน

	 เอกสาร วิสัยทัศน์จัดซื้อฯ	 เอกสารเรียนรู้เคล็ดลับ จัดซื้อกับ อ.เชียวชาญ
ผู้จัดทำ	สมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชน แห่งประเทศไทย (PSCMT)	บริษัท อัลฟ่าแมเนจเม้นท์ คอนซัลแตนท์ จำกัด (AMC)
สภาพปัจจุบัน	แจกจ่ายทางไปรษณีย์ให้กับสมาชิก PSCMT และสมาชิกของ AMC	แจกจ่ายทางไปรษณีย์ให้กับสมาชิก PSCMT และสมาชิกของ AMC
อนาคต ตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2550 เป็นต้นไป	จะแจกจ่ายทางไปรษณีย์ให้กับสมาชิก PSCMT เท่านั้น	จะแจกจ่ายทางไปรษณีย์ให้กับสมาชิก AMC เท่านั้น
วิธีการตรวจสอบสถานะของท่าน ว่าเป็นสมาชิกของ PSCMT หรือ AMC ขอให้สังเกตสติ๊กเกอร์ที่ ติดเอกสารจำหน่ายของท่าน	• ตัวเลข 4 ตัว หมายถึง หมายเลขสมาชิกรายมี ของ PSCMT • มีอักษร L นำหน้าตัวเลข หมายถึงหมายเลข สมาชิกตลอดชีพของ PSCMT	• ไม่มีหมายเลขนำหน้าชื่อเลย • หรือมีหมายเลขพร้อมอักษรอย่างอื่น เช่น CO, NA, CS, PH, OU, IN, UN
ท่าอย่างไรหากต้องการรับ เอกสาร	ต้องสมัครเป็นสมาชิกของ PSCMT	ต้องสมัครเป็นสมาชิกของ AMC
วิธีการสมัครสมาชิกเพื่อจะรับ เอกสารและผลประโยชน์ที่ เกี่ยวข้อง	ดาวน์โหลดใบสมัครจาก www.pscmt.or.th แล้ว กรอกใบสมัครส่งไปที่ PSCMT ค่าสมาชิกรายมี 100 บาท ตลอดชีพ 600 บาท	สมัครสมาชิกฟรี โดยแจ้ง ชื่อ ที่อยู่ ส่งไปที่ บริษัท AMC
ถ้าไม่ต้องการเอกสาร แต่ ต้องการได้รับข่าวคราวทาง อิเล็กทรอนิกส์	รับฟรี โปรดแจ้งไปที่ Helpdesk@pscmt.or.th	รับฟรี โปรดแจ้งไปที่ amc@thai.org
สถานที่ติดต่อปัจจุบัน	54 ถนนอโศก อาคารมีมี ห้อง 1509 แขวง คลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กทม 10110 โทร 0 2260 7326-8 แฟกซ์ 0 2664 0700 Email: Helpdesk@pscmt.or.th Website: www.pscmt.or.th	54 ถนนอโศก อาคารมีมี ห้อง 1509 แขวง คลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กทม 10110 โทร 0 2260 7326-8 แฟกซ์ 0 2664 0700 Email: amc@thai.org Website: www.thai.org/amc

วิสัยทัศน์

จัดซื้อและซัพพลายเชน Purchasing & Supply Chain Vision

ฉบับที่ 132 ประจำเดือนตุลาคม 2550 / สำหรับผู้สนใจทั่วไปและสมาชิกสมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย

CIPS...พันธมิตรของเรา

โดย กิตติกร โชติสกุลรัตน์ C.P.S., Adv.Cert.PSCM(ITC)

CIPS International Advanced Certificate Holder

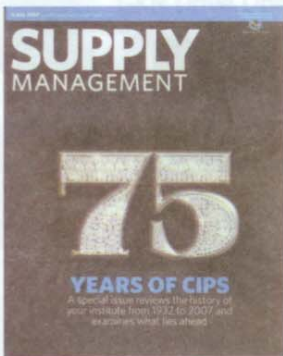
ประธานฝ่ายกิจการต่างประเทศ

สมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย



ปีนี้เป็นปีที่ The Chartered Institute of Purchasing and Supply หรือ CIPS แห่งประเทศอังกฤษที่ทางสมาคมเราจับมือในการจัดเรียน จัดสอบหลักสูตรนานาชาติอยู่ฉลองครบรอบ 75 ปี หรือที่เรียกกันว่าเป็น Diamond Anniversary

ในระยะเวลา 75 ปี CIPS มีสมาชิกอยู่ทั่วโลก 42,000 คนใน 134 ประเทศ นับว่าหลักสูตรของ CIPS เป็นที่รู้จักและยอมรับอย่างกว้างขวางทั่วโลก ในวารสาร Supply Management ที่มีบทความด้านการจัดซื้อและซัพพลายเชนที่น่าสนใจและทันเหตุการณ์ ส่งตรงให้กับสมาชิกเดือนละ 2 ฉบับ ฉบับเดือนมิถุนายนที่ผ่านมาที่ฉลองครบรอบ 75 ปี มีการไปสัมภาษณ์ปรมาจารย์ด้านต่างๆถึงมุมมองของงานจัดหาจัดซื้อใน 75 ปีข้างหน้า ดิฉันอ่านแล้วน่าสนใจดี จึงขอนำมุมมองของบางท่านมาเล่าให้ฟังค่ะ



Dr.Helen Walker, Deputy Director of the Center for Research in Strategic Purchasing and Supply, University of Bath

งานจัดซื้อยังคงมีบทบาทสำคัญระดับโลกที่ยังหมุน และหน่วยงานต่างๆก็มีการซื้อของกันอยู่ สิ่งที่จะเปลี่ยนอย่างเด่นชัดคือเราจะมุ่งเน้นที่ผลงาน (Outputs) มากกว่ากระบวนการทำงาน (Process) มุมมองในเรื่องของ "คุณค่า" จะเปลี่ยนไป การจัดซื้ออย่างยั่งยืนและซื้อจากแหล่งที่มีจรรยาบรรณจะเป็นประเด็นที่ผู้คนให้ความสนใจเพิ่มขึ้น

งานจัดซื้อยังคงมีบทบาทสำคัญระดับโลกที่ยังหมุน และหน่วยงานต่างๆก็มีการซื้อของกันอยู่ สิ่งที่จะเปลี่ยนอย่างเด่นชัดคือเราจะมุ่งเน้นที่ผลงาน (Outputs) มากกว่ากระบวนการทำงาน (Process) มุมมองในเรื่องของ "คุณค่า" จะเปลี่ยนไป การจัดซื้ออย่างยั่งยืนและซื้อจากแหล่งที่มีจรรยาบรรณจะเป็นประเด็นที่ผู้คนให้ความสนใจเพิ่มขึ้น

จีนและอินเดียจะเป็นประเทศที่ถูกรวมเข้ากับซัพพลายเชนของโลก ขณะเดียวกันการสั่งซื้อภายในประเทศจะเพิ่มมากขึ้นเพื่อลดมลภาวะและส่งเสริมสังคมภายในประเทศของตน เทคโนโลยีจะมีบทบาทมากขึ้น จำนวนนักจัดซื้อจะน้อยลงแต่มีความสามารถในเชิงกลยุทธ์มากขึ้น

Professor James Woudhuysen, Forecasting and Innovation, De Montfort University, Leicester

ธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคมจะเป็นตัวขับเคลื่อนแนวทางในการพัฒนาเทคโนโลยี การจ้างงานจะลดน้อยลงเพราะประสิทธิภาพในการผลิตที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเกิดในอุตสาหกรรมการผลิตมากกว่างานบริการ การส่งสินค้าทางเครื่องบินเป็นประเด็นที่ต้องคิด เพราะความหวาดผวในเรื่องการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สู่ชั้นบรรยากาศ



บริษัท บังเซ็ง พลาสติก จำกัด
บริษัท เอ็ม. เอส. อินเตอร์แพ็ค จำกัด

ผู้ผลิตภาชนะบรรจุพลาสติกสำหรับ Consumer เครื่องสำอาง อาหาร ยาและบรรจุภัณฑ์ Cosmetic Tube
8/7-8 หมู่ 8 ซอยอ้อเยี่ยม ถนนบางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ โทร : 0-2361-6331-4 แฟกซ์ : 0-2361-6329



วิดีโอคอนเฟอเรนซ์จะเป็นอุปกรณ์สำคัญในการสร้างความสัมพันธ์โดยเฉพาะกับผู้ขายในต่างประเทศ งานสำคัญของฝ่ายไอทีคือการสร้างเครื่องมือที่สามารถแปลภาษาต่างชาติระหว่างการสนทนาให้เป็นภาษาท้องถิ่นพร้อมโทนเสียง

Professor Martin Christopher, Director, Centre for Logistics and Supply Chain Management, Cranfield University

ในปี 2082 โมเดลทางธุรกิจจะเปลี่ยนใหม่ จะเป็นการแข่งขันระหว่างกลุ่มบริษัทที่มีสายสัมพันธ์กันกับกลุ่มอื่นๆ (เหมือนที่เรามักพูดว่าเป็นการแข่งขันระหว่างซีพีฟลายเซน กับ ซีพีฟลายเซน) หน่วยงานจัดซื้อจะหายไป จะกลายเป็นทีมงานของกลุ่มบริษัทที่วางแผนตลอดสายซีพีฟลายเซน เพื่อทำให้เกิดต้นทุนที่ดีที่สุด

Professor Richard Lamming, Director of the school of management, University of Southampton

นักจัดซื้อจะถูกทดแทนด้วยเทคโนโลยีและ "Deal shapers" (เอเยนต์อิสระที่สามารถควบคุมการเข้าถึงตลาดและข้อมูลของซีพีฟลายเซอร์ได้) เอเยนต์นี้จะตัดสินใจบนพื้นฐานของภาวะเศรษฐกิจและข้อมูลตลาด และสามารถควบคุมการตัดสินใจซื้อของบริษัทต่างๆจำนวนหนึ่งได้ เบื้องหลังเอเยนต์เหล่านี้จะมีผู้เชี่ยวชาญที่มีอิทธิพลต่อการเมืองและเศรษฐกิจสนับสนุนอยู่

ก้าวอย่างของ CIPS ในประเทศไทย

สำหรับก้าวอย่างของ CIPS ในประเทศไทย สมาคมฯ ได้ร่วมมือในการจัดเรียนและจัดสอบหลักสูตร International Certificate in Purchasing and Supply ไปแล้วทั้งหมด 6 รุ่น (รุ่นที่ 6 จะจบคอร์สในเดือนตุลาคมนี้) และระดับ Advanced Certificate อีก 2 รุ่น มีผู้ผ่านการอบรมแล้ว 212 คน ขณะนี้ทางสมาคมฯ กำลังเตรียมการเพื่อเปิดอบรมในระดับ Foundation Diploma ซึ่งคาดว่าจะเปิดได้ในกลางปีหน้า แต่จะรุ่นเมื่อสอบผ่านแล้ว ทาง CIPS ได้ติดต่อขอให้ท่านเอกอัครราชทูตอังกฤษประจำประเทศไทยเป็นผู้มอบวุฒิบัตรให้ และยังได้รับการสนับสนุนเป็นพิเศษในการจัดงานในสถานทูตอังกฤษทุกครั้งอีกด้วย

จากประสบการณ์ในการจัดเรียนมา 5 รุ่น ทางสมาคมฯ เล็งเห็นว่านอกจากวิชาความรู้ที่ผู้เรียนได้จากการเข้าอบรม หนังสือ และการแบ่งปันกันในห้องเรียนแล้ว Network ระหว่างผู้เรียนก็เป็นเรื่องสำคัญสำหรับการทำงานในยุคนี้เช่นกัน ซึ่ง Network ในกลุ่มเพื่อนนักจัดซื้อด้วยกันหลายคน เช่นนี้ เป็นเรื่องที่ได้ไม่ได้ง่ายเลย จึงได้เพิ่มกิจกรรม Outing ขึ้นใน CIPS รุ่นที่ 6 โดยได้จัดไปเยี่ยมชมโรงงานบริษัท มาลีสามพราน (มหาชน) จำกัด เพื่อให้สมาชิกได้เห็นระบบงานจริงขององค์กรที่มีชื่อเสียง และรับฟังการบรรยายในด้านการจัดซื้อ การผลิต การบริหารคลังสินค้าและจัดส่ง และการควบคุมคุณภาพ โดยสมาคมฯ ได้รับการต้อนรับอย่างดียิ่ง ซึ่งนอกจากพาเยี่ยมชมโรงงานแล้ว ยังเลี้ยงอาหารกลางวันพวกเราอีกด้วย หลังจากนั้นได้เดินทางไปทำกิจกรรมร่วมกันที่ระอ้า ทำให้สมาชิกได้รู้จักคุ้นเคยกันเป็นอย่างดี ในฉบับนี้จึงขอนำภาพในการไป Outing และความประทับใจของสมาชิก CIPS 6 มาฝากค่ะ

สำหรับคอร์สต่อไป CIPS รุ่นที่ 7 และระดับ Advanced Certificate รุ่นที่ 3 ทางสมาคมฯ จะเปิดรับสมัครเร็วนี้ โดยเริ่มเรียนประมาณต้นเดือนกุมภาพันธ์ 2551 ท่านสามารถติดตามข่าวสารได้จากวิสัยทัศน์จัดซื้อนี้หรือที่เว็บไซต์ของสมาคม www.pscml.or.th ค่ะ



คำบรรยายภาพจากซ้ายไปขวา

- สมาชิก CIPS 6 เข้าเยี่ยมชมโรงงานมาลี สามพราน เมื่อวันที่เสาร์ที่ 15 กันยายน 2550
- สมาชิก CIPS 6 ให้ความสนใจฟังการบรรยายพร้อมสอบถาม
- แต่งตัวเตรียมพร้อมเพื่อเข้าชมสายการผลิตและแวร์เฮาส์

- คุณวิษุฒดา เลहनบุตร สมาชิก CIPS 4 และ Procurement and Purchasing Manager บริษัท มาลีสามพราน จำกัด ที่ช่วยประสานงานและนำชมโรงงานในครั้งนี้
- นายกสมาคมฯ มอบประกาศนียบัตรให้คุณ จารุ วรณวิลาส, Senior Vice President บริษัท มาลีสามพราน จำกัด (มหาชน) ที่ให้การต้อนรับในการเยี่ยมชมและเลี้ยงอาหารกลางวัน



สำนักฯ ศึกษาระบบ ขั้วกับฯ ก่อสรุ
สำนักฯ ศึกษาระบบ 561 061 ก่อสรุ
ศูนย์ฯ ศึกษาระบบฯ ก่อสรุ 561 061 ก่อสรุ
ศูนย์ฯ ศึกษาระบบฯ ก่อสรุ 561 061 ก่อสรุ





กลุ่ม "หญิงใหญ่" ช่วยกลุ่มอื่นๆค้นหาคำตอบให้เจอ (ชะที)



กำลังง่วนหาตัวเลข



ร่วมกันสาตะกราใจ



ลุ้น สุดขีด



ถ่ายภาพหมู่ไว้เป็นระลึก



สมาชิก CIPS 6 สังสรรค์

Outing CIPS 6 Feedback



สุปราณี ประจักษ์รัตนกิจ / Purchasing Asst. Section Manager
Nipro (Thailand) Corporation Limited.

“ประทับใจเพื่อนๆร่วมรุ่นทุกคนและกรรมการของสมาคมที่มาร่วมกิจกรรมนี้ ครบรสชาติค่ะ เกินคาดหมาย เสียหายสำหรับเพื่อนที่ไม่ได้มาร่วมค่ะ”



พนารัตน์ สุพรประดิษฐ์ / Business System Analyst
GKN Drive Line (Thailand) Ltd.

“ตอนแรกตั้งใจว่าจะไม่มาร่วมกิจกรรม Outing ค่ะ แต่มีเพื่อนๆคนอื่นๆขยั้นขยอย เลยตัดสินใจมา แล้วก็ไม่ได้ผิดหวังค่ะ ได้ทั้งความรู้ ความสนุกสนาน ได้รู้จักกันมากขึ้น ชอบกิจกรรม Teamwork ตอนบ่ายมากค่ะ มันส์มาก เสียเวลาไม่นานน้อยไปหน่อย”



พรรณรติ สัตพงษ์ชาญ / Purchasing Manager
Nestle (Thai) Ltd.

“Thanks to the organizer to let us have a very good memory together. Nice fun and friends”



เทอดศักดิ์ สีน้าเงิน / Packaging Procurement Manager
P.S.P. Specialties Co.,Ltd.

“ทริปนี้ สนุกและประทับใจมากครับ เพื่อนร่วมรุ่นให้ความเป็นกันเองมากขึ้น รู้จักและสนิทสนม มากขึ้น คณะครูให้ความเป็นกันเองมากครับ กิจกรรมดี อาหารอร่อย นอนหลับสบายครับ ชอบคุณมากครับ”



ศรัณยา ชัยบัญญัติ / Purchasing Manager
Kimberly - Clark Thailand Ltd.

“สนุกค่ะ ได้รู้จักกันมากขึ้น และผ่อนคลายความเครียดดี อยากให้มีการแวะสถานที่ท่องเที่ยวระหว่างทางในตอนกลับด้วยค่ะ”



ศศิธร อินสุวรรณ / Purchasing Administrator
GE Elano Asia Limited.

“ให้คะแนนเต็มค่ะ สนุกดีและทุกคนก็สนิทกันมากขึ้น รู้สึกดีได้รู้จักเพื่อนทุกคนเลย และจำชื่อทุกคนได้ก็เพราะทริปนี้แหละค่ะ ชอบคุณคณะอาจารย์และทุกคนที่ทำให้เกิดทริปนี้ค่ะ”



อภิญญา มฤคินทร์ / Purchasing Supervisor

PZ Cussons (Thailand) Limited.

“ประทับใจที่ได้รู้จักและสนิทกับเพื่อนใหม่ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เล่นเกมส์สนุกสนาน อาหารอร่อย นอนหลับสบาย”



จิรวรรณ สุคนธวิท / Asst. Purchasing Manager

Thai Parkerizing Co., Ltd.

“การ Outing นอกสถานที่ดีมาก ทำให้รู้จักและสนิทสนมกันมากขึ้น กิจกรรมที่จัดก็สนุก ไม่น่าเบื่อ แต่น่าเสียดายที่เพื่อนไม่มากนักหลายคน ถ้ามากันครบ คงจะสนุกกว่านี้”



เสาวภาคย์ เศรษฐเมธีกุล

Sri Siam Hospital

“เป็นความประทับใจที่ลงตัวค่ะ ทั้งในแง่ความรู้ที่ได้จากการเยี่ยมชมงานและกิจกรรมสร้างสัมพันธ์ที่ดีทำให้รู้จักเพื่อนร่วมรุ่นมากขึ้น ขอขอบคุณทีมงานทุกคนที่มีส่วนในการสร้างความทรงจำที่ดีให้กับพวกเรา”



สุภาภรณ์ นุ่มงู๋ / Procurement Officer

Sime O & M (Thailand) Co., Ltd.

“ดีค่ะ ได้ Teamwork ทำให้ Network เราแข็งแรงค่ะ”



ศิริวรรณ รักษามล / Specialist 1 - Procurement

Bristol - Myers Squibb Thai Ltd.

“เป็นกิจกรรมที่นอกจากจะได้ไป Outing นอกสถานที่ ได้รู้จักกันมากขึ้น ยังได้ความรู้เพิ่มเติมจากการไปเยี่ยมชมโรงงานมาลิสมพราน ประทับใจและขอบคุณทีมงานที่ตั้งใจจัดงานนี้ และอยากให้มีโอกาส”



ศิริพรรณ ศรีธรรมมา / Plant Buyer

Kraft Foods (Thailand) Ltd.

“ทุกคนสนิทสนมกันมากขึ้น อยากให้มีกิจกรรมร่วมกันมากกว่านี้ค่ะ”



ฐิตาภรณ์ ยิ่งเกียรติเจริญ / Purchasing Officer

CUEL Limited.

“ประทับใจสำหรับการมา Outing ทำให้ทุกคนได้รู้จักกันมากขึ้น มีความสนิทสนมกันมากขึ้น อยากให้ทางสมาคมฯ จัดกิจกรรมอย่างนี้อีกค่ะ”



ปรีชา พรโรตอง / Category Purchasing Manager

Nestle (Thai) Ltd.

“ได้เพื่อน ได้ Connection ใหม่ ๆ กิจกรรมดีครับ”

ที่ทำการสมาคมฯ แห่งใหม่ พร้อมให้บริการท่าน **ในวันจันทร์ที่ 1 ตุลาคม 2550** นี้ เป็นต้นไป กรุณาติดต่อได้ที่

สมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย

เลขที่ 26/56 ถนนจันทน์ตัดใหม่ อาคารทีพีไอ ชั้น 24 ทUNGMAHAMEK สาทร กรุงเทพฯ 10120

Purchasing & Supply Chain Management Association of Thailand

26/56 Chan Tat Mai Rd., TPI Tower, 24th Fl., Tungmahamek, Sathorn, Bangkok 10120

Tel. 02 678 6786-7

Fax. 02 678 6788

Email : Helpdesk@pscmt.or.th

Website : www.pscmt.or.th

