

วิสัยทัศน์

จัดซื้อและซัพพลายเชน Purchasing & Supply Chain Vision

ฉบับที่ 89 ประจำเดือนมกราคม 2547 / สำหรับผู้สนใจทั่วไปและสมาชิกสมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย



Knowledge is power
ความรู้คือพลัง

โดย กิตติกร โชติสกุลรัตน์ C.P.S.

ประธานฝ่ายกิจการต่างประเทศ

ซินเจียยู่อี้ ซินนี้ฮวดใช้ค่ะ ได้อั่งเปาใบใหญ่ๆทุกท่านนะคะ ตรุษจีนปีนี้ตามหลัง
วันปีใหม่มาติดๆ เพิ่งจะฉลองปีใหม่ยังไม่ทันจางก็ได้ฉลองตรุษจีนกันต่อ มีความสุข
รับปีวอกกันทุกท่านนะคะ

ในฉบับที่แล้วอาจารย์เชี่ยวชาญได้เขียนถึงหลักสูตรประกาศนียบัตร IPSCM (International Purchasing and Supply Chain Management) ของ ITC-UNCTAD/WTO ซึ่งเราคำเนินการมา 2 ปีเศษ ในฉบับนี้ขอเล่าความ
คืบหน้าและความสำเร็จของผู้เข้าอบรมให้ฟังค่ะ หลักสูตร IPSCM ได้เปิดรุ่นแรกในเดือนตุลาคม ปี 2544 รุ่นที่สอง
เมื่อพฤษภาคม 2545 รุ่นที่สามเมื่อมกราคม 2546 รุ่นที่สี่เมื่อเมษายน 2546 และปัจจุบันก็เป็นรุ่นที่ทำเมื่อวันที่ 17
มกราคม 2547 มีผู้เข้าเรียนแล้วรวมทั้งสิ้น 171 คน เราได้จัดสอบไปแล้ว 4 ครั้ง การสอบของหลักสูตรนี้จะมีปีละ 2
ครั้งในเดือนมีนาคม และกันยายน ซึ่งเป็นการสอบพร้อมกันทุกประเทศที่เข้าร่วมโครงการ ข้อสอบก็จะส่งจาก ITC
มาเปิดกล่องกันในห้องสอบ แล้วพอสอบเสร็จก็ Pack กันในห้องสอบแล้วส่งกลับไปตรวจที่ ITC กรุงเจนีวา
ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ จากผลการสอบทั้ง 4 ครั้งที่ผ่านมา ณ วันนี้เรามีผู้ได้รับประกาศนียบัตรชั้นสูง (Advanced
Certificate) โดยการสอบผ่านทั้ง 12 วิชาแล้ว 7 คน



บริษัท แมงเซ่ง พลาสติก จำกัด
บริษัท เอ็ม. เอส. อินเตอร์แพ็ค จำกัด

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



โดยผู้ที่สอบผ่านทั้ง 12 วิชาเป็นคนแรกของประเทศไทยคือ คุณรัชฎาภรณ์ วนิชย์ถนอม ผู้อำนวยการอาวุโส แผนกจัดซื้อ บริษัท ซีเกท เทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด และมีผู้สอบผ่านได้รับประกาศนียบัตร (Certificate) อีก 11 คน (สอบผ่าน 6 วิชา) และขณะนี้ผู้ลงทะเบียนเพื่อทำ Diploma ในหลักสูตรนี้โดยการเขียน Project Report แล้วกว่า 10 คน

ผู้ที่ได้รับประกาศนียบัตรต่างๆ จะมีคำย่อหลังชื่อ ดังนี้

1. ผู้ที่ได้รับ Diploma ใช้คำย่อว่า Dip. PSCM (ITC)
2. ผู้ที่ได้รับ Advanced Certificate ใช้คำย่อว่า Adv. Cert. PSCM (ITC)
3. และผู้ที่ได้รับ Certificate ใช้คำย่อว่า Cert. PSCM (ITC)

ในอนาคตถ้าท่านเห็นตัวย่อเหล่านี้หลังชื่อ ก็หมายถึงผู้ที่สำเร็จหลักสูตร IPSCM นี้ล่ะค่ะ เป็นการเพิ่มเติมจากที่เรามีวุฒิบัตรรับรองคุณวุฒิ C.P.S. (Certified Purchasing Specialist) และ C.P.K. (Certified Purchasing Knowledge) ของสมาคมมานานหลายปี หลายท่านอาจสงสัยว่ามีผู้เข้าอบรมกี่มาก แต่ทำไมมีผู้ได้รับประกาศนียบัตรน้อยจัง ทั้งนี้เนื่องจากมีผู้เข้าอบรมหลายท่านมีความต้องการเรียนเพื่อนำความรู้ไปใช้โดยไม่เข้าสอบค่ะ หากถามว่าข้อสอบยากไหม การสอบเมื่อเดือนกันยายนที่ผ่านมาผู้เข้าอบรมของเราก็ทำได้ 90 กว่าเปอร์เซ็นต์กันหลายคน ในหลายวิชา แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าง่ายมากนัก เพราะที่ผ่านมาแต่ละวิชามีผู้สอบผ่านประมาณ 60% โดยเฉลี่ย เลยต้องใช้คำว่าอยู่ในระดับท้าทายที่สามารถบรรลุได้ถ้าใส่ความพยายามสักหน่อยค่ะ

ในปัจจุบันเป็นโลกของความรู้ค่ะ Knowledge is Power ใครที่ใฝ่ความรู้ก็จะได้เปรียบ ทำให้เข้าใจกระบวนการงานต่างๆ และวางแผนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น มีแนวทางในการแก้ปัญหาต่างๆ ได้มากขึ้นซึ่งที่จริงความรู้ในปัจจุบันไม่ใช่เรื่องที่ทำได้ยากอีกต่อไป ในโลกปัจจุบันมีอินเทอร์เน็ตที่คุณจะค้นหาสารพัดเรื่องได้จากหน้าจอคอมพิวเตอร์ที่บ้านหรือจากที่ทำงาน มีหนังสือมากมายออกใหม่นับไม่ถ้วนทุกเดือน เรียกได้ว่าความรู้ทุกวันนี้มีมากและหาได้ไม่ยาก จนกระทั่งต้องมีวิชา Knowledge Management ขึ้นมาเรียนกัน

ฟรี! * ประมูลออนไลน์

ประโยชน์จากการประมูลด้วย e-Auction

- ช่วยประหยัดงบประมาณได้มากถึง 1 - 15%
- มีขีพหลายเออร์รายใหม่ๆ มาเสนอราคามากขึ้น
- เห็นความเคลื่อนไหวตลอดการประมูล
- ลดระยะเวลาในการดำเนินการจัดซื้อ
- เพิ่มความโปร่งใส ยุติธรรม ตรวจสอบได้

>> ใช้แทนการเปิดประมูลแบบยื่นซองได้ทันที

e-Auction

ติดต่อขอข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ คุณสุรสิทธิ์ สิกธิน้อย โทร. 0-2751-5555 ต่อ 6129, 6133 อีเมล cr@comsavg.com

* ยกเว้นค่าบริการสำหรับการประมูลครั้งแรก

มีสมาชิกท่านหนึ่งเขียนมาถามคำถามพร้อมให้ความเห็นว่า "ดูเหมือนสมาคมฯตั้งใจในการลงบทความใน วลัยทัศน์จัดซื้อแบบสั้น ๆ แล้วให้สมาชิกไปเสียเงินเพื่อเข้าคอร์สต่อถ้าอยากจะรู้ให้มากขึ้น" ก็ขอเรียนให้ทราบค่ะ ว่าสมาคมฯไม่มีความคิดเช่นนั้นเลยคะ สมาคมของเราเป็นสมาคมวิชาชีพซึ่งส่งเสริมในเรื่องความรู้อยู่แล้ว แต่ว่าหลายเรื่องไม่สามารถที่จะเขียนรายละเอียดได้หมด เรื่องต่างๆที่ลงพิมพ์ก็เพื่อเป็นแนวคิด แนวทาง ให้กับสมาชิก สำหรับท่านที่สนใจนำเรื่องใดไปปฏิบัติ ก็ต้องเพิ่มเติมความรู้กันคะ ซึ่งในปัจจุบันความรู้ก็หาได้ง่าย ไม่ว่าจะเป็นทางอินเทอร์เน็ต หนังสือฯ ส่วนคอร์สอบรมสัมมนาที่เราจัดขึ้น ก็เพื่อเป็นทางเลือกหนึ่งเท่านั้นเองคะ ที่อาจเรียกได้ว่าเป็น shortcut เพราะวิทยากรเองก็ต้องใช้เวลาในการเตรียมมามาก ที่สำคัญคือประสบการณ์จริงของวิทยากรที่นำมาแบ่งปันคะ

พูดถึงเรื่องประกาศนียบัตร เรื่องความรู้ ขณะนี้ทางสมาคมฯได้ติดต่อกับ CIPS (The Chartered Institute of Purchasing and Supply) ของประเทศอังกฤษ เพื่อจะจัดอบรมและจัดสอบประกาศนียบัตรของ CIPS ในประเทศไทย CIPS เป็นสถาบันที่ให้การศึกษาและให้การรับรองความรู้ในเรื่องจัดซื้อและซัพพลายที่ใหญ่ที่สุดในยุโรป จัดตั้งขึ้นมาประมาณ 70 ปี (สมาคมของเรามีอายุ 15 ปี) และได้จัดให้มีการเรียนและจัดสอบ ในประเทศต่างๆทั่วโลก ในปัจจุบันมีผู้กำลังลงทะเบียนเรียนหลักสูตรนี้ทั่วโลกกว่า 17,000 คน มีทั้งนักธุรกิจชั้นนำ นักการศึกษา และผู้ที่ทำงานในด้านการจัดซื้อและซัพพลาย หลักสูตรของ CIPS แบ่งเป็น 2 ระดับคือระดับ Certificate และระดับ Diploma ในระดับ Certificate ยังแบ่งเป็น Certificate (สอบผ่าน 5 วิชา) และ Advanced Certificate (สอบผ่านอีก 5 วิชา รวมเป็น 10 วิชา) ในแต่ละวิชาเมื่อลงทะเบียนเรียนแล้วจะได้รับหนังสือ 1 เล่มซึ่งมีทั้งเนื้อหา แบบฝึกหัดให้ฝึกปรือ พร้อมมีคำตอบให้ด้านหลังหนังสือ หนังสือในแต่ละวิชาอาจจะไม่หนามาก แต่จะมีหนังสือแนะนำให้ไปอ่านเพิ่มเติมความรู้ ได้ทราบจากผู้ที่ยอมรับมาแล้วว่าหนังสือที่เขาแนะนำจะมีเยอะมาก ถ้าอยากได้ความรู้ในเรื่องนั้นจริงๆ ให้ฝึกซึ้งก็ต้องไปอ่านเพิ่มเติมเอาเอง แต่ข้อสอบส่วนใหญ่แล้วจะอยู่ในหนังสือที่เขาให้มาเมื่อลงทะเบียน ถ้าอ่านหนังสือที่เขาให้มาจบ ได้ทดลองทำแบบฝึกหัดพร้อมกับลองไปทำข้อสอบเก่าๆแล้ว (หาได้จาก website ของ CIPS) ก็ไม่ต้องห่วงว่าจะสอบไม่ผ่านคะ การสอบจะจัดปีละ 2 ครั้งในเดือนพฤษภาคมและ พฤศจิกายน ซึ่งเป็นตารางสอบเดียวกันทั่วโลก ส่วนสถานที่สอบ CIPS ก็กำหนดแน่นอนโดยใช้สถานที่ของ British Council ในประเทศต่างๆทั่วโลกเป็นผู้ดำเนินการจัดสอบให้

การลงทะเบียนเรียนของ CIPS จะต้องสมัครเป็นสมาชิกของ CIPS โดยได้สถานะเป็น Student Membership ในระหว่างเรียน certificate และ advanced certificate และเมื่อลงทะเบียนเรียนระดับ diploma ก็จะเป็น Associate member เมื่อสอบผ่านทั้งหมดก็เลื่อนขั้นเป็น Member (MCIPS) ซึ่งจะใช้ตัวย่อ MCIPS หลังชื่อคะ แต่ว่ายังจะต้องจ่ายค่าสมาชิกเพื่อรักษาสถานะไว้ โดยสมาชิกก็มีสิทธิในการใช้บริการค้นหาข้อมูลต่างๆ ใน website ของเขาได้ต่อไป

มีปัญหาเรื่องความรู้ในกระบวนการจัดซื้อ และซัพพลายเช่น กรุณาติดต่อไปที่

สมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายแห่งประเทศไทย

Purchasing & Supply Chain Management Association of Thailand

54 อาคารบีบี ชั้น 15 ห้อง 1509 ถนนหอไอศกรีม แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

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

E-mail: helpdesk@pscmt.org Website: www.pscmt.org

นอกจากอาจารย์เชี่ยวชาญจะได้ติดต่อให้มีการเรียนและจัดสอบ CIPS ในประเทศไทยแล้ว อาจารย์ยังได้เจรจาต่อรองค่าเรียนมาให้กับสมาชิกอีกด้วยค่ะ เพราะค่าเรียนของเขาค่อนข้างสูง ก็เงินปอนด์อังกฤษนี่คะ คิดว่าค่าเรียนที่เราเจรจาได้มาก็เป็นที่น่าพอใจค่ะ คงต้องมองค่ะว่าเป็นการลงทุน (ไม่ใช่ค่าใช้จ่าย) ก็จะคุ้มมากกับความรูที่ได้ วุฒิบัตรรับรองความรู้ความสามารถพร้อม connection กับเพื่อนร่วมวิชาชีพที่เรียนหลักสูตรเดียวกัน จากที่สมาคมฯ ได้จัดหลักสูตร IPSCM จบไปแล้ว 3 รุ่น และกำลังเรียนอยู่อีก 2 รุ่น เราจะเห็นได้เลยค่ะว่า connection ของผู้เรียนในรุ่นแน่นปึกทีเดียว ก็เจอกันทุกเดือนนี่คะ นอกจากเจอกันในห้องเรียนแล้วยังมีงาน Networking รวมรุ่นที่ทางสมาคมฯ จัดให้เพื่อให้ทุกรุ่นได้รู้จักกัน และพอใกล้ๆ สอบในรุ่นก็มีการจัดตัวกันเป็นวันๆ ต้องมีการติดต่อกันตลอด บางรุ่นก่อนจบถึงขนาดทำ CD ทำเนียบรุ่นกันเป็นที่ระลึกแถมจบแล้วยังนัดกันไปเรียนวิชาโทราศาสตร์กันต่อ เพราะยังอยากเจอกันต่อและไม่อยากให้ connection นี้ขาดไป เรียกว่าลงคอร์สของสมาคมฯ นี้คุ้มค่าจริง ๆ ค่ะ ได้ทั้งความรู้และเพื่อนร่วมวิชาชีพอีกมากมาย

ปัจจุบันในประเทศไทยมีผู้สอบผ่านหลักสูตรของ CIPS ไปแล้ว 18 คน ซึ่งสมัยนั้นต้องเดินทางไปเรียนไปสอบกันในแต่ละประเทศ เสียค่าใช้จ่ายสูงทีเดียว แต่องค์กรเขาก็มองเห็นความสำคัญจึงทุ่มเทลงทุนในส่วนนี้ แต่ขณะนี้เรากำลังจะจัดให้มีการเรียนการสอนในประเทศไทยแล้วค่ะ คาดว่าจะเริ่มประมาณเดือนพฤษภาคม ซึ่งจะช่วยให้สมาชิกประหยัดไปได้อีกมาก

Certificate ของแต่ละสถาบันก็มีความแตกต่างกันค่ะ ดังนั้นผู้ที่เลือกเรียนหลักสูตรใด ควรศึกษาเนื้อหาของหลักสูตรว่าตรงกับความต้องการของเราหรือไม่ (รายละเอียดหลักสูตร IPSCM ของ ITC คุ้ได้จากวิสัยทัศน์จัดซื้อฉบับเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม 2546 ถ้าใครไม่มีก็ขอไปที่สมาคมได้เลย) หรือว่าหลักสูตรนั้นๆ ตรงกับความต้องการขององค์กรหรือไม่ อย่างเช่นบริษัททางยุโรปอาจเน้นของ CIPS หรือบริษัทของอเมริกาเน้นว่าเป็น C.P.M. (เป็นหลักสูตรของสมาคมจัดซื้อของอเมริกา ซึ่งอยู่ในระหว่างการดำเนินการให้มีการจัดสอบในประเทศไทยเช่นกัน) นอกจากนี้ควรดูระยะเวลา ตารางเรียน ตารางสอบ รวมถึงค่าใช้จ่ายของแต่ละหลักสูตรว่าหลักสูตรไหนที่เราสะดวกในการลงทะเบียนเรียน

ทางสมาคมฯ มีความตั้งใจที่จะนำหลักสูตรต่างๆ เข้ามาจัดเรียนจัดสอบในประเทศไทย เพื่อพัฒนาวิชาชีพของเราให้คนทำงานด้านจัดซื้อมีแหล่งที่จะเพิ่มพูนความรู้ที่เป็นสากลและมีวุฒิบัตรรับรองความรู้ความสามารถ เพราะในยุคนี้ Knowledge is Power ค่ะ

**จุดสารฉบับนี้พิมพ์ครั้งละ 15,500 ฉบับ
มีอัตราค่าลงโฆษณาดังนี้**

หนึ่งนิ้วด้านล่างปกหน้า สีสี 17,000 บาท
หนึ่งในสี่ด้านในฉบับ สีสี 6,000 บาท
ครึ่งหน้าด้านในฉบับ สีสี 10,000 บาท
เต็มหน้าด้านในฉบับ สีสี 15,000 บาท
ครึ่งหน้าปกหลัง สีสี 15,000 บาท
เต็มหน้าปกหลัง สีสี 25,000 บาท



โดย รณพินน์ พรรณะประเทศ C.P.S., C.P.K.
ประธานฝ่ายพณิชยการวิชาชีพ

Supplier Relation Management (SRM)

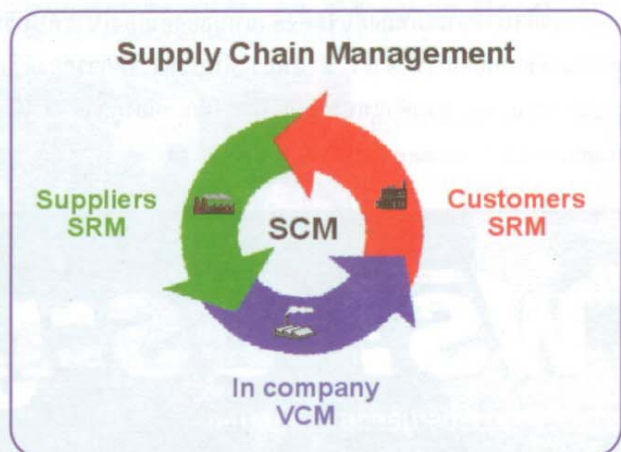
การบริหารจัดการความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์

สวัสดีครับ เพื่อนๆ สมาชิกสมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทยทุกท่าน นี้ก็เข้าเดือนกุมภาพันธ์ ซึ่งเป็นเดือนแห่งความรัก ผมจึงขอโอกาสพูดถึงความสัมพันธ์ภาพระหว่างผู้ซื้อ (Customer) และผู้ขาย (Supplier) ซึ่งเราในฐานะฝ่ายจัดซื้อจะบริหารจัดการกับซัพพลายเออร์อย่างไร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถแข่งขันทางการค้า (Competitive advantage) ให้กับองค์กรของเรา

ความสำคัญของ Supplier ในวงจร Supply Chain Management

ในวงจร Supply Chain Management นั้นปลายด้านหนึ่งของวงจรคือลูกค้า (Customer) ซึ่งองค์กรแต่ละองค์กรมีเป้าหมายที่จะต้องสร้างความสัมพันธ์อันดีและพยายามที่จะส่งมอบสินค้าและบริการให้ได้ตามความคาดหวังของลูกค้า (Customer expectation) ซึ่งเป็นที่มาของการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relation Management : CRM) และในขณะเดียวกันภายในแต่ละองค์กรก็ได้มีการพัฒนาปรับปรุงกระบวนการทำงาน การผลิต การบริการ และการบริหาร โดยใช้ทฤษฎี Value Chain Management: VCM หรือห่วงโซ่แห่งคุณค่าของศาสตราจารย์ ไมเคิล พอร์เตอร์ แห่งมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด เป็นแนวทางหรือยุทธศาสตร์ขององค์กรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันทางการค้า

ส่วนปลายอีกด้านหนึ่งของวงจร Supply Chain Management นั้นคือ Supplier ในรูปภาพประกอบนี้ ท่านจะเห็นว่า Supplier นั้นเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญไม่น้อยไปกว่าลูกค้าและองค์กรของท่านเลย ซึ่งกล่าวได้ว่าทั้งสามส่วนในวงจร Supply Chain Management



บริษัท แมงเซ่ง 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: 2361-6331-4 แฟกซ์ : 2361-6329



ในสถานการณ์สิ่งแวดล้อมของการทำธุรกิจปัจจุบันนี้ ได้มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) มาช่วยในการทำงานเป็นอย่างมาก การทำ SRM นั้น เหมือนกันกับการทำการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ CRM (Customer Relation Management) ซึ่งใช้หลักการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือที่เราเรียกเป็นภาษาอังกฤษว่า e-Business เป็นหลักในการบริหารจัดการ เพื่อให้ได้มาซึ่งความฉับไว แม่นยำของข้อมูลตามสถานการณ์ ที่เปลี่ยนแปลง ตลอดจนการเก็บข้อมูลการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นเพื่อนสนับสนุนการดำเนินงานธุรกิจต่างๆ ตัวอย่างเช่น ประวัติการซื้อขายของลูกค้า การพยากรณ์ทั้งด้าน Demand และ Supply คือ Demand Management และ Supply Management นั่นเอง

ไม่มี IT จะทำ SRM ได้อย่างไร?

ก่อนอื่นท่านต้องเข้าใจหลักการและเป้าหมายของการทำ SRM ให้ดีเสียก่อน จากนั้นท่านต้องตั้งตัวแทนหรือทีมงานตามหัวข้อการ ดำเนินการ ที่กล่าวมาแล้วข้างต้น จำนวนทีมงานของท่านจะมีกี่คนก็ขึ้นอยู่กับจำนวนของ Supplier ที่ท่านต้องการทำ SRM นั่นเอง แต่ไม่จำเป็นต้องเป็นอัตราส่วน 1:1 ปัจจัยหลักของจำนวนทีมงานของท่านนั้นขึ้นอยู่กับระดับความรู้ความสามารถของพนักงานของท่าน และอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องมือนำมาช่วยสนับสนุนในการทำงาน หรือสรุปได้คือความพร้อมในการทำงานนั่นเอง

พนักงานที่อยู่ในทีมทำ SRM ต้องมีคุณลักษณะของการทำงานเป็นทีม (Teamwork) ตลอดจนต้องมีความคิดในการทำงานแบบ Proactive ต้องมองภาพใหญ่ ตระหนักถึงความสำเร็จขององค์กรเป็นหลัก เป็นผู้ที่มีลักษณะเป็นผู้นำ มีทักษะในการติดต่อสื่อสารที่ดีมีประสิทธิภาพ ถ้าพนักงานหรือทีมงานของท่านมีคุณสมบัติไม่เหมาะสม การทำ SRM ของท่านอาจจะล้มเหลวได้ กล่าวคือแทนที่จะเสริมสร้างความสัมพันธ์กลับกลายเป็นทำลายหรือสลายความสัมพันธ์ซึ่งก็จะได้ผลลัพธ์ตรงกันข้ามกับวัตถุประสงค์เป้าหมายที่องค์กรต้องการ

สุดท้ายนี้ผมหวังว่าท่านเพื่อนๆสมาชิกสมาคมฯ ทุกท่านที่อ่านจุลสารวิสัยทัศน์จัดซื้อและซัพพลายเชนฉบับนี้คงมีความเข้าใจหลักการพื้นฐานของการทำ SRM ตลอดจนแล้เง้นข้อดีของการทำ SRM โดยเฉพาะพวกเราในฐานะฝ่ายจัดซื้อคงดูกันได้ว่า SRM ดีอะไร



สมาคมได้ร่วมสนับสนุนคณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏนครราชสีมา จัดทำร่วมแสดงความยินดีกับบัณฑิตในงานซ้อมพระราชทานปริญญาบัตรประจำปีการศึกษา 2545 ในระหว่างวันที่ 30-31 ตุลาคม และ 1 พฤศจิกายน 2546



สมาคมได้จัดการอบรมวิชาจัดซื้อและจัดสอบเพื่อรับประกาศนียบัตร C.P.K. (Certified Purchasing Knowledge) ให้แก่นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏนครราชสีมา จำนวน 144 คน เมื่อวันที่ 9-11 มกราคม 2547 ในจำนวนนี้มีทั้งนักศึกษาระดับปริญญาตรีภาคปกติชั้นปี 3 และนักศึกษา กศ.ปช. (การศึกษาเพื่อปวงชน) การจัดการเรียนและการสอบครั้งนี้นับเป็นครั้งที่ 11 ในรอบ 5 ปี หลังจากนั้น อาจารย์อุไรวรรณ อรุณาทิตย์ คณะศึกษาศาสตร์และคณาจารย์ได้พาคณะกรรมการบริหารสมาคม เข้าสวัสดีปีใหม่แก่ ผู้ช่วยคณาจารย์ ดร.เสาวนิต เสดานานนท์ อธิการบดีสถาบันฯ พร้อมทั้งรายงานผลปฏิบัติงานให้ท่านทราบ



หลังจากจบการสอบและการจัดสอบ C.P.K. ไปเรียบร้อยแล้ว คณาจารย์คณะวิทยาการจัดการสถาบันราชภัฏนครราชสีมาได้กรุณาพา คณะวิทยากรจากสมาคมไปกราบนมัสการขอพรจากพระราชาภิเษก (หลวงพ่อดูณ ปรีสุทโธ) ที่วัดบ้านไร่ ต.กุดพิมาน อ.ด่านขุนทด จ.นครราชสีมา



บรรยายภาคการเขียนวิชา IPSCM - International Purchasing & Supply Chain Management ของรุ่นที่ 5 ที่โรงแรมฟอร์จูน เมื่อต้นเดือนมกราคม ตามโครงการความ ร่วมมือระหว่างสมาคมฯ กับ International Trade Center ITC-UNCTAD/WTO

มีปัญหาเรื่องความรู้ในกระบวนการจัดซื้อ และซัพพลายเชน 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.org Website: www.psgmt.org

กำหนดสมาชิกโปรแกรม

สมาคมจะจัดงาน Purchasing Month และประชุมใหญ่สามัญประจำปี ในวันเสาร์ที่ 27 มีนาคม 2547 ตั้งแต่เข้าเย็น เพื่อประโยชน์ของท่านเอง จึงขอให้สมาชิกทุกท่านถือวันเวลาให้ว่างเอาไว้ เรามีรายการดี ๆ ที่ท่านไม่ควรพลาด โปรดติดตามรายละเอียดในฉบับต่อไป

ปฏิทินกิจกรรมในเดือนมกราคม-มีนาคม 2547

3 มกราคม	สอนวิชา "Procurement Management: Negotiating" ให้แก่นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ รุ่นที่ 1 ของบัณฑิตวิทยาลัย การจัดการและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
8 มกราคม	สอนวิชา "เจรจาต่อรอง" ให้แก่นิสิตคณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
9-11 มกราคม	สอนวิชา "การจัดซื้อ" และจัดสอบรับประกาศนียบัตร C.P.K. (Certified Purchasing Knowledge) ให้แก่นักศึกษาคณะบริหารการจัดการ สถาบันราชภัฏนครราชสีมา
10 มกราคม	สอบกลางภาควิชา "Procurement Management" ของนักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ รุ่นที่ 1 ของบัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
15 มกราคม	สอนวิชา "การวางแผนการผลิตและควบคุมพัสดุคงคลัง" ให้แก่นักศึกษาคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
17 มกราคม	สอนวิชา "Procurement Management: Warehouse Management" ให้แก่นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ รุ่นที่ 1 ของบัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
17-18 มกราคม	ร่วมกับ ITC-UNCTAD/WTO จัดอบรมหลักสูตร IPSCM (International Purchasing & Supply Chain Management) จำนวน 3 วิชา ได้แก่ วิชาที่ 1 Understanding the corporate environment สำหรับรุ่นที่ 5 วิชาที่ 10 Managing International Logistics สำหรับรุ่นที่ 4 วิชาที่ 16 Customer Relation Management สำหรับรุ่นที่ 1+2
17 มกราคม	เลี้ยงขอบคุณคณะกรรมการคุมสอบจำนวน 6 คน และคณะเทรนเนอร์ 12 คน ของหลักสูตร IPSCM (International Purchasing & Supply Chain Management) และเลี้ยงแสดงความยินดีกับผู้เรียนจบในหลักสูตรนี้ ซึ่งมีผู้ได้รับประกาศนียบัตร Cert. PSCM (ITC) จำนวน 18 คน และผู้ได้รับประกาศนียบัตรขั้นสูง Adv. Cert. PSCM (ITC) จำนวน 7 คน
24 มกราคม	สอนวิชา "Procurement Management: Procurement Contracts" ให้แก่นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ รุ่นที่ 1 ของบัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
29-30 มกราคม	บรรยายเรื่อง "การบริหารพัสดุในโรงพยาบาล" ให้แก่คณะผู้บริหารโรงพยาบาลพุทธชินราช จังหวัดพิษณุโลก ตามโครงการฝึกอบรมในหลักสูตร การบริหารโรงพยาบาลแบบบูรณาการ ของสถาบันพัฒนาบุคลากรโรงพยาบาลและสาธารณสุข
31 มกราคม	สอนวิชา "วิธีการจัดซื้อยาและเวชภัณฑ์" ให้แก่นักศึกษาคณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
31 มกราคม	สอนวิชา "Procurement Management: Contracts Management" ให้แก่นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ รุ่นที่ 1 ของบัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

1 กุมภาพันธ์	บรรยายเรื่อง "การบริหารพัสดุในโรงพยาบาล" ให้แก่ผู้บริหารโรงพยาบาลต่าง ๆ ที่ว่าราชการที่เข้าอบรมในหลักสูตร Mini MBA in Hospital Administration รุ่นที่ 7 ที่คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
4 กุมภาพันธ์	สอนวิชา "เทคนิคการจัดซื้อและเจรจาต่อรอง" ให้แก่นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการห่วงโซ่อุปทาน
6-7 กุมภาพันธ์	ร่วมกับ ITC-UNCTAD/WTO จัดอบรมหลักสูตร IPSCM (International Purchasing & Supply Chain Management) จำนวน 2 วิชา ได้แก่ วิชาที่ 2 Specifying requirements and planning supply สำหรับรุ่นที่ 5 วิชาที่ 11 Managing inventory สำหรับรุ่นที่ 4
6-7 กุมภาพันธ์	สัมมนาเรื่อง "เทคนิคการจัดซื้อต่างประเทศ"
7 กุมภาพันธ์	สอนวิชา "Procurement Management: Measuring & Evaluating Performance" ให้แก่นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ รุ่นที่ 1 ของบัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
7 กุมภาพันธ์	ประชุมกรรมการบริหารสมาคมชุดที่ 12 ครั้งที่ 9
12-14 กุมภาพันธ์	สอนวิชา "การจัดซื้อ" และจัดสอบรับประกาศนียบัตร C.P.K. (Certified Purchasing Knowledge) ให้แก่นักศึกษาสถาบันราชภัฏอุดรธานี และบุคคลทั่วไป
14 กุมภาพันธ์	สอนวิชา "Procurement Management: Consortium Purchasing" ให้แก่นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ รุ่นที่ 1 ของบัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
16-17 กุมภาพันธ์	บรรยายเรื่อง "International Procurement Management" ให้แก่ผู้เข้าอบรมในหลักสูตร Logistics & Supply Chain Management รุ่นที่ 1 ของสถาบันการขนส่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และสมาชิกผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย
21 กุมภาพันธ์	สอนวิชา "Procurement Management: Green Procurement" ให้แก่นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ รุ่นที่ 1 ของบัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
21 กุมภาพันธ์	บรรยายเรื่อง "Purchasing" ให้แก่ผู้เข้าอบรมในหลักสูตร Logistics: Strategy & Management ของสถาบันการขนส่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
21-22 กุมภาพันธ์	บรรยายเรื่อง "Business Negotiations" ให้แก่นักศึกษาของ Yonok MBA จังหวัดลำปาง
28 กุมภาพันธ์	สอนวิชา "Procurement Management: e-Procurement" ให้แก่นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ รุ่นที่ 1 ของบัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
27-29 กุมภาพันธ์	ร่วมสนับสนุนการจัดนิทรรศการประจำปีของ Thailand Business Pages ที่ BITEC โดยจัดบรรยายเรื่อง "สารพันยุทธศาสตร์ในงานจัดซื้อ" และร่วมออกร้านแสดงกิจกรรมของสมาคม
28-29 กุมภาพันธ์	บรรยายเรื่อง "Business Negotiations" ให้แก่นักศึกษาของ Yonok MBA จังหวัดลำปาง

4-5 มีนาคม	ร่วมสนับสนุนการจัดประชุม SupplyLink 2004 ของ PISM - Philippines Institute for Supply Management ที่กรุงนิลา ประเทศฟิลิปปินส์
6 มีนาคม	สอบปลายภาค วิชา "Procurement Management" ของนักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ รุ่นที่ 1 ของบัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
6-7 มีนาคม	ร่วมกับ ITC-UNCTAD/WTO จัดอบรมหลักสูตร IPSCM (International Purchasing & Supply Chain Management) จำนวน 2 วิชา ได้แก่ วิชาที่ 3 Analysing supply markets สำหรับรุ่นที่ 5 วิชาที่ 12 Measuring & evaluating performance สำหรับรุ่นที่ 4
6-7 มีนาคม	บรรยายเรื่อง "Business Negotiations" ให้แก่นักศึกษาของ Yonok MBA จังหวัดลำปาง
13-14 มีนาคม	ติวเข้มเพื่อสอบรับประกาศนียบัตร C.P.K. (Certified Purchasing Knowledge)
14 มีนาคม	สัมมนาเรื่อง "KPI - Key Performance Indicators"
18 มีนาคม	ร่วมกับ ComSaving และ Digital Wave ในเครือเนชั่น จัดสัมมนา เรื่อง "e-Procurement"
19-24 มีนาคม	ร่วมกับ ITC-UNCTAD/WTO จัดสอบวิชา IPSCM (International Purchasing & Supply Chain Management) รวม 16 วิชา เพื่อรับ Certificate, Advance Certificate, และ Diploma
20-21 มีนาคม	ติวเข้มเพื่อสอบรับวุฒิปริญญา C.P.S. (Certified Purchasing Specialist)
27 มีนาคม	จัดงาน Purchasing Month และประชุมใหญ่สามัญประจำปี 2546
28 มีนาคม	จัดสอบเพื่อรับวุฒิปริญญา C.P.S. (Certified Purchasing Specialist) และประกาศนียบัตร C.P.K. (Certified Purchasing Knowledge)



อนาคตของนักจัดซื้อ The Future of Purchasing Professionals

โดย กิตติกร ไชตสุกุลรัตน์ C.P.S.
ประธานฝ่ายกิจการต่างประเทศ

สวัสดิ์คะท่านสมาชิกทุกท่าน ปีนี้เป็นปีที่หลาย ๆ ฝ่ายทั้งภาครัฐและภาคเอกชนคาดการณ์กันว่าเศรษฐกิจจะดี
จัดซื้อจะเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่าน ๆ มา แต่เราเปิดปีมาด้วยเหตุการณ์เขย่าขวัญกันพอสมควร ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง
ความไม่สงบในภาคใต้ที่ต่อเนื่องมา และเรื่องไข้หวัดนกระบาดที่ประกาศอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 23 มกราคม
ทำเอาผู้ขายไก่ตุงจีนรายได้หดหายกันขนาดหนัก ขยายไปถึงประเทศผู้รับซื้อไก่ไทยระดับการนำเข้า ประชาชนลด
ละการบริโภค วิกฤตทำให้ทั้งไก่และไข่ล้นตลาด กระทั่งไปถึงธุรกิจต่อเนื่องอีกหลายธุรกิจ เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเร็ว
และรุนแรงจริง ๆ ค่ะ สมกับยุคโลกาภิวัตน์ ลองมานั่งคิดเล่น ๆ ว่าถ้าเราเป็นนักจัดซื้อที่อยู่ในบริษัทธุรกิจเหล่านี้
เราจะมีการรับมือกับเหตุการณ์เหล่านี้ได้อย่างไร ไม่ว่าจะเป็นสินค้าที่รับเข้ามาเก็บในคลังสินค้าของเราแล้วตาม
ตัวเลขประมาณการขายที่ทำไว้เดิมเดิม หรือสินค้าที่ได้สั่งซื้อไป หรือทำสัญญาไปแล้ว นักจัดซื้อคงต้องประหลู
มุดคุยกับหลายๆ ฝ่ายเพื่อหาทางแก้ไข และโดยเฉพาะกับผู้ขาย ถ้าในอดีตเคยเขี้ยว เคยใจไม้ไส้ระกำกับผู้ขายมา
อย่างไร เจอเหตุการณ์อย่างนี้ก็ถึงเวลาชดใช้กรรมกันละคะ

พวกเราตระหนักกันดีอยู่แล้วว่ารูปแบบงานจัดซื้อจะต้องปรับตัวเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในยุค
ปัจจุบัน ดิฉันคิดถึงงานวิจัยที่ทำโดยมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในอเมริกาประมาณปี 2540 เรื่องอนาคตของงานจัดซื้อใน 5
และ 10 ปีข้างหน้า ซึ่งไปสอบถามความคิดเห็นผู้บริหารงานจัดซื้อจากหลายๆ บริษัทว่ามองอนาคตของงานจัดซื้ออย่างไร
ไปค้นมาอ่านใหม่และพิเคราะห์ดูแล้วก็ยังทันสมัยอยู่จึงขอเอามาเล่าสู่กันฟังคะ



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: 2361-6331-4 แฟกซ์ : 2361-6329



1. ประการแรกในเรื่องของการหาแหล่งขาย มีความเชื่อมั่นว่าจะเป็นแบบ Regional and global sourcing กันมากขึ้น เพื่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันได้ ทั้งในเรื่องต้นทุนการผลิต ต้นทุนการขนส่งและเอกลักษณ์ต่างๆที่ได้ เช่น การลดหย่อนภาษีนำเข้า หากสั่งซื้อจากกลุ่มประเทศที่รวมอยู่ในภาคีสันธิสัญญาเดียวกัน เป็นต้น นักจัดซื้อจึงจำเป็นต้องมีความรู้ในการจัดซื้อต่างประเทศ เจือปนในการชำระเงิน การขนส่ง เรื่องการนำเข้า ฯ และที่สำคัญต้องฝึกปฎิบัติเรื่องภาษาเพื่อการติดต่อสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ และในเรื่องนี้ IT จะเข้ามามีบทบาทสำคัญ ดังนั้นทุกองค์กรจึงต้องให้ความสำคัญในการพัฒนาด้านนี้ด้วย
2. การลดจำนวนผู้ขาย (Reduce key suppliers) เรื่องนี้เป็นเรื่องที่หลายบริษัททำกันอยู่แล้ว เพราะมองเห็นประโยชน์ทั้งในการสร้างอำนาจต่อรอง การพัฒนาผู้ขายอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของฝ่ายจัดซื้อ
3. ปัจจุบันหลายบริษัทเจอปัญหาเรื่องการแข่งขันด้านราคาในตลาด ทำให้ไม่สามารถตั้งราคาขายได้ตามที่ต้องการ บางปียอดขายเพิ่มขึ้น แต่กำไรกลับลดลง ดังนั้นฝ่ายบริหารจึงหันมามองในเรื่องการลดต้นทุน ซึ่งต้นทุนตัวใหญ่ก็คือค่าวัตถุดิบ (โดยประมาณ 60% ของต้นทุนในธุรกิจการผลิต) ในงานวิจัยนี้ชี้ว่าฝ่ายบริหารจะเพิ่มความคาดหวังจากฝ่ายจัดซื้อมากขึ้น (Executive management increase expectation) ในหลักสูตร IPSCM ของ ITC UNCTAD/WTO ที่เราจัดสอนและจัดสอบอยู่นั้น ก็มีการกล่าวถึงการบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนที่มีประสิทธิภาพ สามารถสร้างความสามารถในการแข่งขันให้องค์กรได้ เพราะมีส่วนในการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าไม่ว่าจะมีส่วนช่วยในการลดต้นทุน ทำให้ราคาแข่งขันได้ ทำให้การผลิตต่อเนื่อง สินค้าไม่ขาด ร่มมือกับผู้ขาย ในการพัฒนาคุณภาพสินค้า การสร้างความแตกต่างในตัวสินค้า และสามารถตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงของตลาดได้ทันทั่วทั้ง
4. มีส่วนร่วมในแผนกลยุทธ์ขององค์กรมากขึ้น (More integrate with firms strategic plan) เมื่อบริษัทตั้งเป้าหมายในแต่ละปีหรือแต่ละช่วงเวลาแล้ว ก็กำหนดกลยุทธ์ หรือวิธีการที่จะบรรลุเป้าหมายนั้นๆ แกมมของกลยุทธ์ที่กล่าวไว้ในหลักสูตร IPSCM มีอยู่ 5 ด้าน คือจะขายสินค้าหรือบริการอะไร จะเจาะกลุ่มตลาดไหน จะเข้าและพัฒนาตลาดด้วยวิธีไหน เจือปนในแต่ละตลาด และจะบริหารต้นทุนให้มีประสิทธิภาพได้อย่างไร เมื่อองค์กรกำหนดกลยุทธ์แล้ว ในแต่ละด้านของกลยุทธ์ฝ่ายจัดซื้อจะต้องมีบทบาทอย่างไร ตัวอย่างเช่น เมื่อบริษัทเราตัดสินใจที่จะขายสินค้าหรือบริการตัวหนึ่งๆ ฝ่ายจัดซื้อต้องคิดเตรียมพร้อมแล้วว่าเราจะหาวัตถุดิบจากที่ไหน แหล่งที่เรารู้จักอยู่สามารถป้อนวัตถุดิบตัวนั้นๆ ให้ได้หรือไม่ เราจะให้ผู้ขายเข้ามามีส่วนร่วมในการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือไม่ มีชิ้นส่วนไหนที่จะลงมือผลิตเองได้ ส่วนประกอบแต่ละชิ้นมีชิ้นไหนที่ซัพพลายมาตามมาตรฐานได้ เป็นต้น เมื่อเป็นดังนี้ การวัดผลงานของฝ่ายจัดซื้อจะผูกกับการวัดผลงานขององค์กรมากขึ้น (Align with companywide measurement)
5. นักจัดซื้อยุคใหม่จะต้องมีความสามารถในการบริหารมากขึ้น เพราะงานต่างๆ มีความซับซ้อน มีรายละเอียดมากขึ้น

เห็นเรื่องนี้แล้ว ก็เห็นไม่พ้นที่จะต้องพัฒนาตัวเองถ้าต้องการยืนหยัดอยู่ในหน้าที่การงาน และมีส่วนช่วยให้องค์กรอยู่รอดได้ในยุคโลกาภิวัตน์ทางสมาคมฯ ได้ตั้งวัตถุประสงค์อย่างชัดเจนในการดำเนินกิจการของสมาคมฯ เพื่อถ่ายทอดความรู้ให้กับนักจัดซื้อและพัฒนาการจัดการจัดซื้อไทย จะเห็นได้จากปฏิทินกิจกรรมของสมาคมฯ ที่ลงพิมพ์อยู่ในจุลสารวิสัยทัศน์ฉบับที่แล้วและที่จะนำลงในฉบับต่อไป ในโอกาสที่เหมาะสม นอกจากนี้เรายังเป็น Certified Body ในการสอบวัดความรู้วุฒิบัตรต่างๆ ขณะนี้เราเป็น Certified Body ของวุฒิบัตรและสถาบันต่อไปนี้

- * วุฒิบัตร C.P.K. (Certified Purchasing Knowledge) และ C.P.S. (Certified Purchasing Specialist) ซึ่งเป็นวุฒิบัตรของสมาคมเราเอง สอบเป็นภาษาไทย
- * วุฒิบัตรของ International Trade Center UNCTAD/WTO มี 3 ระดับ ดำเนินการมาแล้ว 2 ปีเศษ และมีผู้เข้าอบรมแล้วกว่า 170 คน
- * วุฒิบัตรของ CIPS (Chartered Institute for Purchasing and Supply) ประเทศอังกฤษ จะเปิดอบรมประมาณเดือนปลายเดือนพฤษภาคมปีนี้
- * วุฒิบัตร C.P.M. (Certified Purchasing Manager) และ A.P.P. จาก ISM (Institute of Supply Management) ซึ่งเป็นสมาคมจัดซื้อของอเมริกา คาดว่าปลายปีนี้ก็คงพร้อมที่จะเปิดอบรม

วิธีง่ายๆ ในการจัดซื้อคอมพิวเตอร์/อุปกรณ์สำนักงานอย่างประหยัด

comSaving

NATION GROUP



ด้วยความร่วมมือกับสมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย

1 ComSaving : คอลลเซ็นเตอร์

สอบถามรายชื่อร้านค้า/อุปกรณ์สำนักงาน, โปรโมชั่นพิเศษ หรือต้องการทราบรายละเอียดสินค้า ราคาคอมพิวเตอร์/อุปกรณ์สำนักงาน ก่อนตัดสินใจซื้อ

www.ComSaving.com



2 www.ComSaving.com

สมัครสมาชิกฟรี! ลุ้นรับของรางวัลมากมาย

เว็บไซต์จุดนัดพบ ผู้ซื้อองค์กร และร้านค้าชั้นนำ ช่วยประหยัดเวลา และงบประมาณ ในการจัดซื้อคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์สำนักงาน ด้วยการค้นหา เปรียบเทียบสเปกสินค้า บันทึบบัญชีรายการ และขอใบเสนอราคาจากร้านค้า นับร้อยผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ



หลังจากที่ดิฉันได้เขียนถึงเรื่อง CIPS ในวิสัยทัศน์จัดซื้อฉบับเดือนมกราคม ได้มีผู้สอบถามรายละเอียดเข้ามา บางท่านตัดสินใจเรียบร้อยแล้วว่าจะเรียน และขอทราบค่าลงทะเบียนเพื่อจะได้เสนองบประมาณกับบริษัทไว้ หลักสูตรของ CIPS แบ่งออกเป็น 3 ระดับคือ Certificate, Advanced Certificate และ Diploma ในกลางปีนี้จะเปิดในระดับ Certificate ก่อน โดยในระดับนี้จะประกอบด้วย 5 วิชา (modules) มีรายละเอียดดังนี้

Module 1 UNDERSTANDING PURCHASING PRINCIPLES

- Unit 1 Introduction and Overview
- Unit 2 Identifying Needs
- Unit 3 Specifying Requirements
- Unit 4 Contracts
- Unit 5 Ethics

Module 2 SELECTING THE RIGHT SUPPLIER

- Unit 1 Introduction and Overview
- Unit 2 The Sourcing Process
- Unit 3 Appraising Suppliers
- Unit 4 Sources of Information
- Unit 5 Sourcing Methods

Module 3 EFFECTIVE NEGOTIATION

- Unit 1 Introduction and Overview
- Unit 2 Planning a Negotiation
- Unit 3 Negotiation Objectives and Strategy
- Unit 4 The Negotiation Meeting
- Unit 5 Follow-up to the Negotiation

Module 4 MANAGING INVENTORY

- Unit 1 Introduction
- Unit 2 Inventory Management
- Unit 3 Stock Control
- Unit 4 Inventory Management for Manufacturing Organisation
- Unit 5 Physical Stock Management

Module 5 The BUSINESS ENVIRONMENT

- Unit 1 Introduction and Overview
- Unit 2 Types of Organisations
- Unit 3 Corporate Strategy
- Unit 4 Organisational Structure and Culture
- Unit 5 Information Systems
- Unit 6 Corporate Policies & Initiatives

ในแต่ละวิชา จะมีหนังสือจาก CIPS 1 เล่ม ซึ่งในหนังสือจะเป็นทั้งเนื้อหาวิชา แบบฝึกหัด และคำตอบของแบบฝึกหัด ทางสมาคมจะจัดเรียนวิชาละ 2 วัน เดือนละ 1 วิชา รวมเป็นการเรียนทั้งหมด 10 วัน ค่าใช้จ่าย 35,000 บาท หากท่านใดต้องการสอบเพื่อขอรับวุฒิมบตร (จัดสอบในเดือน พฤศจิกายน) ค่าใช้จ่ายในการเรียนและค่าสอบรวม 45,000 บาท ค่าใช้จ่ายนี้เป็นค่าใช้จ่ายที่ทางสมาคมฯ ได้สำรองกับ CIPS มาแล้ว อาจจะสูงสักเล็กน้อย แต่เมื่อเทียบกับผู้ที่ได้รับวุฒิมบตรมาก่อนหน้านี้ที่ต้องเดินทางไปเรียนไปสอบในต่างประเทศ และจ่ายค่าเรียนค่าสอบในอัตราของ CIPS แล้ว นับว่าถูกกว่ากันมากหลายเท่า ส่วนรายละเอียดในการเปิดรับสมัครจะได้แจ้งให้สมาชิกทราบต่อไป

ในเดือนนี้ทางสมาคมฯ จะจัดงาน Purchasing Month และเป็นงานประชุมใหญ่ประจำปีของสมาคมด้วย ในวันเสาร์ที่ 27 มีนาคม รายละเอียดของงานได้แนบมากับวิสัยทัศน์นี้แล้ว จึงขอเชิญชวนสมาชิกทุกท่านมาร่วมประชุม ฟังการบรรยายที่น่าสนใจหลายเรื่อง พร้อมฟังการแถลงผลงานของสมาคมฯ ในปีที่ผ่านมา และพบปะสังสรรค์กัน ไม่ว่าท่านจะมาเป็นกลุ่ม มา 2 คน หรือมาเดี่ยว ก็ไม่ต้องกลัวเหงาคะ เจอหน้ากันก็แนะนำตัว ทักทายกันได้เลยคะ มีเพื่อนร่วมวิชาชีพไว้มากๆ มีแต่ดีกับดีคะ แล้วพบกันในวันประชุมใหญ่นะคะ

มีปัญหาเรื่องความรู้ในกระบวนการจัดซื้อ และซัพพลายเชน 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.org Website: www.pscmt.org

กระชับมิตร

Strengthening Alliances



โดย กิตติกร โบทิสกุลรัตน C.P.S.
ประธานฝ่ายกิจการต่างประเทศ

วิสัยทัศน์ท่านสมาชิกทุกท่าน ขณะที่กำลังเขียนต้นฉบับอยู่นี้ เป็นช่วงที่ทางสมาคมฯ กำลังเตรียมงานประชุมใหญ่กันอย่างขะมักเขม้นทีเดียว ซึ่งหัวข้อยอดฮิตในขณะนี้ก็หนีไม่พ้นเรื่อง Free Trade Area (FTA) เป็นคำถามที่มีการถามกันบ่อยๆ ในการประชุมสัมมนาว่า FTA เป็นอย่างไร และมีผลกระทบต่อธุรกิจและงานจัดซื้อของเราอย่างไร ในขณะที่ท่านอ่านวารสารนี้อยู่การประชุมใหญ่ก็ผ่านไปแล้วเมื่อวันเสาร์ที่ 27 มีนาคมนี้เอง สมาคมฯ เราถือโอกาสจัดหัวข้อนี้เข้าไปในการประชุมใหญ่ ให้สมาชิกได้ฟังและถามกันให้จุใจและให้หายข้องใจกันไปเลยคะ เห็นไหมคะว่าปัจจุบันใช้ว่าจะอยู่คนเดียวได้อีกแล้ว เรามีซัพพลายเชน เรามีการร่วมมือกันทั้งในระดับบริษัท ระดับประเทศ จนถึงระดับภูมิภาค สมาคมฯ เรายังเช่นกันคะ เราให้ความสำคัญกับการร่วมมือกับสมาคมบริหารงานจัดซื้อในประเทศต่างๆ เพื่อช่วยเหลือเกื้อกูลกันไม่ว่าจะเป็นเรื่องการถ่ายทอดเทคโนโลยี การร่วมมือกันในโครงการต่างๆ การส่งข่าวสารข้อมูลถึงกันเพื่อประโยชน์ในการบริหารกิจการสมาคมฯ

ช่วงต้นเดือนมีนาคมที่ผ่านมา ดิฉันได้มีโอกาสไปร่วมงาน Supply Link 2004 ของสมาคมบริหารงานจัดซื้อของประเทศฟิลิปปินส์ หรือ PISM - Philippine Institute for Supply Management เพื่อกระชับความสัมพันธ์ระหว่างทั้งสองสมาคม ซึ่งเรามีความสัมพันธ์อันดีกันมายาวนานอย่างเมื่อประชุมใหญ่ปีที่แล้วเราได้เชิญ Mr.Charlie Villasenor อดีตนายกสมาคมจัดซื้อของฟิลิปปินส์มาเป็นหนึ่งในผู้บรรยายของเราด้วย สำหรับครั้งนี้นอกจากไปเพื่อกระชับความสัมพันธ์แล้ว เรายังไปดูว่าเขาทำอะไรกันไปถึงไหนแล้ว ฉบับนี้จึงขอนำเรื่องราวมาเล่าสู่กันฟังคะ

งาน Supply Link ถือเป็นงานสัมมนาและแสดงสินค้าประจำปีของ PISM ปีนี้จัดเป็นปีที่ 12 โดยใช้ Theme ของงานว่า Strengthening Alliances, Building Linkages, Renewing Relationships เห็นมั๊ยคะว่าหนีไม่พ้นเรื่องความสัมพันธ์เลยในงานจะมีการจัดสัมมนาโดยแบ่ง เป็น 3 tracks ดำเนินไปพร้อมกันให้สมาชิกเลือกว่าจะเข้าฟังเรื่องไหน Track แรกเป็นหัวข้อเกี่ยวกับ Supply Management : A Strategic Perspective Track ที่ 2 เกี่ยวกับ Leading Practices with proven results และ Track ที่ 3 เป็นเรื่อง Professional Growth : The key to your future



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: 2361-6331-4 แฟกซ์ : 2361-6329



ในช่วงแรกดิฉันเลือกฟังเรื่อง Supply Chain Trusts : Practical perspective for long term success ผู้บรรยายได้กล่าวถึงการเข้ามาของซัพพลายเชนตั้งแต่ประมาณกลางช่วงทศวรรษที่ 90 ซึ่งเป็นการไหลของพัสดุและข้อมูลในซัพพลายเชน (ในหลักสูตร IPSCM ได้เพิ่มเติมการไหลของการเงินในซัพพลายเชนด้วย) สิ่งที่ทำลายของซัพพลายเชนในระดับ Global คือ การที่องค์กรสามารถเพิ่มความพึงพอใจให้ลูกค้าได้อย่างต่อเนื่องในขณะที่สามารถลดต้นทุนลงอย่างต่อเนื่องอีกด้วย แต่ปัญหาที่เราพบในการบริหารซัพพลายเชนคือการขาดความไว้วางใจในการให้ข้อมูลแก่กันและกัน มีความเชื่อว่าถ้าเรายังให้ความไว้วางใจแก่กันมากเท่าไร ต้นทุนที่แบกรับอยู่จะเบาขึ้นมากเท่านั้น เปรียบเหมือนดาซึ่งยิงเราใส่ความเชื่อใจกันลงบนจานด้านหนึ่งของตาชั่ง จานอีกด้านของตาชั่งที่เป็นต้นทุนก็จะลอยขึ้น เบาขึ้น ในธุรกิจทุกวันนี้ถ้าเราใช้อำนาจ (Power) ในการบริหารซัพพลายเชน อาจส่งผลลบกลับมาถึงเราได้เมื่อดุลอำนาจเปลี่ยนไป ต่อคำถามที่ว่าแล้วเป็นไปได้ไหมถ้าเราจะใช้อำนาจด้วยและใช้ความไว้วางใจด้วย ผู้บรรยายตอบอย่างมั่นใจว่าเป็นไปไม่ได้ เพราะเมื่อเราใช้อำนาจ สิ่งที่เราจะมองคือประโยชน์ของฝ่ายเราเท่านั้น จะไม่เกิดการสื่อสาร 2 ทาง แต่ถ้าเราใช้ความไว้วางใจ เราจะมองอีกมุมแทนที่จะคิดถึงแต่ผลประโยชน์ของเรา เราจะคิดว่าอะไรที่ยุติธรรมกับเราและลูกค้า และเป็น การสร้างการสื่อสาร 2 ทาง สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการใช้อำนาจคือการบังคับ ดังนั้นสัญญาต่างๆ จะออกมาในรูปแบบที่เป็นทางการ แต่ถ้าเป็นการใช้ความไว้วางใจ มักเป็นสัญญาระยะยาวที่ไม่เป็นทางการ

ช่วงที่สอง หัวข้อที่ได้รับความนิยมมากเป็นเรื่อง Global Sourcing in China เห็นคนเดินเข้าไปฟังเยอะขนาดนั้น จึงขอตามไปฟังด้วยคนค่ะ ผู้บรรยายเป็นชาวอินเดียชื่อ Mr.Subrata Pai ไปทำงานบริษัท Glaxo Smithkline ในประเทศจีน 4 ปีแล้ว ได้มีโอกาสคุยกับนอกรอบหลายครั้ง เพราะหน้าตาแปลกๆ ทั้งคู่ล่ะคะ เลยจับคู่คุยกันบ่อย Mr.Subrata ได้แบ่งหัวข้อบรรยายเป็น 3 ส่วน ในส่วนแรกพูดถึงการเจริญเติบโตและเศรษฐกิจในประเทศจีนก่อน ผลผลิตมวลรวม (GDP) ของจีนในระหว่างปี 2001 - 2004 มีตัวเลขเป็น 7.3, 8.0, 9.1 และ 7.6 ตามลำดับ ซึ่งเป็นตัวเลขที่สูงที่สุดในบรรดาประเทศในแถบเอเชีย รองลงมาเป็นอินเดียและไทย มีอัตราการเจริญเติบโตพอๆกันในช่วงปี 2002-2004 เมื่อมองย้อนกลับในระหว่างปี 1980-2000 จีนมีการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นถึง 7 เท่าในช่วง 20 ปี เทียบกับประเทศญี่ปุ่นที่ใช้เวลา 25 ปีในการเพิ่มขึ้น 6 เท่า ผลของการเจริญเติบโตที่รวดเร็ว สิ่งหนึ่งที่ส่งสัญญาณให้เห็นคืออัตราเงินเฟ้อที่เพิ่มขึ้น ทำให้ราคาสินค้าต่างๆ ขยับตัวสูงขึ้น เป็นสิ่งที่นักจัดซื้อต้องคำนึงถึงในการซื้อจากประเทศจีน ปัจจุบันจีนมีพลเมือง 1.3 พันล้านคน มีโทรศัพท์มือถือ 266 ล้านเครื่อง ในปี 1995 มีบริษัทต่างชาติที่ไปตั้ง Asia Pacific Headquarter ในประเทศจีนเพียงบริษัทเดียว ปัจจุบันมีมากกว่า 50 บริษัทแล้ว และเป็นประเทศที่มีการลงทุนจากต่างชาติ (Foreign Direct Investment) สูงที่สุดแห่งนอกอเมริกาครั้งแรกในปี 2003 โครงสร้างเศรษฐกิจของจีนในปัจจุบันเป็นด้านการผลิต 54% ด้านการบริการ 27.7% ด้านเกษตรกรรม 13.7% และด้านการก่อสร้าง 4.6% ในส่วนของ Private Sectors ได้มีการเปรียบเทียบตัวเลขให้ดูดังนี้

	ปี 1994	ปี 2001
จำนวนบริษัท (ล้านบริษัท)	0.4	2.0
จำนวนเจ้าของกิจการ (ล้านคน)	0.9	4.6
จำนวนพนักงาน (ล้านคน)	5.6	22.5
จำนวนเงินทุนจดทะเบียน (พันล้านเหรียญสหรัฐ)	17.49	220.02

จำนวนของ Private Sector ที่เพิ่มขึ้นดังกล่าวส่วนใหญ่เป็นการลงทุนจากต่างประเทศ ดังนั้นนักจัดซื้อในประเทศอื่นๆ ที่หาแหล่งขายในจีน ก็ซื้อจากบริษัทเหล่านี้เป็นส่วนใหญ่ ผู้บรรยายเล่าประสบการณ์ให้ฟังว่าบางครั้งบริษัทเหล่านี้มักตั้งราคาขายที่ใกล้เคียงกับการผลิตในประเทศของตน โดยอ้างแบรนด์ ตรายี่ห้อของตน ต้องมีการเจรจาต่อรองแบบ cost analysis ว่าต้นทุนค่าแรง ต้นทุนวัตถุดิบ ค่าเสียห่วยของคุณเปลี่ยนไปแล้ว คุณจะต้องราคาขายแบบเดิมได้อย่างไร นักจัดซื้อที่ดีจำเป็นต้องรอบรู้มากๆ ค่ะ ทั้งเรื่องพัสดุของเราเอง และเรื่องเศรษฐกิจ ในส่วนของการส่งออกของจีน 3 อันดับแรกคือ เหล็กกล้า (Metal) 29% อิเล็กทรอนิกส์ 23% และชิ้นส่วนยานยนต์ (Automotive) 12%

วิธีง่ายๆ ในการจัดซื้อคอมพิวเตอร์/อุปกรณ์สำนักงานอย่างประหยัด

1 ComSaving : คลออีเซินเตอร์

สอบถามรายชื่อร้านค้า/อุปกรณ์สำนักงาน, โปรโมชันพิเศษ หรือต้องการทราบรายละเอียดสินค้า ราคาคอมพิวเตอร์/อุปกรณ์สำนักงาน ก่อนตัดสินใจซื้อ

www.ComSaving.com

2 www.ComSaving.com
สมัครสมาชิกฟรี! ลุ้นรับของรางวัลมากมาย

เว็บไซต์จุดนัดพบ ผู้ซื้อองค์กร และร้านค้าชั้นนำ ช่วยประหยัดเวลา และงบประมาณ ในการจัดซื้อคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์สำนักงาน ด้วยการค้นหา เปรียบเทียบสเปกสินค้า บันทึกรายการ และขอใบเสนอราคาจากร้านค้า บัตรอภัยทางอินเทอร์เน็ต โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ







ด้วยความร่วมมือกับสมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย

บริษัท บิสซิเนส คอมเมอร์เชียล เน็ตเวิร์คส์ จำกัด ในเครือบริษัท เนชั่น มีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เนชั่นทิวเวอร์ 46 หมู่ 10 ถนน บางนา-ตราด, บางนา กรุงเทพฯ 10260
โทรศัพท์ : 0-2751-5555 ต่อ 6121, 6120, 0-2751-5152 (สายตรง) โทรสาร : 0-2751-5153 อีเมล : customercare@comsaving.com

ในส่วนที่ 2 Mr.Subrata ได้เล่าถึงธุรกิจยาในประเทศจีนว่าอยู่ในยุคของการเปลี่ยนแปลง ทางภาครัฐได้กำหนดเส้นตายให้ผู้ผลิตยาต้องได้รับการรับรอง GMP (Good Manufacturing Practice) ภายในเดือนมิถุนายนปีนี้ ซึ่งเรียกเสียงฮือฮาในท้องลุ่มมาพอสมควรว่าจะเป็นไปได้หรือไม่ เพราะในการได้รับการรับรอง GMP ถ้าใครที่เคยทำจะรู้ว่าไม่ใช่เรื่องง่ายๆ เลยค่ะ ปัจจุบันจีนมีโรงงานยาทั้งหมด 6,400 โรงงาน แยกเป็นโรงงานที่เกิดจากการร่วมทุนจากต่างชาติ 1,800 โรงงาน และเป็นโรงงานของคนจีนเอง 4,600 โรงงาน คาดว่าจำนวนนี้จะลดลงอย่างแน่นอนหลังจากกฎระเบียบต่างๆ เข้ามา ซึ่งเรื่องนี้เป็นกฎธรรมชาติของธุรกิจค่ะ จีนมีผู้แทนจำหน่ายที่เป็นของรัฐ 16,000 แห่ง และเป็นร้านขายยอย่อย 120,000 แห่ง สิ่งที่ดีถือว่าเป็นเรื่องท้าทายของคณาบริหารซัพพลายเชนในธุรกิจยา คือ การจดทะเบียนยาในประเทศจีน ดิฉันไม่แน่ใจว่าในธุรกิจยาคนเป็นอย่างไร แต่ในธุรกิจอาหารสัตว์ ยาสัตว์ที่ดีฉันทำงานอยู่ การจดทะเบียนสินค้ากลุ่มนี้ในประเทศจีนเป็นที่เลื่องลือมากค่ะว่าใช้เวลานานมาก (ประมาณ 3 ปี) และมีค่าใช้จ่ายสูงมาก แต่ทุกบริษัทก็ยินดีลงทุนเพราะมองเห็นศักยภาพในการทำตลาดในประเทศจีน นอกจากเรื่องกฎระเบียบแล้วสิ่งที่ท้าทายไม่น้อย คือ การหาแหล่งขายที่ได้คุณภาพ Mr.Subrata เน้นเลยคะว่าประเด็นสำคัญที่เราต้องพิจารณาในการหาแหล่งขายในจีนไม่ใช่เรื่องราคา แต่เป็นเรื่องคุณภาพและการส่งมอบตรงเวลา จากนั้นจึงจะมาพิจารณาเรื่องราคา การตั้งราคาขายยาในจีนถูกกำหนดด้วยรัฐบาล บริษัทสามารถตั้งกำไรได้เพียง 8% สำหรับยาสามัญทั่วไป ส่วนยาที่มีการวิจัยขึ้นมาใหม่ตั้งกำไรได้ 35%

ส่วนสุดท้ายของการบรรยายพูดถึง China as Sourcing Center เหตุผลที่มีการมองหาแหล่งขายในจีนคือต้นทุนที่ถูกลง พบว่าการซื้อจากประเทศจีนทำให้ต้นทุนถูกลง 15-25% เมื่อเทียบกับการซื้อจากประเทศในยุโรปหรืออเมริกา แรงงานฝีมือในจีนมีราคาถูกกว่าในอเมริกา 75% ส่วนค่าแรงคนงานที่ไม่ต้องใช้ฝีมือถูกกว่า 95% ต้นทุนเครื่องมือ เครื่องจักรต่างๆ ถูกกว่าอเมริกา 30-35% จึงทำให้ประเทศต่างๆ หันมาหาแหล่งขายในประเทศจีน อย่างเช่นผู้ค้าปลีกยักษ์ใหญ่ของอเมริกา Walmart มี buyers ในจีนถึง 300 เจ้า ในไตรมาสที่ 1 ปี 2003 Walmart มีกำไรขั้นต้น (gross profit) เพิ่มขึ้นถึง 20% สาเหตุจากการทำ global sourcing นี้เอง อย่างที่กล่าวไปในช่วงที่สองว่า ประเด็นหลักในการพิจารณาแหล่งขายในจีนคือเรื่องคุณภาพและการมีสินค้าให้เราอย่างสม่ำเสมอ ในเรื่องคุณภาพนั้นแม้เราจะเจอ Audit ผู้ขายแล้ว ก็อย่าไว้ใจใจให้มีการตรวจสอบอยู่บ่อยๆ Mr.Subrata แนะนำให้ใช้กลยุทธ์ในการพัฒนาผู้ขายเข้ามาช่วย โดยเฉพาะผู้ขายที่เป็นบริษัทชาวจีน ไม่ใช่บริษัทต่างชาติที่เข้าไปลงทุน ถ้าเราอยากได้ผู้ขายที่ดีในจีนไม่ได้อยู่ที่เราต้องรอได้ดีแค่ไหน แต่อยู่ที่เราพัฒนาผู้ขายได้ดีแค่ไหน ในทศวรรษที่ 80 เมื่อต้องการหาแหล่งขายในจีน ผู้ซื้อมักติดต่อเอเยนต์ในฮ่องกง แต่ปัจจุบันเปลี่ยนไปเป็นการติดต่อโดยตรงกับผู้ผลิตในจีน แต่ถ้าไม่สามารถหาหรือไม่สะดวกในการติดต่อผู้ผลิต แนะนำให้ติดต่อบริษัทเอเยนต์ในประเทศจีน ซึ่งมีค่าบริการ 3% ของยอดซื้อ ข้อดีของการใช้เอเยนต์คือบริษัทเอเยนต์เหล่านี้สามารถขอคืนภาษี VAT จากรัฐบาลได้ 15-17% ซึ่งนักจัดซื้อจะต้องรองขอส่วนนี้มาด้วย สุดท้ายที่ต้องเตรียมการป้องกันไว้ล่วงหน้า คือการละเมิดลิขสิทธิ์ ซึ่งเป็นข่าวที่เราได้เห็นได้ยินอยู่บ่อยๆ

ในวันที่สอง ช่วงเช้าดิฉันเลือกฟังเรื่อง Process Excellence Lean Manufacturing Practices at Johnson & Johnson บริษัท Johnson & Johnson ได้ใช้กลยุทธ์ Regional / Global Manufacturing โดยไม่ได้ตั้งโรงงานผลิตในทุกประเทศ แต่ว่าประเทศใดที่ผลิตแล้วมีประสิทธิภาพที่สุด ก็ใช้ฐานการผลิตในประเทศนั้นๆ และส่งไปขายยังประเทศอื่นๆ ด้วย Johnson & Johnson ไม่มีการผลิตในฟิลิปปินส์ ส่วนใหญ่ผลิตไปจากประเทศไทย คำว่า Lean แปลเป็นไทยตรงๆ ว่า "เนื้อๆ ไม่มีมัน" แนวคิดของ Lean Manufacturing คือการผลิตที่ลดการสูญเสีย (Waste) และส่งมอบคุณค่า (value) ได้รวดเร็วขึ้น โดยการลด Cycle time ในกระบวนการต่างๆ ในซัพพลายเชน เป็นการลดพัสดุงคลังขององค์กร มีบริษัทหนึ่งที่ดิฉันประทับใจมาก บริษัทนี้ส่งพนักงานมาเข้าสัมมนา 4 คน พอผู้บรรยายถามว่าในธุรกิจของคุณ มี inventory กี่วัน ทั้ง 4 คนจะตอบได้พร้อมเพรียงกัน ตัวเลขตรงกัน ทำให้เราเห็นว่าบริษัทนี้ได้กระจายเป้าหมายให้พนักงานรับรู้อย่างทั่วถึง ทำให้พนักงานเกิดความมุ่งมั่นที่จะบรรลุเป้าหมายของบริษัทร่วมกัน ผู้บรรยายได้กล่าวถึงประโยชน์ของ Lean ที่ได้รับการไหลเวียนของกระแสเงินสดดีขึ้น ต้นทุนการผลิตลดลง ผลตอบแทนการลงทุนสูงขึ้น และสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดได้รวดเร็วขึ้น



ผู้เขียน (ที่ 3 จากขวา) ถ่ายรูปร่วมกับ กรรมการบริหารของสมาคมจัดซื้อของฟิลิปปินส์ สุภาพสตรีที่ยืนติดกันเป็นนายกสมาคม ชื่อ Miss Miraluz C. Tan สุภาพบุรุษที่ยืนติดกันคือ Mr. Rainfredo P. Romero, C.P.M. เป็นประธานจัดงาน Supply Link 2004 ส่วนสุภาพสตรีที่ยืนริมสุดชื่อ Miss Imelda S. Carrillo เป็นอดีตนายกสมาคม

Mayor Jejomar C. Binyar เป็นประธานเปิดงาน Supply Link 2004



ผู้เขียนได้รับเชิญให้เป็น Instant Speaker แบบไม่รู้ตัวล่วงหน้า ในการสนทนาโต๊ะกลม เรื่อง "สมาคมให้อะไรกับสมาชิกบ้าง" นับเป็นโอกาสดีที่ได้แนะนำสมาคมของไทยเราออกสู่ที่ประชุมในวันนั้น

ช่วงสุดท้ายของการสัมมนาเดินทางฟังหัวข้อเรื่อง Entrepreneur Leadership ซึ่งอยู่ใน track ของ Professional Growth ลักษณะของผู้บรรยายก็มีความเป็น Entrepreneur เต็มตัวทีเดียวค่ะ กล่าวพูด กล่าวแสดงความคิดเห็น มีไอเดียใหม่ๆ ในการสร้างธุรกิจ สร้างสมาคมของตัวเอง และสามารถกระตุ้นผู้ฟังให้สนใจตลอดการสัมมนา ผู้บรรยายพูดถึงลักษณะเด่นของการเป็น Entrepreneur คือ กล้าเสี่ยง และสามารถ Motivate ตัวเองได้ เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในโลกตั้งแต่เหตุการณ์ 911 การเข้าถล่มอิรัก SARS ไข้หวัดนก ทำให้เกิดการเปลี่ยนแนวทางในการทำธุรกิจ แต่ขอให้เชื่อว่าในทุกวิกฤตมีโอกาสอยู่ โดยได้ยกคำว่า วิกฤตในภาษาจีน ซึ่งประกอบด้วยคำ 2 คำ ออกเสียงว่า เว่ย จี เมื่อแยกแปลแต่ละคำ คำว่า เว่ย แปลว่า อันตราย ส่วนคำว่า จี แปลว่า โอกาส เพียงแต่การมองเห็นโอกาส เราต้องมีแนวคิดใหม่ๆ นำความคิดนั้นมาพิจารณาและพัฒนาให้เป็นรูปเป็นร่าง ขอให้กล้าคิดเพราะว่าไม่มีความคิดไหนที่สมบูรณ์ 100% อยู่แล้ว ความคิดนั้นมามากมายแต่ความคิดดีๆ นั้นหายาก การเกิดความคิดโดยมากจะเป็น Systematic process มากกว่าแวบขึ้นมา ผู้บรรยายได้สรุปสุดท้ายว่าการที่เราจะเป็น Entrepreneur จะต้องรู้จักหาโอกาสในวิกฤตให้ได้

ในระหว่างอาหารกลางวันทั้ง 2 วันจะเป็น Plenary Sessions คือทานอาหารไปด้วย พร้อมกับมีรายการบรรยายวันละหัวข้อ มีการเชิญสปอนเซอร์รายใหญ่ๆ แนะนำสินค้าและจับฉลากของรางวัล ซึ่งเวลาอาหารกลางวันแต่ละวันจะนานมาก ตั้งแต่เที่ยงถึงบ่ายสามโมง ในวันที่สอง มีรายการสนทนาโต๊ะกลมเรื่อง สมาคมฯ ให้อะไรกับสมาชิกบ้าง ระหว่างที่ทานอาหารอยู่ผู้จัดได้มาเชิญดิฉันขึ้นไปร่วมสนทนาโต๊ะกลมด้วย รู้สึกอาหารที่ทานอยู่ อิ่มตื้อขึ้นมาทันทีเลยคะ แด้ให้พูดภาษาไทยแบบไม่เตรียมตัวต่อหน้าคนเป็นร้อยก็แยอยู่แล้วนี่ ต้องพูดเป็นภาษาอังกฤษอีก แต่เราเห็นคะว่าทาง PISM ให้เกียรติเรามาก และเป็นโอกาสที่ดีที่สมาชิกของเขาจะได้รู้จักสมาคมฯ ของเรา งานนี้จึงได้เป็น Instant Speaker คะ หลังจาก session นี้แล้ว พอกลับมาในงานสัมมนาไม่ว่าเดินผ่านใคร ทุกคนจะยิ้มให้ดิฉัน ดิฉันคิดว่าการไปร่วมงาน Supply Link ครั้งนี้ ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายคะ และเราจะรักษาสัมพันธ์ภาพอันดีนี้ต่อไปพร้อมกับที่เป็นสมาคมในด้านซัพพลายเชนคะ

PERLAGE

แก้กาฬลดส่วนที่เกิน

เพอร์ลาซ
นวัตกรรมเพื่อห้วอกผู้หญิงที่ไม่โอ้อา

ผลิตภัณฑ์โลชั่นลดไขมันที่ออกฤทธิ์เฉพาะที่ มีรูปแบบออก
ลดไขมัน Tea Extract และส่วนผสมที่สกัดจากโสมส่วนใต้
และส่วนผสมจากโสมใต้ โดยไม่ต้องเสียดายเนื้อ
ผิวสูงอัตราการเห็นผลเร็วขึ้นได้ด้วยความอ่อนโยน

ผลิตภัณฑ์โดย บริษัท ทรูเอส อิมเมจ (ไทยแลนด์) จำกัด
โทร. 0-2374-3956, 0-2735-0160 แฟกซ์ 0-2374-1090

PERLAGE
BODY CARE
TEA EXTRACT
FAT BURNER
HYPO-ALLERGENIC

PERLAGE
BODY CARE
TEA EXTRACT
FAT BURNER
HYPO-ALLERGENIC

*"คงไว้รักษารูปร่างอวบ
หน้าซึ้งได้ลดตึงผิวเพื่อเสีจ้ดๆ หนวดขนจึงจ้จกแหร
ลดริ้วรอยคั้นผิวหน้า คุ้มปรารถนารักษาผิวสวย"*

วิไลวิไล

ดูรายละเอียดเพิ่มเติมที่ www.perlage.com หรือโทร. 0-2374-3956

มีปัญหาเรื่องความรู้ในกระบวนการจัดซื้อ และซัพพลายเชน 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.org Website: www.pscmt.org



ศูนย์วัดความรู้ สำหรับนักบริหารการจัดซื้อและซัพพลายเชน

Certification Center for Purchasing & Supply Chain Management Professionals

โดย กิตติกร โชติสุทธิรัตน์ C.P.S.
ประธานฝ่ายกิจการต่างประเทศ

สวัสดิ์คีระ แม้ว่าเดือนเมษายนจะร้อนแสนร้อน แต่ชาวไทยก็ยังยิ้มแย้มแจ่มใสต้อนรับเทศกาลสงกรานต์ที่ผ่านมา ตาม Concept เย็นทั่วหล้ามหาสงกรานต์ หวังว่าทุกท่านคงได้มีโอกาสหยุดพักผ่อนในช่วงวันหยุดยาว ของสงกรานต์นี้คะ ไม่จำเป็นต้องไปไหนไกลๆ ขอแค่ได้มีเวลาหยุด แบบหยุดงานจริงๆ ได้อยู่ที่บ้านก็มีความสุขแล้วคะ

ช่วงสัปดาห์ก่อนวันหยุดสงกรานต์ สมาคมของเราก็ได้เริ่มงานใหม่อีกก้าวหนึ่งคะ คือการจัดอบรม Training the Trainers สำหรับโครงการการจ้ดเรียนจัดสอบรับวุฒิปบัตร CIPS จาก The Chartered Institute of Purchasing and Supply ของประเทศอังกฤษ ที่จะจัดให้มีขึ้นในประเทศไทยตามที่ได้เกริ่นไว้ในวิสัยทัศน์จัดซื้อฉบับเดือนมีนาคมที่ผ่านมา มีผู้สนใจและกระตือรือร้นถามไถ่มาด้วยความอยากรู้อยากเห็นเพื่อความรู้ความก้าวหน้าหรืออยากได้ประกาศนียบัตรจากอังกฤษหลายท่าน ที่นี้ก็ขอเชิญติดตามอ่านรายละเอียดได้เลยคะ มีเวลาให้ตัดสินใจไม่กัวันเองนะคะ เพราะเราจะเปิดรับสมัครในวันที่ 25 พฤษภาคม ถ้าพลาดเที่ยวนี้ก็ต่อรอไปปีหน้าโน้นละคะ

The Chartered Institute of Purchasing and Supply ก่อตั้งมา 70 ปีแล้ว และได้จัดการเรียนการสอนรับรองคุณวุฒิของนักบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายไปหลายประเทศทั่วโลก ปัจจุบันมีผู้ที่ได้รับวุฒิปบัตรนี้แล้วกว่า 17,000 คน ซึ่งในจำนวนดังกล่าวเป็นคนไทยเพียง 18 คน เพราะแต่เดิมการจะเรียนจะสอบเพื่อรับวุฒิปบัตร CIPS ต้องเดินทางไปเรียนไปสอบในต่างประเทศ มีค่าใช้จ่ายทั้งค่าเรียน ค่าสอบ ค่าเดินทาง ค่าที่พัก รวมๆ กันแล้วสูงมากฯ หลายแสนบาท ซึ่งเป็น Barrier ตัวหนึ่งในการถ่ายทอดเทคโนโลยีให้กับเราคนไทย อาจารย์เชี่ยวชาญ นายกสมาคมของเราจึงได้ติดต่อร่วมมือกับ CIPS เพื่อให้มีการจัดเรียนและจัดสอบรับประกาศนียบัตรขึ้นในประเทศไทย เราได้เริ่มติดต่อมาตั้งแต่ปลายปีที่แล้ว มีการประชุมหารือร่วมกับตัวแทนของ CIPS กันมาหลายรอบ จนในที่สุดโครงการนี้ก็ Kick off เมื่อวันที่ 2 เมษายน ที่ผ่านมา ซึ่งเป็นการจัด Training the Trainers 5 วันเพื่อเตรียมวิทยากรไว้อบรมในหลักสูตรนี้ โดยเราได้รับความร่วมมืออันดีจาก CIPS ในการส่ง Mr.Cedric Spiller ซึ่งเป็น Consult และ Chief Examiner for the CIPS professional level examinations มาเป็นวิทยากรให้กับ Trainers ของเราทั้ง 5 วัน

สำหรับ Trainers ที่สมาคมฯคัดเลือกในครั้งนี้ เราเห็นว่าทุกคนจะต้องเป็น Practitioners คือได้ทำงานจริงในสายงานจัดซื้อและซัพพลายเชน จับงานมากับมือจนมีความสามารถในระดับหนึ่ง และจะต้องมีเวลาที่จะ devote ได้พอสมควรเพื่อให้มั่นใจว่าจะถ่ายทอดความรู้ให้ผู้เรียนได้เต็มที่ เพราะการจัดการอบรมหนึ่งๆ ต้องใช้เวลาในการเตรียมงาน เตรียมสอน จนถึงการประชุมประเมินผลเพื่อปรับปรุง ซึ่งเวลาเบื้องหลังเหล่านี้มากกว่าเวลาของการอบรมหลายเท่าทีเดียว เรายังมี CIPS Trainers ทั้งหมด 19 คน สำหรับเป็นวิทยากรทั้ง 5 วิชาของหลักสูตร CIPS Certificate



บริษัท แมงเซ่ง พลาสติก จำกัด
บริษัท เอ็ม. เอส. อินเตอร์แพ็ค จำกัด

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



วิธีการ Training the Trainers ของ Mr.Cedric ที่เราเชิญมาจากอังกฤษ เป็นวิธีการที่น่าสนใจมาก จะเริ่มต้นด้วยคำถามใกล้ตัวที่โยงเข้าถึงเรื่องที่จะสอน ทำให้ผู้เรียนเข้าใจเรื่องราวต่างๆ ได้ลึกซึ้งขึ้นและในอีกมุมมองใหม่ อย่างในวันแรกที่อบรม Mr.Cedric ได้ตั้งคำถามเกี่ยวกับการเลี้ยงสุนัขของ trainer คนหนึ่ง ว่าเพราะอะไรจึงออกไปซื้ออาหารสุนัข สาเหตุคือเพราะอาหารสุนัขที่บ้านหมด (inventory) เมื่อหมดแล้วทำไมต้องออกไปซื้อ ก็เพราะว่าสุนัขมีความต้องการในการกิน (requirements) ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการซื้อ และเมื่อเราไปถึงร้าน เรามีวิธีการเลือกอาหารสุนัขอย่างไร (product specifications) ผู้เข้าอบรมก็จะช่วยกันตอบจากประสบการณ์ว่าเราใช้หลักการอย่างไรในการเลือก ไม่ว่าจะเลือกด้วยยี่ห้อ หรือเลือกซื้อจากผู้ผลิตที่เรารู้จักดี เมื่อเลือกสินค้าแล้วอะไรทำให้เรตัดสินใจว่าจะซื้อจำนวนเท่านี้ (quantity requirement) อาจเป็นเพราะขนาดบรรจุที่เป็นมาตรฐาน เพราะปริมาณที่เราต้องการในการซื้อครั้งหนึ่งๆ เพราะน้ำหนักที่เหมาะสมในการนำกลับบ้าน เพราะสถานที่เก็บ หรือเพราะอายุการเก็บ (shelf life) ฯ จนถึงเรานำกลับบ้าน เก็บสต็อกไว้ และนำไปเลี้ยงสุนัขเท่านี้ก็เป็นการสอนเรื่อง Purchasing Cycle ได้อย่างครบวงจรและเห็นภาพชัดเจนด้วย หลังจบการอบรม มี trainer ท่านหนึ่งบอกว่ารู้สึกชัดเจนมากเลยว่า ซัพพลายเชนไม่ใช่แค่เป็นเรื่องงาน แต่เป็นเรื่องในชีวิตประจำวันของเราจริงๆ

มีอีกคำถามหนึ่งที่น่าสนใจเกี่ยวกับ Lead time ท่านผู้อ่านลองคิดตามเล่นๆ นะคะว่ากระบวนการในเรื่องที่เล่ามาเริ่มตั้งแต่.....

1.สุนัขหิวอาหาร 2.ไม่มีอาหารสุนัขเหลืออยู่ในตู้ 3.ไปซื้ออาหารสุนัขที่ร้าน 4.บรรทุกหรือนำกลับบ้าน 5.อาหารสุนัขมาถึงบ้าน 6.นำอาหารสุนัขเก็บในตู้ 7.นำอาหารไปเลี้ยงสุนัข ทั้งเจ็ดขั้นตอนนี้ ขั้นตอนที่ไหนถึงขั้นตอนไหนที่เราเรียกว่า Lead time วิทยากรได้ให้พวกเราแสดงความคิดเห็นซึ่งก็มีความเห็นกันค่อนข้างหลากหลาย ซึ่งทุกคนก็มีเหตุผลสนับสนุนทั้งสิ้น Mr.Cedric ได้ให้ความเห็นว่าสำหรับตัวเขาแล้ว คำว่า Lead time หมายถึงช่วงที่ครอบคลุมตั้งแต่จุดเริ่มต้นของความต้องการ (Requirements) จนกระทั่งความต้องการนั้นได้รับการเติมเต็มอย่างสมบูรณ์ จำความหมายเป็นภาษาอังกฤษน่าจะง่ายกว่าคำว่า Start of Requirements till Fulfillment of Requirements จากคำถามข้างต้นคำตอบของ Mr.Cedric ก็คือช่วงที่ 1-7 ค่ะ

การอบรมทั้ง 5 วันจะว่ากันไปก็ละเอียดวิชา ซึ่งในระดับ Certificate นี้มีทั้งหมด 5 วิชา Mr.Cedric จะเน้นให้ว่าแต่ละวิชา Trainer ควรจะมีวิธีการในการสอนอย่างไรในแต่ละเรื่อง และเรื่องไหนเป็นเรื่องสำคัญที่ควรเน้นเป็นพิเศษ การทำสไลด์ควรเป็นอย่างไร มีรูปอะไรที่น่าจะทำขึ้นมาเพื่อใช้สื่อในการสอนให้เข้าถึงใน แต่ละเรื่อง นอกจากนี้ในการอบรม เราจะเน้นให้ผู้เข้าอบรมได้เขียนโน้ตของตัวเองให้มากที่สุดเพื่อให้ผู้เข้าอบรมมีความเข้าใจมากขึ้น และจะนำข้อสอบเก่าๆ มาฝึกทำให้เกิดความคุ้นเคย ดิฉันอยากจะเสริมว่าสำหรับสมาชิกที่สนใจในการเข้าอบรมหลักสูตรของ CIPS ควรมุ่งไปในการสอบรับวุฒิบัตรเพื่อรับรองคุณวุฒิของผู้เข้าอบรม เพราะ CIPS มีไว้ว่าจะได้ตั้งและเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางเฉพาะในภูมิภาคยุโรปเท่านั้น แต่ยังเป็นที่ยอมรับจากนานาประเทศทั่วโลกอีกด้วย บริษัทในแถบยุโรปที่ไปตั้งสาขาในภูมิภาคอื่นมักจะ Require ให้พนักงานจัดซื้อในประเทศสาขาของตนต้องสอบรับวุฒิบัตร CIPS เพื่อเป็นการรับรองคุณวุฒิของพนักงาน สมาชิกบางท่านอาจจะคิดว่าความรู้เป็นสิ่งที่ดีต่อยุ่กับตัว ไม่จำเป็นต้องมีวุฒิบัตรอะไรมาห้อยท้าย อันนี้ก็จริงจริงส่วนหนึ่งค่ะ แต่เมื่อท่านทำงาน และได้รับการรับรองจากสถาบันที่เรียกว่าระดับโลกแล้วด้วย ท่านก็จะได้รับการยอมรับมากขึ้นจากบริษัทของท่านเองจากเพื่อนร่วมงาน และจากซัพพลายเออร์ที่เข้ามาติดต่อท่าน และเป็นโอกาสของท่านเองในการสร้างความก้าวหน้าในด้านการงานและสังคม

หลักสูตร CIPS แบ่งออกเป็น 3 ระดับคือระดับ Certificate, Advanced Certificate และ Diploma ซึ่งในเบื้องต้นคือป็นี้ เราจะเปิดสอนและจัดสอบเฉพาะ ในระดับ Certificate ไปก่อน ซึ่งมีทั้งหมด 5 วิชาคือ

- Module 1 - Understanding Purchasing Principles มุ่งเน้นให้ผู้เข้าอบรมเข้าใจกฎและสำคัญและเป้าหมายในการบริหารงานจัดซื้อ โดยจะสอนเรื่องการระบุความต้องการ 5 R แต่ละ R มีความสำคัญอย่างไรและครอบคลุมถึงอะไร การทำ Product and Service Specification, Standards & Standardization, VA, VE, รูปแบบและการทำสัญญา จรรยาบรรณในงานจัดซื้อ
- Module 2 - Selecting the Right Supplier พูดถึงกระบวนการ Sourcing และเอกสารที่ต้องใช้ในแต่ละกระบวนการ วิธีการประเมิน ซัพพลายเออร์ก่อนการซื้อ แนะนำแหล่งข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการประเมิน และวิธีการ Sourcing
- Module 3 - Effective Negotiation in Purchasing and Supply เริ่มตั้งแต่การวางแผนในการเจรจาต่อรอง กลยุทธ์ในการเจรจาต่อรอง ขั้นตอนระหว่างการเจรจา และการติดตามผลหลังการเจรจา
- Module 4 - Managing Inventory วิชานี้จะสอนเรื่องต้นทุนจากการเก็บสต็อก วิธีการควบคุมสต็อก เทคนิคในการบริหารพัสดุคงคลัง และจบด้วยเรื่องของ Warehouse Management
- Module 5 - The Business Environment for Purchasing & Supply มุ่งเน้นให้ผู้เข้าอบรมเข้าใจถึงลักษณะและวัฒนธรรมขององค์กร แบบต่างๆ ซึ่งส่งผลต่อการจัดรูปแบบและการวางแผนเป้าหมายในการบริหารงานจัดซื้อ วิธีการทำ Corporate Strategy นโยบายขององค์กร และ Information Systems ที่จะมีบทบาทต่องานจัดซื้อ

www.ComSaving.com

สมัครสมาชิกฟรี! ใช้บริการฟรี! ตลอดชีพ



- ซื้อคอมพิวเตอร์
 - ซื้ออุปกรณ์สำนักงาน
- ขอใบเสนอราคาฟรี, โทรหรืออีเมล
สอบถามร้านค้าผู้ขายหรือสินค้า
ดูรายละเอียด/เปรียบเทียบสเปก, ราคา

บริษัท บิลซิเนล คอมเมอร์เชียล เน็ตเวิร์คส จำกัด
ในเครือบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
เลขที่ดาวเวอร์ 46 หมู่ 10 ถนน บางนา-ตราด, บางนา กรุงเทพฯ 10260
โทรศัพท์ : 0-2751-5555 ต่อ 6121, โทรสาร : 0-2751-5153
อีเมล : customer@comsaving.com



ฟรี!

ขอใบเสนอราคาออนไลน์*

*ไม่มีข้อผูกมัดว่าต้องซื้อสินค้า

www.ComSaving.com



ทางสมาคมฯ จะจัดการอบรมเดือนละเพียง 1 วิชา และอบรมให้วิชาละ 2 วันในโรงแรมในกรุงเทพฯ ตามตารางดังนี้ค่ะ

วันเสาร์ที่ 26 และ อาทิตย์ที่ 27 มิถุนายน	วิชาที่ 1
วันศุกร์ที่ 2 และเสาร์ที่ 3 กรกฎาคม	วิชาที่ 2
วันเสาร์ที่ 7 และอาทิตย์ที่ 8 สิงหาคม	วิชาที่ 3
วันศุกร์ที่ 3 และเสาร์ที่ 4 กันยายน	วิชาที่ 4
วันเสาร์ที่ 2 และอาทิตย์ที่ 3 ตุลาคม	วิชาที่ 5

ส่วนกำหนดสอบ ทาง CIPS ประเทศไทยจะจัดสอบพร้อมกันทุกประเทศในเดือนพฤศจิกายนและพฤษภาคมของทุกปี ค่าลงทะเบียนเรียนทั้ง 5 วิชา พร้อมหนังสือ อาหารกลางวันและคอฟฟี่เบรกสำหรับการอบรม 10 วัน เพียง 35,000 บาทเท่านั้น และ 50,000 บาทสำหรับผู้ที่ต้องการทั้งเรียนทั้งสอบ เพื่อรับวุฒิบัตร ค่าใช้จ่ายนี้เป็นราคาพิเศษสำหรับสมาชิกตลอดชีพของสมาคม ท่านที่สนใจสามารถโทรศัพท์หรืออีเมลเพื่อขอใบสมัครได้ที่สมาคมฯ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป เราจะปิดรับสมัครวันที่ 25 พฤษภาคม เพราะจะได้มีเวลาเพียงพอในการสั่งซื้อหนังสือจากประเทศอังกฤษ หากยังไม่พร้อมปีนี้ ก็รอปีหน้าได้ เพราะเราจะจัดปีละครั้งค่ะ

หากท่านยังไม่อยากก้าวไปถึงประกาศนียบัตรของอังกฤษ เราก็มีประกาศนียบัตรของไทย ซึ่งเราจัดกับมาตั้งแต่ปี 2537 ต่อเนื่องมาถึง 11 ปีแล้ว มีผู้ได้ประกาศนียบัตรไปพันกว่าคน นั่นก็คือประกาศนียบัตร C.P.K. (Certified Purchasing Knowledge) และ C.P.S. (Certified Purchasing Specialist) ซึ่งเป็นการสอบเป็นภาษาไทย จัดสอบทุก 3 เดือน วุฒิบัตร C.P.K. สอบเพียง 1 วิชา เรื่องการจัดซื้อ เหมาะสำหรับนักจัดซื้อและบุคคลทั่วไปที่ต้องการทดสอบความรู้ในด้านการจัดซื้อ ส่วน C.P.S. เหมาะสำหรับผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานมาแล้วระดับหนึ่ง ซึ่งต้องสอบ 3 วิชา คือเรื่องการจัดซื้อ เรื่องการบริหาร และเรื่องความรู้ทั่วไป ค่าสอบก็แสนจะถูกมากเพียงวิชาละ 500 บาทเท่านั้นเอง ถ้าสนใจก็เตรียมตัวได้แล้วค่ะ เพราะการสอบครั้งที่ 53 จะปิดรับสมัครไปกลางเดือนมิถุนายนนี้

นอกจากนี้เรายังได้จัดการเรียนการสอนรับวุฒิบัตร IPSCM (International Purchasing and Supply Chain Management) ตั้งแต่ปี 2544 ต่อเนื่องกันมา 4 ปี ซึ่งเป็นวุฒิบัตรของ ITC-UNCTAD/WTO ดำเนินเป็นภาษาอังกฤษ ข้อสอบก็เป็นภาษาอังกฤษ แต่สอนและตัวเป็นภาษาไทยเพื่อจะได้เข้าใจง่ายขึ้น มีทั้งหมด 12 วิชา ซึ่งมีเนื้อหารายละเอียดค่อนข้างมาก เราเปิดมาแล้ว 5 รุ่น มีคนเรียนเกือบสองร้อยคน ซึ่งที่ผ่านมามีทั้งผู้ที่สนใจทั้งเรียนทั้งสอบเพื่อจะเอาวุฒิบัตรจากกรุงเจนีวา ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ และไม่น้อยที่ต้องการเรียนเพื่อนำไปใช้อย่างเดียวโดยไม่สนใจจะสอบ ขณะนี้คนไทยได้รับประกาศนียบัตรไปแล้ว 18 คน ซึ่งสูงสุดในบรรดาประเทศทั้งหลายที่ร่วมอยู่ในโครงการนี้

หลักสูตรของ ITC-UNCTAD/WTO นี้ นอกจากจะเรียนวิชาพื้นฐานทั้ง 12 วิชาแล้วยังมีวิชาเสริมที่เรียกว่า Supplementary Modules อีก 4 วิชา ซึ่งในแต่ละวิชาจะมีเนื้อหาเฉพาะตัวไม่ต่อเนื่องกันเหมือนวิชาพื้นฐาน และแต่ละวิชากำลังเป็นเรื่องที่ฮิตติดตัววงการของธุรกิจทั้งนั้น ทางสมาคมฯ เห็นว่าน่าจะเป็นโอกาสให้ผู้สนใจทั่วไปได้เข้าเรียน Supplementary Modules ร่วมกันกับผู้เรียนปกติที่ผ่าน 12 วิชามาแล้ว เพราะหาเรียนจากที่อื่นยากมากๆ ท่านที่สนใจขอให้รีบติดต่อสมัครโดยด่วนในวิชาที่ตนเองสนใจ เพราะแต่ละเรื่องเป็นเรื่องที่ค่อนข้างใหม่และกำลังฮิตสุดร้อน ในวงการบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชน กำหนดการอบรมและจำนวนหน้าหนังสือที่ใช้อบรมมีดังนี้ค่ะ

วันเสาร์ที่ 5 และ อาทิตย์ที่ 6 มิถุนายน	เรื่อง Group Purchasing (134 หน้า)
วันศุกร์ที่ 2 และเสาร์ที่ 3 กรกฎาคม	เรื่อง E-Procurement (146 หน้า)
วันเสาร์ที่ 7 และอาทิตย์ที่ 8 สิงหาคม	เรื่อง Customer Relationship Management (113 หน้า)
วันศุกร์ที่ 3 และเสาร์ที่ 4 กันยายน	เรื่อง Environmental Procurement (110 หน้า)

ค่าลงทะเบียนเรียนพร้อมหนังสือวิชาละ 3 เล่ม อาหารกลางวันและคอฟฟี่เบรกวิชาละ 2 วัน เพียง 5,000 บาทเท่านั้น สำหรับสมาชิกตลอดชีพ 5,500 บาท สำหรับสมาชิกรายปี และ 6,000 บาทสำหรับผู้สนใจทั่วไป ผู้ลงทะเบียนเรียนสามารถสมัครสอบเพื่อรับวุฒิบัตรสำหรับวิชานั้นๆ ได้โดยมีค่าธรรมเนียมวิชาละ 1,500 บาท กำหนดการสอบในเดือนมีนาคมและกันยายนของทุกปี ท่านที่สนใจสามารถสมัครเรียนได้ที่สมาคมฯ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป ปิดรับสมัครวันที่ 20 พฤษภาคม สำหรับวิชาแรก และท่านสามารถเลือกเรียนเพียงบางวิชาก็ได้ หากไม่อยากจะเรียนทั้งหมดทั้ง 4 วิชา ถ้าท่านยังไม่พร้อมจะเรียนในงวดนี้ก็ไม่เป็นไร รอปีหน้าก็ได้เพราะเราจะเปิดเรียนปีละครั้ง

ขณะนี้ สมาคมฯ ได้สรรหาทางเลือกไว้ให้สมาชิกมากมายในการเพิ่มพูนความรู้และเลือกสอบวุฒิบัตรต่างๆ ที่ตรงกับความต้องการได้หลายรูปแบบ ซึ่งสรุปได้ดังนี้

ITC certificate จาก UNCTAD/WTO	จะปิดรับสมัคร 20 พฤษภาคม
UK certificate จากประเทศอังกฤษ	จะปิดรับสมัคร 25 พฤษภาคม
Local certificate ได้แก่ประกาศนียบัตร C.P.S. และ C.P.K.	จะปิดรับสมัคร 18 มิถุนายน

ขอปิดท้ายด้วยข่าวดีสำหรับผู้สนใจจะไปร่วมโครงการ 10th IFPMM Summer School on Advanced Purchasing Research ที่เมือง Salzburg ประเทศ Austria ในช่วงระหว่าง 31 กรกฎาคม ถึง 5 สิงหาคม สมาคมฯ เคยคัดเลือกและส่งตัวแทนไปร่วมงานแล้ว 4 คน หากท่านสนใจจะเป็นคนที่ 5 ก็ขอให้เปิดเว็บไซต์ของ สมาคมฯ เข้าไปอ่านรายละเอียดและสมัครเข้ามาภายในวันที่ 25 พฤษภาคมนี้ เป็นอย่างช้า

ด้วยความร่วมมือ ร่วมแรงของพวกเราทุกคนในการทำสิ่งอันมีคุณค่าอันยิ่งใหญ่ต่อวิชาชีพการบริหารการจัดซื้อและซัพพลายเชนนี้ จะส่งผลต่อประเทศชาติในการ เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและพัฒนาประเทศของเราในที่สุด ซึ่งเป็นเจตนารมณ์หนึ่งของสมาคมฯ ของเราค่ะ....

T-0040-0933-0



คนที่สองจากขวาคือ Mr. Cedric Spiller จากประเทศอังกฤษ
ผู้มาเป็นวิทยากรในการอบรม Training the trainers for CIPS certificate

มีปัญหาเรื่องความรู้ในกระบวนการจัดซื้อ และซัพพลายเชน 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.org Website:www.pscmt.org



บริการฟอกอากาศเสีย
ในอาคารสำนักงานของท่าน

ด้วยประสบการณ์ กว่า 25 ปี

MICRO AIR
AIR CLEANERS

เท่านั้นที่เสนอให้ท่านได้

โทร. : 0-2249-9466-7

วิสัยทัศน์

จัดซื้อและซัพพลายเชน Purchasing & Supply Chain Vision

ฉบับที่ 94 ประจำเดือนมิถุนายน 2547 / สำหรับผู้สนใจทั่วไปและสมาชิกสมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย

จัดซื้ออย่างมีคุณค่า

Value-Added Purchasing



โดย เชี่ยวชาญ รัตนามัทธนะ C.P.A., A.P.P.

นายกสมาคม

แผนกจัดซื้อในอดีต มักถูกมองว่าไม่มีความสำคัญอะไรนักหนา ช้างบางที่อาจถูกมองว่าเป็นผู้ร้ายด้วยซ้ำไป บทบาทในระดับบริหารก็ไม่ค่อยจะมี ดูจะทำงานในเชิงธุรการเสียมากกว่า ถูกมองว่าเป็นแผนกที่แก่ระเอียด มากเรื่องมากขั้นตอน เต็มไปด้วยพิธีการที่ดูเหมือนว่าทำไปเพื่อความรอบคอบ แต่แท้ที่จริงคือขอขวดประจำบริษัท คนซื้อก็ใช้ว่าจะเก่งกาจ ดูแล้วไม่เห็นจะประสีประสาหรือมีประสิทธิภาพอะไรเลย กระบวนการจัดซื้อที่เพียงแต่รอคำขอของแผนกอื่น แล้วก็ดำเนินการให้ดูยุ่งยากเสมือนหนึ่งมีคุณค่าเสียเต็มประดา จากนั้นก็อ้างระเบียบและขั้นตอนอันสลับซับซ้อน ใช้เวลามากมายไปกับระบบงานอันเทอะทะและขาดการยืดหยุ่น

แต่วิธีการทำงานจัดซื้อในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปจากยุคที่ว่านั้นมากมาย ตอนนี้มีภาระเน้นที่ความคล่องตัว มีการประสานงานกันใกล้ชิดแบบข้ามแผนกข้ามสายงานที่เรียกกันว่า Cross functional coordination ฝ่ายจัดซื้อจะเข้าไปร่วมคิดร่วมสร้างสรรค์กับทีมพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือทีมบริหารของบริษัทอย่างใกล้ชิดตั้งแต่แรกเริ่ม แบบที่เรียกกันว่า EPI - Early Purchasing Involvement มิใช่ไปทราบเอาเมื่อเขาดำเนินการมาถึงขั้นท้าย ๆ แล้วที่นี้ก็จะกลายเป็นนิยายน้ำเน่าเรื่องเดิม นั่นคือใบขอให้ซื้อ (PR) ที่มีแต่คำว่าด่วนมาก ด่วนที่สุด และ Super Urgent!!!

ทุกวันนี้การคบค้ากับซัพพลายเออร์ก็เป็นในเชิงสร้างสรรค์แบบพันธมิตรธุรกิจมากขึ้น การบีราคาหรือยุให้ซัพพลายเออร์ทำหั้นราคาตัวเอง โดยที่ยังคาดหวังจะให้เขารักภักดีต่อเรา แงมฝ่ายเรายังเตรียมหัทหลังเขาอยู่ตลอดเวลาโดยการหาซัพพลายเออร์สำรองเอาไว้อีกด้วย พฤติกรรมที่ไม่จริงใจเช่นนี้ก็เปลี่ยนไป และน่าจะไม่สามารถนำมาใช้ในโลกของธุรกิจยุคปัจจุบันที่กำลังเท่กับคำว่าซัพพลายเชนกันอย่างแพร่หลาย

ปัจจุบันเราไม่มองว่าซัพพลายเออร์เป็นเพียงคนขายของให้เรา แต่เรามองว่าเขาเป็นคู่ค้า เขาเป็นพันธมิตรธุรกิจ เขาเป็นซัพพลายเออร์ที่ร่วมอยู่ในซัพพลายเชนเดียวกับเรา เขาเป็นทรัพยากรที่ทรงคุณค่าของเรา เขาเป็นแหล่งข้อมูลอันสำคัญ เขาเป็นแหล่งเทคโนโลยีที่ทันสมัย อีกทั้งยังเป็นคู่คิดของเราในการทำ Cost saving ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เราจึงมีเพียงที่จะทำ EPI เท่านั้น แต่เราก้าวไปถึงการทำ ESI - Early Supplier Involvement โดยการขอให้ซัพพลายเออร์เข้ามามีส่วนร่วมและผสมโรงช่วยกันคิดตั้งแต่แรกเริ่ม



บริษัท เม็งเซ็ง พลาสติก จำกัด
บริษัท เอ็ม. เอส. อินเตอร์แพ็ค จำกัด

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



บริษัทโกดักเปิดเผยว่าการทำ EPI ช่วยให้บริษัทประหยัดทั้งเวลาและเงิน ได้มหาศาล บริษัทเครื่องบินโบอิงเปิดเผยว่าในการพัฒนาเครื่องบินรุ่น 777 ได้ใช้ระบบ ESI และดีใจมาก เนื่องจากทุนเวลาและประหยัดเงินได้อีก บริษัทรถยนต์ไครสเลอร์ ก็ทำทั้ง EPI และ ESI อย่างต่อเนื่อง และแน่นอนว่าส่งผลให้ประหยัดทั้งเวลาและเงินอย่างน่าทึ่ง

การทำ ESI หรือการขอให้ซัพพลายเออร์เข้ามาร่วมผลมโรงกับเราตั้งแต่แรกเริ่มนั้น มีจำกัดเฉพาะการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เท่านั้น เราอาจขอให้เขาเข้ามามีส่วนร่วมในการทำทั้ง VE (Value Engineering) และ VA (Value Analysis) ด้วย และน่าจะเป็นวิธีการที่ดีกว่าไปเสียเฉยๆ ให้ซัพพลายเออร์เขาลดราคาลงเท่านั้นเท่านั้นเปอร์เซ็นต์ ซึ่งดูไปแล้วก็เลื่อนลอยไม่ค่อยจะมีเหตุมีผลนักในการที่บังคับเชิงหักคอกกับเขาเช่นนั้น

แต่ที่จริงแล้ว นักจัดซื้อต้องสามารถวิเคราะห์ราคาและต้นทุนได้ เป็นต้นว่า ทุกครั้งที่ซัพพลายเออร์ขอขึ้นราคา นักจัดซื้อน่าจะมี Cost Breakdown จากซัพพลายเออร์เพื่อเปรียบเทียบกับ Cost estimation ที่ฝ่ายจัดซื้อทำขึ้นเอง การไม่ยอมให้ขึ้นราคาโดยไม่ฟังเหตุผล การลดราคาแบบหักคอก หรือการทำให้ซัพพลายเออร์ผอมโซอดอยาก ย่อมสร้างรอยร้าวในสัมพันธ์ภาพกับซัพพลายเออร์ และอย่าหวังเลยว่าจะได้รับความจงรักภักดีและความร่วมมือใดๆ แต่การที่นักจัดซื้อทำ Price-cost analysis ไม่เป็น ทำใจดีปล่อยให้ซัพพลายเออร์เรียกร้องได้ตามอำเภอใจ หรือเจรจาต่อรองไม่เป็น หรือพูดจาอย่างขาดน้ำหนักและเหตุผล ทำให้บริษัทซื้อของแพง เกิด Competitive Disadvantage โครงสร้างต้นทุนของบริษัทเสียเปรียบคู่แข่ง ก็ส่งผลร้ายต่อบริษัทอย่างยิ่งยวด นักทาสากลกว่ากรณีแรกด้วยซ้ำไป

การเปลี่ยนซัพพลายเออร์บ่อย ก็มีใช้เป็นเรื่องที่ตลก นักจัดซื้อต้องรู้ว่า Switching cost ก็เป็นค่าใช้จ่าย หรือต้นทุนที่มองข้ามไม่ได้เป็นอันขาด ทุกครั้งที่เปลี่ยนซัพพลายเออร์ ทุกครั้งที่เปลี่ยน Spec. ทุกครั้งที่เปลี่ยน Source เราจะมีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นอีกมากมายหลายประการตามมา อย่าเปลี่ยนซัพพลายเออร์เพียงเพราะเหตุผลว่าเจ้าอื่นเขาลดราคาให้มากกว่า แต่เราต้องมองภาพรวมที่เรียกว่า TCO - Total Cost of Ownership ก่อนจะตัดสินใจ จุดเน้นในการจัดซื้อมีข้ออยู่ที่ Price แต่อยู่ที่ Cost และตอนนี้ก็มีได้หยุดอยู่ที่ Cost แต่กระเด็นต่อไปที่ Value หรือคุณค่า ว่าเจ้าไหนดีกว่ากัน

ด้วยเหตุนี้ การจะเลือกคบกับซัพพลายเออร์สักรายจึงต้องพิถีพิถัน เว้นเสียแต่ว่าเป็นการซื้อในจำพวก Spot purchase ก็ว่าไปอย่างซึ่งไม่จำเป็นต้องพิถีพิถันอะไรกันหา ดีหัวเข้าบ้านบ้างก็ได้ ซื้อขายกันแบบตัวใครตัวมันอยู่แล้ว

ไม่พอใจก็เปลี่ยนเจ้าใหม่ ไม่มีผลกระทบอะไรทั้งสิ้น แต่ปกติทั่วไปนั้นการทำ Supplier performance evaluation เป็นเรื่องหลีกเลี่ยงไม่ได้และถือเป็นความจำเป็นอย่างยิ่ง เริ่มตั้งแต่การคัดเลือกเพื่อจะพิจารณาว่าควรให้เข้ามาอยู่ในกลุ่มของ Qualified supplier list หรือไม่ และยังคงมีการประเมินผลงานอย่างต่อเนื่องเมื่อการติดต่อซื้อขายเกิดขึ้นแล้ว

การมีซัพพลายเออร์มากหน้าหลายตาจนเกินเหตุ นอกจากจะไม่ได้ประโยชน์อะไรแล้ว กลับเป็นการเสียประโยชน์ด้วยซ้ำไป มันดูไร้สาระและสิ้นเปลืองเวลาเกินเหตุในการที่จะกระจายใบสั่งซื้อของเราไปให้หลาย ๆ เจ้า โดยที่หวังว่าเราจะมีหลายทางเลือก แต่เอาเข้าจริงเราเองก็ไม่มีเวลาพอที่จะไปดูแล หรือพิถีพิถันกับซัพพลายเออร์ได้ทุกเจ้า การกระจายออร์เดอร์ดังว่านั้นทำให้แต่ละซัพพลายเออร์มองเราเป็นลูกค้าเล็ก และหมดความสนใจ ไม่มีแรงจูงใจที่จะร่วมพัฒนาไปกับเรา บริษัทซีอีเอเคยใช้ซัพพลายเออร์ถึง 3,000 เจ้า ในที่สุดเขาก็ลดลงเหลือ 300 เจ้าเท่านั้นเอง บริษัทรถยนต์ไครสเลอร์เคยมีซัพพลายเออร์ 2,500 เจ้า เขาก็ลดลงเหลือเพียง 1,000 เจ้า นี่คือแนวคิดที่เรียกว่า Supplier base reduction

แต่การลดจำนวนซัพพลายเออร์ลงอย่างไม่ประสีประสา การตัดแหล่งสำรองที่เราคิดไว้อย่างรู้เท่าไม่ถึงการณ์ทั้งที่เราต้องการมีไว้เพื่อลดความเสี่ยงก็หมายถึงเรากำลังก้าวสู่ความ "ผูกขาด" อย่างขาดสติ การบริหารจัดการเรื่องแหล่งขายและการคัดเลือกซัพพลายเออร์จึงกลายเป็นเรื่องสำคัญมาก ต้องอาศัยการวิเคราะห์อย่างละเอียดทั้งในเรื่องของ Supply positioning model และ Supplier perception model รวมไปถึงการวิเคราะห์ประเภทของสินค้าและวัตถุดิบที่เกี่ยวข้องว่าจัดอยู่ในกลุ่มความเสี่ยงประเภทใด

ในยุคของการจัดซื้อยุคใหม่แบบ Value-added purchasing นั้น ถ้าวันทั้งวันมัวไปมวงโขงอยู่กับเอกสารกองโต เราก็กำลังเดินผิดทาง การพิจารณางานในแผนกอะไรคือ Value added และอะไรเป็น Non value added ก็ช่วยให้เราตัดสินใจได้ สิ่งใดที่เป็น Non value added นั้น มันไม่เพียงแต่ไม่มีคุณค่าเพิ่ม แต่มันมีค่าใช้จ่ายเพิ่ม (Cost added) ด้วยเสมอ แต่การประหยัดหรือลดค่าใช้จ่ายทุกอย่างที่ขวางหน้าอย่างไม่มีลิมิตลิตมา ทำไปทำไมก็เหมือนซื้อช้างเพื่อจะไปจับต๊กแตน สิ่งที่ได้มาไม่คุ้มกับสิ่งที่ลงทุนไป ทุกคนอาจถูกบังคับให้ใช้เวลาพิถีพิถันในเรื่องจุกจิกและไร้สาระ การสั่งให้เปรียบเทียบราคาซัพพลายเออร์ต้องนำมาซึ่งน้ำหนักดูใหม่ว่ายังควรจะทำอยู่หรือไม่ ผลตอบแทนสมเหตุสมผลใหม่ ใช้ e-Auction เสียเลยจะได้ใหม่ งานจัดซื้อของบางประเภทที่ไม่มีคุณค่าเพิ่มจะหาทางออกอย่างไร งานทุกอย่างที่ผ่านฝ่ายจัดซื้อน่าจะ

www.ComSaving.com

สมัครสมาชิกฟรี! ใช้บริการฟรี! ตลอดชีพ

ชวนคุณลุ้นรางวัลทุกเดือนกับกิจกรรมขอใบเสนอราคา*
ออนไลน์ที่ www.ComSaving.com

ยิ่งขอมาก มีสิทธิ์ลุ้นมากกว่า

โฉมใหม่
ไหลไว!

- * ตั้งแต่ 1 มิ.ย. - 31 ส.ค. 2547 รับสิทธิ์ลุ้นรางวัล...
ที่פק Avantika ภูเก็ต แพคเกจสุดหรู, Apacer Handy Steno 2.0 128 เมก.ไบต์, E-GO Internet 15 ชม., บัตรชมภาพยนตร์
- * ไม่มียกข้อยกเว้นว่าต้องซื้อสินค้า, ไม่จำกัดจำนวนการขอใบเสนอราคา

บริษัท บิสซิเนส คอมเมอร์เชียล เน็ตเวิร์ค จำกัด
โบรคเกอร์เน็ต เนชั่น นิตติธัม ทรัพย์ จำกัด (มหาชน)
เลขที่ดาวเรือง 46 หมู่ 10 ถนน บางนา-ตราด, บางนา กรุงเทพฯ 10260
โทรศัพท์ : 0-2751-5555 ต่อ 6121, โทรสาร : 0-2751-5153
อีเมล : customer@comsaving.com



ต้องให้เห็นประโยชน์ชัด ๆ จะ ๆ ไปเลยว่า มีคุณค่าเพิ่มสมราคาสมเงินเดือน
ดูธนาคารทั้งหลายเป็นตัวอย่าง งานเบิกเงินจับจ่ายจุกจิกที่ไม่เกิน
ห้าหมื่นบาท เขาโยนให้ลูกค้าไปกด ATM เอาเอง ลูกค้าก็ชอบใจด้วย เพราะ
เบิกที่ไหนก็ได้ เบิกเมื่อไรก็ได้ ธนาคารก็ชอบใจเหมือนกัน เพราะจะได้ไล่
พนักงานออกเสียบ้าง หรือไม่ก็ย้ายพนักงานไปทำงานอย่างอื่นที่มีคุณค่า
มากกว่าการให้บริการลูกค้าเบิกเงินนิดๆ หน่อยๆ น่ารำคาญ พนักงาน
ธนาคารในยุคก่อนฟองสบู่แตก จะทำงานอย่างมีขีดจำกัด ไม่หลากหลายและ
ไม่มีอำนาจมากเท่าในปัจจุบัน ตอนนี้เคาน์เตอร์ประเภทที่ระบุกันว่าของนี้
สำหรับลูกค้าบัญชีออมทรัพย์ ช่องโหว่สำหรับลูกค้าบัญชีฝากประจำ
ไม่ปรากฏให้เห็นแล้ว พนักงานทุกคนที่นั่งอยู่หน้าเคาน์เตอร์ทำงานทุกอย่าง
ได้หมด โดยไม่จำกัดประเภทเหมือนสมัยก่อน นอกจากนั้นแต่ละคนก็ได้รับ
Authority level สูงขึ้น ไม่ต้องส่งต่อโต๊ะหลังเพื่อขอลายเซ็นอนุมัติบ่อย ๆ

เมื่อพูดถึงงานจัดซื้อ ทุกองค์กรตระหนักดีอยู่แล้วว่า เงินรายได้ที่เรา
มาจากลูกค้านั้น เราจะต้องใช้จ่ายออกไปเพื่อซื้อวัตถุดิบและสินค้า เงินที่จ่าย
ออกไปนั้นสูงกว่ารายจ่ายใดๆ ทั้งสิ้นของบริษัท และใช้จ่ายโดยคนกลุ่มหนึ่ง
ที่บริษัทอนุญาตให้ทำการจัดซื้อ นาคิดอย่างยิ่งว่าคนกลุ่มนี้รู้เรื่องเทคนิค
การจัดซื้อมาจากไหนกันหนอ จึงมาทำหน้าที่จัดซื้อ และใช้จ่ายเงินก่อนอนุมัติ
ของบริษัทอย่างหน้าตาเฉย

ทุกองค์กรทราบกันอยู่แล้วว่า หากยอดขายเพิ่มขึ้น 100 บาท เมื่อหัก
ต้นทุนอะไรต่อมิอะไรออกไปแล้ว ถ้าไรก็เหลือราว 10 บาท แต่ถ้าฝ่ายจัดซื้อ
สามารถลดต้นทุนวัตถุดิบที่ซื้อเข้ามาได้ 10 บาท บริษัทก็กำไรทั้ง 10 บาท
ไปเลย แต่การจะลดต้นทุนลดราคาตัวนั้น นักจัดซื้อจะใช้เทคนิคการหักคอ
ขมขู ขอร้อง อ้อนวอน ลักไก่ ได้เพียงครั้งคราว ไม่สามารถใช้ซ้ำซากได้
วิธีที่ยั่งยืนกว่าก็น่าจะเป็นการเสริมความรู้ให้แก่ผู้ปฏิบัติงาน

อย่าเสียเงินเสียเวลาไปกับการลองผิดลองถูก (Trial and error) มันไม่ใช่
เรื่องง่ายเลย เลยที่จะรอให้ประสบการณ์มาคอยสอน งานทุกประเภทจำเป็นต้องมี
การพัฒนา โลกหมุนไป กาลเวลาผ่านไป เทคโนโลยีเกิดใหม่ คู่แข่งเต็มบ้าน
เต็มเมือง การมองหาวิชาที่เหมาะสมเพื่อจะเรียนรู้และนำมาใช้งานอย่าง
มืออาชีพ จึงเป็นการป้องกันอันตรายและความเสียหายที่ดีที่สุด โดยเฉพาะ
อย่างยิ่งแผนกจัดซื้อซึ่งเป็นแผนกที่ใช้เงินสูงสุดของบริษัท และต่อไปนี่คือ
ที่พึ่งพิงในด้านความรู้ซึ่งเชิญท่านพิจารณาเอาเองตามความพอใจ

สมาคมบริหารงานจัดซื้อแห่งชาติของสหรัฐอเมริกา NAPM - National
Association of Purchasing Management เป็นสมาคมที่เป็นศูนย์กลาง
ความรู้ในงานจัดซื้ออันยิ่งใหญ่ ทรงพลังอย่างยิ่งของสหรัฐอเมริกา เขาตั้งมา
88 ปีแล้ว ตอนนี้เปลี่ยนชื่อใหม่เป็น ISM - Institute for Supply

Management เขามีการจัดสอนและจัดสอบเพื่อวัดความรู้ เขามีประกาศนียบัตร
C.P.M.- Certified Purchasing Manager และ A.P.P.- Accredited
Purchasing Practitioner ทั่วโลกมีคนได้ประกาศนียบัตรนี้ไม่ถึง 40,000 คน
ในจำนวนนี้เป็นคนไทย 4 คนเท่านั้นเอง และผมเป็นคนไทยคนแรกที่ได้
ประกาศนียบัตรนี้ สมาคมของเราเคยลงนามร่วมเป็นพันธมิตรในการจัดสอน
และจัดสอบเมื่อประมาณสิบปีที่แล้ว แต่ได้หยุดไประยะหนึ่ง ตอนนี้อาจได้
ต่อสัญญาเรียบร้อยแล้ว ถ้าท่านสนใจจะเรียนและจะสอบ โปรดติดต่อ
จรรยา พลาลัยหน้าโนนทะเลครับ สมาคมเราจึงจะพร้อมดำเนินการ
ขอย้ายปลายปีหน้าทะเลครับ ไม่ใช่ปีนี้

แหล่งที่สองคือสมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย
(Purchasing & Supply Chain Management Association of Thailand
- PSCMT) ซึ่งก่อตั้งเมื่อปี 2531 ตอนนี้มีอายุ 17 ปีเข้าไปแล้ว สมาคม
ของเราที่มีการจัดสอนและจัดสอบเพื่อวัดความรู้ในวิชาจัดซื้อ เรามี
ประกาศนียบัตร 2 ระดับคือ C.P.S.- Certified Purchasing Specialist
และ A.P.P.- Accredited Purchasing Practitioner ตอนนี้มีผู้ได้รับ
ประกาศนียบัตรไปแล้วพันกว่าคน เรามีการจัดสอนและจัดสอบทุกไตรมาส

แหล่งที่สามคือ International Trade Center หรือ ITC-UNCTAD/WTO
ซึ่งเขาจัดโครงการ MLS - Modular Learning System ในวิชา IPSCM -
International Purchasing & Supply Chain Management มีสมาชิก
เข้าร่วมโครงการนี้ถึง 34 ประเทศ ในจำนวนนี้มีเพียง 17 ประเทศที่จัด
เรียนและจัดสอบ ซึ่งประเทศไทยเราก็เป็นหนึ่งใน 17 ประเทศที่ปฏิบัติการ
เต็มรูปแบบ และถือเป็นประเทศแรกที่ได้มาตรฐานและประสบความสำเร็จ
สูงสุด เราเปิดเรียนไปแล้ว 5 รุ่น มีคนเรียนเกือบสองร้อยคน ขณะนี้มีคนไทย
ได้รับประกาศนียบัตรไปแล้ว 18 คน รุ่นต่อไปคือรุ่นที่ 6 จะเปิดเรียน
กลางปีหน้า

แหล่งสุดท้ายและมาล่าสุดสุดๆ ร้อนๆ คือสมาคมจัดซื้อและซัพพลาย
แห่งอังกฤษในพระบรมราชูปถัมภ์ CIPS - Chartered Institute of
Purchasing & Supply ซึ่งเป็นอีกสมาคมหนึ่งที่น่าสนใจมาก สมาคมนี้อายุ
ประมาณ 70 ปี เขาก็มีหลักสูตรการเรียนการสอนและจัดสอบเพื่อรับ
ประกาศนียบัตรเช่นกัน และสมาคมแห่งนี้แหล่งที่เป็นผู้พัฒนาหลักสูตรและ
เนื้อหา รวมทั้งเขียนตำราให้แก่หลักสูตรของ ITC ที่กล่าวมาแล้ว ตอนนี้
สมาคมจัดซื้อของไทยของเราได้รับอนุมัติจาก CIPS ให้เป็นผู้จัดการเรียน
และการสอบในประเทศไทยได้แล้ว ปัจจุบันมีผู้สอบได้รับประกาศนียบัตรของ
CIPS ประมาณ 17,000 คนทั่วโลก และเป็นคนไทยเพียง 18 คนเท่านั้น
หลักสูตร CIPS Certificate นี้ มี 5 วิชาได้แก่

มีปัญหาเรื่องความรู้ในกระบวนการจัดซื้อ และซัพพลายเชน 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.org Website:www.pscmt.org

Module 1 - Understanding Purchasing Principles

มุ่งเน้นในผู้เข้าอบรมเข้าใจกฎเกณฑ์สำคัญและเป้าหมายในการบริหารงานจัดซื้อ โดยจะสอนเรื่องการระบุความต้องการ 5 R แต่ละ R มีความสำคัญอย่างไรและครอบคลุมถึงอะไร การทำ Product and Service Specification, Standards & Standardization, VA, VE, รูปแบบและการทำสัญญา จรรยาบรรณในงานจัดซื้อ

Module 2 - Selecting the Right Supplier

พูดถึงกระบวนการ Sourcing และเอกสารที่ต้องใช้ในแต่ละกระบวนการ วิธีการประเมินซัพพลายเออร์ก่อนการซื้อ แนะนำแหล่งข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการประเมิน และวิธีการ Sourcing

Module 3 - Effective Negotiation in Purchasing and Supply

เริ่มตั้งแต่การวางแผนในการเจรจาต่อรอง กลยุทธ์ในการเจรจาต่อรอง ขั้นตอนระหว่างการเจรจา และการติดตามผลหลังการเจรจา

Module 4 - Managing Inventory

วิชานี้จะสอนเรื่องต้นทุนจากการเก็บสต็อก วิธีการควบคุมสต็อก เทคนิคในการบริหารพัสดุคงคลัง และจับด้วยเรื่องของ Warehouse Management

Module 5 - The Business Environment for Purchasing & Supply

มุ่งเน้นในผู้เข้าอบรมเข้าใจถึงลักษณะและวัฒนธรรมขององค์กรแบบต่างๆ ซึ่งส่งผลต่อการจัดรูปแบบและการวางเป้าหมายในการบริหารงานจัดซื้อ วิธีการทำ Corporate Strategy นโยบายขององค์กร และ Information Systems ที่จะมีบทบาทต่องานจัดซื้อ

มีหลายท่านทำเรื่องขออนุมัติสมัครเข้าเรียนในโครงการ CIPS Certificate ของประเทศอังกฤษไม่ทัน สมาคมขอเรียนให้ทราบว่าได้เลื่อนกำหนดปิดรับสมัครไปจนถึง 15 กรกฎาคม และจะเริ่มเรียนวิชาแรกในวันเสาร์ที่ 7 สิงหาคม 2547 ตามกำหนดการต่อไปนี้

อบรมวิชาที่ 1 วันเสาร์ที่ 7 + อาทิตย์ที่ 8 สิงหาคม

อบรมวิชาที่ 2 วันศุกร์ที่ 3 + เสาร์ที่ 4 กันยายน

อบรมวิชาที่ 3 วันเสาร์ที่ 2 + อาทิตย์ที่ 3 ตุลาคม

อบรมวิชาที่ 4 วันศุกร์ที่ 15 + เสาร์ที่ 16 ตุลาคม

อบรมวิชาที่ 5 วันเสาร์ที่ 6 + อาทิตย์ที่ 7 พฤศจิกายน

สอบพร้อมกันทุกประเทศ ของไทยสอบที่ British Council สยามสแควร์

พุธที่ 24 พฤศจิกายน 2547

เข้าสอบวิชาที่ 1 + ป้ายสอบวิชาที่ 2

พฤหัสบดีที่ 25 พฤศจิกายน 2547

เข้าสอบวิชาที่ 3 + ป้ายสอบวิชาที่ 4

ศุกร์ที่ 26 พฤศจิกายน 2547

เข้าสอบวิชาที่ 5

ค่าลงทะเบียนเรียนทั้ง 5 วิชาพร้อมหนังสือ อาหารกลางวันและคอฟฟี่เบรกสำหรับการอบรม 10 วัน เพียง 35,000 บาทเท่านั้น และ 50,000 บาทสำหรับผู้ที่ต้องการทั้งเรียนทั้งสอบเพื่อรับวุฒิปริญญาตรี

ท่านที่สนใจและต้องการรายละเอียดเพิ่มเติม กรุณาติดต่อได้ที่สมาคมโดยด่วน เพราะสมาคมจะเปิดเพียงปีละรุ่นเท่านั้น หากพลาดครั้งนี้ก็ต้องรอกกลางปีหน้าโน่นแหละ **อย่าลืมว่า.... Knowledge is power ... no knowledge no power.**



บริการให้เช่าเครื่องฟอกอากาศ สำหรับสำนักงานของท่าน

MICRO AIR AIR CLEANERS

ประสบการณ์กว่า 25 ปี

บริษัท อี. เอส. ที. เทรตติ้ง จำกัด
212/9-12 ซอยเย็นอากาศ 2 ย่านนาหวา กรุงเทพฯ 10120

โทร. : 0-2249-5551-2, 0-2249-9466-7

วิสัยทัศน์

จัดซื้อและซัพพลายเชน Purchasing & Supply Chain Vision

ฉบับที่ 95 ประจำเดือนกรกฎาคม 2547 / สำหรับผู้สนใจทั่วไปและสมาชิกสมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย



โดย กิตติกร โชติสกุลรัตน์ อ.ร.ร.
ประธานฝ่ายกิจการต่างประเทศ

เทคโนโลยี คือ พลัง Technology is Power

**"มันไม่สำคัญหรอกว่าคุณมีเทคโนโลยีอะไร
แต่เอาไปใช้ประโยชน์ได้อย่างไรนั่นแหละที่สำคัญกว่า"**

วิสัยทัศน์สมาชิกทุกท่าน เป็นอย่างไรบ้างคะสำหรับรายการฟรีอันยิ่งใหญ่ที่สมาคมเพิ่งจัดผ่านไปเมื่อวันที่ 20 มิถุนายนนี้ หวังว่าทุกท่านคงได้แนวคิดและความเห็นอันหลากหลายจากวิทยากรทั้ง 8 ท่านในหัวข้อเรื่องอันทันสมัยและกล่อก Re-imagine Purchasing & Supply Chain Management โดยทุกท่านน่าจะ สำหรับฉบับนี้ดิฉันขอเก็บเอาเรื่องความคิดความเห็นของต่างประเทศมาเล่าสู่กันฟังเพิ่มเติมอีกค่ะ

ในเดือนที่ผ่านมา ดิฉันได้รับนิตยสารด้านจัดซื้อจากต่างประเทศ 2 ฉบับ ฉบับหนึ่งคือ Procurement Asia จัดพิมพ์โดย Procurement & Sourcing Institute of Asia (PASIA) ซึ่งทางสมาคมได้ลงนามให้ความร่วมมือกับสถาบันนี้ไปเมื่อปีที่แล้ว และอีกฉบับคือ International Trade Forum ของ ITC-UNCTAD/WTO ที่ทางสมาคมฯ เป็นตัวแทนถ่ายทอดเทคโนโลยีหลักสูตร International Purchasing and Supply Chain Management (IPSCM) ในประเทศไทยอยู่ในขณะนี้ สิ่งที่น่าสนใจคือบทความสำคัญของนิตยสารทั้ง 2 ฉบับนี้พูดถึงเรื่องการซื้อขายทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นกระแสและเป็นแนวทางการทำงานที่เข้ามาแทรกอยู่ในระบบการบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ในองค์กรใหญ่ ๆ คงไม่ต้องพูดถึงในเรื่องของความพร้อม ไม่ว่าจะเป็นเครื่องมือเครื่องไม้ การลงทุนด้าน IT ต่าง ๆ ทั้งฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ และบุคลากร รวมถึงมูลค่าการสั่งซื้อที่สร้างความคุ้มค่าต่อการลงทุนในการนำเทคโนโลยีเหล่านี้เข้ามาใช้ ทำให้มีการซื้อขายทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นเรื่องปกติไปแล้ว ไม่ว่าจะด้วย e-Procurement, e-Auction, Online Purchasing หรือ EDI ส่วนในองค์กรขนาดกลางถึงขนาดย่อม (SMEs) แม้ว่าการซื้อขายทางอิเล็กทรอนิกส์ยังน้อยอยู่ แต่ก็มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในบางด้านแล้ว เช่นการทำ e-Sourcing ซึ่งเดี๋ยวนี้นักจัดซื้อเราก็กินแหล่งขายทางอินเทอร์เน็ตกันเป็นประจำอยู่แล้ว แต่พอมาถึงขั้นตอนการสั่งซื้อ อาจยังต้องใช้วิธีเดิมร่วมอยู่ เนื่องด้วยปัจจัยอันจำกัดหลายประการ



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: 2361-6331-4 แฟกซ์: 2361-6329



ในนิตยสาร Procurement Asia มีบทความเด่นในฉบับเรื่อง e-Sourcing as a critical component of spend management เขียนไว้ว่า การหาแหล่งขาย (Sourcing) เป็นขั้นตอนที่สำคัญในกระบวนการจัดซื้อ เผลอๆ น่าจะเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุดด้วยซ้ำไป เพราะเป็นสิ่งที่ช่วยให้บริษัทสามารถรักษาความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจไว้ได้ ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาผู้ให้บริการด้านซอฟต์แวร์ได้เพิ่มเทคโนโลยีและบริการต่างๆ ในกลยุทธ์การหาแหล่งขายผ่านทางอินเทอร์เน็ตให้สมบูรณ์ขึ้น โดยทำให้สามารถระบุปัญหาต่างๆ ที่เกิดในซัพพลายเชนได้ ตัวอย่างเช่นบริษัทในกลุ่ม Aberdeen ถึงกับให้คำจำกัดความของ e-Sourcing ไว้ว่า เป็นการนำ Web-based application มาใช้เป็นเครื่องมือในการสนับสนุนการตัดสินใจเพื่อใช้หาแหล่งขาย เพื่อประเมินผู้ขาย เปรียบเทียบราคา และจัดรูปแบบการจัดซื้อ และการบริหารความสัมพันธ์กับผู้ขาย เป็นส่วนสนับสนุนซัพพลายเชน และการจัดการธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัท Aberdeen นี้คำนวณได้ว่าการใช้ e-Sourcing ทำให้ช่วยลดต้นทุนสินค้าและบริการได้ถึง 14.3% ลดเวลาในการหาแหล่งขายลงครึ่งหนึ่ง ลดค่าใช้จ่ายด้านธุรการลงเกือบ 60% และลดระยะเวลาในการนำสินค้าออกสู่ตลาดลงได้ 10-15% ถ้าไรจากตัวเลขเหล่านี้ทำให้เกิดการยกระดับ e-Sourcing จากการเป็นปัจจัยหลักในยุทธศาสตร์การจัดหาขององค์กร สู่อันดับเป็นกลยุทธ์หลักของธุรกิจไปเลย (from key component in corporate sourcing strategy to a core business strategy) โดยทั่วไปโซลูชันในเรื่องนี้จะเน้นไปที่ซอฟต์แวร์ที่ออกแบบมาเพื่อช่วยให้เกิดความสะดวกในการรวบรวมข้อมูลข้อเสนอ (proposal) และใบเสนอราคาของผู้ขายโดยผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งโซลูชันนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์กับผู้ซื้อได้หลายประการ คือ ลดต้นทุนได้มากขึ้น พัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการให้ดีขึ้น เข้าถึงผู้ขายได้ง่ายขึ้น ลดระยะเวลาในการทำงาน ช่วยลดความเสี่ยงและกำหนดขอบเขตความรับผิดชอบที่ ควบคุมกระบวนการที่ไม่เกิดประสิทธิภาพ เป็นฐานความรู้ที่สามารถนำไปใช้ในการเรียนรู้และอ้างอิง

ส่วนนิตยสาร International Trade Forum ของ ITC-UNCTAD/WTO เป็นนิตยสารที่ส่งเสริมการค้าขายระหว่างประเทศ โดยเน้นการให้ความรู้แก่บริษัทขนาดกลางและขนาดย่อมในการทำธุรกิจ โดยเฉพาะในการส่งออก เมื่ออ่านในฐานะนักจัดซื้อเราจะมองมุมกลับในด้านของผู้ซื้อและนำไปประยุกต์ใช้กับองค์กรในฐานะของผู้ทำธุรกิจได้ด้วยค่ะ การนำอิเล็กทรอนิกส์มาใช้เหมือนเครื่องมืออันทรงพลังของ SMEs เพราะสามารถช่วยในการขยายตลาด ทำให้บริษัทเป็นที่รู้จักในตลาดได้มากขึ้น และทำให้เข้าถึงลูกค้าได้ง่ายขึ้น ช่วยลดค่าใช้จ่ายในด้านการโปรโมชัน เป็นการเปิดหน้าต่างใหม่ในการทำธุรกิจให้กับบริษัทขนาดกลางและย่อม อย่างไรก็ตามการมีเทคโนโลยีเป็นเรื่องหนึ่ง แต่การนำเทคโนโลยีที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อบริษัทและสังคมนั้นเป็นอีกเรื่องหนึ่งซึ่งสำคัญและใหญ่กว่ามาก เหมือนคำกล่าวของชาวอินเดียที่นำมาเพิ่มเติมให้เข้ากับยุคข้อมูลข่าวสารนี้ว่า

*"It is not what you eat that counts; it is what you digest;
It is not what you read; it is what you absorb;
It is not what you say; it is what people hear and understand;
It is not how rich you are; it is how you use your wealth..."*
*"It is not how many technologies assets society possesses that counts;
It is how they are applied to benefit society."*

เรื่องของเทคโนโลยีนี้กลายเป็นโอกาสของประเทศกำลังพัฒนาหลายประเทศในการเป็นผู้ส่งออกสินค้าและบริการด้านอิเล็กทรอนิกส์ เช่น ประเทศอินเดียและบราซิลเป็นตัวอย่างที่เห็นได้ชัดมาก ความเติบโตของธุรกิจนี้เรียกว่าชัดเจนแน่นอนทีเดียว แต่สิ่งที่หลายประเทศขาดไปและจะต้องคำนึงถึงก็คือ จะทำอย่างไรให้บริษัท SMEs ในประเทศของตนได้มีส่วนในการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ ไปใช้ในกระบวนการจัดการธุรกิจ ผู้บริหารในบริษัท SMEs เองก็ต้องการรู้ว่าความคุ้มค่าที่เกิดจากการลงทุนในด้านเทคโนโลยีจะเป็นอย่างไร บทความนี้ได้พูดถึงเหตุผล 3 ประการ ในการลงทุน ประการแรกคือเทคโนโลยีในด้านข้อมูลและการสื่อสารจะช่วยพัฒนาในด้านการผลิต และการตลาด เช่นการจัดซื้อด้วยวิธี e-Auction การซื้อขายผ่านทางเว็บไซต์ของพวกชิ้นส่วนรถยนต์ จนถึงสินค้าพวก Commodities เป็นต้น ประการที่สอง เทคโนโลยีสามารถช่วยยกระดับสนามแข่งขันทางการค้าระหว่างประเทศกำลังพัฒนาและประเทศอุตสาหกรรมได้ โดยผู้ขายระดับกลางและเล็กก็สามารถเปิดตลาดใหม่ๆ ในประเทศที่ไม่คิดว่าจะไปได้ถึง โดยผ่านทางเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต ประการสุดท้ายคือธุรกิจค้าปลีกที่กำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง ถือเป็นโอกาสหนึ่งของการทำธุรกิจทางอินเทอร์เน็ต จากเหตุผลที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่ายุคของข้อมูลนี้จะช่วยสร้างโอกาสให้กับผู้ขายได้มาก (เท่ากับเป็นการสร้างโอกาสในการหาแหล่งขายให้กับนักจัดซื้อ) ปัญหาของธุรกิจขนาดเล็กก็คือโซลูชันที่มีอยู่มักจะซับซ้อนเกินความต้องการและมีราคาสูง ในบทความนี้ได้เขียนข้อเสนอแนะ 4 ข้อสำหรับ SMEs ที่ต้องการเข้าสู่เส้นทางสายใหม่ทางอิเล็กทรอนิกส์ E-Silk Road คือ

www.ComSaving.com
สมัครสมาชิกฟรี! ใช้บริการฟรี! ตลอดชีพ
 ชวนคุณลุ้นรางวัลทุกเดือนกับกิจกรรมขอใบเสนอราคาออนไลน์*
 ที่ www.ComSaving.com

ยังขอมาก มีสิทธิ์ลุ้นมากกว่า

ใจใหม่ ใจลดใจ

* ตั้งแต่ 1 มิ.ย. - 31 ส.ค. 2547 รับสิทธิ์ลุ้นรางวัล...
 ที่פק Avantika กูเกิด แพ็กเก็ตสุดหรู, Apacer Handy Steno 2.0 128 เมก.ไบต์, E-GO Internet 15 ชม., บัตรชมภาพยนตร์

* ไม่มีข้อผูกมัดว่าต้องซื้อสินค้า, ไม่จำกัดจำนวนการขอใบเสนอราคา

บริษัท บิสซิเนส คอมเมอร์เชียล เน็ตเวิร์ค จำกัด
 ในเครือบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
 เลขที่ดาวเวท 46 หมู่ 10 ถนน บางนา-ตราด, บางนา กรุงเทพฯ 10260
 โทรศัพท์ : 0-2751-5555 ต่อ 6121, โทรสาร : 0-2751-5153
 อีเมล : customer@comsaving.com

The screenshot shows the ComSaving website interface. At the top, there's a navigation bar with 'comSaving' logo and search fields for 'สินค้า/บริการ' and 'บริการ'. Below the navigation, there are several promotional banners and sections. One prominent banner features a woman's face and the text 'ใจใหม่ ใจลดใจ' (New Heart, Lower Price). Other sections include 'ช่วยเหลือ' (Help), 'บริการ' (Service), and 'โปรโมชั่น' (Promotion). The interface is designed to be user-friendly for finding products and services.

- * การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการระดมทุนทางธุรกิจ เริ่มตั้งแต่มีระบบป้องกันไวรัส การออกแบบเว็บไซต์ วางระบบข้อมูลภายใน การใช้เทคโนโลยีในการวางแผนการผลิต การตลาด ฯ
- * เชื่อมต่อช่องทางทางอิเล็กทรอนิกส์และทางกายภาพ แม้ว่าจะมีเว็บไซต์ที่ดีเป็นช่องทางในการจัดจำหน่าย แต่ก็ไม่มีสิ่งที่จะให้ความสำคัญกับคุณภาพของมีเดียทางกายภาพเช่น แคตตาล็อก โบรชัวร์ สินค้าตัวอย่าง
- * สร้างพันธมิตรร่วมกับบริษัทอื่น ๆ และภาครัฐ เพื่อช่วยกันสร้างความพร้อมในด้านเทคโนโลยีให้มากขึ้น
- * พัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการส่งออก หลายบริษัทมักออกแบบเว็บไซต์ของตนเพื่อการค้าในประเทศเท่านั้น โดยลืมนึกไปถึงความสะดวกของผู้ซื้อในต่างประเทศเมื่อเข้ามาดูเว็บไซต์ของบริษัท

ในปัจจุบันทุกคนล้วนแต่เห็นความจำเป็นและความสำคัญของเทคโนโลยี แต่สิ่งเหล่านี้ยังเกิดขึ้นซ้ำๆว่าความตระหนักของคนทำธุรกิจ เนื่องจากมีข้อจำกัดบางประการสำหรับผู้ประกอบการ เช่น ในเรื่องของเงินทุน ความชำนาญของบุคลากรก็เป็นเรื่องสำคัญ หลายครั้งที่เรามีแนวความคิดดีๆ แต่ขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการเปลี่ยนความคิดนั้นให้เป็นรูปธรรม และสุดท้ายคือนโยบายที่ไม่สนับสนุน ไม่ว่าจะในด้านของการลงทุนหรือการสร้างบุคลากร

มีตัวเลขการวิจัยในการใช้อินเตอร์เน็ตในการนำเข้าส่งออกของประเทศต่างๆ จัดทำโดย Forrester Research, Inc. ได้สอบถามผู้จัดการการส่งออกของ 77 บริษัทว่ามีการนำอินเตอร์เน็ตไปใช้ในงานส่งออกกี่เปอร์เซ็นต์ 82% ตอบว่าใช้อยู่ อีก 18 % ตอบว่าไม่ได้ใช้

ต่อคำถามที่ว่า คุณคิดว่าอินเตอร์เน็ตจะสำคัญแค่ไหนในการเป็นส่วนหนึ่งในกลยุทธ์การส่งออกของคุณใน 3 ปีข้างหน้า ผู้ตอบจาก 73 รายตอบว่าเป็นหัวใจสำคัญเลย (Critical) 21% สำคัญมาก (Very Important) 34% สำคัญพอควร (Moderately Important) 37% และตอบว่าไม่สำคัญเพียง 8%

เมื่อถามว่าอะไรเป็นปัญหาสำคัญที่สุดที่ทำให้การใช้อินเตอร์เน็ตเพื่อการส่งออกไม่ประสบความสำเร็จ มีผู้ตอบมาดังนี้

- การต่อต้านเทคโนโลยีใหม่ๆภายในองค์กร 12%
- ระบบภายในยังคร่ำครึและขั้นตอนมาก 18%
- ความยากในการเชื่อมต่อกิจกรรมต่าง ๆ แบบออนไลน์ 21%
- การขาดความพร้อมของผู้ซื้อ 28%
- ไม่สามารถหาเทคโนโลยีที่เหมาะสม 28%
- ขาดระบบบุคลากรแบบอัตโนมัติ 31%
- ต้นทุนของเทคโนโลยีใหม่ ๆ 37%
- ความยากของการบูรณาการของระบบ 55%

งานวิจัยอีกงานหนึ่งแสดงถึงเปอร์เซ็นต์ของการใช้อินเตอร์เน็ตในการนำเข้าและส่งออกของแต่ละประเทศเทียบกับการนำเข้าและส่งออกโดยรวม พบว่ามีตัวเลขดังนี้

ประเทศ	%การนำเข้าโดยช่องทางอินเตอร์เน็ต เทียบกับการนำเข้าทั้งหมด	%การส่งออกโดยขายทางอินเตอร์เน็ต เทียบกับการส่งออกทั้งหมด
อินโดนีเซีย	ใกล้ๆ 0	5
จีน	2	7
อินเดีย	3	11
ไทย / มาเลเซีย	6	12
ฮ่องกง	13	13
ญี่ปุ่น	10	16
เกาหลี	15	14
เม็กซิโก	17	19
ออสเตรเลีย	16	23
เยอรมันนี	22	17
อังกฤษ	23	22
สหรัฐอเมริกา	26	21
แคนาดา	26	29

หมายเหตุ ตัวเลขดังกล่าวเป็นตัวเลขนี้อิงการประมาณการที่ประมาณค่าจากตาราง

บริษัทผู้วิจัยประเมินว่าในสิ้นปีนี้ จะมี 19 ประเทศในโลกที่ใช้อินเตอร์เน็ตในการนำเข้าส่งออกเป็นมูลค่าถึง 80% ของการซื้อขายออนไลน์ทั่วโลก ประเทศเหล่านี้ได้แก่ แคนาดา นอร์เวย์ เดนมาร์ก สวีเดน สวิสเซอร์แลนด์ เนเธอร์แลนด์ อเมริกา เบลเยียม ลักเซมเบิร์ก อังกฤษ ฟินแลนด์ ออสเตรีย เยอรมันนี ฝรั่งเศส อิตาลี ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ อิสราเอล ไอร์แลนด์

จากข้อมูลเหล่านี้ พวกเราในฐานะของนักจัดซื้อก็จะต้องตระหนักมากขึ้นถึงบทบาทของเทคโนโลยีในงานของเรา ความจำกัดในการหาแหล่งขายที่ลดน้อยลง การเข้าถึงแหล่งขายที่มีคุณภาพ ราคาที่ตีขึ้นเพื่อการแข่งขัน หากเราไม่ใช้ แล้วคู่แข่งของเราใช้ อีกไม่นานเราก็จะถูกบีบออกจากธุรกิจนี้อย่างแน่นอนเพราะขาดความสามารถในการแข่งขัน รวมถึงการเข้ามาของวิธีการสั่งซื้อที่สะดวกรวดเร็วขึ้น ลดระยะเวลา ลดงาน และลดต้นทุน ในด้านการจัดหาจัดซื้อ ดิฉันเคยเขียนไปในวิสัยทัศน์จัดซื้อเดือนมีนาคมว่า Knowledge is Power ในฉบับนี้ขอเพิ่มเติมคำว่า Technology is Power และที่สำคัญ

**"It is not how many technologies assets society possesses that counts;
It is how they are applied to benefit society."**

ประกาศข่าวด่วน

ท่านที่กำลังหาเหตุผลว่าบริษัทและตัวท่านเองจะได้ประโยชน์อะไรในการเรียนวิชา International Purchasing & Supply ในโครงการ CIPS Certificate ของประเทศอังกฤษ สามารถเปิดดูเว็บไซต์ของสมาคมซึ่งเขียนบรรยายเหตุผลและประโยชน์ไว้แล้วเป็นภาษาอังกฤษ เราจะเริ่มเรียนวิชาแรกในวันเสาร์ที่ 7 สิงหาคม 2547 นี้แล้ว ท่านที่สนใจรายละเอียดอื่นใดเพิ่มเติม กรุณาติดต่อได้ที่สมาคมโดยด่วน เพราะสมาคมจะเปิดเพียงปีละรุ่นเท่านั้น

**อย่าลืมว่า Knowledge is power ...
no knowledge no power.**



Miss Margareta Funder หัวหน้าโครงการ MLS - IPSCM จาก ITC และมาเยี่ยมทีมทรานเนอรัไทยเมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม สมาคมได้จัดเลี้ยงอาหารเย็นและแลกเปลี่ยนข้อมูลความคิดเห็นที่ห้องอาหารเวียดนาม โรงแรมเอเชีย ขณะนี้มีผู้เข้าร่วมโครงการรวม 34 ประเทศแล้ว แต่มีเพียง 14 ประเทศที่ดำเนินการสอบ

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.org Website:www.pscmt.org



**บริการให้เช่าเครื่องฟอกอากาศ
สำหรับสำนักงานของท่าน**

**MICRO AIR®
AIR CLEANERS**

ประสบการณ์กว่า 25 ปี

บริษัท อี. เอส. ที. เทรตติ้ง จำกัด
212/9-12 ซอยเย็นอากาศ2 ยานนาวา กรุงเทพฯ 10120

โทร. : 0-2249-5551-2, 0-2249-9466-7



Collaborative Planning, Forecasting, and Replenishment (CPFR)

โดย..... วนทัศน์ พรธนะประเทศ C.P.S.,C.P.K.
ประธานฝ่ายพัฒนาวิชาชีพ

ส

วัลดีครับเพื่อนสมาชิกสมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย และผู้อ่านทุกท่าน เนื่องด้วยวันพฤหัสบดีที่ ๑๒ สิงหาคม ๒๕๔๗ นี้เป็นวันสำคัญของชาติวันหนึ่ง กล่าวคือเป็น “วันแม่แห่งชาติ” กระผมจึงขอเชิญชวนเพื่อนสมาชิกทุกท่านร่วมใจกระทำความดีน้อมเกล้าฯ ถวายสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ เนื่องในวันมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา ๖ รอบ โดยพร้อมเพรียงกัน

Collaborative Planning, Forecasting, and Replenishment (CPFR)

เนื่องด้วยการบริหารจัดการธุรกิจปัจจุบันนั้นเป็นการแข่งขันในด้านการเพิ่มศักยภาพขีดความสามารถในการดำเนินการที่มีต้นทุนในการดำเนินการที่สามารถแข่งขันได้ ตลอดจนต้องสามารถควบคุมต้นทุนได้อย่างยั่งยืน ในขณะที่เดียวกันองค์กรยังต้องสามารถปรับตัว ตอบสนองอย่างฉับไวทันต่อการเปลี่ยนแปลงของความต้องการของตลาดอีกด้วย

เพราะฉะนั้นการบริหารจัดการในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) จึงได้มีการรอบความคิดใหม่ๆ เช่น Collaborative Supply Chain Management และ Synchronized Supply Chain เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์ที่พัฒนาไปนั่นเอง

สำหรับวิสัยทัศน์จัดซื้อฉบับนี้ผมขอนำเรื่องการร่วมมือร่วมใจของคู่ค้าธุรกิจ ซึ่งเราเรียกเป็นภาษาอังกฤษว่า Collaborative ซึ่งการร่วมมือร่วมใจของคู่ค้าธุรกิจที่จะแนะนำนี้เป็นการร่วมมือกันในทุกข้อของการวางแผน (Planning) การพยากรณ์สินค้าพัสดุ (Forecasting) และการสั่งซื้อส่งมอบอย่างต่อเนื่องเพื่อเติมเต็มสินค้าพัสดุ (Replenishment) ซึ่งเรียกรวมกันว่า Collaborative Planning, Forecasting, and Replenishment และมีชื่อย่อว่า CPFR



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: 2361-6331-4 แฟกซ์ : 2361-6329



คำจำกัดความของ CPFR

CPFR หมายถึงการริเริ่มพัฒนาส่งเสริมความสัมพันธ์ความร่วมมือของคู่ค้าธุรกิจในห่วงโซ่อุปทาน Supply Chain โดยการบริหารจัดการร่วมกันของคู่ค้าธุรกิจในกระบวนการวางแผนและแบ่งปันแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน

ที่มาของ CPFR

ทฤษฎีหรือหลักการเรื่อง Supply Chain Management นั้นได้เกิดขึ้นและนำมาปฏิบัติกันอย่างกว้างขวางกว่า 25 ปีแล้ว ซึ่งมีวิวัฒนาการมาตั้งแต่การขนส่งจัดส่ง (Traffic) การบริหารจัดการคำสั่งซื้อ (Order Management) และการบริหารคลังพัสดุ (Warehouse Department) ทั้งนี้แต่เริ่มเดิมทีจะเน้นกันในส่วนของการเคลื่อนย้ายหรือการกระจายพัสดุลินค้า ภายหลังต่อมาก็ได้มีการมุ่งเน้นเพิ่มเติมเกี่ยวกับการบริหารจัดการสินค้าและพัสดุลินคลัง (Inventory Management) และการบริการลูกค้า (Customer Service) ซึ่งทำให้สามารถรวมถึงการบริหารการผลิตและการบริหารการจัดซื้อจัดหา

ทุกวันนี้การบริหารจัดการเรื่องห่วงโซ่อุปทานหรือ Supply Chain Management นั้นปรากฏว่าได้มีการยอมรับกันอย่างกว้างขวางว่าเป็นการบริหารจัดการที่สำคัญเพราะได้มุ่งเน้นรวมไปถึงการบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่า Value Chain Management ซึ่งให้ความสำคัญกับอุปสงค์และอุปทาน (Demand and Supply)

CPFR นั้นเป็นเทคนิคกระบวนการที่บ่งชี้ถึงความร่วมมือช่วยเหลือระหว่างคู่ค้าทางธุรกิจทั้งหมดภายใต้ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ที่มุ่งเน้นการพัฒนาปรับปรุงการปฏิบัติการของการดำเนินธุรกิจเพื่อให้มีผลประกอบการที่ดียิ่งขึ้น

ถ้าจะเปรียบเทียบการวิวัฒนาการของห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ว่าเป็นวิวัฒนาการที่ว่องไวเหมือนความเร็วของเสียงแล้วนั้น การวิวัฒนาการของ CPFR ก็เป็นวิวัฒนาการที่ว่องไวเหมือนความเร็วของแสง

CPFR นั้นวิวัฒนาการมาจากกรอบความคิดของ ECR (Efficient Consumer Response) ซึ่ง CPFR นั้นได้รับการพิจารณาว่าเป็นการพัฒนาขั้นต่อไปในด้านอุปทาน (Supply) ของ ECR

จากการพัฒนาร่วมมืออย่างแรงกล้าของคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทาน (Collaborative Supply Chain Management) เราจะเห็นได้จากมีความร่วมมือในกิจกรรมด้านการบริหารจัดการพัสดุลินคลังโดยผู้ขาย (Vendor Managed Inventory) การจัดการสั่งซื้อส่งมอบอย่างต่อเนื่องเพื่อเติมเต็มสินค้าพัสดุ (continuous replenishment) สำหรับการพัฒนาขั้นตอนต่อไปของ CPFR นั้นเป็นการมุ่งเน้นถึงการพัฒนาด้านคุณภาพของความร่วมมือร่วมใจ (Collaborative) ของคู่ค้าธุรกิจ ซึ่งระดับของคุณภาพในการร่วมมือร่วมใจของคู่ค้าธุรกิจในกรอบความคิดของ CPFR นั้นเข้มข้นกว่าความร่วมมือร่วมใจระดับพื้นฐานของคู่ค้าธุรกิจในการกรอบความคิดของการบริหารจัดการเรื่องห่วงโซ่อุปทานหรือ Supply Chain Management

CPFR และ CCRM (Collaborative Customer Relationship Management) นั้นแสดงถึงการพัฒนาขั้นที่สองของกรอบความคิดของ ECR ดังแสดงตามรูปหน้าต่อไป

www.ComSaving.com

สมัครสมาชิกฟรี! ใช้บริการฟรี! ตลอดชีพ

ขอบคุณผู้สร้างวิฤกษ์เดือนกับกิจกรรมขอใบเสนอราคาออนไลน์*
ที่ www.ComSaving.com

ยิ่งขอมาก มีสิทธิ์ลุ้นมากกว่า

โคมใหม่
ไหลไว!

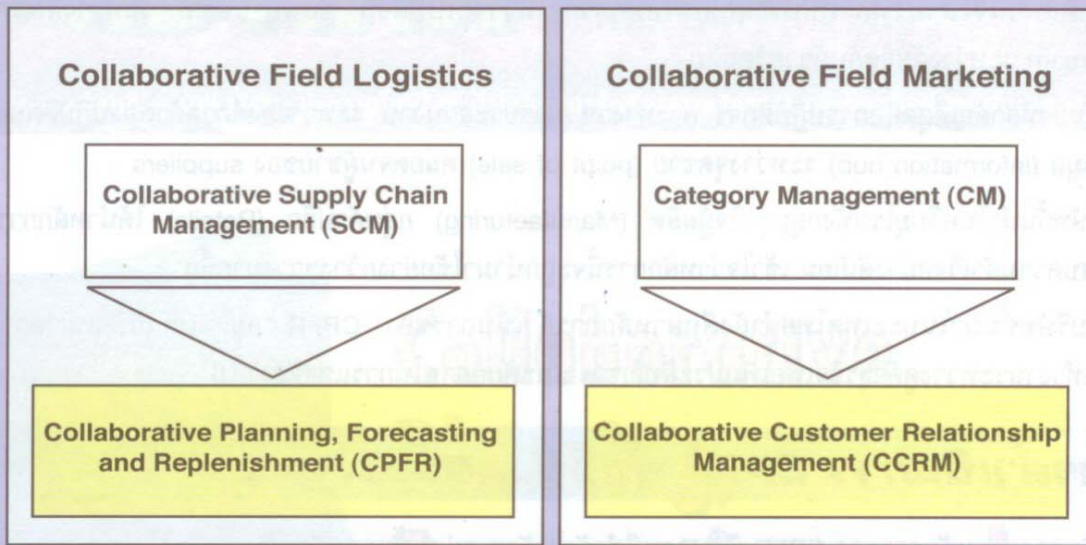
* ตั้งแต่ 1 ต.ย. - 31 ส.ค. 2547 รับสิทธิ์ลุ้นรางวัล...
ที่แฟก Avantika กูเกิ้ล แอปเปิ้ล สุดทรู, Apacer Handy Steno 2.0
128 เมก.ไบต์, E-GO Internet 15 ชม., บัตรชมภาพยนตร์

* ไม่จำเป็นต้องซื้อสินค้า, ไม่จำกัดจำนวนการขอใบเสนอราคา

บริษัท บิสซิเนส คอมเมอร์เชียล เน็ตเวิร์ค จำกัด
โนนศรีนครินทร์ แขวง มีนบุรีเขต มีนบุรี กรุงเทพมหานคร
เลขที่อาคาร 46 หมู่ 10 ถนน บางนา-ตราด, บางนา กรุงเทพมหานคร 10250
โทรศัพท์ : 0-2751-5555 ต่อ 8121, โทรสาร : 0-2751-5153
อีเมล : comsaving@comsaving.com



Efficient Consumer Response Second Generation



CPFR นั้นแสดงถึงความสัมพันธ์ความร่วมมืออย่างเข้มแข็งของคู่ค้าธุรกิจในด้านของการวางแผนและการพยากรณ์ความต้องการซึ่งต้องอาศัยการติดต่อสื่อสาร การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ซึ่งการติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลนี้ต้องเป็นการติดต่อสื่อสารในทุกระดับขั้นตอนซึ่งรวมไปถึงข้อมูลด้านการตลาด การบริหารการขายและการบริหารด้านการเงิน ดังนั้น CPFR จึงเปรียบเสมือนเครื่องมือของการบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Management) ขององค์กร

ผู้บริหารระดับสูงใช้ CPFR เปรียบเสมือนยุทธศาสตร์ในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจ ซึ่งจุดมุ่งหมายคือการพัฒนาส่งเสริมอย่างยั่งยืนขององค์กรในการบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่าให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุด

CCRM นั้นแสดงถึงการพัฒนาขั้นตอนอุปสงค์ (demand side) ซึ่งทำให้สามารถเกิดความร่วมมือบริหารจัดการความสัมพันธ์ด้านลูกค้า เช่น point of sale (POS), โทรศัพท์, วิทยุ, call center, e-mail, internet เป็นต้น

โอกาสของ CPFR

จากที่กล่าวมาแล้วว่า CPFR นั้นเป็นวิวัฒนาการขั้นที่สองของ ECR ดังนั้นจึงมีการนำเทคโนโลยีด้านการบริหารจัดการข้อมูลมาใช้ซึ่งรวมถึงเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตสมัยใหม่ในการวางแผนและการจัดซื้อจัดหาซึ่งมีความสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลที่มีจำนวนมากและสลับซับซ้อนได้เป็นอย่างดี

CPFR เป็นเครื่องมือการบริหารจัดการที่นำความแตกต่าง ความเหมือนของประสบการณ์การวางแผนการขายของคู่ค้าธุรกิจมาผนวกกันและในเวลาเดียวกันทางระบบก็ได้มีการริเริ่มพัฒนาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

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.org Website:www.pscmt.org

ใครสามารถนำ CPFR ไปใช้ได้บ้าง

จากหลักการหลักของ CPFR คือการร่วมมือช่วยเหลือประสานงานซึ่งกันและกันของคู่ค้าธุรกิจในช่วงโซ่อุปทาน เพราะฉะนั้นหลักการนี้จึงสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ทุกธุรกิจไม่ว่าจะเป็นด้าน downstream ระหว่างผู้ผลิตกับผู้ค้าปลีก หรือด้าน upstream ระหว่างผู้ผลิตกับผู้ขายวัตถุดิบ

ทั้งนี้ทั้งนั้นสิ่งที่สำคัญที่สุดคือการปฏิบัติการ การทำงาน การประสานงาน ระหว่างองค์กรคู่ค้าต้องปฏิบัติตามเปรียบเสมือน ดัลล์รับ ส่ง ข้อมูล (information hub) ระหว่างจุดขาย (point of sale) ตลอดจนผู้ขายของ suppliers

หลายบริษัทชั้นนำในทวีปยุโรปทั้งกลุ่มธุรกิจผู้ผลิต (Manufacturing) กลุ่มค้าปลีก (Retail) ได้นำหลักการของ CPFR ไปใช้และประสบความสำเร็จอย่างดีเยี่ยม เข้าใจว่าหลักการนี้จะถูกนำมาใช้อย่างกว้างขวางมากขึ้น

ขณะนี้บริษัทชั้นนำในประเทศไทยกำลังศึกษาหลักการดำเนินการของ CPFR อยู่ และมีเป้าหมายว่าจะนำมาเป็น หลักการในการทำงานระหว่างคู่ค้าธุรกิจเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และศักยภาพในการแข่งขันต่อไป

การดำเนินการ CPFR นั้นมีขั้นตอนอะไรบ้าง

การดำเนินการตามหลักการของ CPFR มีขั้นตอนที่สำคัญหลักๆ อยู่ 9 ขั้นตอนด้วยกัน ซึ่งผมจะนำเสนอในโอกาสต่อไป แต่ฉบับนี้ผมจะขอกล่าวถึงทฤษฎีหรือหลักการหลักของการดำเนินการกับคู่ค้าธุรกิจแบบร่วมมือร่วมใจ (Collaborative) ซึ่งองค์กรทั้งสองจะต้องเข้าใจและกระทำอย่างจริงจังเพราะว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานในการทำงานร่วมกันแบบร่วมมือร่วมใจนั่นเอง

- ใช้ระบบเทคโนโลยีข้อมูล IT เป็นตัวประสานแลกเปลี่ยนข้อมูล
- มีหลักการในการร่วมมือร่วมใจที่ประสานการทำงานร่วมกันในเรื่องลูกค้า ผู้ขายของหรือคู่ค้าตลอดจนผู้ให้บริการต่างๆ เช่นตัวแทนการจัดส่ง เป็นต้น
- การเข้าใจหลักการร่วมกันในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management)
- การเข้าใจหลักการร่วมกันในเรื่องต้นทุน และ ผลประโยชน์ร่วมกันในการดำเนินการควบคุมการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน
- การดำเนินการแบบ Collaborative ต้องมีความเชื่อมั่นไว้นือเชื่อใจ (trust) ต่อคู่ค้า ตลอดจนต้องมีแรงจูงใจบนพื้นฐานของการได้รับผลประโยชน์ร่วมกันทั้งสององค์กร

สรุป

สุดท้ายนี้หวังว่าเพื่อนๆสมาชิกและผู้อ่านทุกท่าน คงเข้าใจที่มาที่ไปและความสำคัญของ CPFR บ้างแล้ว ซึ่งผมจะนำข้อมูลเพิ่มเติมมาเล่าสู่กันฟังในโอกาสต่อไป โดยเฉพาะ 9 ขั้นตอนหลักของการดำเนินการ CPFR



กลุ่มผู้เรียน

MLS - International Purchasing & Supply Chain Management

รุ่นที่ 3 นัดพบปะสังสรรค์กันที่ร้านอาหารแห่งหนึ่งเมื่อเย็นวันเสาร์ที่

10 กรกฎาคม 2547 สำหรับเพื่อนฝูงที่ขาดหายไปก็โปรดทราบด้วยว่า

เขาจะนัดพบปะครั้งต่อไปในวันเสาร์ที่ 13 พฤศจิกายน 2547

หากขาดหายไปบ่อย ๆ อาจจะถูกเพื่อนตัดขาดออกจากกองมรดกก็ได้นะ

จะบอกให้



Collaborative Planning, Forecasting, and Replenishment (CPFR)

โดย..... (ต่อจากฉบับที่แล้ว)
ธนวัฒน์ พรธนะประเทศ C.P.S.,C.P.K.
ประธานฝ่ายพัฒนาวิชาชีพ

สวัสดีครับเพื่อนสมาชิกสมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทยทุกท่าน บทความสำหรับวิสัยทัศน์จัดซื้อและซัพพลายเชนฉบับประจำเดือนกันยายนนี้ผมขอแนะนำเรื่องราวเกี่ยวกับขั้นตอนการดำเนินการของโครงการ CPFR ซึ่งเป็นการนำเสนอต่อจากวิสัยทัศน์จัดซื้อและซัพพลายเชนฉบับเดือนสิงหาคมที่ผ่านมา

□ 9 ขั้นตอนหลัก การดำเนินการ CPFR □

การดำเนินการตามหลักการของ CPFR มีขั้นตอนที่สำคัญหลักๆอยู่ 9 ขั้นตอนด้วยกัน

ขั้นตอนที่ 1: จัดตั้งการร่วมมือร่วมใจ (Develop Collaborative Arrangement)

ขั้นตอนแรกของการดำเนินการ CPFR คือการตั้งกฎกติกาของการร่วมมือร่วมใจระหว่างผู้ค้าปลีกและผู้ผลิตหรือระหว่างผู้ค้าก็คือผู้ซื้อและผู้ขาย ซึ่งขั้นตอนนี้รวมถึงการจัดทำวัตถุประสงค์ร่วมกันระหว่างผู้ค้าตลอดจนการจัดทำขั้นตอนการปฏิบัติงานพร้อมทั้งทรัพยากรที่ต้องการเพื่อผลักดันการดำเนินการให้บรรลุความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

ขั้นตอนการปฏิบัติงานต่าง ๆ นั้นต้องจัดทำเป็นเอกสารและเป็นการจัดทำร่วมกันระหว่างผู้ค้าที่ตกลงทำ CPFR ร่วมกัน ซึ่งเอกสารนี้จะระบุอย่างชัดเจนในเรื่องภาระหน้าที่ของผู้ค้าทั้งสองที่เกี่ยวข้องพร้อมทั้งที่ขาดไม่ได้เลยคือวิธีการประเมินประสิทธิภาพของปฏิบัติงานของทั้งสองฝ่าย (ผู้ค้า)



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: 2361-6331-4 แฟกซ์ : 2361-6329



การปฏิบัติการตามหลักการของขั้นตอนที่ 1 นั้นมีขั้นตอนทั้งหมด 10 ขั้นตอนคือ

1. จัดทำภารกิจ ของการทำ CPFR (Develop CPFR mission statement)

การจัดทำภารกิจหรือ CPFR mission statement นั้นคือการจัดทำความเข้าใจร่วมกันในเรื่องของการปฏิบัติงานร่วมกันของคู่ค้าทั้งสองฝ่ายโดยเฉพาะอย่างยิ่งความไว้วางใจ (trust) ซึ่งกันและกันของทั้งสองฝ่าย ผมอยากจะเน้นความหมายของคำว่า trust หรือความไว้วางใจนั้นเป็นปัจจัยสำคัญอย่างมากและเป็นพื้นฐานของการดำเนินธุรกิจร่วมกันของคู่ค้าแบบร่วมมือร่วมใจหรือ Collaborative

2. จัดทำเป้าหมายและวัตถุประสงค์ (Determine CPFR goals and objectives)

เป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่จัดทำขึ้นมาต้องชัดเจนไม่คลุมเครือตลอดจนการปฏิบัติงานต่างๆของแต่ละเป้าหมายและวัตถุประสงค์ต้องสามารถจัดทำกรวัดประเมินประสิทธิภาพได้ด้วย

3. การปรึกษาหารือร่วมกันเกี่ยวกับ ความสามารถที่โดดเด่น ทรัพยากร และระบบ (Discuss competencies, resources, and systems)

กระบวนการของการทำ CPFR นั้นต้องการมีการกำหนดที่แน่นอนในเรื่องของจุดแข็ง ทรัพยากร และระบบของคู่ค้าทั้งสองฝ่ายที่เกี่ยวข้องตลอดจนความสามารถของคู่ค้าที่จะผลักดันส่งเสริมให้กระบวนการมีความเข้มแข็ง ซึ่งต้องทราบได้ว่าแผนใดกลุ่มใดมีความพร้อมที่จะปฏิบัติงานได้ทันที แผนใดกลุ่มใดยังไม่มีความพร้อมในตอนี้และอะไรบ้างที่ต้องจัดสรรเพิ่มเติมเพื่อสนับสนุนให้กลุ่มที่ยังไม่พร้อมมีความพร้อม ทั้งนี้ความพร้อมนั้นต้องมองในระยะยาว กล่าวคือทุกกลุ่มทุกแผนกต้องปรับปรุงให้มีความพร้อมหรือศักยภาพในการปฏิบัติงานในระยะยาว ซึ่งงานบางอย่างบางกลุ่มอาจจะมีความเหมาะสมที่จะ outsource มากกว่าปฏิบัติงานเอง

4. จัดทำแผนการปฏิบัติงานร่วมกันของหน่วยงานทั้งสองของคู่ค้า (Define collaboration points and responsible function)

จัดทำแผนภูมิของการปฏิบัติงานร่วมกันของหน่วยงานทั้งสองของคู่ค้า ซึ่งการทำแผนภูมินี้ให้คำนึงถึงจุดแข็งขององค์กรทั้งสองและกำหนดบทบาท หน้าที่ ความรับผิดชอบของหน่วยงานที่รับผิดชอบของทั้งสองฝ่าย

5. การแบ่งปันข้อมูลที่สำคัญ (Determine information-sharing needs)

ในกระบวนการ CPFR นั้นต้องการข้อมูลจากทั้งสองฝ่าย ซึ่งข้อมูลนี้จะบ่งบอกถึงความต้องการ (demand) ของหน่วยงานซึ่งจะต้องมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน เช่นการพยากรณ์ของความต้องการการขายการใช้ ซึ่งอาจจะมีการปรึกษาหารือกันมากยิ่งขึ้นถ้าพบว่าค่าการพยากรณ์นั้นผิดพลาด สำหรับการพยากรณ์ (forecasting) นั้นทั้งสองฝ่ายจะต้องเห็นชอบตกลงกันสำหรับวิธีการหรือหลักการของการพยากรณ์ (forecasting method) ตลอดจนความถี่ของการทำการพยากรณ์

www.ComSaving.com

สมัครสมาชิกฟรี! ใช้บริการฟรีตลอดชีพ

เว็บไซต์ให้บริการเช็คสเปกและขอใบเสนอราคาคอมพิวเตอร์/อุปกรณ์สำนักงาน

แจกฟรี! อินเทอร์เน็ตไร้สาย 10 ชม.

- สมาชิกใหม่ : สมัครและขอใบเสนอราคา*
- สมาชิกปัจจุบัน : ปรับปรุงข้อมูลส่วนตัวและขอใบเสนอราคา

สมาชิกจะได้รับรหัสการใช้งานชั่วโมงอินเทอร์เน็ตเปิดทางอีเมลล์สมัครไว้

บริษัท บิลซิเนส คอมเมอร์เชียล เน็ตเวิร์ค จำกัด
ในเครือบริษัท เบริน นิตซีมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
เลขที่ทหารเรือ 46 หมู่ 10 ถนน นานา-ดาวดา, นานา กรุงเทพฯ 10260
โทรศัพท์ : 0-2761-6565 ต่อ 8121, โทรสาร : 0-2761-6163
อีเมล : customer@comsaving.com



* ผ่านการตรวจสอบเป็นสมาชิกเรียบร้อยแล้ว

6. การกำหนดการบริการและการสั่งซื้อ (Define service and ordering commitments) กิจกรรมขั้นตอนนี้เป็นการวางพื้นฐานหรือกรอบการปฏิบัติของการสั่งซื้อ การส่งมอบ ภายใต้กระบวนการ CPFR โดยเฉพาะอย่างยิ่งการร่วมมือกันกำหนดการวางแผนว่าจากการคาดการณ์หรือการพยากรณ์เอาไว้แล้วนั้นเมื่อไรการพยากรณ์นั้นจะเปลี่ยนเป็นการสั่งซื้อจริงๆ

7. การกำหนดทรัพยากรที่เกี่ยวข้อง (Determine resource involvement and commitment)

ในขั้นตอนนี้คู่ค้าที่จะทำ CPFR ร่วมกันต้องกำหนดทรัพยากรที่ต้องการและทรัพยากรที่ว่าจะต้องมีความพร้อมสำหรับการปฏิบัติงานด้วย เช่น การปฏิบัติการนี้ต้องใช้ทรัพยากรบุคคลกี่คน ซึ่งพนักงานที่ได้ถูกกำหนดสำหรับการทำ CPFR นี้ควรจะต้องมีความพร้อมเสมอสำหรับการปฏิบัติการโดยเฉพาะความพร้อมในเรื่องของเวลาปฏิบัติการ

8. การบริหารข้อโต้แย้ง (Resolve differences between partners in the CPFR process)

ขั้นตอนนี้ประกอบด้วยข้อกำหนดมาตรฐาน กฎ กติกาต่างๆสำหรับกรณีการที่มีความคิดที่แตกต่างกัน หรือการที่คู่ค้าที่จะทำ CPFR มีความคิดที่ไม่เห็นชอบซึ่งกันและกัน โต้แย้งกันเป็นต้น ทั้งนี้การกำหนดมาตรฐานวิธีการแก้ไขข้อพิพาทโต้แย้งมีความสำคัญสำหรับการบริหารข้อพิพาทโต้แย้งซึ่งอาจจะเกิดขึ้น

9. การพิจารณาข้อตกลง (Regularly review cycle for CPFR agreement)

ขั้นตอนนี้เป็นการออกแบบกำหนดการประเมินผลเพื่อการปรับปรุงพัฒนาตลอดจนการทำ Benchmark เพื่อที่จะได้ทราบถึงความสำเร็จของการทำโครงการ CPFR พร้อมทั้งสามารถทราบถึงจุดที่ควรปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้โครงการประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

10. การประกาศถึงข้อตกลงเริ่มต้น (Publish front-end agreement)

ขั้นตอนนี้เป็นการประกาศถึงข้อตกลงร่วมกันของคู่ค้าที่ดำเนินการโครงการ CPFR ร่วมกัน ซึ่งข้อตกลงหลักการหรือมาตรฐานการดำเนินการต่างๆที่ประกาศออกมาแล้วนั้นสามารถที่จะมีการพัฒนาแก้ไขได้เพื่อให้เหมาะสมและสอดคล้องกับการพัฒนาเพื่อดีขึ้น

ขั้นตอนที่ 2: การจัดทำแผนงานธุรกิจร่วมกัน (Create Joint Business Plan)

ในขั้นตอนที่สองนี้ คู่ค้าที่จะดำเนินการ CPFR ร่วมกันก็จัดทำแผนงานธุรกิจ (business plan) ของตนเอง ซึ่งแผนงานนี้จะต้องคำนึงถึงหรือล้อตามยุทธศาสตร์หลักขององค์กรของตนเอง

แผนงานธุรกิจนี้ประกอบไปด้วยเป้าหมาย วัตถุประสงค์ ของสินค้าหรือกลุ่มของสินค้า (category management) ตลอดจนข้อมูลรายละเอียดที่กำหนดในสัญญา เช่น จำนวนขั้นต่ำของการสั่งซื้อ (minimum order) ระยะเวลาของการส่งมอบ หลังจากการสั่งซื้อ (lead time) ความถี่ของการสั่งซื้อ

คุณภาพของแผนงานขึ้นอยู่กับข้อมูลพื้นฐานของแผนงานที่กล่าวมาแล้วข้างต้นและการติดต่อสื่อสารการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกันของคู่ค้าทั้งสอง นอกจากนั้นแล้วแผนงานดังกล่าวยังเป็นจุดประสานงานของทุกขั้นตอนของห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) อีกด้วย

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.org Website: www.pscmt.org

ขั้นตอนที่ 3: การจัดทำพยากรณ์การขาย (Create the Sales Forecast)

ข้อมูลการขาย (Point of Sales สำหรับกรณีของธุรกิจค้าปลีก) ซึ่งรวมไปถึงการวางแผนการส่งเสริมการขาย (promotion planning) นั้นเป็นข้อมูลพื้นฐานของการทำการพยากรณ์การขาย (sales forecast) ซึ่งการวางแผนการขาย (sales projection) จะมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้นซึ่งจะส่งผลให้แผนงานธุรกิจ (business plan) มีรายละเอียดหรือข้อมูลที่เชื่อถือได้ยิ่งขึ้นนั่นเอง

ขั้นตอนที่ 4: การกำหนดข้อยกเว้นสำหรับการพยากรณ์การขาย (Identify Exceptions for Sales Forecast)

สินค้าหรือกลุ่มสินค้าแต่ละประเภทจะต้องมีการกำหนดข้อยกเว้นของการพยากรณ์การขาย เช่นข้อยกเว้นอันเนื่องมาจากฤดูกาล เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 5: การบริหารข้อโต้แย้ง (Resolve/Collaborate on Exception Items)

ขั้นตอนนี้เกี่ยวกับการร่วมมือกันของคู่ค้าที่จะดำเนินการจัดการเมื่อเกิดกรณีที่แตกต่างไปจากกฎเกณฑ์ของการพยากรณ์เกิดขึ้น กล่าวคือต้องมีการติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกันระหว่างคู่ค้าทั้งสองฝ่าย การเปลี่ยนแปลงแต่ละครั้งต้องมีการปรับข้อมูลพยากรณ์ใหม่ทันที การติดต่อสื่อสารหรือการประสานงานกันที่อย่างรวดเร็วจะส่งผลให้เกิดการตัดสินใจอย่างทันท่วงที่ทั้งผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย (คู่ค้า) ซึ่งทั้งนี้จะช่วยให้การดำเนินการมีความน่าเชื่อถือมากขึ้นด้วย

ขั้นตอนที่ 6: การกำหนดการพยากรณ์การสั่งซื้อ (Create Order Forecast)

ขั้นตอนนี้ข้อมูลการขาย (Point of Sales สำหรับกรณีของธุรกิจค้าปลีก) จะส่งไปต่อยังยุทธศาสตร์ของการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน (inventory strategies) ของคู่ค้าเพื่อดำเนินการพยากรณ์การสั่งซื้อสำหรับสินค้านั้นๆ จำนวนของการสั่งซื้อนั้นขึ้นอยู่กับเป้าหมายของยุทธศาสตร์ของการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของสินค้านั้นๆ

หัวข้อที่ต้องคำนึงถึง ระยะการแจ้งล่วงหน้าและข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการส่งมอบสินค้าไปยังจุดหมายปลายทางหรือจุดส่งมอบสินค้า เป็นต้น

การพยากรณ์การขายระยะสั้นนั้นเป็นข้อมูลสำหรับการสั่งซื้อส่วนการพยากรณ์การขายระยะยาวนั้นใช้สำหรับการวางแผนโดยรวม

ขั้นตอนที่ 7: การกำหนดข้อยกเว้นสำหรับการพยากรณ์การสั่งซื้อ (Identify Exceptions for Order Forecast)

ในขั้นตอนนี้สินค้าทั้งหมดที่ได้รับไว้ในความร่วมมือว่าเป็นการยกเว้นของการพยากรณ์การสั่งซื้อ ซึ่งจะถูกระบุไว้ในหัวข้อของการยกเว้นในข้อตกลง

ขั้นตอนที่ 8: การบริหารข้อโต้แย้งกรณีข้อยกเว้น (Resolve/Collaborate on Exception Items)

ขั้นตอนที่แปดนี้เกี่ยวกับการร่วมมือกันในเรื่องการติดต่อประสานงานของคู่ค้าสำหรับกรณีที่แตกต่างไปจากกฎเกณฑ์ กล่าวคือต้องมีการติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกันระหว่างคู่ค้าทั้งสองฝ่าย การเปลี่ยนแปลงแต่ละครั้งต้องมีการปรับข้อมูลพยากรณ์ใหม่ทันที การติดต่อสื่อสารหรือการประสานงานกันที่อย่างรวดเร็วจะส่งผลให้เกิดการตัดสินใจอย่างทันท่วงที่ทั้งผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย (คู่ค้า) ซึ่งทั้งนี้จะช่วยให้การดำเนินการมีความน่าเชื่อถือมากขึ้นด้วย

ขั้นตอนที่ 9: การจัดทำคำสั่งซื้อ (Generate Order)

ในขั้นตอนสุดท้ายนี้การพยากรณ์ได้เปลี่ยนมาเป็นการสั่งซื้อ ซึ่งการสั่งซื้อนั้นอาจจะจัดการโดยคู่ค้าฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งซึ่งขึ้นอยู่กับความสามารถและความพร้อมของทรัพยากรและบุคลากรของฝ่ายนั้นๆเช่นความสามารถของระบบคอมพิวเตอร์หรือเทคโนโลยี เป็นต้น

ขั้นตอนทั้งหมดที่กล่าวมาแล้ว 9 ขั้นตอนนั้นเป็นขั้นตอนหลักของการดำเนินการ CPFR ซึ่งหวังว่าเพื่อนสมาชิกสมาคมฯคงได้แนวความคิดและเข้าใจถึงขั้นตอนที่สำคัญทั้ง 9 ขั้นตอนซึ่งทุกขั้นตอนเป็นหลักการของคู่ค้า CPFR ที่ต้องดำเนินการอย่างจริงจังเพื่อความสำเร็จและประสิทธิภาพของโครงการ CPFR นั้นเอง



เจ็ดขั้นตอนเพื่อความอยู่รอด Seven steps to indispensability

โดย.....
เชี่ยวชาญ รัตนามัทธนะ C.P.M.A.P.P.
นายกสมาคม

ท

ผมไม่มีบทความของฝรั่งที่เขียนเกี่ยวกับวิชาชีพจัดซื้อและซัพพลายมากมาย อ่านกันไม่ไหวก็ไม่ไหว แต่มีอยู่เรื่องหนึ่งที่น่าสนใจเมื่อเดือนที่แล้วมีประเด็นที่สะดุดใจและต้องนำมาขบคิดติดต่อกันหลายวัน ในที่สุดผมก็สรุปว่าสถานการณ์ของเขาในอเมริกากับของเราในประเทศไทยก็แทบจะไม่ได้แตกต่างกันเลย

ผมจึงคิดว่าควรจะแปลและเรียบเรียงประเด็นสำคัญมาให้ผู้ประกอบวิชาชีพบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายในประเทศไทย ช่วยกันคิดพิจารณาดูบ้างก็ทำจะดี บทความชิ้นนั้นเขียนโดย Charles Dominick, C.P.M. ประธานกรรมการ Next Level Purchasing, Inc ในรัฐเพนซิลวาเนีย อ่านแล้วจะเชื่อหรือไม่เชื่อก็ได้แต่พิจารณาญาณของท่านเองนะครับ

ผมไม่มีเจตนาจะขูให้ท่านขวัญเสียแต่ประการใด แต่ผมกำลังจะบอกให้ท่านทราบที่ ภายใต้อีกประมาณหนึ่งปีจากนี้ไป บรรดาผู้ประกอบวิชาชีพจัดซื้อจะต้องได้รับผลกระทบจากความเปลี่ยนแปลงสี่ประการของธุรกิจและเทคโนโลยี แต่ไม่เป็นไร เพราะผมจะแนะนำ ขั้นตอนเจ็ดขั้นตอนให้ท่านนำไปปฏิบัติเพื่อสู้กับปีศาจร้ายทั้งสี่นั้น ถ้าพร้อมแล้ว ตามผมมาครับ ลำดับแรกผมจะเล่าให้ฟังเกี่ยวกับ ความเปลี่ยนแปลงทั้งสี่ ซึ่งมันเปลี่ยนไปอย่างไรไม่มีวันจะทวนคืนกลับมาดังเดิมได้แล้ว ทั้งสี่อย่างนั้นคือ

เปลี่ยนอย่างหนึ่ง - Downsizing

ตอนปลายปี 1990 ที่เศรษฐกิจกำลังบูม เป็นยุคทองของคนทำงานอย่างแท้จริงซึ่งสามารถเลือกหางานเลือกบริษัทและค่าเงินเดือน และผลประโยชน์งาม ๆ ได้ตามใจชอบ แต่ไม่กี่ปีหลังจากนั้นหลายบริษัทก็ลงมือลดพนักงานลงอย่างฮวบฮาบน่าใจหาย บางคนโชคดีไม่ตกงาน แต่ก็ต้องรับมือกับปริมาณงานสองสามหรือสี่เท่าของที่เคยทำ พนักงานเรียกสถานการณ์นั้นว่าโหดร้าย แต่นายจ้างบอกว่านี่คือการปรับปรุงประสิทธิภาพ การลดขนาดองค์กรอย่างจริงจังซึ่งส่งผลให้บริษัทอยู่รอด บริษัทที่กำไรเพราะใช้คนน้อยลง กระบวนการ Downsizing ดังว่านี้ยังไม่ยุตินะครับ หากเมื่อไรก็ตามที่บริษัทเห็นว่าถึงไม่มีท่าน บริษัทก็อยู่ได้ เมื่อนั้นท่านก็จงระวังตัวให้ดี



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: 2361-6331-4 แฟกซ์ : 2361-6329



เปลี่ยนอย่างที่สอง - Automation

ท่านอาจเผลอคิดไปว่าเทคโนโลยียุคใหม่และระบบอัตโนมัติทั้งหลายเป็นเรื่องของฝ่ายผลิต คนงานในโรงงานนั้นแหละกำลังจะถูกเครื่องจักรและเทคโนโลยียุคใหม่แย่งงานไปทำ เราไม่เคยคิดว่างานบริหารการจัดซื้อและซัพพลายจะถูกผลกระทบใด ๆ แต่โปรดทราบว่าเทคโนโลยีมันเข้ามาแย่งงานจัดซื้อแล้วละครับ

มีการประดิษฐ์คิดค้นเทคโนโลยีทันสมัยเข้ามาใช้งานในระบบจัดซื้อ มีการออกแบบให้ใช้งานได้อย่างง่ายดายโดยไม่ต้องมีความรู้สูงส่งอะไรเป็นพิเศษ ใคร ๆ ก็ใช้งานได้ และตั้งแต่นั้นมา การรับ P.R. การออก P.O. ก็ถูกดูแลจนว่าเป็นงานเสมือน อีกทั้งในบางระบบการออก P.O. ก็ทำได้โดยระบบอัตโนมัติด้วยซ้ำไป

ยังไม่พอ การเจรจาต่อรองที่เราคิดกันว่าต้องอาศัยมนุษย์เท่านั้นจึงจะทำได้ ขอโทษทีเถอะ ตอนนี้งานประมูลทางอินเทอร์เน็ตในระบบ Reverse auction ได้เข้ามามีบทบาทในการเจรจาต่อรองในการจัดซื้อแล้วละครับ ดีกว่าที่มนุษย์ในฝ่ายจัดซื้อเคยทำเสียอีก เพราะนอกจากจะเกิด Cost saving เหมือนที่มนุษย์เคยทำแล้ว มันยังทำได้ดีกว่าและเร็วกว่าอีกด้วย มีตัวเลขยืนยันจากหลายสำนักว่าโดยทั่วไปแล้วระบบ Internet reverse auction ช่วยทำ Cost saving ได้มากกว่าการประมูลและเจรจาต่อรองแบบเดิม 5-12% แถมทำได้เรียบร้อยในเวลาเพียงไม่กี่นาที ในขณะที่มนุษย์ใช้เวลาหลายสัปดาห์ ถ้าท่านคิดว่าคงไม่ตลกงานหροกเพราะท่านเป็นนักเจรจาต่อรองที่เก่งมากละก็ ท่านคิดผิดและตอนนั้นนอกจากมันได้เข้ามาแทนที่นักเจรจาต่อรองและนักจัดซื้อแล้ว มันกำลังพัฒนาอย่างเร่งรีบที่จะมาแทนผู้บริหารอีกด้วย จับตาดูให้ดี

เปลี่ยนอย่างที่สอง - Decentralization

เมื่อเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในกระบวนการจัดซื้อ แล้วยังใช้งานได้ง่ายไม่ยุ่งยากเหมือนยุคแรกเริ่ม บริษัทก็หันมาคิดเปรียบเทียบระหว่างการจ้างนักจัดซื้อฝีมือดีมาทำงาน เทียบกับการปล่อยให้พนักงานแต่ละแผนกต่างคนต่างซื้อกันเอง แล้วในที่สุดก็พบว่าอย่างหลังทำงานได้เร็วกว่า ไม่ยืดเยื้อและไม่มากเรื่อง หลายบริษัทจึงตัดสินใจกระจายงานจัดซื้อออกไปให้ทำกันเองแม้ว่าจะอาจจะซื้อหรือว่าจ้างแพงไปบ้าง บางแห่งก็ให้ฝ่ายจัดซื้อเป็นคนสรรหาแหล่งขายและเจรจาต่อรองเตรียมเอาไว้ก่อน จากนั้นจึงปล่อยให้ User ไปซื้อกันเองตามแนวทางที่กำหนดไว้ให้แล้ว ดังนั้นถ้าท่านยังเป็นผู้ชำนาญการในการออก P.O. อยู่ละก็ ระบบกระจายงานจัดซื้อกำลังจะมาฉวยเอาหัวของท่านลำบากแล้วละ

เปลี่ยนอย่างที่สอง - Outsourcing

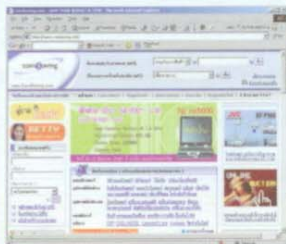
เป็นเรื่องธรรมดาที่หลายบริษัทเองงานที่ตนเองเคยทำออกไปว่าจ้างให้ Contractor เป็นผู้ทำให้ เพื่อที่ว่าจะได้มีเวลาไปสนใจอย่างจริงจังกับงานอื่นที่สำคัญกว่า ดังนั้นฝ่ายจัดซื้อจึงถูกใช้ให้มีหน้าที่บริหารจัดการเรื่อง Outsourcing และทำใจดี ๆ ไว้ อีกไม่นานต่อจากนี้ งานจัดซื้อเองก็จะถูก Outsourcing ด้วยเช่นกัน บริษัทรู้ว่าแม้จะต้องเสียค่าจ้างในการ Outsourcing ไปบ้าง แต่ก็เสี่ยงภัยน้อยกว่าการจ้างพนักงานไว้ทำเองในเรื่องที่มีใช้ Core competency แทนที่จะต้องมาดูแลบริหารจัดการพนักงาน 10-20 คนหรือมากกว่านั้น สู้ดูแลซัพพลายเออร์เจ้าเดียวง่ายกว่า

หากคนอื่นสามารถทำงานของท่านได้ในราคาถูกกว่า และหากท่านทำงานมานาน เงินเดือนขึ้นดีมากมายหลายปี ดูเหมือนจะมีแนวโน้มว่าการ Outsourcing แผนกจัดซื้อน่าจะเป็นทางเลือกที่บริษัทกำลังคิดอยู่ในใจขณะนี้ รู้ตัวหรือเปล่า

เอาละครับ ความเปลี่ยนแปลงทั้งสี่ประการที่กล่าวไปแล้วนั้น แม้จะทำให้ท่านรู้สึกหม่นหมองใจไปบ้าง ก็อย่าเพิ่งท้อแท้หมดหวัง เราจะมาคุยกันถึงกระบวนการเจ็ดขั้นตอนเพื่อความอยู่รอดภายใต้ความเปลี่ยนแปลงเหล่านั้น แต่ก่อนอื่น ผมขอย้ำว่าท่านจะต้องทำตามทุกขั้นตอนโดยไม่ยกเว้น ห้ามโดดข้ามขั้นตอนใดเป็นอันขาด อย่างคิดว่า เรื่องนี้รู้แล้ว เรื่องนี้เคยทำมาแล้ว จงสัญญากับตนเองว่าจะลงมือทำทุกขั้นตอน ถ้าโอเคตามนี้ ก็เริ่มได้เลยครับ ขอเรียกว่า เจ็ดขั้นตอนในการทำให้บริษัทขาดท่านไม่ได้

www.ComSaving.com

สมัครสมาชิกฟรี! ใช้บริการฟรี! ตลอดชีพ



- ซื้อคอมพิวเตอร์
 - ซื้ออุปกรณ์สำนักงาน
- ขอใบเสนอราคาฟรี, โทรหรืออีเมล สอบถามร้านค้าผู้ขายหรือสินค้าเทียบสเปกเช็คราคา

บริษัท บิลซิเนล คอมเมอร์เชียล เน็ตเวิร์คส จำกัด
ในเครือบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
เนชั่นทาวเวอร์ 46 หมู่ 10 ถนน บางนา-ตราด, บางนา กรุงเทพฯ 10260
โทรศัพท์ : 0-2751-5555 ต่อ 6121, โทรสาร : 0-2751-5153
อีเมล : customer@comsaving.com



ฟรี

- ★ สมัครสมาชิก
- ★ ขอใบเสนอราคาออนไลน์

* ไม่เสียค่าบริการที่ต้องซื้อสินค้า

comSaving



www.ComSaving.com

ขั้นที่หนึ่ง - มองให้ออกว่าฝ่ายบริหารเขาเห็นอะไรเป็นเรื่องสำคัญ

ท่านรู้ไหมว่าผู้บริหารระดับสูงของบริษัทที่ท่านทำงานอยู่นั้นเขามีเป้าหมายอะไร ถ้าท่านทำงานในบริษัทเล็ก ๆ ก็เพียงแต่เดินเข้าไปตาม โดยตรงเลยก็ได้ แต่ถ้าทำงานในองค์กรใหญ่โต ก็คงต้องถามผู้บังคับบัญชาตามลำดับชั้น แต่ถ้ายังไม่ได้คำตอบน่าพอใจ ก็ต้องดูนโยบายของบริษัทที่ติดประกาศที่บอร์ดหรือพิมพ์อยู่ในคู่มือการทำงาน

เป้าหมายอาจจะเห็นว่า เราจะทำกำไรสูงสุด หรือ เราจะเป็นผู้นำในด้านคุณภาพของสินค้า หรือ เราจะเป็นผู้นำในการส่งของอย่างรวดเร็ว หรืออะไรก็แล้วแต่

เมื่อท่านรู้แล้วว่าเป้าหมายคืออะไร ท่านก็ต้องพิจารณาต่อไปอีกว่า แล้วผู้บริหารเขารู้ได้อย่างไรว่าผลงานเข้าเป้าหรือไม่ วิธีวัดผลงาน อาจจะดูในรูปของกำไรต่อหุ้น อัตราที่ถูก Reject อัตราการส่งของตรงเวลา

การที่ท่านมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้ผู้บริหารบรรลุผลตามเป้าหมาย ท่านก็จะเป็นคนสำคัญที่เขาจะขาดท่านไม่ได้เป็นอันขาด ด้วยเหตุนี้ การมองให้ออกว่าฝ่ายบริหารเขาเห็นอะไรเป็นเรื่องสำคัญ จึงเป็นบันไดขั้นแรกของทั้งกระบวนการ และนี่คือรากฐานอันมั่นคงที่จะก้าวสู่ขั้นตอนอื่นที่เหลือต่อไป

ขั้นที่สอง - กำหนดเป้าหมายของท่านให้สอดคล้องกับเป้าหมายของผู้บริหาร

จงกำหนดกิจกรรมทั้งหลายของท่านให้ไปในทิศทางเดียวกันกับที่ผู้บริหารเขามีเป้าหมาย แปลกมากที่ฝ่ายจัดซื้อของหลายบริษัทกำหนดเป้าหมายอะไรก็ไม่รู้ที่ไม่ได้สอดคล้องกับเป้าหมายของผู้บริหารเลย จงลองสำรวจดูเป้าหมายของการทำงานของแผนกจัดซื้อของท่านดูซิว่า แต่ละประเด็นเป็นปีเป็นชุล่ยไปกับเป้าหมายของผู้บริหารหรือเปล่า หรือว่าท่านกำลังก้มหน้าก้มตาทำอะไรอยู่ซึ่งไม่ได้มีส่วนเสริมสร้างเป้าหมายของผู้บริหารเขาเลย

ตัวอย่างเช่น ถ้าเรื่องทำกำไรสูงสุดเป็นเป้าหมายของเขา เป้าหมายของท่านก็ต้องเกี่ยวข้องในการทำ Cost saving ถ้าเป้าหมายของเขาเป็นเรื่องผู้นำในด้านคุณภาพ การทำงานของท่านก็ต้องเน้นที่การจัดซื้อจัดหาของคุณภาพยอดเยี่ยมจากซัพพลายเออร์ อีกทั้งจะต้องมีการวัดผลงานซัพพลายเออร์อย่างเข้มงวดสุด ๆ และถ้าผู้บริหารเขามีเป้าหมายเรื่องการส่งของตรงเวลา ท่านก็ต้องมีเป้าหมายในการลด Lead time ในกระบวนการจัดซื้อ เป็นต้น

ประเด็นสำคัญก็คือ เป้าหมายการทำงานของท่านจะต้องสอดคล้องและมัดติดอยู่กับเป้าหมายของผู้บริหารอย่างแนบแน่น เมื่อเขาได้เห็นเป้าหมายการทำงานของท่าน เขาเห็นวิธีการติดตามผลงานที่น่าเชื่อถือและสอดคล้องกับเป้าหมายที่เขาคาดหวัง แน่แน่นอนว่า เขาย่อมตระหนักอย่างชัดเจนว่างานของเขาจะสำเร็จหรือไม่ย่อมขึ้นอยู่กับท่าน อย่างนี้เขาจะขาดท่านไปได้อย่างไรกัน

ขั้นที่สาม - วิเคราะห์ช่องว่าง

หลังจากกำหนดเป้าหมายแล้ว ท่านจำเป็นต้องพินิจพิเคราะห์ว่าต้องอาศัยฝีมือความชำนาญหรือยุทธศาสตร์อย่างไรเพื่อจะบรรลุตามเป้าหมายนั้น จากนั้นท่านต้องใคร่ครวญให้รอบคอบว่าท่านและแผนกของท่านมีฝีมือหรือความชำนาญดังที่ต้องการหรือไม่ ยังขาดอะไรบ้าง นี่แหละที่เรียกว่า Gap analysis

คนเป็นจำนวนมากมักจะข้ามข้อนี้ไป หลายคนมักจะยะโสवादตัวว่ารู้อยู่แล้ว เคยทำอยู่แล้ว ทำงานมานานแล้ว แม้แต่นักจัดซื้อมือแฉะ ๆ ยังต้องมีการปรับปรุงพัฒนาเป็นประจำทุกปีเพื่อให้สามารถรับมือได้กับธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงและยุ่งยากมากขึ้นทุกที การประเมินตนเองอย่างตรงไปตรงมาจึงเป็นวิธีที่จะรู้ว่าเรายังขาดอะไร และต้องทำอย่างไรจึงจะยืนหยัดต่อสู้กับปัญหาได้ทุกรูปแบบ

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@psgmt.org Website: www.psgmt.org

ขั้นที่สี่ - เต็มช่องว่างให้เต็ม

เมื่อรู้ตัวว่าขาดอะไรบ้าง ทีนี้ก็เป็นหน้าที่จะต้องพัฒนาหรือเรียนรู้โดยเร่งด่วน การที่อ้างว่างานยุ่งมาก หรือการอ้างว่าไม่มีเวลา แล้วพยายามดันทุรังใช้วิธีเดิม คิดแบบเดิม ทำอย่างเดิม เป็นภาพที่น่าสมเพชอย่างยิ่ง

ขั้นที่ห้า - ลงมือเดินทางสู่เป้าหมาย

ใช้ฝีมือลายมือที่มีครบถ้วน และยุทธศาสตร์ที่กำหนดไว้ ลุยเพื่อบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ให้ทันเวลา

ขั้นที่หก - รายงานผล

มาถึงขั้นนี้ ท่านได้ผ่านมาแล้วหลายขั้นตอน นับตั้งแต่การที่ท่านมองออกว่าผู้บริหารเขาคาดหวังอะไร ท่านได้กำหนดเป้าหมายให้สอดคล้องกับเป้าหมายของผู้บริหาร ท่านได้วิเคราะห์ช่องว่างที่ท่านขาดความรู้ความชำนาญในเรื่องใด จากนั้นท่านได้เติมช่องว่างให้เต็มโดยการเรียนรู้หรือฝึกฝนเพิ่มเติม และท่านได้ลงมือลงงานจนบรรลุผลตามเป้าหมาย ตอนนี้ก็อาจจะเป็นงานเลี้ยงฉลองใช้ไหม ผิด..... ยังไม่ถึงเวลา

แม้ว่าท่านจะทำอะไรมาตั้งเยอะแยะแล้ว แต่ท่านจะเสียหายอย่างใหญ่หลวงถ้าหากข้ามขั้นตอนนี้ไป นั่นคือท่านต้องรายงานผลให้ผู้บริหารทราบ อย่าทีกักเอาเองว่าเขาคงจะต้องรู้อยู่แล้วว่าท่านมีผลงานสำคัญซึ่งได้ส่งผลถึงความสำเร็จของเขา โปรดทราบว่าเขางานยุ่งมาก เขาต้องดูแลงานหลายแผนกหลายฝ่าย ผลงานของท่านอาจจะไม่โดดเด่นชัดเจนพอที่จะสะดุดตาเขาก็ได้

ดังนั้นจงรายงานผลให้เขาทราบและท่านควรจะใช้วิธีหรือรูปแบบเรียบง่าย จุดประสงค์คือท่านต้องแสดงให้เห็นว่าผลงานของท่านมีส่วนเสริมสร้างให้เป้าหมายของผู้บริหารสมบูรณ์ได้ในประการใด และชี้ให้เห็นว่าเป้าหมายของผู้บริหารคงจะเสียหายอย่างใหญ่หลวง หากท่านไม่สามารถบรรลุเป้าหมายของท่านได้

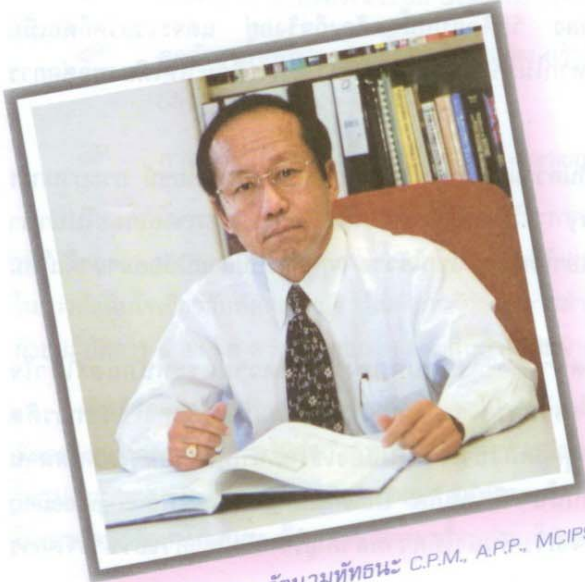
วิธีนำเสนอผลงานของท่านก็ย่อมจะขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมองค์กรและความต้องการของผู้บริหาร อาจจะออกมาในรูปแบบของรายงานประจำเดือน หรือการนำเสนอในรูปแบบของ PowerPoint Presentation หรืออะไรก็ได้ที่เห็นว่าเหมาะสม แต่ไม่ว่าจะใช้วิธีใดก็แล้วแต่ ห้ามนำเสนออย่างถ่อมตัวเป็นอันขาด มิฉะนั้นสิ่งที่ท่านทุ่มเทมาแต่ต้น ก็จะไม่มีการมองเห็นหรือรับรู้ หากท่านไม่ซึ้งลงไปให้ชัดเจนจะ ๆ ว่าผลงานของท่านตรงไหนที่มีส่วนทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ

ขั้นที่เจ็ด - ทำซ้ำใหม่ ซ้ำแล้ว ซ้ำเล่า

ท่านรู้อยู่แล้วว่าธุรกิจเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ดังนั้นท่านเองก็ต้องเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาเพื่อตามให้ทัน ทั้งเจ็ดขั้นตอนที่กล่าวมามีใช้เรื่องที่ทำรอบเดียวแล้วจบกันไป วิธีเดียวเท่านั้นที่ท่านจะยืนหยัดอยู่ในจุดของผู้ชนะก็คือ ท่านจะต้องทำซ้ำแล้วซ้ำเล่า ซึ่งการทำเช่นนี้จะทำให้ท่านติดตามความเคลื่อนไหวและความเปลี่ยนแปลงของเป้าหมายของบริษัทได้อย่างต่อเนื่อง

เมื่อท่านปฏิบัติตามบันไดเจ็ดขั้นตอนครบถ้วน ท่านได้แสดงให้เห็นคุณค่าของท่านว่า ผลงานของท่านเป็นปัจจัยสำคัญยิ่งที่ทำให้บริษัทประสบความสำเร็จตามเป้าหมายปีศาจร้ายทั้งสี่แห่งความเปลี่ยนแปลงจะไม่สามารถทำอะไรท่านได้เลย บริษัทจะตระหนักว่าการจ่ายเงินเดือนให้ท่านนั้นเมื่อเทียบ กับผลงานที่ท่านทำให้บริษัท นับเป็นการลงทุนที่แสนจะคุ้มค่า และนั่นย่อมหมายถึงความมั่นคงในชีวิต การทำงานของท่านเอง การขึ้นเงินเดือน การเลื่อนตำแหน่ง และความสำเร็จอย่างอื่นกำลังจะตามมา

ความสำเร็จอยู่แค่เอื้อมอยู่ที่ว่าท่านจะเริ่มลงมือไต่บันไดขั้นที่หนึ่งหรือยัง และอย่าลืมนะว่าอย่าข้ามขั้นใดขั้นหนึ่งไปเป็นอันขาด



โดย ... **เชี่ยวชาญ รัตนาทTHON** C.P.M., A.P.P., MCIPS
นายกสมาคม

งานจัดซื้อ ห่วงโซ่แห่งคุณค่าในซัพพลายเชน Purchasing.... value chain in SCM

? ลสารจดหมายข่าวรายเดือนฉบับนี้เป็นฉบับที่ 99 อีกฉบับเดียวที่ครบร้อย หมายความว่าจุลสารนี้ได้ออกมา 8 ปีกว่าอย่างต่อเนื่อง สมาคมฯ ขอขอบพระคุณและคารวะด้วยใจจริงและอย่างซาบซึ้งต่อบรรดา สปอนเซอร์และผู้สนับสนุนทั้งหลายที่ทำให้สมาคมฯสามารถผลิตสิ่งดี ๆ ออกสู่สมาชิกและสาธารณชนได้ และ ขอขอบพระคุณสมาชิกและผู้อ่านทั้งหลายที่กรุณาแนะนำและให้ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมเป็นระยะอย่างสม่ำเสมอ ท่านที่เป็นสมาชิกก็จะได้รับจุลสารนี้เป็นประจำทุกเดือน ท่านที่ไม่เป็นสมาชิกก็เข้าไปดูในเว็บไซด์ www.pscmt.org ได้ฟรีเพราะตอนนี้สมาคมฯยังไม่ได้ล็อคห้ามบุคคลภายนอกเข้าไปดู สำหรับฉบับนี้ผมกำลังจะเขียนถึงเรื่องที่สมาชิกเป็น จำนวนมากเรียกร้องมา ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งยวดสำหรับการทำงานในยุคที่แข่งขันกันอย่างดุเดือด เช่นทุกวันนี้ นั่นคือเรื่องการบริหารสินค้าคงคลัง

ตอนนี้ที่ไหน ๆ ก็ให้ความสนใจในการบริหารจัดการซัพพลายเชน (Supply Chain Management - SCM) กันทั้งนั้น และสาระสำคัญ ประการหนึ่งใน SCM ก็จะต้องมีเรื่องของการบริหารพัสดุคงคลัง (Inventory management) เข้ามาเกี่ยวข้องอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้เพื่อให้มั่นใจว่าในแต่ละห่วงโซ่ในซัพพลายเชนจะสามารถสนับสนุนการทำงานของกันและกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ บางทีก็อาจจะพูดกันในรูปของ Value chain เพื่อจะกระตุ้นให้ทุกฝ่ายมุ่งมั่นในการตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาของลูกค้าได้อย่างทันการ

การบริหารพัสดุคงคลังเป็นเรื่องของการประสานงานทั่วทั้งองค์กร แบบที่เรียกว่า Cross functional involvement นั่นคือทุกฝ่ายทุกแผนก จะต้องมีการประสานงานไขว้กันไปมาเพื่อให้รู้และเข้าใจและตอบสนองความต้องการของแต่ละฝ่ายได้อย่างถูกต้องและทันเวลา และฝ่ายจัดซื้อก็มีบทบาทสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าฝ่ายอื่นใดเลย บทบาทสำคัญของแผนกจัดซื้อในการควบคุมพัสดุคงคลัง ก็คือในด้าน ที่เกี่ยวข้องกับ การดูแลไม่ให้ของขาดสต็อก ดังนั้นผู้ปฏิบัติงานจัดซื้อจึงควรเตรียมความพร้อมและความรอบรู้เกี่ยวกับพัสดุคงคลังไว้ให้ดีเสียแต่เดี๋ยวนี้



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: 2361-6331-4 แฟกซ์ : 2361-6329



การบริหาร Inventory หรือบางที่เราก็เรียกว่าการบริหาร Stock หรือ "พัสดุดคงคลัง" และบางคนก็เรียกกันว่า "สินค้าคงคลัง" นั้น มีเหตุผลสำคัญหลากหลายประการที่ทุกหน่วยงานจำเป็นต้องควบคุม มาตรฐาน และจัดโซ่มั่นออกไป ด้วยเหตุผลว่า การมีของเก็บไว้เป็นพัสดุดคงคลังและการควบคุมดูแล มีต้นทุนสูงมาก เงินที่ทุ่มลงไปเพื่อเป็นสินค้าและวัตถุดิบชิ้นส่วนแล้วเก็บไว้เป็นพัสดุดคงคลังนั้นเป็นการจมทุนอย่างมหาศาล พาสุดคงคลังก่อให้เกิดสูญค่าใช้จ่ายสูง ทำให้ต้นทุนสินค้าและการดำเนินงานแพงขึ้น ค่าบริหารจัดการพัสดุดคงคลัง เช่นเงินเดือน การรับของ การจัดเก็บ และการจ่ายของ ก็เป็นค่าใช้จ่ายมิใช่น้อยเลย

แม้ว่าทุกองค์กรจะตระหนักดีถึงค่าใช้จ่ายและความสิ้นเปลืองอันเกิดจากการมีพัสดุดคงคลังไว้ในครอบครอง แต่ก็พบว่าเกือบทุกองค์กรยังคงเก็บของที่ไม่ได้ใช้หรือของเหลือใช้หรือของเกินความจำเป็นไว้เยอะแยะ ทั้งนี้ก็จะเกิดจากสาเหตุหลักสองประการ

ประการแรกนั้นเกิดจากการเข้าใจว่าเมื่อซื้อของมาก ราคาต่อหน่วยจะถูกลง วิธีคิดแบบนี้ถูกต้องก็จริงอยู่ แต่จะเวอร์คก็ต่อเมื่อไม่มีค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บและค่าดูแลรักษา ซึ่งค้านกับชีวิตจริง ดังนั้นหากไม่มั่นใจในความคุ้มค่า การซื้อมาให้เพียงพอต่อการใช้เฉพาะงานก็จะเป็นวิธีที่ประหยัดกว่าการซื้อมากกตุนเอาไว้เป็นพัสดุดคงคลัง:

ประการที่สองเกิดจากความล่าช้าในการทำลาย หมายถึงว่าเมื่อมีของเหลือใช้เกินความจำเป็น หรือกลายเป็นของไร้ประโยชน์ กระบวนการ Write-off ไม่มีประสิทธิภาพและรวดเร็วพอที่จะกำจัดของจาก Inventory ได้ตามควร ทั้งนี้เป็นเพราะการละเลยไม่นำพา หรือไม่ให้ความสำคัญในประเด็นดังกล่าว อาจคิดว่าแม้จะเป็นของไม่ใช้ก็เก็บรอเอาไว้ก่อน เอาไว้วาง ๆ หรือปลายปีค่อยมาว่ากันใหม่ว่าจะเอาไปทิ้งดี

มีผลการวิจัยในระดับปริญญาเอกของมหาวิทยาลัยชั้นนำของโลกชี้ชัดว่า เกือบทุกองค์กรมีความตระหนักและเข้าใจถึงความสำคัญและต้นทุนมหาศาลที่เกิดจากพัสดุดคงคลัง แต่การบริหารควบคุมพัสดุดคงคลังในหลายบริษัทยังคงใช้วิธีการคิดเอาเองมากกว่าจะใช้หลักวิชาการ เขามองข้ามไปว่าการบริหารจัดการพัสดุดคงคลังนั้นจำเป็นต้องใช้เทคนิคหลายอย่างผสมผสาน ประกอบกันจึงจะได้รับประสิทธิภาพสูงสุด ในยุคของการแข่งขันดุเดือดดุเดือดพล่านนั้น บิบบให้เกิด Downsizing และ Re-engineering และแน่นอนที่สุดว่า เกี่ยวข้องอย่างยิ่งยวดต่อการลดพัสดุดคงคลัง ผู้บริหารจึงเริ่มหันมาให้ความสำคัญในหลักวิชาการบริหารจัดการพัสดุดคงคลังกันมากขึ้น แทนที่จะใช้ระบบลูกทุ่งดังแต่ก่อน

ในการบริหารจัดการพัสดุดคงคลังนั้น ต้องใช้ความระมัดระวังอย่างยิ่งเพื่อให้ผลลัพธ์ที่ได้เกิดความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์สองประการต่อไปนี้คือ

1. ต้องสามารถรักษาระดับบริการลูกค้า (customer service level) ไว้ได้อย่างเหมาะสม นั่นก็คือต้องมีสินค้าตัวที่ต้องการเก็บไว้ในจำนวนที่พอเหมาะ และเก็บไว้อย่างถูกต้อง และต้องทันเวลาที่ต้องการ
2. ต้องสามารถลดค่าใช้จ่ายในการบริการลูกค้าให้ต่ำสุด

สรุปแล้ววัตถุประสงค์ในการบริหารพัสดุดคงคลังตามสองข้อข้างต้นนั้นก็คือ การสร้างความพึงพอใจในการบริการแก่ลูกค้า ทั้งภายในและภายนอกบริษัท โดยมีต้นทุนการทำงานที่ต่ำสุด ต้นทุนการทำงานในที่นี้ก็คือค่าใช้จ่ายในการจัดซื้อจัดหาบวกกับค่าใช้จ่ายในการมีพัสดุดไว้ในครอบครอง

www.ComSaving.com
สมัครสมาชิกฟรี! ใช้บริการฟรี! ตลอดชีพ



- ชื่อคอมพิวเตอร์
- ชื่ออุปกรณ์สำนักงาน

ขอใบเสนอราคาฟรี, โทรหรืออีเมล สอบถามร้านค้าผู้ขายหรือสินค้า เก็บใบสลิปเช็คราคา

บริษัท บิสซิเนส คอมเมอร์เชียล เน็ตเวิร์คส จำกัด
โบเคอริ่งวิท เมชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
เมชั่นทาวเวอร์ 46 หมู่ 10 ถนน บางนา-ตราด, บางนา กรุงเทพฯ 10260
โทรศัพท์ : 0-2761-5555 ต่อ 6121, โทรสาร : 0-2761-5153
อีเมล : customer@comsaving.com

ฟรี
★ สมัครสมาชิก
★ ขอใบเสนอราคาออนไลน์
* ไม่ซื้อของก็ไม่ต้องซื้อสินค้า

com Saving NATION GROUP



www.ComSaving.com

การบริหารจัดการพัสดุคงคลังในบริษัทเล็ก ๆ จะมีความลำบากกว่าบริษัทใหญ่ เนื่องจากมีเงินทุนหมุนเวียนที่ต่ำกว่า ทรัพยากรบุคคล และอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ด้อยประสิทธิภาพกว่า อำนาจต่อรองกับซัพพลายเออร์ของบริษัทเล็กก็ต่ำกว่า ดังนั้น การบริหารจัดการพัสดุคงคลัง จึงต้องอาศัยคนทำงานที่มีความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมใหม่ ๆ ดังตัวอย่างต่อไปนี้ ที่บางบริษัทได้ทำแล้วอย่างประสบความสำเร็จ

- ทำ Pareto analysis เพื่อแยกแยะกลุ่ม A-B-C จากนั้นต้องจ้ำจี้จ้ำไชให้พยากรณ์การใช้งานของพัสดุในกลุ่ม A และ B ให้มีความแม่นยำมาก ๆ
- หาทางเจรจากับซัพพลายเออร์ในการขายคืนของเหลือ ของเลิกใช้ และของที่เก็บไว้มากเกินไป
- เจรจาหาทางซื้อของในระบบ Systems contracting เพื่อจะลดระดับพัสดุคงคลัง
- ลดจำนวนซัพพลายเออร์ให้เหลือน้อยลง สร้างพันธมิตรทางการค้ากับซัพพลายเออร์ในรูปแบบของ Supplier partnering หรือ Strategic alliance
- การรวมกันซื้อของที่เรียกกันว่า Consortium purchasing หรือ Group purchasing

ถ้าจะให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ก็ควรจัดตั้งคณะกรรมการบริหารพัสดุที่เรียกกันว่า MMC - Materials Management Committee หรือเรียกว่า MCC - Materials Control Committee ก็จะได้ยิ่งขึ้นไปอีกซึ่งจะประกอบด้วยตัวแทนจากทุกฝ่ายที่มีส่วนหรือมีอิทธิพล ในการตัดสินใจเกี่ยวกับพัสดุคงคลัง เป็นต้นว่าตัวแทนจากฝ่ายจัดซื้อ บริหารพัสดุ โลจิสติกส์ ฝ่ายขาย การตลาด ฝ่ายบัญชีการเงิน ฝ่ายวิศวกรรม ฝ่ายปฏิบัติการ ฝ่ายผลิต ควบคุมคุณภาพ คลังสินค้า และฝ่ายบริหาร เป็นต้น

ฝ่ายจัดซื้อซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในคณะกรรมการนี้ จะต้องมีส่วนร่วมในการทำ ESI - Early Supplier Involvement เป็นผู้พิจารณาและลงมือลด Supplier base ให้เหลือในจำนวนที่เหมาะสมจัดการประเมินซัพพลายเออร์อย่างถูกต้องและเป็นรูปธรรมในทุกแง่มุม สร้างเสริมสัมพันธ์ภาพ ในรูปแบบของ Supplier partnership จัดทำระบบ Standardization ของพัสดุและชิ้นส่วนต่าง ๆ และหาทางลด Lead time ในการจัดซื้อจัดหาให้สั้นลง ทั้งหมดที่กล่าวมานี้จะส่งผลให้ระดับพัสดุคงคลังลดลงอย่างฮวบฮาบทีเดียว

ฝ่ายจัดซื้อยังจะทำอะไรได้อีกไหมเพื่อให้ระดับพัสดุคงคลังลดลง อ้อ... ยังมีอีกเยอะแยะครับ เป็นต้นว่า การจัดซื้อแบบ Blanket order, Systems contracting, Consignment purchasing เหล่านี้ก็เป็นหนึ่งในกรรมวิธีที่เราเรียกรวม ๆ ว่า Stockless purchasing อันส่งผลให้ระดับพัสดุคงคลังลดลงได้อย่างมีประสิทธิภาพเช่นกัน

ปัญหาใหญ่อีกประการหนึ่งในการบริหารจัดการพัสดุคงคลังให้มีประสิทธิภาพก็คือตัวเลขสต็อกกับของจริงไม่ค่อยตรงกัน ทางสถาบัน APICS (American Production and Inventory Control Society, Inc.) เขาให้ตัวเลขไว้ว่าทั่วไปแล้วถือว่ายอมรับได้หาก สต็อกมีความแม่นยำอยู่ที่ 95% เป็นอย่างน้อย และถ้าเป็นบริษัทในระดับเขื่อนั้นต้องมีความแม่นยำอยู่ที่ 98% หรือสูงกว่า แต่ข้อเท็จจริงพบว่าอีกมากมายหลายแห่งยังต่ำกว่า 95% อีกไกลโข ซึ่งการแก้ไขก็น่าจะลองพิจารณาวิธีเช็คสต็อกที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น รวมไปถึงการเอาระบบอัตโนมัติมาช่วยในการทำงานเช่นบาร์โค้ด เป็นต้น

การที่ตัวเลขในระบบบัญชีบอกว่ามีของเก็บอยู่เท่านั้นเท่านั้น แต่ของจริงไม่มีหรือมีน้อยกว่า บริษัทก็เสียหาย ในมุมกลับกันหากของจริง มีของเก็บอยู่เยอะแยะ แต่ตัวเลขบอกว่ามีน้อยกว่านั้นหรือบอกว่าหมดแล้ว บริษัทก็เสียหายอีกเช่นกัน เสียทั้งขึ้นทั้งล่อง หากบริษัทของท่าน ยังเป็นอย่างนี้อยู่ก็ลองคิดอ่านตั้ง MMC หรือ MCC เข้ามาช่วยกันจัดปัญหาจะดีกว่าไหม และฝ่ายจัดซื้อก็อย่าลืมแสดงความสามารถเข้าไป เป็นห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value chain) ให้สมศักดิ์ศรีด้วยนะครับ

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.org Website: www.pscmt.org



โดย ... **เชี่ยวชาญ รัตนาทักธนะ** C.P.M., A.P.P., MCIPS
นายกสมาคม

ความไว้วางใจกันในซัพพลายเชน Trust in Supply Chain

๑ ลสารจดหมายข่าวรายเดือนฉบับนี้เป็นฉบับที่ 100 และเป็นฉบับครบสองเดือนคือธันวาคม 2547 และมกราคม 2548 ถือเสียว่าเป็นการส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่อยู่ในฉบับเดียวกันไปเลย ในนามของคณะกรรมการบริหารสมาคมฯ ขออำนาจสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลายที่ท่านเคารพนับถือ โปรดดลบันดาลให้ท่านมีความสุขกายสุขใจ ธรรมดาดีและบุญกุศลที่ท่านสร้างสมตลอดปีที่ผ่านมานั้นก็ขอจงส่งผลให้ท่านมีความเจริญก้าวหน้าในอาชีพการงาน ครอบครัวมีความสุขความเจริญ คิดสิ่งใดที่เป็นกุศลก็ขอให้สัมฤทธิ์ผลทุกประการเทอญ และปีนี้ผมก็ได้แนบ ส.ค.ส.ส่วนตัวของผมมาคารวะต่อผู้อ่านทุกท่านด้วยดังที่เคยปฏิบัติมาทุกปี หากผมได้ล่วงเกินหรือทำผิดพลาดประการใดต่อผู้ใดไปบ้างทั้งวจีกรรมและกายกรรม ก็กรุณาอโหสิด้วยนะครับ... ไม่ได้ลาไปบวชหรอกครับ ผมยังมีความสุขกับการอยู่นอกวัดครับ

มาเรื่องวิชาการกันบ้าง เพื่อให้ต่อเนื่องกับเนื้อหาของฉบับที่แล้วซึ่งผมได้เขียนเรื่อง “งานจัดซื้อ.... ห่วงโซ่แห่งคุณค่าในซัพพลายเชน” ฉบับนี้ผมขออนุญาตบรรเลงต่ออีกหนึ่งฉบับเพื่อให้ซัพพลายเชนมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น เนื้อหาในบทความนี้ผมยึดเอาบทความของ Dr. Tom DePaoli เป็นแกนหลัก ซึ่งท่านผู้นี้เขียนเรื่อง Why Common Sense Purchasing via Relationship Building is the Key to Supply Chain Success ไว้ใน Supply Chain Planet ฉบับเดือนมิถุนายน โดยผมได้หยิบยกเอามาเฉพาะบางตอนที่ผมเห็นว่าเกี่ยวข้อง จากนั้นก็เอาความรู้และเนื้อหาที่ผมมีอยู่เดิมและที่ใช้บรรยายอยู่ทุกวันนี้ผสมผสานต่อเติมเข้าไป และก็กลายมาเป็นบทความที่ท่านกำลังจะอ่านอยู่ต่อไปนี้



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: 2361-6331-4 แฟกซ์ : 2361-6329



เรื่องของงานจัดซื้อนั้น คนปกติทั่วไปก็มักจะคิดว่างานจัดซื้อจะดีได้ ก็ต้องมีการเจรจาต่อรองที่เก่งกาจ มีความรู้สึกซึ่งในสิ่งที่จะซื้อ มีความเข้าใจภาวะตลาดเป็นอย่างดี สิ่งเหล่านี้สำคัญมากก็จริงอยู่ แต่ Dr. Tom DePaoli บอกว่าของพวกนี้แม้จะเป็นเครื่องมือที่จะนำงานจัดซื้อไปสู่ผลลัพธ์สุดท้าย แต่สิ่งหนึ่งที่สำคัญมากยิ่งขึ้นไปกว่ากันซึ่งคนมักจะลืมไปก็คือ การสร้างสัมพันธ์ภาพอันแน่นแฟ้นและความไว้วางใจระหว่างนักจัดซื้อกับซัพพลายเออร์ เรื่องนี้ต่างหากที่จะนำงานจัดซื้อไปสู่ความสำเร็จ Dr. Tom มีประสบการณ์ในหน้าที่การงานจัดซื้อตั้งแต่ระดับ Junior Buyer และไต่เต้าสูงขึ้นจนเป็นระดับ Vice President ท่านผู้นี้มีประสบการณ์ในการทำ Supply Chain Reengineering มาก่อนและมีความรู้เป็นอย่างดีใน e-procurement software ดังนั้นเขาจึงวิเคราะห์งานจัดซื้อและซัพพลายเออร์ได้อย่างนักปฏิบัติ มิใช่ นักทฤษฎี

Dr. Tom บอกว่า สัมพันธภาพอย่างใจบริสุทธิ์เป็นสิ่งที่ต้องมาก่อนอื่น และเป็นพลังสำคัญที่สุดอันจะนำมาซึ่งพันธมิตรทางธุรกิจ เขาเตือนว่าอย่าเพิ่งไปทุ่มเทเงินทองจนเกินขอบเขตกับ Software ทั้งหลายโดยที่ปล่อยปละละเลยไม่สนใจที่จะฝังรากฐานเกี่ยวกับการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีและแน่นแฟ้นกับซัพพลายเออร์ ซอฟต์แวร์ไม่ใช่สิ่งมหัศจรรย์ที่จะเปลี่ยนหน้ามือเป็นหลังมือหรือเนรมิตอะไรได้ดังฝันหรือครอบครับใดที่ใส่ในยังละตุ้มเป๊ะ ซอฟต์แวร์ราคาร้อยล้านก็โหล่บอย ช่วยอะไรไม่ได้หรอก

สัมพันธภาพเป็นสิ่งที่เสแสร้งมิได้ ท่านจะออกคำสั่งให้มันเกิดขึ้นเองอย่างแรงด่วนก็ไม่ได้ เอาเงินซื้อเพื่อจะให้ได้ดีดังใจก็ไม่ได้ นักจัดซื้อจำเป็นจะต้องสร้างสัมพันธ์ภาพกับซัพพลายเออร์อย่างจริงจัง อย่างจริงจัง และค่อยเป็นค่อยไปอย่างต่อเนื่อง ต้องมีความซื่อสัตย์ และไม่มีแม้แต่จะคิดหักหลังกัน เกียรติศักดิ์ศรีและความซื่อสัตย์ของนักจัดซื้อที่มีเต็มเปี่ยมอยู่ในใจและที่แสดงออกมาต่อซัพพลายเออร์นั้น ซัพพลายเออร์เขาดูออก และจะส่งผลให้ซัพพลายเออร์วางใจ ประทับใจ ไม่หวาดระแวง และส่งผลทั้งทางตรงและทางอ้อมให้นักจัดซื้อนอนหลับ โดยไม่ต้องพวaleyตลอดคืน

นักจัดซื้อที่จบการศึกษาสูงย่อมดูดีมีเครดิต นักจัดซื้อที่สอบได้ประกาศนียบัตรหรือวุฒิบัตรในวงการจัดซื้อก็เป็นเรื่องดีและน่าประทับใจ อีกทั้งมั่นใจว่าเป็นผู้รู้งานจริง แต่ Dr. Tom ก็ยืนยันว่าแม้จะดี แต่ก็ไม่ได้ช่วยให้งานจัดซื้อมีประสิทธิภาพสูงสุดไปได้เลยหากไม่มีการพัฒนาสัมพันธ์ภาพที่แข็งแรงและรักษาคำมั่นสัญญาต่อกันกับซัพพลายเออร์ การใช้เวลาสานสัมพันธ์ต่อกันจะได้รับผลลัพธ์ดี ๆ คู่คุณค่าเสมอต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เมื่อใดก็ตามที่เกิดรอยร้าวในสัมพันธภาพหรือเกิดความระแวงไม่ไว้วางใจกัน ก็แทบจะเป็นไปไม่ได้เลยที่จะผลานรอยร้าวหรือลบภาพอันขมขื่นให้คืนดีเหมือนดังเดิมได้ ดังนั้น จงอย่าละเลยความสำคัญในข้อนี้ และอย่าทำอะไรเลย ๆ กับเรื่องนี้เป็นอันขาด

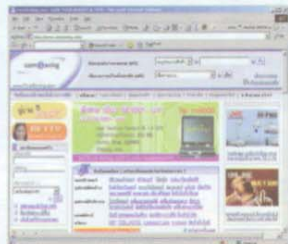
วิธีง่ายที่สุดและดีที่สุดในการสร้างสัมพันธ์ภาพและความไว้วางใจกัน ต้องเริ่มจากตัวท่านนั้นแหละโดยการต้องรักษาคำพูด จงทำตามที่ท่านได้รับปากไว้ นอกจากนั้นการร่วมมือกับซัพพลายเออร์เพื่อช่วยกันแก้ปัญหาไม่ว่าจะเป็นปัญหาของเขาหรือของเรา ก็เป็นวิธีที่มีอานภาพสูงมากที่สร้างความประทับใจและซาบซึ้งใจต่อกันและกัน ในระหว่างร่วมกันแก้ปัญหาความเข้าอกเข้าใจกัน เห็นใจกัน เอื้ออาทรต่อกันจะเป็นความตั้งใจมิรู้ลืมที่อะไรก็ไปทำลายมันหรือบิดเบือนมันไม่ได้ คนเราจะจดจำมิรู้ลืมเมื่อมีใครสักคนเข้ามาช่วยเหลือในยามยากหากท่านสามารถเข้าไปช่วยเหลือใครในขณะที่เขาเกิดวิกฤติ แน่นนอนว่าคนผู้นั้นจะมองท่านอย่างกตัญญูและอย่างไว้วางใจไปตราบนานเท่านาน

กฎสามัญสำนึกที่ว่า “จงปฏิบัติต่อผู้อื่นดังเช่นที่อยากให้ผู้อื่นปฏิบัติต่อท่าน” ยังคงใช้การได้เสมอ ไม่เสียหลายหรอกหากท่านจะใช้มันตลอดเวลา

เมื่อท่านจะเจรจาท่องกับใคร กฎของ “รู้เขารู้เรา” ก็ยังคงความมีประสิทธิภาพสูงอยู่อย่างไม่มีใครไปปลงล้างมันได้ สิ่งที่ท่านควรเตรียมหาข้อมูลไว้ล่วงหน้าคือ ความสามารถของซัพพลายเออร์ สภาพหรือบรรยากาศการแข่งขันของอุตสาหกรรมที่ซัพพลายเออร์เผชิญอยู่ ต้นทุนหลักของเขา ผลกำไรของเขา ยิ่งท่านรู้มากและลึกซึ้งมากเท่าไร ท่านก็จะมีตามกายสิทธิ์ในการต่อรองมากยิ่งขึ้นเท่านั้น แต่การจะรู้เรื่องเหล่านี้เป็นอย่างดีนั้น ท่านต้องทำการบ้านหนักเอาเรื่องอยู่มิใช่น้อย แต่ก็คุ้มสุดคุ้มกับการลงทุนของท่าน เพราะเมื่อซัพพลายเออร์เขารู้ว่าท่านเข้าใจสถานการณ์สิ่งแวดล้อมทั้งหลายของเขา การเจรจาต่อรองก็จะไม่ยืดเยื้อและไม่ต้องอ้อมค้อมเล่นเกมส์และใช้แค่คิตคิดให้มากเรื่อง เพราะเขารู้ว่าท่านเป็นคนที่เขาจะหลอกล่อไม่ได้ และท่านจะแปลกใจมากที่ซัพพลายเออร์เขาจะโปกส์ตรงดิ่งเข้าสู่ในประเด็นของปัญหา และช่วยกันแก้ปัญหา โดยไม่เสียเวลาอ้อมค้อมเล่นเกมส์ตั้งแต่ก่อน

www.ComSaving.com

สมัครสมาชิกฟรี! ใช้บริการฟรี! ตลอดชีพ



- ซื้อคอมพิวเตอร์
 - ซื้ออุปกรณ์สำนักงาน
- ขอใบเสนอราคาฟรี, โทรหรืออีเมล
สอบถามร้านค้าผู้ขายหรือสินค้า
เทียบสเปกเช็คราคา

บริษัท บิสซิเนส คอมเมอร์เชียล เน็ตเวิร์ค จำกัด
ในเครือบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
เมชั่นทาวเวอร์ 46 หมู่ 10 ถนน บางนา-ตราด, บางนา กรุงเทพฯ 10260
โทรศัพท์ : 0-2751-5555 ต่อ 6121, โทรสาร : 0-2751-5153
อีเมล : customer@comsaving.com



ฟรี

- ★ สมัครสมาชิก
- ★ ขอใบเสนอราคาออนไลน์

★ ไม่มีข้อผูกมัดที่ต้องซื้อสินค้า

comSaving

NATION GROUP



www.ComSaving.com

ขอให้มั่นใจเกิดว่ายุทธศาสตร์ของการเจรจาต่อรองโดยใช้ความรอบรู้จะได้ผลว่าการเล่นละครหรือลัทธิ ท่านต้องสร้างความน่าเชื่อถือในตัวท่านโดยการลงไปค้นคว้า สืบเสาะ เพื่อจะเป็นผู้ชำนาญและรู้จริงในเรื่องนั้น ๆ รับประทานได้เลยว่าซัพพลายเออร์จะประทับใจท่าน และพร้อมจะสร้างสัมพันธ์ภาพอันลึกซึ้งกับท่าน แต่การจะทุ่มเทเวลาเพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับซัพพลายเออร์ให้ละเอียดลงไปทุกเจ้านั้นเป็นสิ่งที่ทำไม่ได้ และถึงแม้จะทำให้งัดก็สิ้นเปลืองโดยไม่คุ้มค่า ท่านจึงต้องเลือกทำเฉพาะซัพพลายเออร์รายสำคัญในเชิงกลยุทธ์เท่านั้น

การคัดเลือกซัพพลายเออร์ที่จะติดต่อทำธุรกิจกับท่านในเชิงกลยุทธ์นั้น ท่านต้องใช้เวลาให้มากและพอเพียง การมีความรู้สึกที่ดีต่อกันนั้นไม่สามารถส่งผลถึง Bottom line ได้หรอก แต่การมีข้อตกลงที่เข้าใจกันและทำได้อย่างเป็นรูปธรรมต่างหากที่จะส่งผลในทางปฏิบัติ ดังนั้นจึงพูดคุยอธิบายให้ชัดเจนต่อกันว่า ท่านมีอะไรอยู่ในใจ หวังผลประการใด และจะติดตามผลหรือวัดผลกันอย่างไร

ท่านควรจะไปเยี่ยมให้ถึงที่ของซัพพลายเออร์ การพูดจาหักทลายกับเจ้าหน้าที่และพนักงานทุกระดับในบริษัทของเขาด้วยหน้าตาอึมแถมแจ่มใส ย่อมดีกว่าการตะคอกวางอำนาจหรือทำสีหน้าไม่พอใจในผลงาน ต้องตระหนักตลอดเวลาว่า ซัพพลายเออร์มิใช่บริษัทของเรา แต่เขาเป็นผู้มีส่วนได้เสียกับธุรกิจของเรา ถ้าท่านมีซัพพลายเออร์มือเยี่ยม ๆ อยู่ในมือ ก็จะเป็นอาวุธอันสำคัญที่จะช่วยให้บริษัทของท่านแข่งขันกับผู้อื่นได้อย่างไม่เสียเปรียบ เมื่อได้เขามาแล้วจงรักษาไว้ให้ดี จงรักษาสัมพันธ์ภาพกับเขาเหล่านี้ไว้อย่างจริงจังเพื่อช่วยกันนำซัพพลายเชนที่เรายู่อ่วมกันไปสู่ความเป็นเลิศ

การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจมิใช่เป็นเรื่องที่เราจะทำเประอะไรก็ได้ แต่ต้องเลือกทำเพียงบางรายเท่านั้น การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจจัดเป็นสัมพันธ์ภาพอันลึกซึ้งที่จะต้องควบคุมดูแลติดตามและประเมินผลกันอย่างใกล้ชิดจริงจังและอย่างต่อเนื่อง เป็นการเสียเวลาและไร้สาระอย่างยิ่งหากจะไปผูกมิตรผูกสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์เป็นร้อยเจ้าเพียงเพื่อจะได้ชื่อว่ากำลังสร้างพันธมิตร นั้นเป็นการเข้าใจผิด การผูกสัมพันธ์ในเชิงพันธมิตรต่อกันที่แท้จริงนั้นต้องทุ่มเทเวลาและพลังกายพลังใจกันอย่างมากมาย ถ้าจะให้เข้าใจชัดเจนขึ้นก็อาจเปรียบเทียบเสมือนว่าเป็นการจับคู่แต่งงานกัน ทั้งคู่จะต้องช่วยกันประคับประคองกันอย่างดีและอย่างจริงจัง การเลิกร้างต่อกันเป็นความเจ็บปวดที่ใครก็ไม่อยากประสบ ดังนั้นคิดให้ถี่ถ้วนจะเลือกคบซัพพลายเออร์รายใดในเชิงพันธมิตรธุรกิจ

อย่างลืมเบื้องหลังว่าทำไมเราจึงต้องคบค้ากับซัพพลายเออร์เชิงกลยุทธ์ เหตุผลก็คือเราต้องการจะเพิ่มประสิทธิภาพในงานจัดซื้อ เป้าหมายก็คือการเพิ่มคุณค่าให้ดียิ่งขึ้นแต่ลดต้นทุนโดยรวมคือ Lowest total cost มิใช่ Lowest unit price

เพื่อให้การสร้างพันธมิตรธุรกิจทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ ท่านจงตั้งเป้าในการลดจำนวนซัพพลายเออร์ลงอย่างจริงจัง อย่าซื้อของและคบค้ากับซัพพลายเออร์สะเปะสะปะ เลือกให้ดีว่าจะเอาใครมาอยู่ในซัพพลายเชนเดียวกับเรา จากนั้นทุ่มเทเอาใจใส่กับการสร้างสัมพันธ์ภาพอย่างจริงจังและอย่างต่อเนื่อง แล้วก็คอยสังเกตประสิทธิภาพของซัพพลายเชนที่ดีวันดีคืนอย่างเหลือเชื่อ

การจัดการซัพพลายเชนเป็นเรื่องของ Common sense ไม่ต้องไปคิดอะไรให้ยุ่งยาก ลด Supplier base ลงเสียแต่วันนี้ ศึกษาข้อมูลอย่างรู้เขารู้เรา ปรึบพฤติกรรมตนเองให้คนอื่นไว้วางใจท่าน จากนั้นซัพพลายเชนของท่านก็จะประสบความสำเร็จ

หากท่านหักหลังหรือไม่ซื่อสัตย์ต่อใคร ประเภทหน้าไหว้หลังหลอก ก็แทบจะพูดได้เลยว่า ไม่มีทางเป็นอันขาดที่ท่านจะหลุดออกมาจากหลุมลึกแห่งความหวาดระแวงที่ท่านนั้นแหละเป็นผู้ขุดเอาไว้อเอง กลบหลุมย่อมง่ายกว่าขุดหลุม ความซื่อสัตย์และจริงใจนั้นแหละที่จะทำให้ผู้อื่นเคารพนับถือตัวท่าน

สวัสดิปีใหม่ทุกท่านครับ

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.org Website:www.pscmt.org



คุณฉัตรชัย ทรัพย์ประพจน์ Regional Supply Chain Manager - South East Asia ของบริษัท Jotun Powder Coatings (Thailand) Ltd. และเป็นประธานฝ่ายฝึกอบรมสัมมนาของสมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย ยืนพิงสาส์นแสดงความยินดีที่ International Trade Centre (ITC) - UNCTAD/WTO ส่งมาชื่นชมที่เป็นคนแรกของโลกที่สามารถสอบผ่านและได้รับ Diploma in International Purchasing & Supply Chain Management ในหลักสูตร Modular Learning System ที่ ITC จัดร่วมกับหลายสิบประเทศทั่วโลก อีกทั้งสมาคมของเราได้การยอมรับว่าเป็นแห่งเดียวและแห่งแรกของโลกที่ปฏิบัติภารกิจเช่นนี้ได้อย่างยอดเยี่ยมกว่าสถาบันใดในโลก



เมื่อวันอาทิตย์ที่ 28 พฤศจิกายน 2547 สมาคมจัดรายการ Food for thought ให้สมาชิกตลอดชีพของสมาคมเข้าฟังฟรี ในหัวข้อเรื่อง Consortium Purchasing บรรยายโดย คุณวรัศมิ์ เอี่ยมยิ่งพานิช และคุณพีรวัฒน์ ชูเกียรติ ซึ่งสมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทยได้ส่งให้เป็นตัวแทนเข้าร่วมประชุม Summer School on Advanced Purchasing & Supply Research จัดโดย IFPMM - International Federation of Purchasing & Materials Management ในภาพเป็นรูปหมู่ของศิษย์เก่าทั้ง 5 คนที่เคยเป็นตัวแทนของสมาคมไปร่วมงาน Summer School ที่เมือง Salzburg ประเทศ Austria ในภาพจากซ้ายไปขวาคือ คุณวราภรณ์ อัครฉัตรลักษณ์ คุณวชิรวิภา อัครชัยพงษ์ คุณพีรวัฒน์ ชูเกียรติ คุณวรัศมิ์ เอี่ยมยิ่งพานิช และคุณกิตติกร โชติสกุลรัตน์



จากขวาไปซ้าย อาจารย์ นิยะวรรณ พุทธิบาลเจริญศรี Chairperson of the Department of Industrial Management, Faculty of Risk Management and Industrial Services, Assumption University ในฐานะประธานคณบดีของ ITC-UNCTAD/WTO ถ่ายภาพร่วมกับกรรมการคณบดีท่านหนึ่งคือ คุณรุ่งทิพย์ เต้าเพียรประธาน Manager, Supply Chain Standard & Development บริษัท เนสท์เล่ จำกัด ทั้งสองท่านได้รับเกียรติจาก ITC-UNCTAD/WTO ให้ควบคุมดูแลการสอบในประเทศไทยมาแล้ว 7 ครั้ง



Mr. Chris Gallagher, Director of Membership Development ของสถาบัน CIPS - The Chartered Institute of Purchasing & Supply แห่งประเทศอังกฤษ และมาประเทศไทยเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2547 เพื่อมอบวุฒิบัตร MCIPS กิตติมศักดิ์ให้แก่นายกสมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย คุณเชี่ยวชาญ รัตนนามัทธนะ นับเป็นคนไทยคนแรกและเพียงคนเดียวเท่านั้นที่ได้รับเกียรติเช่นนี้จาก CIPS และผู้ที่ได้รับเกียรติท่านอื่นทั่วโลกก็มีเพียงไม่กี่คนเท่านั้น



บรรยากาศอันชื่นมื่นในงานพบปะสังสรรค์ของนักเรียน MLS ในวิชา International Purchasing & Supply Chain Management รุ่นที่ 3 เมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2547 ที่ภัตตาคารครัวสมพงษ์ นับเป็นรุ่นที่มีการสังสรรค์และเฮฮาสนุกสนานที่สุดในบรรดานักเรียน 5 รุ่นของสมาคม สำหรับ Meeting ครั้งถัดไปจะจัดกันในวันเสาร์ที่ 5 กุมภาพันธ์ 2548 สมาชิกของรุ่นช่วยยัดยอเวลาไว้ให้ที ชาติการคิดต่อยอด ๆ อาจถูกตัดออกจากจอมรกก็ได้เนอะจะบอกให้



นักเรียน Certificate in Purchasing & Supply Management รุ่นแรกของประเทศไทย พร้อมทั้งบรรดา Trainer ในหลักสูตรนี้ ได้จัดเลี้ยงอาหารเย็นรับรองแก่ Mr. Chris Gallagher และ Mr. Hugh Allen ตัวแทนจาก CIPS - The Chartered Institute of Purchasing & Supply แห่งประเทศอังกฤษ ที่ภัตตาคารต้นเครื่อง เมื่อค่ำวันพุธที่ 1 ธันวาคม 2547 ผู้สนใจจะเข้าเรียนในรุ่นที่ 2 โปรดเตรียมตัวแต่เนิ่น ๆ เราจะเปิดเรียนราวกลางปี 2548 สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่สมาคม หรือเข้าไปดูที่เว็บไซต์ของสมาคมก็ได้