

การศึกษาการบริหารความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และรถยนต์

จรรุวรรณ รุ่งโรจน์

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการขนส่งและโลจิสติกส์


คณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา

กรกฎาคม 2551


ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา


อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์ ได้พิจารณา
งานนิพนธ์ของ จารุวรรณ รุ่งโรจน์ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการขนส่งและโลจิสติกส์ของ
มหาวิทยาลัยบูรพาได้

อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์

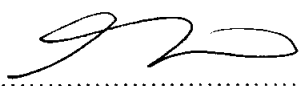

.....ที่ปรึกษาหลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉกร อินทร์พวง)

คณะกรรมการสอบปากเปล่า


.....ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉกร อินทร์พวง)


.....กรรมการ
(ดร.ไพโรจน์ เร้าชนชดกุล)

คณะโลจิสติกส์อนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการขนส่งและโลจิสติกส์ ของ
มหาวิทยาลัยบูรพา


.....คณบดีคณะโลจิสติกส์
(นายวิรัช คารวะพิทยากุล)

วันที่ ๑ เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2551

ประกาศคุณูปการ

ความสำเร็จของงานนิพนธ์ฉบับนี้ต้องขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อและคุณแม่ผู้ซึ่งอยู่เบื้องหลังความสำเร็จ คอยให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจเพื่อให้สามารถฝ่าฟันกับอุปสรรคทั้งหลายมาตลอด

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณกร อินทร์พวง ประธานกรรมการที่ปรึกษางานนิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำปรึกษาด้วยดีตลอดระยะเวลาในการดำเนินการจัดทำงานนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาและเสียสละเวลาของท่านเป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณ ไว้ ณ โอกาสนี้ รวมถึงคณาจารย์ประจำวิทยาลัยการขนส่งและโลจิสติกส์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชา ห่มเทก่าลังกายและตั้งใจถ่ายทอดความรู้ให้อย่างสุดกำลังความสามารถ เพื่อให้ผู้สำเร็จการศึกษาได้นำวิชาความรู้ไปใช้ในการพัฒนาตนเอง องค์กรที่ทำงานอยู่ และประเทศชาติต่อไป

สำหรับข้อมูลที่ได้รับและนำมารวบรวมเพื่อเป็นงานวิจัยฉบับนี้ อันมากไปด้วยแง่คิดความหลากหลายในการเรียนรู้ นั้น ต้องขอขอบพระคุณผู้ที่ให้ความร่วมมือในการทำแบบสอบถาม และให้สัมภาษณ์ทุกท่านจากบริษัทกรณีศึกษาทั้ง 5 แห่ง ซึ่งให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี แม้ว่าข้อมูลบางประการจะเป็นข้อมูลพิเศษแต่ท่านก็ได้กรุณาบอกเล่าเพื่อให้เป็นวิทยาทานแก่ทั้งตัวผู้วิจัยเอง และเพื่อผู้ที่จะได้ นำงานวิจัยนี้ไปศึกษาต่อ ต้องขอแสดงความขอบคุณอย่างยิ่งมา ณ ที่นี้

และสุดท้ายนี้ต้องขอบคุณและขอใจเพื่อน ๆ ทุกคนที่ร่วมชั้นเรียน ผู้ที่ให้ความร่วมมือร่วมใจในการทำงานและการเรียนมา โดยตลอดจนประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี ผู้วิจัยขอแสดงความขอบคุณอย่างจริงใจ

จากรรรณ รุ่งโรจน์

49926622: สาขาวิชา: การจัดการการขนส่งและโลจิสติกส์; วท.ม. (การจัดการการขนส่งและ
โลจิสติกส์)

คำสำคัญ: การบริหารความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์

จากรูรณ รุ่งโรจน์: การศึกษาการบริหารความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์ในอุตสาหกรรม
อิเล็กทรอนิกส์และรถยนต์ (THE STUDY OF SUPPLIER RELATIONSHIP MANAGEMENT IN
ELECTRONICS AND AUTOMOTIVE INDUSTRIES) อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์:
ฉกร อินทร์พยุง, Ph.D. 86 หน้า. ปี พ.ศ. 2551.

ผลงานการวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษาการบริหารความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์ใน
อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และรถยนต์ งานวิจัยฉบับนี้ทำขึ้น โดยมีขอบเขตการศึกษา 3 ประการ
คือ 1. ศึกษาการนำกิจกรรมต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในการบริหารความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์ใน
อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และรถยนต์ จากนั้นทำการศึกษาหาระดับความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อ
และผู้ขาย 2. ศึกษาหาข้อดีและข้อเสียของกิจกรรมที่ใช้ในการบริหารความสัมพันธ์กับซัพพลาย
เออร์ 3. ศึกษาหาปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหาหลังจากที่นำกิจกรรมการบริหารความสัมพันธ์
กับซัพพลายเออร์มาใช้ วิธีที่ใช้ในการศึกษาเป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือเจ้าหน้าที่
ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายควบคุมคุณภาพและวิศวกรรมการผลิตทั้งหมด 15 คน จากบริษัทกรณีศึกษาทั้ง 5
แห่ง โดยใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและนำผลที่ได้มา
วิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุป

ผลจากการวิจัยแสดงให้เห็นว่า บริษัทกรณีศึกษาทั้ง 5 แห่ง มีระดับความสัมพันธ์กับ
ซัพพลายเออร์อยู่ในระดับ 4-Collaboration ข้อดีของการบริหารความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์ คือ
เป็นปัจจัยที่เพิ่มพลังในการแข่งขันและตอบสนองตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนข้อเสียคือการ
ประสานงานที่ใกล้ชิดของเจ้าหน้าที่ทำให้เกิดภาวะเสี่ยงต่อการทุจริตคอร์รัปชัน มีค่าใช้จ่ายสูงและ
บางกรณีทำให้ซัพพลายเออร์ขาดอิสระในการทำงานและผู้ซื้อจะดูแลกระบวนการนี้ยากขึ้น ปัญหา
ที่พบส่วนใหญ่เป็นเรื่องเกี่ยวกับต้นทุน การจัดส่งและระดับสต็อกสินค้าคงคลัง ด้านเทคนิคและ
สารสนเทศ รวมถึงระบบการจัดการด้วย ซึ่งแนวทางการแก้ไขปัญหาสามารถใช้วิธีการเชิงเทคนิคและ
ทฤษฎีการจัดการห่วงโซ่อุปทานมาประยุกต์ใช้ได้ เช่น การใช้ทฤษฎีพาเรโต และสามารถใช้
หลักการจัดการคุณภาพ หลักการจัดการจัดซื้อและหลักการของวิศวกรรมอุตสาหกรรม อย่างไรก็ตาม
แนวทางการแก้ไขปัญหาสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ตามความเหมาะสมกับวัฒนธรรมบริษัทและ
วิสัยทัศน์ของผู้บริหารด้วย

49926622: MAJOR: TRANSPORT AND LOGISTICS MANAGEMENT; M.Sc.
(TRANSPORT AND LOGISTICS MANAGEMENT)

KEYWORD: SUPPLIER RELATIONSHIP MANAGEMENT

CHARUWAN RUNGROJ: THE STUDY OF SUPPLIER RELATIONSHIP
MANAGEMENT IN ELECTRONICS AND AUTOMOTIVE INDUSTRIES.

ADVISOR: NAKORN INDRA-PAYOONG, Ph.D. 86 P. 2008.

This research is to study the implementation of Supplier Relationship Management (SRM) in electronics and automotive industries. The research focuses on three aspects: the first aspect is the implementation of SRM activity and the study the relationship levels between customer and supplier. The second aspect is finding the advantages and disadvantages of SRM activities. The third aspect is finding the problems and solutions after implementing SRM activities. The 15 samples of the study consist of purchasing officer, quality control officer and production engineer in 5 selected companies. Questionnaire and interviewing techniques are used to collect the data and to make an analysis and conclusions.

The results indicate that all companies have 4th level relationship-collaboration with their suppliers. The advantages are: SRM increases the competitive power and raises high efficiency to response customer's requirement. The disadvantages are: risk for corruption from the assigned staffs, high expenditure cost and lack of freedom in working. The problems of raw material cost, delivery, inventory control, technical and IT management are found as well as management and training issues. The solutions to the problems are to apply supply chain management theory, e.g. Pareto analysis and also to apply the principle of quality management, purchasing management and industrial engineering. Nevertheless, the solution should be applied in regard of the company's culture and vision of management level.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ	ณ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย.....	7
ขอบเขตของการวิจัย	7
ข้อจำกัดของการวิจัย.....	8
นิยามศัพท์เฉพาะ	8
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
การเลือกแหล่งขาย.....	10
วิธีการเลือกแหล่งขาย	10
กระบวนการการพัฒนาผู้ส่งมอบ.....	12
ความสำคัญของการพัฒนาผู้ส่งมอบ	15
การปรับใช้แนวคิดการพัฒนาผู้ส่งมอบ	18
ความสัมพันธ์กับแหล่งขาย.....	25
ทัศนคติของผู้ซื้อต่อความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับซัพพลายเออร์ที่สุด	25
ระดับความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์.....	26
คุณประโยชน์ที่จะได้จากการมีความสัมพันธ์.....	32
การนำกรอบแนวความคิดการบริหารพันธมิตร ไปปฏิบัติ.....	32
ปัจจัยสำคัญเพื่อสร้างความยั่งยืนในการเป็นพันธมิตรระหว่างกัน.....	33

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	34
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	37
วิธีที่ใช้ศึกษา.....	37
การเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	37
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	38
วิธีการรวบรวมข้อมูล.....	38
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	39
4 ผลการวิจัย.....	40
ข้อมูลทั่วไปของบริษัทกรณีศึกษา.....	40
ผลการประเมินค่าและระดับความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและซัพพลายเออร์.....	42
ผลการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่จัดซื้อและผู้รับผิดชอบในกิจกรรมการบริหาร ความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์ในบริษัทกรณีศึกษาทั้ง 5 แห่ง.....	50
5 สรุปและอภิปรายผล.....	73
สรุปผลการวิจัย.....	73
ข้อเสนอแนะ.....	76
ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	77
บรรณานุกรม.....	78
ภาคผนวก.....	80
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	86

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 การเปรียบเทียบประเภทของผู้ส่งมอบกับการตรวจเช็คคุณภาพของสินค้า หรือวัตถุดิบ	16
2 ประเภทของสินค้าตามหลักการของการวิเคราะห์พาเรโต.....	20
3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับซัพพลายเออร์	27
4 แสดงข้อมูลทั่วไปที่สำคัญของบริษัทกรณีศึกษา.....	41
5 แสดงผลการให้คะแนนตามน้ำหนักความสำคัญหรือความถี่ของการทำ กิจกรรมต่าง ๆ ในการบริหารความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์.....	44
6 แสดงการสรุปผลคะแนนของความสัมพันธ์ทั้ง 4 ด้าน โดยจัดเรียงลำดับ จากมากไปหาน้อย	47
7 แสดงเกณฑ์ระดับความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและซัพพลายเออร์ในซัพพลายเชน.....	49
8 แสดงระดับความสัมพันธ์และการให้ความสำคัญในด้านต่าง ๆ ของบริษัทกรณีศึกษาที่มีต่อซัพพลายเออร์.....	50
9 แสดงผลการสัมภาษณ์กิจกรรมในการบริหารความสัมพันธ์กับซัพพลายเชน ข้อดี-ข้อเสียและปัญหาจากการประยุกต์ใช้ SRM	51
10 ปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการบริหารความสัมพันธ์ กับซัพพลายเออร์.....	66

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 ความสัมพันธ์ของระบบต่างๆ ในวงจรธุรกิจ.....	7
2 ระดับการพัฒนาของผู้ส่งมอบ	13
3 ตัวอย่างระบบโซ่อุปทาน	17
4 ขั้นตอนการนำแนวความคิดเรื่องการพัฒนาผู้ส่งมอบมาปรับใช้กับธุรกิจ	18
5 สัดส่วนความสำคัญของสินค้า A, B และ C ตามการวิเคราะห์แบบพาเรโต	21
6 ประเภทความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย.....	29
7 Purchase Portfolio Matrix.....	30