

## บทที่ 2 วิธีปฏิบัติในการจัดซื้อ

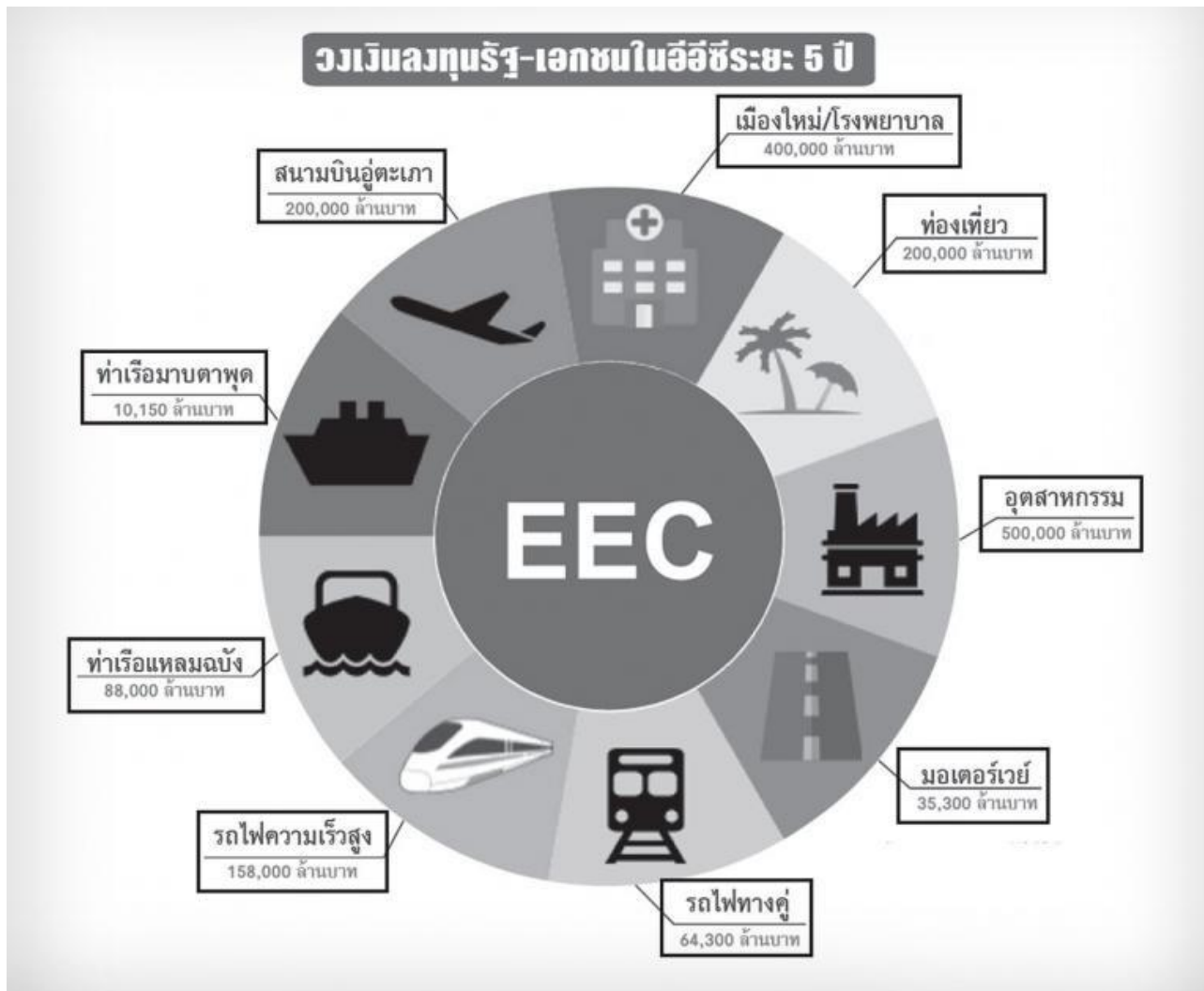


มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

Aj. Nipawan Poojom

LAS2206 การบริหารการจัดซื้อจัดจ้าง

# Eastern Economic Corridor : EEC



# Eastern Economic Corridor : EEC

## โครงสร้างพื้นฐาน

- ขยายถนนเข้าท่าเรือแหลมฉบัง
- เพิ่มระบบรถไฟทางคู่ (สายจะเข็งเทรา-คลอง19-แก่งคอย)
- ขยายอาคารผู้โดยสารสนามบินอู่ตะเภา รองรับ **3 ล้านคน/ปี**
- ปรับปรุงท่าเรือท่องเที่ยวเกาะล้าน



## โครงสร้างพื้นฐาน

- ส่วนขยายมอเตอร์เวย์ พัทยา-มาบตาพุด
- เพิ่มศักยภาพการขนส่งตู้สินค้า SRTO รองรับ **2 ล้าน ทีอียู/ปี**
- พัฒนาท่าเทียบเรือชายฝั่งที่ทำเรือแหลมฉบังขนถ่ายตู้สินค้า 3 แสน ทีอียู/ปี
- สนามบินอู่ตะเภา high speed taxiway และ runway ที่ 2
- ทำเรือสปีดฮีบพร้อมรองรับเรือสินค้าและเรือท่องเที่ยวขนาดใหญ่

## โครงสร้างพื้นฐาน

- มอเตอร์เวย์ ชลบุรี-นครราชสีมา
- รถไฟความเร็วสูง กรุงเทพฯ-ระยอง
- ท่าเรือแหลมฉบังระยะที่ 3 รองรับตู้สินค้าอีก 7 ล้าน ทีอียู/ปี (รวมเป็น **18 ทีอียู/ปี**)
- รถไฟรางเบา Tram พัทยา
- เรือเฟอร์รี่เชื่อมชายฝั่งทะเลอ่าวไทย
- สนามบินอู่ตะเภา มีศูนย์ซ่อมอากาศยาน MRO complex / ศูนย์ฝึกอบรมบุคลากรด้านการบิน / Air Cargo
- Free Trade Zone / Medical Hub

2559-2560

2561-2563

2564 เป็นต้นไป

### อุตสาหกรรม

พื้นที่นิคมฯ พร้อม **15,000 ไร่**



### สาธารณูปโภค

**ไฟฟ้า** รองรับถึงปี 65  
**น้ำ** รองรับถึงปี 63



### บริการสังคม

เพิ่มความพร้อมด้านสถานที่และครุภัณฑ์ เพิ่มศักยภาพให้บริการด้านอุบัติเหตุ/ฉุกเฉิน

ระยะสั้น

### อุตสาหกรรม

มีนิคม รองรับอุตสาหกรรมเป้าหมาย (new s-curve)

### บริการสังคม

ตั้งศูนย์ความเป็นเลิศการให้บริการระบบการแพทย์ ตั้งโรงพยาบาลด้านอาชีวเวชศาสตร์และเวชศาสตร์สิ่งแวดล้อม

ระยะกลาง

### สาธารณูปโภค

อ่างเก็บน้ำมีระบบผันน้ำ/เพิ่มความจุ เพิ่มอีก 360 ล้าน ลูกบาศก์เมตร (รองรับได้ 10 ปี)  
น้ำประปาเพิ่มขึ้น 170 ลูกบาศก์เมตร (รองรับ 2 แสนกว่าครัวเรือน)



### อุตสาหกรรม

ท่าเรืออุตสาหกรรมมาบตาพุด ระยะที่ 3

### สาธารณูปโภค

**ระบบไฟฟ้า** ทั่วถึงและเพียงพอ



ระยะยาว

### สิทธิประโยชน์

- ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสูงสุด **15** ปี
- ยกเว้นอากรขาเข้า สำหรับเครื่องจักร วัตถุดิบที่นำเข้ามาผลิตเพื่อส่งออก และของที่นำเข้ามาเพื่อการวิจัยและพัฒนา
- เงินสนับสนุนค่าใช้จ่าย ในการลงทุน การวิจัยและพัฒนา การส่งเสริมนวัตกรรมหรือการพัฒนาบุคลากรเฉพาะด้านของกิจการในอุตสาหกรรมเป้าหมาย
- อนุญาตให้ถือกรรมสิทธิ์ที่ดิน เพื่อประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริม
- สิทธิการเช่าที่ดินราชพัสดุถึง **50** ปี และสามารถพิจารณาต่ออายุอีก **49** ปี
- อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา **15%** ต่ำที่สุดในอาเซียน สำหรับผู้บริหารชาวต่างชาติของบริษัทที่มาตั้งสำนักงานใหญ่ข้ามประเทศ บริษัทการค้าระหว่างประเทศ ศูนย์บริหารเงินหรือศูนย์วิจัยและพัฒนาระดับภูมิภาค
- ระบบ **One-stop Service** อำนวยความสะดวกให้กับนักลงทุน ให้บริการข้อมูล ข่าวสาร การขออนุญาต ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการ การค้า การส่งออก นำเข้า ในจุดเดียว
- วิชาทำงาน **5** ปี เพื่อดึงดูดนักลงทุน ผู้เชี่ยวชาญ และนักวิทยาศาสตร์จากทั่วโลก

## CONTENT

1. ขั้นตอนในการจัดซื้อเชิงกลยุทธ์
2. กิจกรรมที่เกี่ยวข้องในงานจัดซื้อ
3. การคัดเลือกผู้ขายปัจจัยการผลิตและการให้คะแนน
4. วิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดซื้อ

# วิธีปฏิบัติในการจัดซื้อ

## กลยุทธ์ของการจัดซื้อ

- การดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวกับที่มาของวัตถุดิบ เพื่อสนับสนุนจุดมุ่งหมายโดยรวมขององค์กร
- การเข้าถึงแหล่งซื้อใหม่ๆ วัตถุดิบชนิดใหม่ๆ เทคโนโลยีใหม่ๆ บริการใหม่ๆ ที่มีคุณภาพและเป็นประโยชน์ต่อองค์กร แหล่งอุปทานใหม่ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น
- การพัฒนาซัพพลายเออร์ และการบริหารความสัมพันธ์ ความร่วมมือระหว่างองค์กรมีความสำคัญต่อรูปแบบการแข่งขัน พันธมิตร

# ขั้นตอนในการจัดซื้อเชิงกลยุทธ์



# ขั้นตอนในการจัดซื้อเชิงกลยุทธ์

# ขั้นตอนในการจัดซื้อเชิงกลยุทธ์

## ขั้นตอนที่ 1 จัดทำกลยุทธ์

กำหนดคณะทำงานเพื่อศึกษากลยุทธ์องค์กร วัตถุประสงค์และเป้าหมายในการจัดซื้อ

## ขั้นตอนที่ 2 การวางแผนการจัดซื้อ ( Sourcing Plan )

ต้องทำการกำหนดรายละเอียดของสินค้าให้รัดกุม รวมทั้งต้องศึกษารายละเอียดของคุณสมบัติและคุณภาพของสินค้าให้ถูกต้อง โดยการประชุมกับฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

## ขั้นตอนที่ 3 กำหนดและสรรหาผู้ขายปัจจัยการผลิต ( Supplier Identification)

แบ่งเป็น 5 ระดับคือ

1. ไม่ต้องมีการประเมินจัดทำรายการตรวจสอบธรรมดา เช่น สมุดหน้าเหลือง
2. จัดทำแบบสอบถาม
3. จัดทำแบบสอบถามเชิงลึก

## ขั้นตอนในการจัดซื้อเชิงกลยุทธ์

4. จัดทำแบบสอบถามเชิงลึกและตรวจสอบความมั่นคงของกิจการ

5. จัดทำแบบสอบถามเชิงลึก และตรวจสอบความมั่นคงของกิจการและเยี่ยมชมสถานประกอบการ

โดยที่ความสัมพันธ์กับผู้ขายมี 6 ระดับ

1. ซื้อครั้งเดียวและไม่ซื้ออีก
2. ซื้อสม่ำเสมอ
3. ซื้อตามกรอบของงาน
4. ซื้อจากรายนี้ตายตัว
5. ต้องการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ
6. ต้องเจรจาผู้ขายของผู้ขาย

## ขั้นตอนในการจัดซื้อเชิงกลยุทธ์

### ขั้นตอนที่ 4 พัฒนาเอกสารขอให้เสนอราคา ( Develop the Request For Quotation )

ฝ่ายที่ต้องการสินค้าจะออกไปร้องขอ ( Purchasing Request : PR ) ฝ่ายจัดซื้อ จะทำการรับและตรวจสอบ พร้อมทั้งนำเสนอขออนุมัติจากผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ เมื่อได้รับอนุมัติแล้วจึงจะออกไปสั่งซื้อ ( Purchasing Order : PO )

### ขั้นตอนที่ 5 การประเมินและคัดเลือกผู้ขายปัจจัยการผลิต ( Supplier Evaluation And Selection )

ถ้าต้องการจัดซื้อ จะส่งเอกสารความต้องการในการจัดซื้อ ( Request for Proposal : RFP ) หรือไปขอให้เสนอราคา ( Request for Quotation : RFQ ) ไปยังผู้ขายที่ได้คัดเลือกและผ่านการประเมินเบื้องต้นไว้แล้ว

## ขั้นตอนในการจัดซื้อเชิงกลยุทธ์

### ขั้นตอนที่ 6 การเจรจาต่อรองและจัดทำสัญญา ( Agreement Negotiation )

ต้องเจรจาต่อรองกับผู้ขายเพื่อสร้างความมั่นใจว่าสินค้าที่จะได้รับตรงตามคุณภาพ ราคา เงื่อนไขการส่งมอบสินค้าก่อนจะออกไปสั่งซื้อ และจัดทำสัญญา ( ถ้าเป็นการซื้อขายทางโทรศัพท์ควรทำเป็นหนังสือยืนยันมาอีกครั้ง )

### ขั้นตอนที่ 7 การดำเนินการซื้อ ( Implementation )

- การติดตามผลการสั่งซื้อ
- การตรวจเอกสารใบกำกับสินค้า
- การรับและการตรวจนับสินค้าที่สั่งซื้อ
- การรวบรวมและเก็บเอกสารที่ดำเนินการไปแล้ว

## กิจกรรมที่เกี่ยวข้องในงานจัดซื้อ ( Related Activities in Purchasing )

กิจกรรม	วิธีเดิม	วิธีใหม่
ขนาดล็อตการผลิต	ขนาดใหญ่ ความถี่ในการจัดส่งน้อย	ขนาดเล็ก ความถี่ในการจัดส่งมาก
การเลือกผู้ขายปัจจัยการผลิต	หลายแหล่งจัดซื้อ สัญญาระยะสั้น	แหล่งจัดซื้อเดียว สัญญาระยะยาว
การประเมินผู้ขายปัจจัยการผลิต	ยอมรับการปฏิเสธงานร้อยละ 2	ไม่มีสินค้านำส่งคืน
การเจรจากับผู้ขายปัจจัยการผลิต	ต้นทุนต่ำ และใครมีความสามารถมากก็ได้ มาก	มุ่งคุณภาพ และต้นทุนจัดหาใช้ทรัพยากร และคนงานร่วมกัน
การตรวจสอบวัสดุขาเข้า	ความรับผิดชอบของผู้ขาย	ความรับผิดชอบของผู้ซื้อ
การออกแบบผลิตภัณฑ์	ผู้ขายเกี่ยวข้องเพียงเล็กน้อย	ผู้ขายเข้ามาเกี่ยวข้องในระดับสูง
งานกระดาษ	เป็นรูปแบบและใช้ในการติดต่อเป็นส่วน ใหญ่	น้อยลง การเปลี่ยนแปลงได้มีการยอมรับ ผ่านโทรศัพท์ เว็บไซต์

**การเปลี่ยนแปลงกิจกรรมจากวิธีเดิมเป็นวิธีใหม่**

## กิจกรรมที่เกี่ยวข้องในงานจัดซื้อ ( Related Activities in Purchasing )

กิจกรรม	วิธีเดิม	วิธีใหม่
บรรจุภัณฑ์	มาตรฐาน	ตามร้องขอ
สินค้าคงคลัง	เป็นสินทรัพย์ชนิดหนึ่ง	เป็นหนี้สิน
เวลานำ	สามารถทำให้ยาวนานมากขึ้นได้	สั้นลง

การเปลี่ยนแปลงกิจกรรมจากวิธีเดิมเป็นวิธีใหม่

## กิจกรรมที่เกี่ยวข้องในงานจัดซื้อ ( Related Activities in Purchasing )

แบ่งเป็น 6 กิจกรรม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. รับการร้องขอให้จัดซื้อ ( Receipt of Purchasing Request )

2. การแจ้งความต้องการ ( Request for Quotation )

แจ้งความต้องการให้เสนอราคา และส่งไปยังผู้ขายที่มีโอกาสในการขาย

3. การประเมินผลจากใบเสนอราคา ( Evaluation of Quotation )

- กำหนดระดับความลับและความสัมพันธ์กับผู้ขาย
- มั่นใจว่าการเปรียบเทียบมีลักษณะเหมือนกันและเป็นธรรม
- ประเมินการรับประกันผลงาน และการบริการสนับสนุน
- ประเมินอย่างชัดเจนในเงื่อนไขของการขายจากผู้ขาย

## กิจกรรมที่เกี่ยวข้องในงานจัดซื้อ ( Related Activities in Purchasing )

- การมีสินค้าและบริการที่สามารถจัดส่งได้
- ราคาเป็นแบบจัดส่งถึงประตู หรือซื้อหน้าโรงงาน

### 4. การเลือกผู้ขายปัจจัยการผลิต ( Select the Supplier )

- การเจรจาให้เกิดประโยชน์สูงสุดและได้ราคาที่ดีที่สุด
- ตกลงในการสำรวจข้อมูลกิจการของผู้ขาย และการรายงานการประเมินผู้ขาย
- ความต้องการในอนาคตต้องนำมาพิจารณา และเจรจาเกี่ยวกับปริมาณการคิดค่าส่วนลด
- การเจรจาที่ยาวนานเกินไปจะส่งผลกระทบต่อเวลานำ ( Lead Time) รวมในการจัดซื้อ
- การคัดเลือกผู้ขายต้องคัดเลือกจากผู้ขายที่มีค่าคะแนนที่ดีที่สุด

## กิจกรรมที่เกี่ยวข้องในงานจัดซื้อ ( Related Activities in Purchasing )

### 5. การสั่งซื้อและติดตามผลงาน ( Process the Order / Monitor Performance )

ต้องรับผิดชอบการไหลของสินค้าขาเข้าตามคำสั่งซื้อ เช่น การเรียกสินค้าเข้า การขยับสินค้าออก การรับสินค้าตามแผน การติดตามผลงานของผู้ขายและวัดผล การดำเนินงานตามเกณฑ์ที่กำหนด

### 6. การประเมินผลงานการจัดซื้อล่วงหน้า ( Post Purchasing Performance Evaluation )

ผลการดำเนินงานของผู้ขายต้องได้รับการประเมิน ถ้าไม่เป็นที่พอใจหรือต่ำกว่าเกณฑ์ ต้องแจ้งให้ผู้ขายรับทราบเพื่อทำการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องในการให้บริการ

# การคัดเลือกผู้ขาย และการให้คะแนน

การคัดเลือกผู้ขายนั้นมีกระบวนการคัดเลือก 3 ประการ

## 1. การประเมินผู้ขาย ( Vendor or Supplier Evaluation )

1.1 ประสิทธิภาพของผู้ขายปัจจัยการผลิต ( Supplier Effectiveness ) สามารถวัดได้จากเหตุผลต่อไปนี้

- ผู้ขายสามารถลดจำนวนให้เหลือน้อยที่สุดได้หรือไม่
- สามารถพัฒนาให้เป็นพันธมิตรระยะยาวได้หรือไม่
- ความต้องการที่เป็นลักษณะเฉพาะมีอะไรบ้าง
- ความน่าเชื่อถือ
- ความสมดุลระหว่างต้นทุนการจัดซื้อและการให้บริการ

## การคัดเลือกผู้ขาย และการให้คะแนน

### 1.2 การจัดซื้อเชิงการแข่งขัน ( Buying Competitively ) วัดได้จากเหตุผลดังต่อไปนี้

- มีการประมูลที่แข่งขัน หรือการเจรจาต่อรองหรือไม่
- ต้องมีสัญญาหรือไม่
- ระดับการให้บริการ และราคาที่ตั้งมีการกำหนดไว้หรือไม่
- การปรับปรุงมูลค่าที่ต้องการมีค่าเท่าไร
- ต้นทุนรวมของการได้มาของสินค้ามีมูลค่าเท่าไร
- ต้นทุนตลอดวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์มีค่าเท่าไร
- เงื่อนไขในการจ่ายเงินมีอะไรบ้าง

## การคัดเลือกผู้ขาย และการให้คะแนน

### 1.3 การมีสต็อก และการลงทุนในสต็อก ( Availability and Stock Investment )

- ต้องการมีระบบการจัดส่งแบบทันเวลาพอดีหรือไม่
- เป้าหมายการยกขนสินค้าในคลังสินค้ามีอะไรบ้าง
- ต้องการเชื่อมต่อการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์หรือไม่
- ต้องการในการพยากรณ์ยอดขายหรือไม่

### 1.4 คุณภาพ ( Quality )

- ต้องมีวัสดุติดตามข้อกำหนดที่ตกลงไว้ และสอดคล้องทั้งระบบหรือไม่
- ต้องเกี่ยวกับผู้ขายในรายละเอียดข้อกำหนดของวัสดุหรือไม่
- ต้องเกี่ยวข้องกับระบบการประกันคุณภาพหรือไม่
- มูลค่าที่ได้ปรับปรุงที่ต้องการมีอะไรบ้าง

## การคัดเลือกผู้ขาย และการให้คะแนน

### 1.5 การประสานงาน ( Co-ordination )

- ต้องการประสานงานภายในมากขึ้นหรือไม่
- ต้องการการประสานงานระหว่างการจัดซื้อที่ต่อเนื่องหรือไม่
- ต้องประสานงานอย่างต่อเนื่องหลังจากการจัดซื้อหรือไม่

# การคัดเลือกผู้ขาย และการให้คะแนน

## 2. การพัฒนาผู้ขาย ( Vendor development)

ผู้ซื้อต้องมั่นใจว่า ผู้ขายมีสินค้าที่มีคุณภาพ มีการกำหนดเวลาการจัดส่งที่แน่นอน มีระบบการจ่ายเงินที่ดี และมีนโยบายที่มั่นคง

การพัฒนาผู้ขายจะรวมถึงทุกอย่างเริ่มจากการฝึกอบรม การจัดการด้านวิศวกรรมและการช่วยเหลือด้านการผลิต

## 3. การเจรจาต่อรอง ( Negotiation )

### 3.1 แบบจำลองราคาจากฐานต้นทุน ( Cost – Based Price Model )

จะทำเป็นรูปแบบสัญญาโดยจะมีการพิจารณาด้านราคาซึ่งจะขึ้นอยู่กับเวลา วัสดุ หรือต้นทุนคงที่ และจะมีการเปลี่ยนแปลงโดยพิจารณาแรงงานของผู้ขายและต้นทุนวัตถุดิบ

## การคัดเลือกผู้ขาย และการให้คะแนน

### 3.2 แบบจำลองราคาตามฐานตลาด ( Market – Based Price Model )

ราคาจะขึ้นกับดัชนีหรือราคาที่พิมพ์ไว้ในเอกสารการกำหนดของราคาของตลาด โดยมีการสรุปเป็นสรุปค่า

### 3.3 การประมูลราคาของการแข่งขัน ( Competitive Bidding )

เมื่อผู้ขายปัจจัยการผลิตไม่ต้องการอธิบายเกี่ยวกับต้นทุน ก็จะใช้วิธีการแข่งขันหลายบริษัทมีนโยบายต่างๆ เกี่ยวกับการจัดซื้อจำนวนมาก โดยผู้ขายที่มีศักยภาพหลายๆราย ทำการเสนอราคา

**ข้อเสียคือ ไม่สามารถสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวได้**

## การคัดเลือกผู้ขาย และการให้คะแนน

บริษัท : .....				
หมวดวัด : บริษัท	ดีมาก ( 4 )	ดี ( 3 )	ปานกลาง ( 2 )	ไม่ดี ( 1 )
ขนาด และ/หรือ ขีดความสามารถ				
จุดแข็งทางการเงิน				
สิ่งอำนวยความสะดวก				
การบริการด้านเทคนิค				
พื้นที่ตั้งของบริษัท				
การบริหาร				
ความสัมพันธ์ทางการค้า				
<b>รวม</b>				

**ตัวอย่างการให้คะแนนผู้ขาย**

## การคัดเลือกผู้ขาย และการให้คะแนน

บริษัท : .....				
มาตรวัด : <b>บริการ</b>	ดีมาก ( 4 )	ดี ( 3 )	ปานกลาง ( 2 )	ไม่ดี ( 1 )
จัดส่ง ตรงเวลา				
สภาพของสินค้าเป็นไปตามที่กำหนด				
การดูแลด้านการร้องทุกข์				
เทคนิค การช่วยเหลือ				
การช่วยเหลือฉุกเฉิน				
ทันสมัยตามเทคโนโลยี				
ความสัมพันธ์ทางการค้า				
<b>รวม</b>				

**ตัวอย่างการให้คะแนนผู้ขาย**

## การคัดเลือกผู้ขาย และการให้คะแนน

บริษัท : .....				
มาตรวัด : <b>ผลิตภัณฑ์</b>	ดีมาก ( 4 )	ดี ( 3 )	ปานกลาง ( 2 )	ไม่ดี ( 1 )
คุณภาพ				
ราคา				
การบรรจุภัณฑ์				
ความเป็นแบบเดียวกัน				
การรับประกัน				
<b>รวม</b>				

**ตัวอย่างการให้คะแนนผู้ขาย**

## การคัดเลือกผู้ขาย และการให้คะแนน

บริษัท : .....				
มาตรวัด : พนักงานขาย	ดีมาก ( 4 )	ดี ( 3 )	ปานกลาง ( 2 )	ไม่ดี( 1 )
1. ความรู้ในบริษัทของผู้ขาย				
- ผลិតภัณฑ์ของผู้ขาย				
- ในอุตสาหกรรมของผู้ซื้อ				
- ในบริษัทของผู้ซื้อ				
2. จำนวนการเสนอขาย				
- ความเหมาะสม ตามการนัดหมาย วางแผนและเตรียมการ ความร่วมมือ				

ตัวอย่างการให้คะแนนผู้ขาย

## การคัดเลือกผู้ขาย และการให้คะแนน

บริษัท : .....				
มาตรวัด : พนักงานขาย	ดีมาก ( 4 )	ดี ( 3 )	ปานกลาง ( 2 )	ไม่ดี ( 1 )
3. การบริการการขาย				
- จัดหาข้อมูล				
- แจ้งราคาสินค้าเร็ว				
- เป็นไปตามใบสั่งซื้อ				
- จัดส่งรวดเร็ว				
- ดูแลเรื่องการร้องทุกข์				

ตัวอย่างการให้คะแนนผู้ขาย

### วิธีปฏิบัติในการจัดซื้อ

หมายถึง การปฏิบัติงานเป็นขั้นตอนในการจัดซื้อสินค้าในแต่ละช่วง แต่ละรายการ ซึ่งอาจแตกต่างกันทั้งลักษณะ ราคา แหล่งจัดซื้อ และสภาพแวดล้อม ขั้นตอนการปฏิบัติงานการจัดซื้อ แบบฟอร์ม ซึ่งต้องได้รับการอนุมัติ และเป็นไปตามระเบียบแบบแผน กฎข้อบังคับ

## 1. หลักการกำหนดวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดซื้อ

1.1 การปฏิบัติงานที่กำหนดไว้ต้องเหมาะสม และบรรลุผลสำเร็จที่สุด

1.2 ต้องมีการกำหนดอย่างแน่นอน

1.3 ต้องกำหนด อำนาจ หน้าที่ ความรับผิดชอบ และขอบเขตชัดเจน

1.4 ทุกขั้นตอนควรยึดความง่ายเป็นสำคัญ

1.5 ต้องสามารถยืดหยุ่นได้

1.6 ประหยัดคุ้มค่างับผลงาน

## 2. ขั้นตอนการปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดซื้อสินค้า

### 2.1 การกำหนดความต้องการสินค้าให้แน่นอน

- ในแต่ละหน่วยงานต้องทราบถึงความต้องการสินค้า ปริมาณ
- การเสนอใบขอให้จัดซื้อ ( Purchase Requisitions ) ต้องได้รับการอนุมัติอย่างถูกต้อง
- บางครั้งอาจมีการขอให้จัดซื้อฉุกเฉิน

### 2.2 การกำหนดรายละเอียดและคุณภาพสินค้าให้รัดกุม

- ผู้ซื้อต้องศึกษารายละเอียดของคุณสมบัติ คุณภาพสินค้าให้ถูกต้อง

### 2.3 การเดินทางของหนังสืออนุมัติจัดซื้อสินค้า

- หน่วยงานที่ต้องการใช้วัสดุเสนอแบบฟอร์ม เอกสารใบขอให้ซื้อ  
สินค้า
- หน่วยงานจัดซื้อลงเวลารับ ( ต้องแจ้งให้หน่วยขอซื้อรับทราบ )
- พนักงานทำการตรวจสอบรายการ แบบรายละเอียดต่างๆ ให้ถูกต้อง
- ผู้จัดซื้อทำการพิจารณารายละเอียดในการสั่งซื้อ เช่น ตรวจสอบราคา  
คุณภาพสินค้า แหล่งขาย เงื่อนไขการชำระเงิน เป็นต้น
- เสนอและขออนุมัติจากผู้มีอำนาจ
- เมื่อได้รับอนุมัติ จัดพิมพ์ใบสั่งซื้อ ( Purchase Order)

## 2.4 การเจรจาต่อรองกับแหล่งขายสินค้า

2.4.1 เกี่ยวกับการเลือกผู้ขาย การเลือกคุณภาพของสินค้า การนำส่งสินค้า และปริมาณสินค้า

### 2.4.2 รายละเอียดที่ผู้ซื้อต้องมีไว้

- รายละเอียดของสัญญาถูกต้องตรงกับการสั่งซื้อเป็นงวดๆ
- รายละเอียดการจัดแบ่งสินค้าเป็นประเภท เป็นกลุ่ม ชัดเจน
- ข้อมูลรายละเอียดของผู้ขายที่ได้คัดเลือกไว้
- ข้อมูลรายละเอียดสินค้าตามตัวอย่างสินค้า

### 2.4.3 เมื่อเจรจาต่อรองเรียบร้อยแล้วเป็นการวางใบสั่งซื้อ

## 2.5 การคัดเลือกผู้ขายและออกใบสั่งซื้อ

2.5.1 ต้องใช้ดุลยพินิจอย่างรัดกุม

2.5.2 การออกใบสั่งซื้อควรมีแบบฟอร์มอย่างชัดเจน

2.5.3 แบบฟอร์มใบสั่งซื้อ ควรมีลักษณะสำคัญดังต่อไปนี้

- หมายเลขลำดับใบสั่งซื้อ
- วัน เดือน ปีที่จะให้นำส่ง
- วัน เดือน ปี ที่ออก
- ราคาสินค้า
- ชื่อและที่ทำงานของผู้รับใบสั่ง

## วิธีปฏิบัติในการจัดซื้อ

- จำนวนรายละเอียดของสินค้า
- ลายเซ็นผู้มีอำนาจในการสั่งซื้อ
- เงื่อนไขการชำระเงิน และเงื่อนไขต่างๆ ที่กำหนดไว้

2.5.4 การออกใบสั่งซื้อ ยังไม่เป็นสัญญาจนกว่าผู้ขายจะรับโดยลงลายมือชื่อ

### 2.6 การติดตามผลการสั่งซื้อ

- ถ้าแผนการผลิตดี การติดตามอาจไม่จำเป็นนัก ถ้ากิจการดำเนินการไม่เป็นไปตามแผน ควรกำหนดการส่งมอบล่วงหน้า 2 - 3 วัน

### 2.7 การตรวจใบกำกับสินค้า

- โดยปกติเป็นหน้าที่ของแผนกบัญชี ซึ่งเมื่อได้รับใบกำกับสินค้ามาแล้วให้ลงทะเบียนรับตรวจสอบใบสั่งซื้อให้ถูกต้อง แล้วให้เสนอขอให้อำนาจเงินได้
- ปัญหาเกี่ยวกับการชำระเงินก่อนรับสินค้า และหลังรับสินค้า แล้วได้แก่ ปัญหาส่วนลดเงินสด ส่วนลดปริมาณ และการจ่ายเงินโดยที่ยังไม่ได้ตรวจสอบสินค้าให้ถูกต้อง

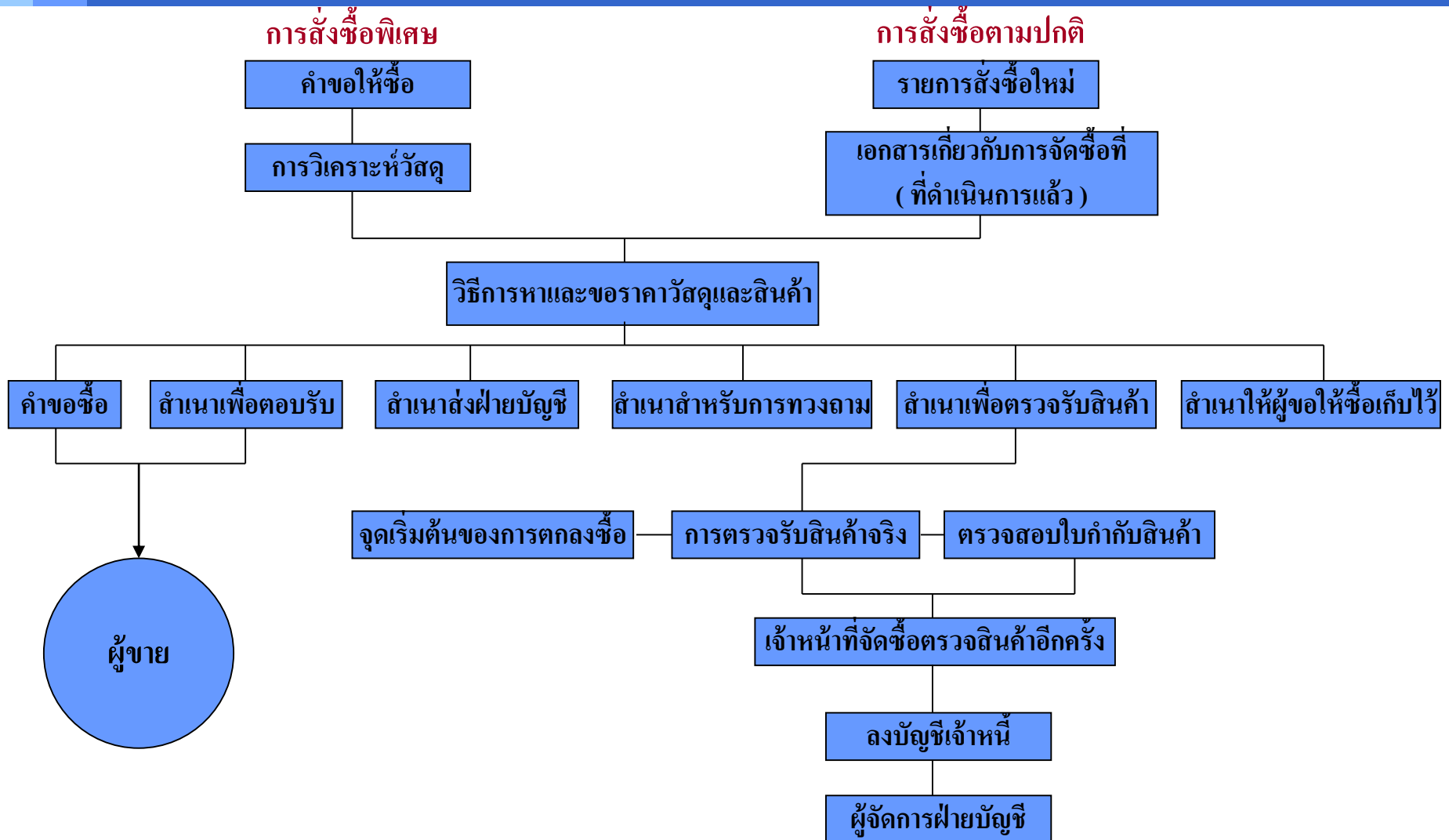
## 2.8 การรับและตรวจสอบสินค้าที่สั่งซื้อ

- ตรวจสอบจำนวน และคุณภาพสินค้าให้ถูกต้องตรงกับใบกำกับสินค้าและใบสั่งซื้อ
- การตรวจสอบสินค้ามีหลายวิธี เช่น การตรวจด้วยสายตา การตรวจด้วยเครื่องมือในห้องทดลอง ขึ้นอยู่กับสินค้าและนโยบายของกิจการ

## 2.9 การรวบรวมและเก็บเอกสารที่ดำเนินการสั่งซื้อแล้ว

- เพื่อเป็นหลักฐาน ข้อมูลในการวางแผนการจัดซื้อต่อไป
- อาจพบปัญหาในการจำหน่ายหรือกำจัดเอกสารเหล่านั้นตามความสำคัญ และตามระยะเวลาที่เก็บ

# วิธีปฏิบัติในการจัดซื้อ



ขั้นตอนการปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดซื้อ

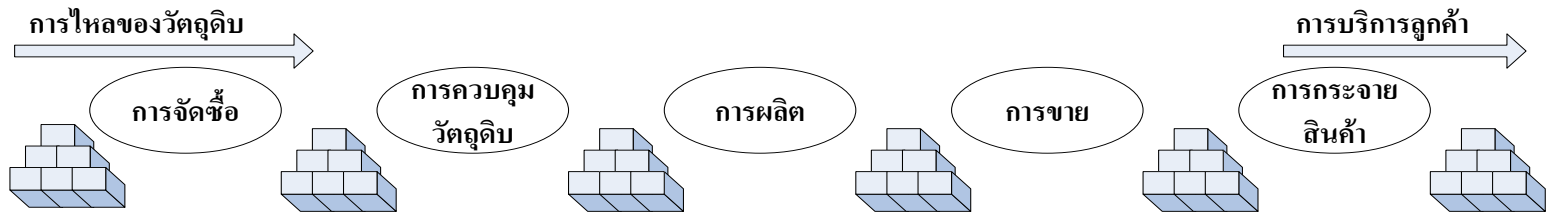
# การวางแผน และงบประมาณการจัดซื้อจัดจ้าง



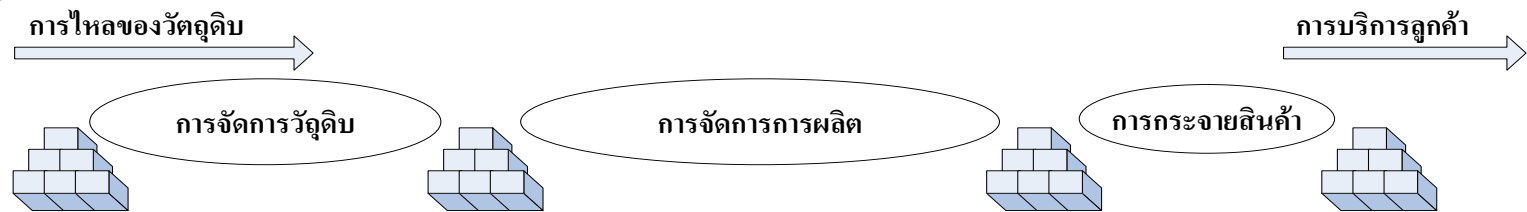
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

# การจัดการลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

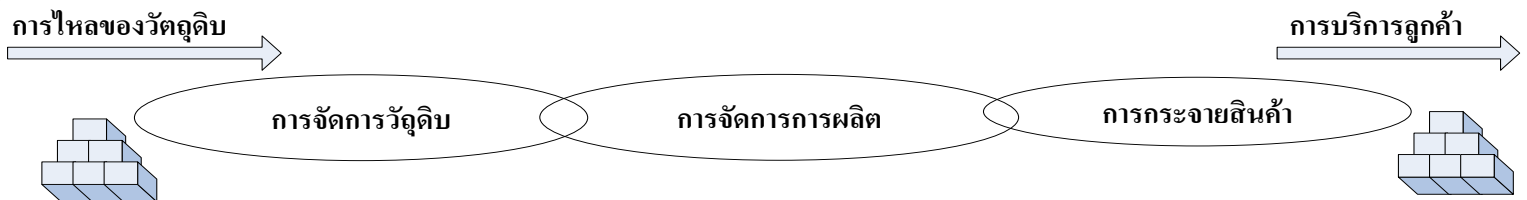
## ขั้นที่ 1 : เส้นฐาน



## ขั้นที่ 2 : การบูรณาการหน้าที่



## ขั้นที่ 3 : การบูรณาการภายใน

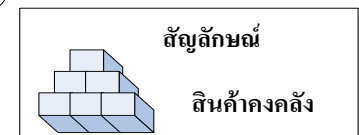


## ขั้นที่ 4 : การบูรณาการภายนอก



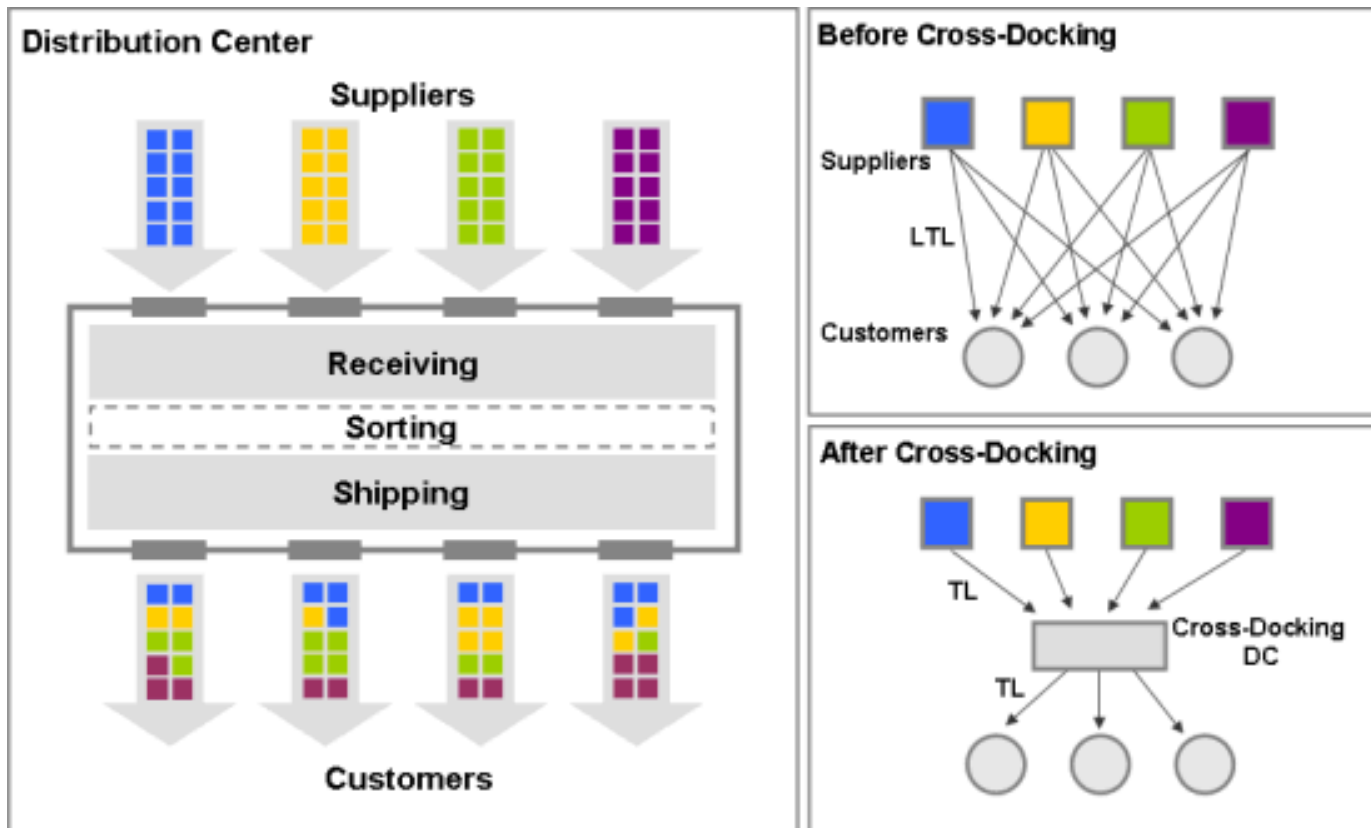
ที่มา : Steven ( 1989)

การบูรณาการโซ่อุปทาน



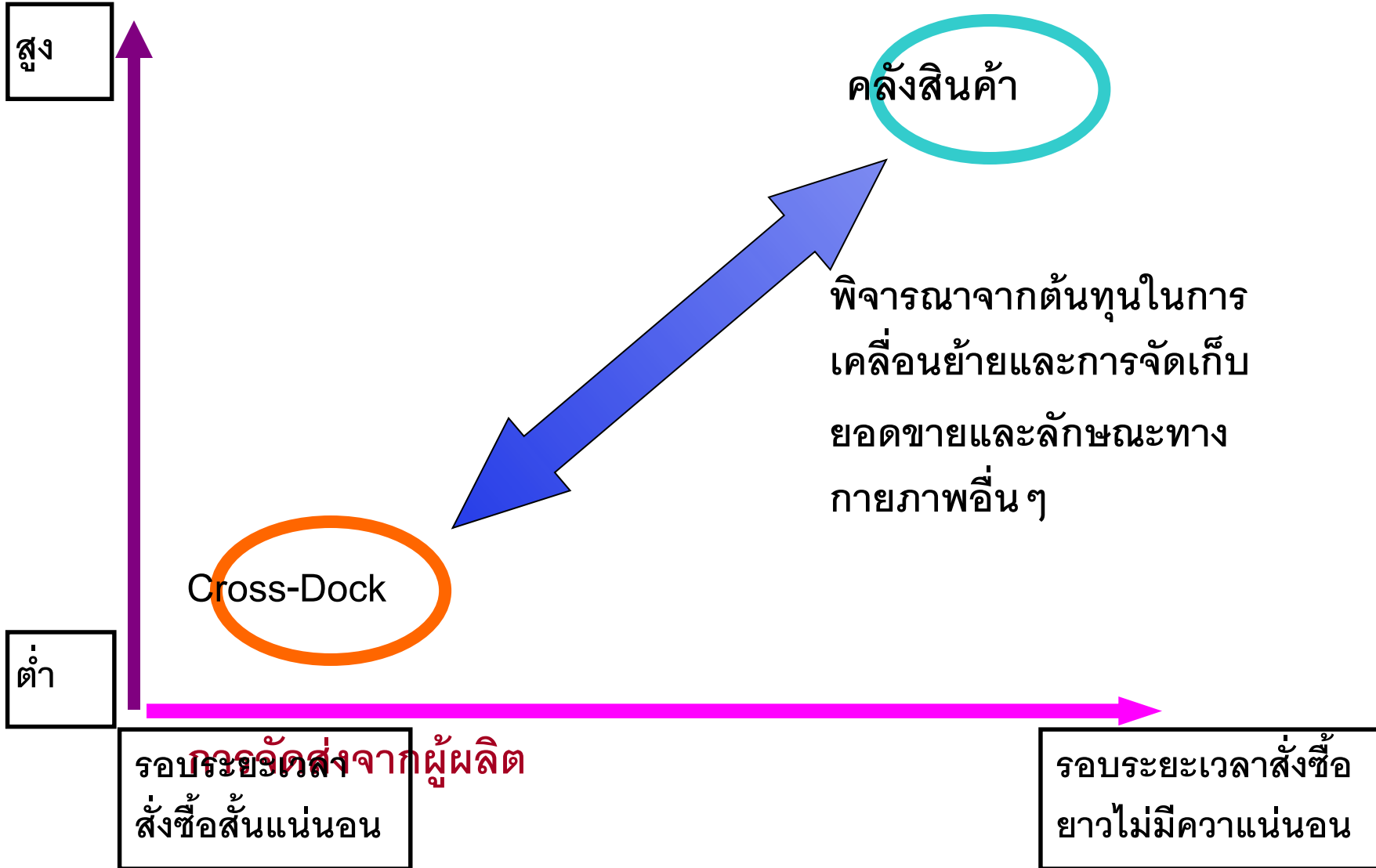
# Cross Docking

เป็นปฏิบัติการที่ไม่มีการจัดเก็บผลิตภัณฑ์ แต่ทำหน้าที่ในการแยกออกเป็นหน่วยย่อย ( Break – bulk ) และให้บริการจัดส่งเท่านั้น



# ปฏิบัติการในคลังสินค้าที่ทำการเปลี่ยนถ่ายสินค้า Cross - Dock

ความแปรปรวนของความต้องการสินค้า



# ความแตกต่างระหว่าง LEAN และ DRP



การไหลของคำสั่งเทียบกันระหว่าง DRP กับ LEAN

# ความแตกต่างระหว่าง LEAN และ DRP



กรอบการกระจายสินค้าแบบลีน

## ความแตกต่างระหว่าง LEAN และ DRP

	การวางแผนความต้องการในการกระจายสินค้า ( DRP )	การกระจายสินค้าแบบลีน (Lean Distribution )
สินค้าคงคลังที่เป็นกันชน	อยู่ใกล้กับจุดส่งสินค้า ดังนั้นสินค้าคงคลังจะมีปริมาณสูง	รวบรวมอยู่ ณ. จุดใดจุดหนึ่ง ดังนั้นสินค้าคงคลังจะมีปริมาณต่ำ
ฟังก์ชันการพยากรณ์	ฟังก์ชันอย่างมาก อย่างน้อยที่สุดก็จะเท่ากับเวลานำทั้งหมด	ฟังก์ชันน้อย ใช้เพื่อการวางแผนระยะยาว
การเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่อการพยากรณ์	จำเป็นจะต้องวางแผนใหม่สำหรับผลิตภัณฑ์และคำสั่งซื้อทั้งหมด	สามารถปรับเปลี่ยนไปให้ได้ระดับเป้าหมายได้
แผนการส่ง	เปลี่ยนตามการพยากรณ์และคำสั่งซื้อ ; แผนจะแปรผันได้	ขับเคลื่อนโดยรอบในการเติม ; แผนจะคงที่

การเปรียบเทียบระหว่าง DRP และ Lean

## ความแตกต่างระหว่าง LEAN และ DRP

	การวางแผนความต้องการในการกระจายสินค้า ( DRP )	การกระจายสินค้าแบบลีน (Lean Distribution )
การทำให้เหมาะสมที่สุด	การลดต้นทุนภายใต้ข้อจำกัด	การไหลของผลิตภัณฑ์ เป็นไปตามอุปสงค์ของลูกค้า
สมมติฐานหลัก	การพยากรณ์นั้นต้องแม่นยำถูกต้องและคงที่ ต้นทุนการขนส่งจะต้องลดลง จัดการคำสั่งซื้อให้ได้แผนงานที่สมบูรณ์แบบ	สามารถป้องกันและดึงความแปรผันของอุปสงค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สินค้าคงคลัง การขนถ่าย และต้นทุนการจัดเก็บจะไม่ปรากฏชัด จัดการภายในขอบเขตของความแปรผัน

## CONTENT

1. วัตถุประสงค์ของการวางแผนจัดซื้อ
2. กระบวนการการวางแผนการจัดซื้อ
3. งบประมาณการจัดซื้อ
4. การคัดเลือกแหล่งผู้ขาย
5. การตรวจสอบและการควบคุมคุณภาพ

## การใช้ KPI เพื่อการบริหารงานจัดซื้อ

1. Cost savings
2. Percentage of total spend managed by purchaser
3. Cost savings as a percentage of total spend
4. Cost savings as a percentage of managed spend
5. Rejection rate
6. Late delivery rate
7. Purchasing cycle time
8. Customer satisfaction
9. Purchasing operating cost as a percentage of managed spend
10. Training hours per purchaser

### มุมมองในการวัดผลงานจัดซื้อ

1. Financial perspective ( มุมมองด้านการเงิน)
2. Customer perspective (มุมมองด้านลูกค้า)
3. Internal process perspective (มุมมองด้านการจัดการภายใน)
4. Learning & Growth perspective (มุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโตพัฒนา)

## วิธีวัดผลงานจัดซื้อและการทำรายงานจัดซื้อ

ต้นทุนที่ลดลง	เริ่มต้น	5%	10%	15%
ยอดขาย	1000	1000	1000	1000
ค่าวัสดุคืบ	550	523	495	468
ค่าแรง/ค่าโสหุ้ย	225	225	225	225
กำไรขั้นต้น	225	252	280	307
หักค่าใช้จ่ายบริหาร	125	119	112	107
กำไรสุทธิ	100	133	168	200
เพิ่มขึ้น		33%	68%	100%

## วัตถุประสงค์ของการวางแผนจัดซื้อ

ภารกิจของผู้บริหารงานจัดซื้อที่สำคัญ คือ การวางแผนการจัดซื้อให้สอดคล้องกับแผนงานของหน่วยงานต่างๆ ในองค์กรตามงบประมาณที่ได้จัดสรรไว้ของแต่ละหน่วยงาน

วัตถุประสงค์ของการวางแผนการจัดซื้อ มีองค์ประกอบที่ควรพิจารณา

1. คุณภาพของสินค้าหรือวัตถุดิบ เช่น ISO. , มอก. , ใบรับรอง เป็นต้น
2. ราคาและเงื่อนไข
3. การสร้างความสัมพันธ์กับแหล่งผู้ขาย
4. การหมุนเวียนของแหล่งสินค้าหรือวัตถุดิบ
5. ค่าใช้จ่ายในการจัดซื้อ สามารถนำเทคโนโลยีมาช่วยในด้านเก็บข้อมูล
6. การเคลื่อนย้ายสินค้าหรือวัตถุดิบ

## กระบวนการวางแผนการจัดซื้อ

การวางแผนการจัดซื้อเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง และสอดคล้องกับแผนงานของฝ่ายอื่นอย่างต่อเนื่อง เช่น แผนการผลิต แผนการตลาด แผนการขาย แผนการเงินและงบประมาณ แผนการคลังสินค้า ซึ่งต้องสอดคล้องกับนโยบายขององค์กร

**กระบวนการวางแผนการจัดซื้อ มี 5 ขั้นตอน**

### **1. การศึกษาและวิเคราะห์สถานการณ์และความต้องการของกิจการ**

ผู้ประกอบการ ประกอบด้วย ซื้อมาขายไป รับจ้างผลิตสินค้า ผลิตสินค้าเอง

เช่น นโยบายขยายกิจการ การขยายกำลังการผลิต ขยายตลาดต่างประเทศ การรับคำสั่งซื้อเพิ่มเติม การปรับปรุงแผนการใหม่ ผลกระทบสถานะเศรษฐกิจ การลงทุน ราคาเงินบาท การจัดส่ง

## กระบวนการวางแผนการจัดซื้อ

### 2. การพยากรณ์แนวโน้มของระดับราคาในระยะสั้น และระยะยาว

ผู้บริหารฝ่ายจัดซื้อจะต้องรายงานเหตุการณ์แนวโน้มข้อมูล อดีต ปัจจุบัน อนาคต ให้กับผู้บริหารระดับสูงรับทราบ

การพยากรณ์จะถูกต้องแม่นยำหรือไม่ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และความชำนาญ การศึกษาข้อมูลในอดีต

### 3. การกำหนดระยะเวลาในการจัดซื้อ

ฝ่ายจัดซื้อจะต้องจัดทำแผนการจัดซื้อสินค้าหรือวัตถุดิบโดยมีแผนภูมิตารางกำหนด ระยะเวลาการจัดซื้อไว้ล่วงหน้าในปีงบประมาณ

ประโยชน์ คือ ทำให้ความต้องการสินค้าหรือวัตถุดิบไม่เกิดการขาดแคลน เนื่องจากมี ปริมาณสำรอง

## กระบวนการวางแผนการจัดซื้อ

### 4. การกำหนดแผนการจัดซื้อ

จะต้องวิเคราะห์ถึง แผนการขาย แผนการผลิต และการจัดการสินค้าคงคลังล่วงหน้า

### 5. การประเมินผลการจัดซื้อ

รายงานผลสรุปผลงานปฏิบัติในช่วงระยะเวลาหนึ่ง โดยแสดงถึงตัวเลข การเปรียบเทียบช่วงเวลาเดียวกันในอดีตและปัจจุบัน

## 1. งบประมาณการจัดซื้อ

หมายถึง แผนงานการใช้จ่ายเงินที่ได้จัดทำไว้ล่วงหน้า เพื่อพยากรณ์ความต้องการใช้สินค้าหรือวัสดุของแต่ละหน่วยงาน ให้เพียงพอกับความต้องการในระยะที่กำหนด โดยกำหนดมูลค่าของสินค้าหรือวัสดุ มีการวางแผนการควบคุมด้วยงบประมาณ การจัดการทางด้านการตลาด การขาย การผลิต การจัดการสินค้าคงคลัง

### 2. องค์ประกอบสำคัญของงบประมาณการจัดซื้อ

การได้รับความร่วมมือ การวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของทุกหน่วยงาน จึงจะประสบความสำเร็จในการจัดทำงบประมาณ

2.1. ปริมาณความต้องการรวมของสินค้าหรือวัสดุที่จะต้องจัดซื้อ คือ การพยากรณ์จำนวนที่ต้องการใช้เพื่อขาย หรือเพื่อผลิต การจัดทำงบประมาณจะนำข้อมูลเหล่านี้เพื่อเตรียมแผนการใช้จ่ายเงิน

2.2. มูลค่าราคาของสินค้าหรือวัสดุ คือ จำนวนเงินที่ต้องกำหนดไว้ในงบประมาณ เพื่อรองรับแผนการใช้จ่ายเงิน กรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงด้านราคา เป็นต้น

## งบประมาณการจัดซื้อ

2.3. การกำหนดเวลาการจัดซื้อ คือ แผนการจัดซื้อต้องสอดคล้องกับแผนการผลิต แผนการตลาด และการจัดการสินค้าคงคลัง

2.4. การจัดการสินค้าคงคลัง คือ การจัดการสินค้าคงคลัง ต้นทุนการสั่งซื้อ ต้นทุนการเก็บรักษา ให้ต่ำที่สุด

### 3. การวางแผนควบคุมด้วยงบประมาณการจัดซื้อ

หมายถึง การกำหนดวงเงินในการจัดซื้อสินค้าหรือวัตถุดิบ สามารถควบคุมการใช้จ่ายเงินไม่เกินงบประมาณที่กำหนดไว้ในฝ่ายจัดซื้อ มีองค์ประกอบดังนี้

3.1 การวางแผนการตลาดและการขาย ด้วยงบประมาณการขาย

3.2 การวางแผนการผลิต ด้วยงบประมาณการผลิต

3.3 การวางแผนทางการเงิน ด้วยงบกระแสเงินสด งบประมาณงบกำไรขาดทุน

ประมาณงบดุล

## งบประมาณการจัดซื้อ

### 4. จุดแข็งของการวางแผนการจัดซื้อด้วยงบประมาณการจัดซื้อ

4.1 การจัดซื้อเป็นไปตามแผนการที่กำหนดไว้อย่างชัดเจน

4.2 ลดการผลิตอย่างเร่งด่วน ซึ่งเป็นสาเหตุทำให้การตรวจสอบราคา คุณภาพทำได้ในระยะเวลาจำกัด

4.3 ทีมงานของฝ่ายบริหารการจัดซื้อสามารถติดตามสถานการณ์ความเคลื่อนไหว ระดับราคา ข้อมูลเปรียบเทียบแหล่งผู้ขายหลายราย

4.4 การจัดการสินค้าคงคลัง ให้ต้นทุนอยู่ในสภาพที่เหมาะสม วัตถุดิบเพียงพอต่อการผลิต สินค้าเพียงพอต่อการขาย

4.5 ผู้บริหารจะได้รับรายงานสรุปจากฝ่ายจัดซื้อ

### 5. ข้อพิจารณาในการจัดทำงบประมาณจัดซื้อสินค้าหรือวัตถุดิบ

#### 5.1 ความสัมพันธ์ของการสั่งซื้อกับการได้รับสินค้า หรือวัตถุดิบ

ขั้นตอนต่างๆ จะถูกกำหนดในเรื่องของระยะเวลาการส่งมอบ และจะต้องสอดคล้องกับการจัดทำงบประมาณ

#### 5.2 ปริมาณสินค้าหรือวัตถุดิบสูงสุดและต่ำสุด

#### 5.3 มูลค่า และราคาของสินค้าหรือวัตถุดิบ

ต้องสอบถามราคาจากแหล่งผู้ขายหลายราย เพื่อรักษาผลประโยชน์ของบริษัท

## งบประมาณการจัดซื้อ

### 6. การจัดทำงบประมาณจัดซื้อสำหรับกิจการซื้อขายไป

เช่น กิจการขายปลีก ขายส่ง เป็นต้น ซึ่งจะไม่มีการผลิตสินค้า มีวิธีการจัดทำแผนจัดซื้อสินค้าและวัตถุดิบ ดังนี้

**6.1 การวางแผนการตลาดและการขาย กิจการที่ดำเนินธุรกิจซื้อขายไป** คือ การพยากรณ์จำนวนสินค้าแต่ละประเภทที่ขายได้ตามระยะเวลาของรอบการขาย

#### 6.2 การวางกำหนดปริมาณหรือระดับของสินค้าคงคลัง

- สินค้าที่มีความจำเป็นพื้นฐานที่มียอดขายคงที่สม่ำเสมอ : ต้องมีสินค้าคงคลังสำรองให้เพียงพอสำหรับการขายในแต่ละรอบการขาย
- ตราผลิตภัณฑ์สินค้าคงคลัง : สินค้าใดหมุนเวียนช้าจะถูกจัดไว้ในตำแหน่งในสต็อก การจัดการสั่งซื้อลดลง และจะยกเลิกสั่งซื้อในที่สุด
- การป้องกันการขาดแคลน
- การส่งเสริมการขาย : เมื่อสินค้าค้างสต็อก / อยู่ในพื้นที่ขายนานไป

## งบประมาณการจัดซื้อ

7. การวางแผนปริมาณการจัดซื้อโดยคิดจากราคาขาย : จำนวนหรือปริมาณการจัดซื้อ จะต้องสัมพันธ์และสอดคล้องกับรอบการขาย

$$= \text{ยอดขายสุทธิ} + \text{ยอดขายที่ขาดไป} + (\text{ปริมาณสินค้าปลายงวด} - \text{ปริมาณสินค้าต้นงวด})$$

8. การวางแผนงบประมาณการจัดซื้อโดยคิดจากราคาต้นทุน คือ การจัดซื้อจะต้องจ่ายเงินตามต้นทุนของสินค้าที่ซื้อมาส่วนราคาขายจะบวกเพิ่ม (Mark - Up) ตามค่าใช้จ่ายต่างๆ และผลกำไรที่ธุรกิจต้องการ ซึ่งเรียกว่าราคาขายปลีก (Retail Price)

$$= \text{ปริมาณการจัดซื้อคิดจากราคาขาย} \times \frac{(100 - \text{ส่วนที่บวกเพิ่มราคาขาย})}{100}$$

## งบประมาณการจัดซื้อ

การจัดซื้อในงบประมาณที่เหลือจากการสั่งซื้อ ( Open to buy ) คือ วงเงินที่ใช้ในการจัดซื้อจะเหลือเป็นยอดสะสม ซึ่งผู้บริหารฝ่ายจัดซื้อสามารถนำเงินที่เหลือไปซื้อสินค้าเพิ่มสำหรับสินค้าอื่นๆ ที่สามารถทำกำไรกับธุรกิจได้

# การคัดเลือกแหล่งผู้ขาย

## 1. แหล่งจัดซื้อ ประกอบด้วย

1.1 แหล่งจัดซื้อภายนอก ( External Source)

1.2 แหล่งจัดซื้อภายใน ( Internal Source) คือ แหล่งจัดซื้อที่เป็นบริษัทในเครือเดียวกันหรือเป็นบริษัทลูก บริษัทสาขา ลักษณะการจัดซื้อจะหมุนเวียนกัน

ไม่สามารถสรุปหรือวิเคราะห์ว่าการจัดซื้อจากแหล่งใดจะมีจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ขึ้นอยู่กับความต้องการความพร้อมของธุรกิจนั้นๆ เป็นผู้พิจารณาตามความเหมาะสม

### 2. หน้าที่และความรับผิดชอบของแหล่งผู้ขาย

2.1 ต้องมีความซื่อสัตย์ จริงใจ

2.2 การจัดส่งตรงตามกำหนดระยะเวลา สาเหตุที่ทำให้ส่งไม่ตรงเวลา

- ผู้ขายรับคำสั่งมากเกินไปจนไม่สามารถผลิตทัน

- ผู้ขายไม่สามารถผลิตสินค้าและวัตถุดิบไว้ในคลังเป็นจำนวนมากได้

- ผู้ขายเกือบทุกรายไม่ได้ผลิตสินค้าครบวงจรทำให้ต้องมีการ Outsourcing

- ผู้ขายวางแผนไว้ดีมาก แต่ไม่เป็นไปตามแผน

2.3 การจัดส่งสินค้าหรือวัตถุดิบจะต้องตรงกับปริมาณที่สั่งซื้อ

2.4 การรักษาคุณภาพจากแหล่งผู้ขายถึงแหล่งผู้ซื้อ

2.5 ผู้ขายต้องสร้างมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ซื้อ

### 3. องค์ประกอบการพิจารณาคัดเลือกแหล่งขาย

3.1 คุณภาพของสินค้าหรือวัตถุดิบ

3.2 ราคาเงื่อนไขของสินค้าหรือวัตถุดิบ

3.3 การให้บริการของแหล่งขาย

3.4 มีความซื่อสัตย์และจริงใจ

3.5 การประสานผลประโยชน์

3.6 การให้ความสำคัญกับพนักงานให้เป็นไปตามกฎหมายบังคับ

### 4. การตัดสินใจเลือกแหล่งผู้ขาย

4.1 ทีมงานฝ่ายบริหารจัดการซื้อประชุมวิเคราะห์พิจารณาแหล่งผู้ขาย

4.2 รวบรวมข้อมูล เอกสารของแหล่งผู้ขาย นำมาเปรียบเทียบ เพื่อเลือกแหล่ง  
ที่ดีที่สุด

4.3 เชิญแหล่งผู้ขายมาเจรจาและตัดสินใจคัดเลือก

4.4 การทำสัญญาจัดซื้อ

### 5. การจดบันทึกข้อมูลการจัดซื้อ ( Purchasing Records )

คือ การจัดทำรายงานตามระยะเวลาที่กำหนด เพื่อแสดงความเคลื่อนไหว ตั้งแต่วางแผนการจัดซื้อจนถึงสินค้าหรือวัตถุดิบอยู่ในคลังสินค้าและถูกเบิกจ่ายไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

#### 5.1 การบันทึกข้อมูลการจัดซื้อ ( Purchasing Record )

- ประเภทลักษณะ รายละเอียดของสินค้าหรือวัตถุดิบ
- สถานที่ติดต่อของแหล่งผู้ขาย
- วันเดือนปี ที่ออกใบสั่งซื้อ
- วันเดือนปี ที่ได้รับมอบสินค้าหรือวัตถุดิบ
- ราคา เงื่อนไข
- ลำดับหมายเลขการสั่งซื้อ

## การคัดเลือกแหล่งผู้ขาย

- หมายเลขบัตรประจำตัวเสียภาษีของแหล่งผู้ขาย
- หมายเลขเช็คของบริษัทผู้จัดซื้อ
- ชื่อ หน่วยงาน ที่ต้องการสินค้าหรือวัสดุ
- รายการเบิกจ่าย สินค้าหรือวัสดุของหน่วยงาน
- ลายมือชื่อผู้จัดบันทึก

## การคัดเลือกแหล่งผู้ขาย

### 5.2 การจดบันทึกข้อมูลแหล่งผู้ขาย ( Vender Record )

หมายถึง การรวบรวมข้อมูลรายละเอียดของผู้ขาย เพื่อความสะดวกในการติดต่อ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในอนาคต

- ชื่อบริษัท สถานที่อยู่ โทรศัพท์
- ประเภทของสินค้าหรือวัตถุดิบ
- รหัสผู้ขายเพื่อเข้าระบบคอมพิวเตอร์ และจำนวนครั้งที่ติดต่อ
- ปริมาณ จำนวน การจัดส่งแต่ละครั้ง
- ระดับความพอใจในการให้บริการแต่ละครั้ง

### 5.3 การทำสัญญา ( Contract Record )

การทำสัญญาไม่ได้หมายถึง การไม่ไว้ใจกัน แต่เป็นการป้องกันเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอนาคต เพื่อความยุติธรรมทั้ง 2 ฝ่าย

## การตรวจสอบและการควบคุมคุณภาพ

หมายถึง ภารกิจเพื่อให้ได้สินค้าหรือวัตถุดิบตรงตามคุณภาพที่ต้องการ เมื่อนำมาผลิต ซ้อมาขายไป แบ่งเป็นวิธีปฏิบัติ 2 ลักษณะ คือ

### 1. การตรวจสอบ

- การตรวจสอบประวัติและชื่อเสียงของผู้ขาย
- การตรวจสอบด้วยการสัมผัส
- การตรวจสอบในห้องทดลอง
- การตรวจสอบให้ปฏิบัติงานจริง

การเลือกสินค้าหรือวัตถุดิบจำนวนมาก อาจใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง ( Random) เพื่อเป็นตัวอย่างนำมาตรวจสอบ และกำหนดจำนวนสินค้าหรือวัตถุดิบที่มีลักษณะหรือคุณสมบัติบกพร่อง ( Defectives) ถ้าอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับ ( Acceptance) ถ้าไม่อยู่ในเกณฑ์ก็ไม่ยอมรับ ( Rejection )

## 2. การควบคุมคุณภาพ

หมายถึง การใช้วิธีการต่างๆ เช่น ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ ประสบการณ์ หลักการ ทฤษฎี เพื่อทำให้สินค้าหรือวัตถุดิบ มีคุณสมบัติตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ เกิดความพึงพอใจเกิดความเชื่อถือนในคุณภาพสินค้า และได้รับการรับรองจากสถาบันที่ควบคุมมาตรฐานจากภาครัฐ และเอกชนทั้งในประเทศ หรือต่างประเทศ

### สาเหตุที่ทำให้สินค้าหรือวัตถุดิบมีคุณภาพไม่ได้มาตรฐาน

- ฝ่ายบริหารขาดความสนใจ ไม่ควบคุมคุณภาพ
- ไม่มีการค้นคว้าวิเคราะห์วิจัยและการพัฒนาบุคลากร เครื่องจักร และวัตถุดิบ
- ขาดการจัดเก็บ การบันทึกข้อมูล สถิติ วิธีการผลิต
- วัตถุดิบ และบรรจุภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐาน
- เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตล้าสมัย การติดตั้ง และวิธีการผลิตไม่ได้มาตรฐาน
- สภาพแวดล้อมไม่ดี
- ความสัมพันธ์ของหัวหน้างานกับคนงานไม่ดี
- การใช้แรงงาน และคนงาน ที่ไม่ได้มาตรฐาน
- ค่าตอบแทน สวัสดิการ กำลังใจคนงานต่ำ

การบ้าน

จงอธิบายถึงกระบวนการและประโยชน์ของ  
การวางแผนงบประมาณการจัดซื้อ

# Thank You !

