

## สัปดาห์ที่ 11 การบริหารข้อตกลงและความสัมพันธ์ กับซัพพลายเออร์ (ต่อ)

- การจัดการซัพพลายเออร์
- ความสัมพันธ์ของผู้ซื้อ และซัพพลายเออร์

## การจัดการศพพลายเออร์

---

เป็นอีกมุมหนึ่งที่มีความสำคัญมากในการจัดหา “เราควรจะมีศพพลายเออร์กี่ราย” “เราจะประเมินสมรรถนะของพวกเขาอย่างไร” และ “เราควรจะมีผลิตภัณฑ์หรือควรจะมีข้อเสนอประกอบชิ้นนี้” คำถามทุกข้อล้วนเป็นคำถามสำคัญที่ต้องหาคำตอบถ้าจะให้ยุทธศาสตร์ของการจัดหามีประโยชน์ต่อธุรกิจ

# การบริหารความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์

---

**ขั้นตอนที่ 1** ระยะเริ่มต้น กำหนดความต้องการในการจัดซื้อ และกำหนดคณะทำงาน

**ขั้นตอนที่ 2** กำหนดซัพพลายเออร์ พิจารณาแนวทาง/ปัจจัยในการคัดเลือก กำหนดซัพพลายเออร์ที่เป็นไปได้

**ขั้นตอนที่ 3** กลั่นกรองและคัดเลือก ติดต่อซัพพลายเออร์ที่คาดไว้ ประเมินซัพพลายเออร์แต่ละรายและคัดเลือก

**ขั้นตอนที่ 4** กำหนดความสัมพันธ์ กำหนดเอกสาร กำหนดระดับความสนใจ และข้อมูลที่สนใจ

**ขั้นตอนที่ 5** ประเมินความสัมพันธ์ ความต่อเนื่องของความสัมพันธ์ในปัจจุบัน ขยาย/เสริมสร้าง/ลด/เลิก ความสัมพันธ์

# การบริหารสัญญา

---

1. ข้อตกลงระหว่างบริษัทและคู่ค้า (ซัพพลายเออร์)
2. องค์ประกอบของการจัดซื้อ : ชนิด ปริมาณ บรรจุภัณฑ์ ความถี่ของการส่งมอบ ความถี่ของการชำระเงิน เงื่อนไขคุณภาพสินค้า ระยะเวลาของสัญญา การปรับเงินหรือมูลค่าสินค้า ฯลฯ
3. การประเมินผลการดำเนินงานตามสัญญา
4. การเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขในสัญญา
5. เอกสารที่จำเป็นต่อการดำเนินการ อำนาจในการต่อรอง
6. ผลประโยชน์ที่ทั้งสองฝ่ายได้รับ

## การสร้างพันธมิตร

---

1. เพื่อให้มีข้อได้เปรียบในการบูรณาการแนวดิ่ง (Vertical integration) ในขณะที่รักษาความเป็นอิสระขององค์กร
2. เพื่อใช้ข้อได้เปรียบของความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านนั้นๆ
3. เพื่อให้เกิดการปรับปรุงระดับการให้บริการ
4. เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพของการดำเนินงาน
5. เพื่อตอบโต้ต่อการแข่งขัน

## การรักษาความสัมพันธ์กับผู้ขายวัตถุดิบ

---

1. ชำระเงินตรงเวลา
2. ให้ข้อมูลที่เป็นจริง เพื่อความน่าเชื่อถือ
3. ไม่ยกเลิกคำสั่งซื้อบ่อยๆ โดยไม่มีเหตุอันควร
4. ไม่บีบบังคับผู้ขายเกี่ยวกับราคาหรือส่วนลดจนเกินไป
5. ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ขาย เพื่อนำไปพัฒนาวัตถุดิบได้ตรงกับ ความต้องการของบริษัท

## ความสัมพันธ์ของผู้ซื้อและซัพพลายเออร์

---

การสร้างพันธมิตร (Partner) คือ ความสัมพันธ์เชิงธุรกิจที่ปรับแต่งเฉพาะ ที่เกิดขึ้นจากความไว้วางใจ ความเปิดเผย รับรู้ ความเสี่ยงและผลตอบแทนร่วมกัน ที่จะนำมาซึ่งความได้เปรียบเชิงกลยุทธ์ ส่งผลให้เกิดสมรรถนะธุรกิจที่ดีขึ้นกว่าเดิม ที่ไม่สามารถได้มาด้วยองค์กรเดียว

## เหตุใดจึงต้องมีพันธมิตร

---

1. เพื่อให้มีข้อได้เปรียบในการบูรณาการแนวดิ่ง (Vertical Integration) ในขณะที่รักษาความเป็นอิสระขององค์กร
2. เพื่อใช้ข้อได้เปรียบของความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านนั้นๆ
3. เพื่อให้เกิดการปรับปรุงระดับการให้บริการ
4. เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพของการดำเนินงาน
5. เพื่อตอบโต้ต่อการแข่งขัน



# สิ่งจำเป็นสำหรับพันธมิตรคู่ค้าที่จะประสบความสำเร็จ

---

1. วัฒนธรรมองค์กรที่เข้ากันได้
2. มีระดับความเชื่อมั่นต่อกันและกันสูงมากอยู่แล้ว
3. มีระบบคอมพิวเตอร์ที่เข้ากันได้เพื่อจะช่วยเหลือในการแบ่งปันข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์
4. ทั้งสองฝ่ายมีความมั่นคงทางการเงินดี
5. ทักษะที่ดีที่พร้อมจะสำรวจข้อดีของการเป็นพันธมิตรคู่ค้ากัน

## การบริหารจัดการซัพพลายเออร์ จำนวนที่เหมาะสม การพัฒนาซัพพลายเออร์

---

1. ซัพพลายเออร์จะเป็นผู้ใด
2. จะมีซัพพลายเออร์กี่ราย
3. จะจัดการซัพพลายเออร์อย่างไร – แบบคู่แข่ง  
หรือแบบพันธมิตรคู่ค้า

Q & A

---

Thank you