

การศึกษาความพร้อมของซัพพลายเออร์ที่มีต่อการพัฒนาความสามารถ ในการให้บริการลูกค้า บริษัทกรณีศึกษา

A STUDY OF SUPPLIER READINESS FOR CUSTOMER SERVICE COMPETENCY DEVELOPMENT A CASE STUDY COMPANY

ชุติมณฑน์ สืบคำ^{#1}

[#]บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต / สาขาการจัดการอุตสาหกรรม / สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
e-mail: chutimon045@gmail.com

บทคัดย่อ - การศึกษาเป็นการศึกษาความพร้อมของซัพพลายเออร์ในปัจจุบัน และศึกษาว่าความพร้อมของซัพพลายเออร์มีความเหมือนหรือแตกต่างกัน ตามผลการดำเนินงานที่แตกต่างกัน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการซัพพลายเออร์ต่อไป กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคือ ซัพพลายเออร์ที่มีการซื้อขายกันตั้งแต่ เดือนมกราคม ถึง เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2556 ที่ดำเนินการอยู่ในประเทศไทย 46 ราย และประเทศจีน 5 ราย รวมทั้งสิ้น 51 ราย โดยซัพพลายเออร์จะถูกจำแนกเป็น 3 กลุ่ม ตามผลการประเมินของบริษัทกรณีศึกษา ได้แก่ กลุ่ม A B และ C เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ การใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 84.3 ซึ่งเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทย 41 ราย และผู้ประกอบการในประเทศจีน 2 ราย โดยซัพพลายเออร์ส่วนใหญ่มีความพร้อมในการพัฒนาด้านคุณภาพ การขนส่ง ต้นทุนการบริการและมีทัศนคติที่ดีต่อการพัฒนาความสามารถในการให้บริการลูกค้า จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างซัพพลายเออร์ในแต่ละกลุ่ม พบว่า ความพร้อมในการพัฒนาในด้านคุณภาพ การขนส่ง ต้นทุน การบริการและทัศนคติที่ดีต่อการพัฒนาของซัพพลายเออร์ในแต่ละกลุ่มนั้น ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ – ความพร้อม, ความสามารถ

Abstract - This study is a case study that aims to examine readiness of current suppliers and how readiness of suppliers are the same or different under different performance for using as a guideline of supplier management. Samples of this study are suppliers who have been trading with the case study firm since January to May in 2013. These suppliers have carried out their business for 46 cases in Thailand and 5 cases in China. The sample size was totally 51 suppliers and they were classified into 3 groups based on the supplier evaluation by firm. Information was collected by questionnaires and telephone interviews. Results of the study were showed that 43 suppliers or 84.3% responded the survey (41 Thai suppliers and 2 Chinese suppliers). Most suppliers were found ready to improve their product quality, transportation, cost, service, and they were also shown a positive attitude towards the development of customer service competency. The statistical analysis was conducted by comparing the

variability between suppliers in each group, it was found that readiness of development in product quality, transportation, cost, service and their attitude towards the development in each of those groups was not significant different in 95 percent confident level.

Keywords – Readiness, Competency.

1. บทนำ

ปัจจุบันภาคอุตสาหกรรมมีการแข่งขันกันสูงทำให้บริษัทต้องมีการปรับตัวโดยการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและเสริมความได้เปรียบนั้นอย่างสม่ำเสมอ หลายๆกลยุทธ์ถูกนำมาใช้เพื่อกระตุ้นยอดขายและเพิ่มราคาขาย ในระยะหลังการลดต้นทุนเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรกที่สุดที่ส่งผลโดยตรงต่อการเพิ่มผลกำไร หลายบริษัทหันมาสนใจการลดต้นทุนโดยใช้กลยุทธ์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการผลิตแบบทันเวลาพอดี การควบคุมสินค้าคงคลัง การควบคุมระบบห่วงโซ่อุปทาน ในอุตสาหกรรมการผลิต กระบวนการแรกจะเริ่มต้นจากการจัดซื้อวัตถุดิบ หลายบริษัทหันกลับมามองตั้งแต่ตัววัตถุดิบและมองไปยังซัพพลายเออร์ ก่อให้เกิดระบบการคัดเลือกและประเมินซัพพลายเออร์เพื่อให้ได้ซัพพลายเออร์ที่มีประสิทธิภาพสามารถส่งมอบวัตถุดิบได้ตรงตามความคาดหวังของบริษัท ตลอดจนการพัฒนาซัพพลายเออร์เพื่อต่อยอดความได้เปรียบในการแข่งขันและเสริมความร่วมมือระหว่างบริษัทก็ได้รับความสนใจและนำมาปฏิบัติในหลายๆ บริษัท [1-6]

ในการพัฒนาซัพพลายเออร์นั้น ความร่วมมือของซัพพลายเออร์ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้การพัฒนาประสบความสำเร็จ การประเมินความพร้อมและความร่วมมือของซัพพลายเออร์ จึงเป็นสิ่งที่ควรทำเพื่อคัดเลือกซัพพลายเออร์ในการพัฒนา การศึกษาความแตกต่างและความพร้อมของซัพพลายเออร์แต่ละกลุ่มที่มีต่อการพัฒนาซัพพลายเออร์จะทำให้เห็นถึงความสนใจและการให้ความร่วมมือในการพัฒนาร่วมกับบริษัทและความต้องการการสนับสนุนในการพัฒนาเบื้องต้นของซัพพลายเออร์

2. วิธีการศึกษา

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ประชากร หมายถึง ผู้จำหน่ายสินค้าให้แก่บริษัทที่ดำเนินการอยู่ในประเทศไทยและประเทศจีน ตั้งแต่เดือน มกราคม ถึง พฤษภาคม พ.ศ. 2556 มีจำนวนทั้งสิ้น 51 ราย

กลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เนื่องจากประชากรมีจำนวนน้อยจึงทำการสุ่มประชากรทั้งหมด ดังนั้นจำนวนกลุ่มตัวอย่างจึงเท่ากับจำนวนประชากร 51 ราย แบ่งเป็นซัพพลายเออร์ในประเทศไทยจำนวน 46 ราย และซัพพลายเออร์ในประเทศจีน จำนวน 5 ราย

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลสร้างแบบสอบถามความพร้อมของซัพพลายเออร์โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ชื่อบริษัทซัพพลายเออร์ ชื่อผู้ประเมิน ตำแหน่งงานของผู้ประเมิน วันที่ประเมิน และข้อมูลในการติดต่อกลับ โดยเป็นคำถามปลายเปิดทั้งหมด

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการปรับปรุงองค์กรในด้านความพร้อมในการพัฒนาคุณภาพของสินค้า, ด้านการขนส่ง, ด้านต้นทุน, ด้านการบริการ, ด้านทัศนคติในการพัฒนา และทัศนคติต่อการพัฒนาองค์กร

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาดังนี้

ความเที่ยงตรง (Validity)

นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาและตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษา (Wording) และนำไปปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง

ความเชื่อมั่น (Reliability)

นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบ (Pilot Test) โดยทดสอบกับซัพพลายเออร์จำนวน 10 ราย เพื่อตรวจสอบว่าคำถามนั้นสามารถสื่อความหมายได้ตรงตามความต้องการตลอดจนมีความเหมาะสม จากนั้นนำมาทดสอบความเชื่อมั่นด้วยวิธีของครอนบาค (Cronbach' Alpha) สำหรับการศึกษาได้ค่า 0.822 ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาที่มากกว่า 0.7 ดังนั้น แบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลปฐมภูมิ แบ่งตามชนิดของข้อมูลออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

ข้อมูลเชิงปริมาณ

เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการส่งโทรสารแบบสอบถาม ร่วมกับการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์กับซัพพลายเออร์ของบริษัทที่ดำเนินการอยู่ในประเทศไทย ที่บริษัทที่ศึกษามีการซื้อสินค้าระหว่างเดือน มกราคม ถึง พฤษภาคม พ.ศ. 2556 จำนวน 46 ราย ใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสิ้นประมาณ 30 วัน

ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ขอความอนุเคราะห์จากกรรมการผู้จัดการของบริษัทที่ดำเนินการเป็นผู้ส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แบบสอบถามไปยังซัพพลายเออร์ที่ดำเนินการอยู่ในประเทศจีน ที่บริษัทที่ศึกษามีการซื้อสินค้าระหว่างเดือน มกราคม ถึง พฤษภาคม พ.ศ. 2556 จำนวน 5 ราย ใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสิ้นประมาณ 30 วัน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อทำการรวบรวมแบบสอบถามเรียบร้อยแล้วจะทำการประมวลผลข้อมูลโดยโปรแกรม Microsoft Excel เพื่อคำนวณค่าทางสถิติ

3. ผลการศึกษา

3.1 ผลการแบ่งกลุ่มซัพพลายเออร์ตามผลการดำเนินงานในปัจจุบัน

จากการประเมินผลการดำเนินงานของซัพพลายเออร์ในประเทศไทยทั้ง 5 ด้าน โดยหัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ ทั้งหมด 46 ราย สามารถแบ่งกลุ่มของซัพพลายเออร์ได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการแบ่งกลุ่มซัพพลายเออร์ในประเทศไทย

กลุ่ม	ระดับคะแนน	จำนวนซัพพลายเออร์ (ราย)	ร้อยละ
A	270-300	16	34.78
B	230-269	16	34.78
C	0-229	14	30.44
รวม		46	100

โดย

กลุ่ม A หมายถึง ซัพพลายเออร์ที่มีผลการดำเนินงานเป็นที่น่าพอใจ

กลุ่ม B หมายถึง ซัพพลายเออร์ที่มีผลการดำเนินงานค่อนข้างน่าพอใจ

กลุ่ม C หมายถึง ซัพพลายเออร์ที่มีผลการดำเนินงานปานกลางถึงพอใช้

จากตารางที่ 1 พบว่าจำนวนซัพพลายเออร์ในกลุ่ม A เท่ากับ กลุ่ม B คือ จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.78 และกลุ่ม C จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.44

จากการประเมินผลการดำเนินงานของซัพพลายเออร์ในประเทศจีน ทั้ง 5 ด้านทั้งหมด 5 ราย สามารถแบ่งกลุ่มของซัพพลายเออร์ได้เป็น 3 กลุ่มดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการประเมินของซัพพลายเออร์ในประเทศจีน

กลุ่ม	ระดับคะแนน	จำนวนซัพพลายเออร์ (ราย)	ร้อยละ
A	270-300	1	20.00
B	230-269	1	20.00
C	0-229	3	60.00
รวม		5	100

3.2 ผลข้อมูลจากแบบสอบถามผู้ประกอบการในประเทศไทย

จากตารางที่ 3 พบว่า ในระหว่างเดือนมกราคมถึงพฤษภาคม ปี พ.ศ. 2556 มีการซื้อสินค้าจากซัพพลายเออร์ทั้งสิ้น 46 ราย และมีผู้ตอบแบบสอบถาม 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 67.39 ของซัพพลายเออร์ทั้งหมด โดยแบ่งเป็นซัพพลายเออร์กลุ่ม A จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 68.75 ซัพพลายเออร์กลุ่ม B จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.00 และซัพพลายเออร์กลุ่ม C จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.14

ตารางที่ 3 ผลการตอบกลับแบบสอบถามของซัพพลายเออร์ในประเทศไทย

กลุ่ม	จำนวนซัพพลายเออร์ระหว่าง ม.ค.-พ.ค. 56 (ราย)	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (ราย)	ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม
A	16	11	68.75
B	16	12	75.00
C	14	8	57.14
รวม	46	31	67.39

ตารางที่ 4 ความพร้อมในการพัฒนาด้านคุณภาพสินค้าของซัพพลายเออร์ในประเทศไทย

การพัฒนาด้านคุณภาพสินค้า	ค่าเฉลี่ย/S.D. กลุ่ม A	ค่าเฉลี่ย/S.D. กลุ่ม B	ค่าเฉลี่ย/S.D. กลุ่ม C
เห็นความสำคัญและมุ่งมั่นที่จะพัฒนา	2.818/0.405	2.917/0.289	3.000/0.000
มีความพร้อมในการปรับปรุงคุณภาพสินค้า	2.727/0.467	2.667/0.492	2.875/0.354
รวมความพร้อมด้านคุณภาพ	2.773/0.344	2.782/0.334	2.938/0.177

จากตารางที่ 4 พบว่า ค่าเฉลี่ยของซัพพลายเออร์ที่อยู่ในกลุ่ม A เห็นความสำคัญและมุ่งมั่นที่จะปรับปรุงด้านคุณภาพสินค้าเท่ากับ 2.818 ซึ่งหมายถึง มีความสนใจที่จะพัฒนาด้านคุณภาพสินค้ามาก และค่าเฉลี่ยของความพร้อมในการปรับปรุงเท่ากับ 2.727 ซึ่งหมายถึงมีความพร้อมในการปรับปรุงด้านคุณภาพสินค้ามาก เมื่อนำมาเฉลี่ยแล้วพบว่า ซัพพลายเออร์ในกลุ่ม A นั้นมีความพร้อมด้านคุณภาพสินค้ามาก ค่าเฉลี่ยของซัพพลายเออร์ที่อยู่ในกลุ่ม B เห็นความสำคัญและมุ่งมั่นที่จะปรับปรุงด้านคุณภาพสินค้าเท่ากับ 2.917 ซึ่งหมายถึงมีสนใจที่จะพัฒนาด้านคุณภาพสินค้ามาก และค่าเฉลี่ยของความพร้อมในการปรับปรุงเท่ากับ 2.667 ซึ่งหมายถึงมีความพร้อมในการปรับปรุงด้านคุณภาพสินค้ามาก เมื่อนำมาเฉลี่ยแล้วพบว่าซัพพลายเออร์ในกลุ่ม B นั้น มีความพร้อมด้านคุณภาพสินค้ามาก พบว่า ค่าเฉลี่ยของซัพพลายเออร์ที่อยู่ในกลุ่ม C เห็นความสำคัญและมุ่งมั่นที่จะปรับปรุงด้านคุณภาพสินค้าเท่ากับ 3.0 ซึ่งหมายถึงมีสนใจที่จะพัฒนาด้านคุณภาพสินค้ามาก และค่าเฉลี่ยของความพร้อมในการปรับปรุงเท่ากับ 2.875 ซึ่งหมายถึงมีความพร้อมในการปรับปรุงด้านคุณภาพสินค้ามาก เมื่อนำมาเฉลี่ยแล้วพบว่า ซัพพลายเออร์ในกลุ่ม C นั้น มีความพร้อมด้านคุณภาพสินค้ามากที่สุด

จากตารางที่ 5 พบว่า ค่าเฉลี่ยของซัพพลายเออร์ที่อยู่ในกลุ่ม A เห็นความสำคัญและมุ่งมั่นที่จะปรับปรุงด้านการขนส่งเท่ากับ 2.636 ซึ่งหมายถึงเห็นความสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดส่งมาก และค่าเฉลี่ยของความพร้อมในการเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่งเท่ากับ

2.00 ซึ่งหมายถึง มีความพร้อมในการเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่งปานกลาง เมื่อนำมาเฉลี่ยแล้วพบว่า ซัพพลายเออร์ในกลุ่ม A นั้น มีความพร้อมด้านการขนส่งปานกลาง ค่าเฉลี่ยของซัพพลายเออร์ที่อยู่ในกลุ่ม B เห็นความสำคัญและมุ่งมั่นที่จะปรับปรุงด้านการขนส่งเท่ากับ 2.833 ซึ่งหมายถึงเห็นความสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดส่งมาก และค่าเฉลี่ยของความพร้อมในการเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่งเท่ากับ 2.500 ซึ่งหมายถึง มีความพร้อมในการเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่งมาก เมื่อนำมาเฉลี่ยแล้วพบว่า ซัพพลายเออร์ในกลุ่ม B นั้น มีความพร้อมด้านการขนส่งมาก ค่าเฉลี่ยของซัพพลายเออร์ที่อยู่ในกลุ่ม C เห็นความสำคัญและมุ่งมั่นที่จะปรับปรุงด้านการขนส่งเท่ากับ 2.750 ซึ่งหมายถึงเห็นความสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดส่งมาก และค่าเฉลี่ยของความพร้อมในการเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่งเท่ากับ 2.625 ซึ่งหมายถึง มีความพร้อมในการเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่งมาก เมื่อนำมาเฉลี่ยแล้วพบว่า ซัพพลายเออร์ในกลุ่ม C นั้น มีความพร้อมด้านการขนส่งมาก

ตารางที่ 5 ความพร้อมในการพัฒนาด้านขนส่งของซัพพลายเออร์ในประเทศไทย

การพัฒนาด้านการขนส่ง	ค่าเฉลี่ย/S.D. กลุ่ม A	ค่าเฉลี่ย/S.D. กลุ่ม B	ค่าเฉลี่ย/S.D. กลุ่ม C
เห็นความสำคัญและมุ่งมั่นที่จะเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดส่ง	2.636/0.674	2.833/0.389	2.750/0.463
มีแผนที่จะเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดส่ง	2.000/0.775	2.500/0.522	2.625/0.518
รวมความพร้อมด้านการขนส่ง	2.318/0.603	2.667/0.389	2.688/0.372

ตารางที่ 6 ความพร้อมในการพัฒนาด้านราคาของซัพพลายเออร์ในประเทศไทย

การพัฒนาด้านราคาและต้นทุน	ค่าเฉลี่ย/S.D. กลุ่ม A	ค่าเฉลี่ย/S.D. กลุ่ม B	ค่าเฉลี่ย/S.D. กลุ่ม C
เห็นความสำคัญและมีความพยายามในการลดต้นทุน	2.364/0.505	2.250/0.754	2.625/0.518
มีการดำเนินการลดต้นทุน	2.091/0.701	1.750/0.866	1.875/0.835
รวมความพร้อมด้านราคา	2.227/0.467	2.000/0.707	2.250/0.535

จากตารางที่ 6 พบว่า ค่าเฉลี่ยของซัพพลายเออร์ที่อยู่ในกลุ่ม A เห็นความสำคัญและมีความพยายามในการลดต้นทุนเท่ากับ 2.364 ซึ่งหมายถึงมีความสนใจมาก และค่าเฉลี่ยของความพร้อมในการดำเนินการลดต้นทุนเท่ากับ 2.091 ซึ่งหมายถึงมีความพร้อมในการดำเนินการปานกลาง เมื่อนำมาเฉลี่ยแล้วพบว่า ซัพพลายเออร์ในกลุ่ม A นั้น มีความพร้อมด้านราคาปานกลาง ค่าเฉลี่ยของซัพพลายเออร์ที่อยู่ในกลุ่ม B เห็นความสำคัญและมีความพยายามในการลดต้นทุนเท่ากับ 2.250 ซึ่งหมายถึงมีความสนใจปานกลาง และค่าเฉลี่ยของความพร้อมในการดำเนินการลดต้นทุนเท่ากับ 1.750 ซึ่งหมายถึงมีความพร้อมในการดำเนินการปานกลาง เมื่อนำมาเฉลี่ยแล้วพบว่า ซัพพลายเออร์ในกลุ่ม B นั้น มีความพร้อมด้านราคาปานกลาง ค่าเฉลี่ยของซัพพลายเออร์ที่อยู่ในกลุ่ม C เห็นความสำคัญและมีความพยายามในการลดต้นทุนเท่ากับ 2.625 ซึ่งหมายถึงมีความสนใจมาก และค่าเฉลี่ยของความพร้อมในการดำเนินการลดต้นทุนเท่ากับ 1.875 ซึ่งหมายถึงมี

ความพร้อมในการดำเนินการปานกลาง เมื่อนำมาเฉลี่ยแล้ว พบว่าซัพพลายเออร์ในกลุ่ม C นั้น มีความพร้อมด้านราคาปานกลาง

จากตารางที่ 7 พบว่า ค่าเฉลี่ยของซัพพลายเออร์ที่อยู่ในกลุ่ม A รับฟังและยินดีที่จะปรับปรุงตามคำแนะนำของลูกค้าเท่ากับ 2.636 ซึ่งหมายถึงยินดีที่จะรับฟังมาก เช่นเดียวกับค่าเฉลี่ยของซัพพลายเออร์ที่ยินดีที่จะให้คำแนะนำและเปิดเผยข้อมูลแก่ลูกค้าซึ่งเท่ากับ 2.455 ซึ่งหมายถึงยินดีที่จะเปิดเผยข้อมูลมาก และค่าเฉลี่ยในการยินดีที่จะสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เท่ากับ 2.485 ซึ่งหมายถึงยินดีที่จะสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่มาก เมื่อนำมาเฉลี่ยแล้วพบว่าซัพพลายเออร์ในกลุ่ม A นั้น มีความพร้อมด้านการบริการมาก ค่าเฉลี่ยของซัพพลายเออร์ที่อยู่ในกลุ่ม B รับฟังและยินดีที่จะปรับปรุงตามคำแนะนำของลูกค้าเท่ากับ 2.667 ซึ่งหมายถึงยินดีที่จะรับฟังมาก เช่นเดียวค่าเฉลี่ยของซัพพลายเออร์ที่ยินดีที่จะให้คำแนะนำและเปิดเผยข้อมูลแก่ลูกค้าซึ่งเท่ากับ 2.250 ซึ่งหมายถึงยินดีที่จะเปิดเผยข้อมูลปานกลาง และค่าเฉลี่ยในการยินดีที่จะสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เท่ากับ 2.583 ซึ่งหมายถึงยินดีที่จะสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่มาก เมื่อนำมาเฉลี่ยแล้วพบว่า ซัพพลายเออร์ในกลุ่ม B นั้น มีความพร้อมด้านการบริการมาก ค่าเฉลี่ยของซัพพลายเออร์ที่อยู่ในกลุ่ม C รับฟังและยินดีที่จะปรับปรุงตามคำแนะนำของลูกค้าเท่ากับ 2.625 ซึ่งหมายถึงยินดีที่จะรับฟังมาก เช่นเดียวค่าเฉลี่ยของ ซัพพลายเออร์ที่ยินดีที่จะให้คำแนะนำและเปิดเผยข้อมูลแก่ลูกค้าซึ่งเท่ากับ 2.375 ซึ่งหมายถึงยินดีที่จะเปิดเผยข้อมูลมาก และค่าเฉลี่ยในการยินดีที่จะสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เท่ากับ 2.625 ซึ่งหมายถึงยินดีที่จะสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่มาก เมื่อนำมาเฉลี่ยแล้วพบว่า ซัพพลายเออร์ในกลุ่ม C นั้น มีความพร้อมด้านการบริการมาก

ตารางที่ 7 ความพร้อมในการพัฒนาด้านการบริการของซัพพลายเออร์ในประเทศไทย

การพัฒนาด้านการบริการ	ค่าเฉลี่ย/S.D. กลุ่ม A	ค่าเฉลี่ย/S.D. กลุ่ม B	ค่าเฉลี่ย/S.D. กลุ่ม C
รับฟังและยินดีที่จะปรับปรุงตามคำแนะนำของลูกค้า	2.636/0.505	2.667/0.651	2.625/0.744
ยินดีที่จะให้คำแนะนำและเปิดเผยข้อมูลแก่ลูกค้า	2.455/0.688	2.250/0.754	2.375/0.744
ยินดีที่จะสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของลูกค้า	2.364/0.505	2.583/0.515	2.625/0.518
รวมความพร้อมด้านการบริการ	2.485/0.376	2.500/0.503	2.542/0.562

ตารางที่ 8 ความพร้อมด้านทัศนคติในการพัฒนาองค์กรของซัพพลายเออร์ในประเทศไทย

ทัศนคติในการพัฒนาองค์กร	ค่าเฉลี่ย/S.D. กลุ่ม A	ค่าเฉลี่ย/S.D. กลุ่ม B	ค่าเฉลี่ย/S.D. กลุ่ม C
สนใจและยินดีที่จะลงทุนเพื่อพัฒนาบริษัท	2.364/0.505	2.500/0.522	2.500/0.535
เชื่อว่าการพัฒนาร่วมกับลูกค้าจะเกิดประโยชน์	2.545/0.522	2.750/0.622	2.625/0.625
รวมความพร้อมด้านทัศนคติในการพัฒนา	2.455/0.472	2.625/0.483	2.563/0.417

จากตารางที่ 8 พบว่า ค่าเฉลี่ยของซัพพลายเออร์ที่อยู่ในกลุ่ม A มีความสนใจและยินดีที่จะลงทุนเพื่อพัฒนาบริษัทเท่ากับ 2.364 ซึ่ง

หมายถึงสนใจที่จะลงทุนมาก และค่าเฉลี่ยของความเชื่อว่าการพัฒนาร่วมกับลูกค้าจะเกิดประโยชน์เท่ากับ 2.545 ซึ่งหมายถึงเชื่อว่าการพัฒนาร่วมกับซัพพลายเออร์จะเกิดประโยชน์มาก เมื่อนำมาเฉลี่ยแล้วพบว่า ซัพพลายเออร์ในกลุ่ม A นั้น มีความพร้อมด้านทัศนคติในการพัฒนามาก ค่าเฉลี่ยของซัพพลายเออร์ที่อยู่ในกลุ่ม B เห็นสนใจและยินดีที่จะลงทุนเพื่อพัฒนาบริษัทเท่ากับ 2.500 ซึ่งหมายถึงสนใจที่จะลงทุนมาก และค่าเฉลี่ยของความเชื่อว่าการพัฒนาร่วมกับซัพพลายเออร์จะเกิดประโยชน์เท่ากับ 2.750 ซึ่งหมายถึงเชื่อว่าการพัฒนาร่วมกับซัพพลายเออร์จะเกิดประโยชน์มาก เมื่อนำมาเฉลี่ยแล้วพบว่า ซัพพลายเออร์ในกลุ่ม B นั้น มีความพร้อมด้านทัศนคติในการพัฒนามาก ค่าเฉลี่ยของซัพพลายเออร์ที่อยู่ในกลุ่ม C เห็นสนใจและยินดีที่จะลงทุนเพื่อพัฒนาบริษัทเท่ากับ 2.500 ซึ่งหมายถึงสนใจที่จะลงทุนมาก และค่าเฉลี่ยของความเชื่อว่าการพัฒนาร่วมกับลูกค้าจะเกิดประโยชน์เท่ากับ 2.625 ซึ่งหมายถึงเชื่อว่าการพัฒนาร่วมกับซัพพลายเออร์จะเกิดประโยชน์มาก เมื่อนำมาเฉลี่ยแล้วพบว่า ซัพพลายเออร์ในกลุ่ม C นั้น มีความพร้อมด้านทัศนคติในการพัฒนามาก

3.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพร้อมซัพพลายเออร์ในประเทศไทยในแต่ละกลุ่ม

เมื่อนำผลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance : ANOVA) ด้วย Microsoft Excel โดยจำแนกตามความพร้อมในแต่ละด้าน เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยที่

H_0 : ความพร้อมของซัพพลายเออร์แต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความพร้อมของซัพพลายเออร์แต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

โดยสามารถปฏิเสธ H_0 ได้ก็ต่อเมื่อ F ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่า F Critical สำหรับกลุ่มตัวอย่างนี้มีองศาอิสระ (Degree of Freedom) เท่ากับ 2 และ 28 เมื่อนำไปเปิดตารางจะได้ค่า F Critical = 3.340 จะได้ผลดังต่อไปนี้

ตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์ความพร้อมด้านคุณภาพสินค้า

Source of Variation	SS	Df	MS	F	P-Value	F Crit
Between Groups	0.144	2	0.072	0.769	0.473	3.340
Within Groups	2.630	28	0.094			
Total	2.774	30				

จากตารางที่ 9 เนื่องจาก $F < F_{\alpha, 2, 28}$ การทดสอบมีความแตกต่างอย่างไม่มีนัยสำคัญ ทำให้ไม่สามารถปฏิเสธ H_0 แสดงว่า ผลรวมการประเมินความพร้อมด้านการปรับปรุงคุณภาพสินค้าจากซัพพลายเออร์ทั้ง 3 กลุ่ม ไม่มีความแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์ความพร้อมด้านการขนส่ง

Source of Variation	SS	Df	MS	F	P-Value	F Crit
Between Groups	0.906	2	0.453	2.022	0.151	3.340
Within Groups	6.272	28	0.224			
Total	7.177	30				

จากตารางที่ 10 เนื่องจาก $F < F_{\alpha, 2, 28}$ การทดสอบมีความแตกต่างอย่างไม่มีนัยสำคัญ ทำให้ไม่สามารถปฏิเสธ H_0 แสดงว่า ผลรวมการ

ประเมินความพร้อมด้านการขนส่งจากซัพพลายเออร์ทั้ง 3 กลุ่ม ไม่มีความแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์ความพร้อมด้านราคาและต้นทุน

Source of Variation	SS	Df	MS	F	P-Value	F Crit
Between Groups	0.415	2	0.207	0.600	0.556	3.340
Within Groups	9.682	28	0.346			
Total	10.097	30				

จากตารางที่ 11 เนื่องจาก $F < F_{\alpha, 2, 28}$ การทดสอบมีความแตกต่างอย่างไม่มีนัยสำคัญ ทำให้ไม่สามารถปฏิเสธ H_0 แสดงว่า ผลรวมการประเมินความพร้อมด้านราคาและต้นทุนจากซัพพลายเออร์ทั้ง 3 กลุ่ม ไม่มีความแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์ความพร้อมด้านการบริการ

Source of Variation	SS	Df	MS	F	P-Value	F Crit
Between Groups	0.016	2	0.008	0.034	0.967	3.340
Within Groups	6.400	28	0.229			
Total	6.416	30				

จากตารางที่ 12 เนื่องจาก $F < F_{\alpha, 2, 28}$ การทดสอบมีความแตกต่างอย่างไม่มีนัยสำคัญ ทำให้ไม่สามารถปฏิเสธ H_0 แสดงว่า ผลรวมการประเมินความพร้อมด้านการบริการจากซัพพลายเออร์ทั้ง 3 กลุ่ม ไม่มีความแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์ความพร้อมด้านทัศนคติในการพัฒนา

Source of Variation	SS	df	MS	F	P-Value	F Crit
Between Groups	0.169	2	0.084	0.394	0.678	3.340
Within Groups	6.009	28	0.215			
Total	6.177	30				

จากตารางที่ 13 เนื่องจาก $F < F_{\alpha, 2, 28}$ การทดสอบมีความแตกต่างอย่างไม่มีนัยสำคัญ ทำให้ไม่สามารถปฏิเสธ H_0 แสดงว่า ผลรวมการประเมินความพร้อมด้านทัศนคติในการพัฒนาจากซัพพลายเออร์ทั้ง 3 กลุ่ม ไม่มีความแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์ความพร้อมโดยรวม

Source of Variation	SS	df	MS	F	P-Value	F Crit
Between Groups	0.086	2	0.043	0.536	0.591	3.340
Within Groups	2.253	28	0.080			
Total	2.340	30				

จากตารางที่ 14 เนื่องจาก $F < F_{\alpha, 2, 28}$ การทดสอบมีความแตกต่างอย่างไม่มีนัยสำคัญ ทำให้ไม่สามารถปฏิเสธ H_0 แสดงว่า ผลรวมการประเมินความพร้อมโดยรวมจากซัพพลายเออร์ทั้ง 3 กลุ่ม ไม่มีความแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

3.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลซัพพลายเออร์ในประเทศจีน

จากการส่งแบบสอบถามผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไปยังผู้ประกอบการในประเทศจีน จำนวน 5 ราย ได้รับการตอบกลับจำนวน

2 ราย ซึ่งทั้ง 2 รายถูกจัดอยู่ในกลุ่ม C คิดเป็นร้อยละ 40 ของจำนวนทั้งหมด

จากตารางที่ 15 ถึงแม้ซัพพลายเออร์จะได้รับการประเมินให้อยู่ในกลุ่ม C เช่นเดียวกันแต่ผู้ศึกษาเห็นว่าควรพิจารณาซัพพลายเออร์แบบเฉพาะรายเนื่องจากมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยและซัพพลายเออร์ในประเทศจีนถือเป็นซัพพลายเออร์สินค้าหลักที่มียอดการซื้อสูงประมาณร้อยละ 50 ของยอดซื้อทั้งหมด ซึ่งพบว่า ซัพพลายเออร์ทั้ง 2 ราย มีแนวโน้มใกล้เคียงกัน โดยรายที่ 1 มีความพร้อมในการพัฒนาทุกๆ ด้านมาก แต่มีทัศนคติในการพัฒนาปานกลาง และรายที่ 2 มีความพร้อมในการพัฒนาทุกๆ ด้านมาก ยกเว้นความพร้อมในด้านต้นทุนที่น้อย

ตารางที่ 15 สรุปความพร้อมในการพัฒนาในด้านต่างๆ ของซัพพลายเออร์ในประเทศจีน

ความพร้อมในการพัฒนา	ค่าเฉลี่ยซัพพลายเออร์จีน 1	ค่าเฉลี่ยซัพพลายเออร์จีน 2
การจัดการองค์กร	3	3
คุณภาพสินค้า	3	3
การขนส่ง	3	3
ราคาและต้นทุน	3	1
การบริการ	3	3
การจัดการทรัพยากรบุคคล	2.75	3
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	3	3
ทัศนคติ	2.5	3

4. สรุป

การศึกษาเรื่องความพร้อมของซัพพลายเออร์ในการพัฒนาความสามารถในการให้บริการลูกค้า พบว่าซัพพลายเออร์ส่วนใหญ่มีความพร้อมในการพัฒนาในด้านคุณภาพ การขนส่ง ต้นทุนการบริการ และมีทัศนคติที่ดีต่อการพัฒนาความสามารถในการให้บริการลูกค้า จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างซัพพลายเออร์ในแต่ละกลุ่มพบว่า ความพร้อมในการพัฒนาในด้านคุณภาพ การขนส่ง ต้นทุน การบริการและทัศนคติที่มีต่อการพัฒนาของซัพพลายเออร์ในแต่ละกลุ่มนั้น ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เอกสารอ้างอิง

- [1] ไชยยศ ไชยมันคง. (2554). กลยุทธ์โลจิสติกส์และซัพพลายเชนเพื่อแข่งขันในตลาดโลก *Logistics and Supply Chain Strategy : Competing in the Global Market*. กรุงเทพฯ : ดวงกมลสมัย.
- [2] ฐาปนา บุญหล้า. (2548). *การจัดการซัพพลายเชนสำหรับธุรกิจค้าปลีก*. กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- [3] ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์. (2552). *การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน Logistics and Supply Chain Management*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : เอ็กสเปอร์เน็ท.
- [4] รุธีร์ พนมยงค์ ; และคณะ. (2550). *การจัดการและการบริหารความสัมพันธ์กับคู่สมอบในโซ่อุปทาน*. กรุงเทพฯ : โลจิสติกส์บุค.
- [5] A.J. Van, Weele. (2010). *Purchasing and Supply Chain Management : Analysis, Strategy, Planning and Practice*. (5th ed). Australia : Cengage Learning.
- [6] C. John, Langley. (2009). *Managing Supply Chain : A Logistics Approach*. (8th ed). Australia : South-Western Cengage Learning.