

ปัจจัยที่ผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายวัตถุดิบกับผู้ผลิต

Factors affecting the relationship between raw material suppliers with manufacturers.

ปริญญ์ดา อ่อนวงษ์¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1.) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายวัตถุดิบกับผู้ผลิต 2.) เพื่อศึกษา ปัญหา อุปสรรค ของการเกิดความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายวัตถุดิบกับผู้ผลิต เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างผู้ขายมันสำปะหลังให้กับบริษัท แป้งไทย จำกัด อำเภอ เสิงสาง จังหวัด นครราชสีมา จำนวน 360 ราย ทั้งนี้ ได้ใช้โปรแกรมวิเคราะห์ทางสถิติในการประมวลผลข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วยสถิติค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) รวมถึงวิเคราะห์การหาค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์อย่างง่ายแบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 260 ราย มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 140 ราย สถานภาพสมรส จำนวน 182 ราย มีระดับการศึกษาที่ระดับ ปวช.-ปวส.จำนวน 112 ราย มีอาชีพเกษตรกร จำนวน 253 ราย รายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท จำนวน 185 ราย และทักษะการบริหารความสัมพันธ์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ขายวัตถุดิบกับ บริษัท แป้งไทย จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์จะมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำและมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

คำสำคัญ : ผู้ขายวัตถุดิบ , ผู้ผลิต , บริษัทฯ , การจัดการความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายวัตถุดิบกับผู้ผลิต

¹ปริญญ์ดา อ่อนวงษ์ ตำแหน่งเลขานุการประสานกรรมการ บริษัท แป้งไทย จำกัด

Abstract

The purposes of this research were to 1.) study the relationship factors between raw material suppliers with manufacturers 2.) to study the problems and obstacles of the relationship between raw material suppliers with manufacturers. It is a survey research. Using questionnaires The sample group 360 Raw material supplier to Thai Starch Co., Ltd., Seng Sang District, Nakhon Ratchasima. The statistical analysis program was used to process the data to analyze the statistical data. This consisted of statistical Percentage , Mean , Standard Deviation , as well as analysis of Pearson's Product Moment Correlation Coefficient. Most of the 260 respondents were male. 140 cases between the ages of 41 and 50. 182 cases to Marital status. Education level at Vocational Certificate - Higher Vocational Certificate, 112 persons. There are 253 farmers. monthly income 10,000-20,000 baht for 185 persons. And Different relationship management skills affect the good relationship between raw material suppliers to Thai Starch Co., Ltd., which differed significantly at the 0.05 level. Analysis is low correlation and correlation in the same direction. According to the assumptions set

Keywords : Raw material supplier, Manufacturer, Company, Manage the relationship between raw material supplier and manufacturer.

บทนำ

ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

ความสัมพันธ์กับผู้ขายวัตถุดิบ เป็นการจัดการความสัมพันธ์ระยะยาวกับผู้ขายวัตถุดิบ ในการดำเนินกิจกรรมร่วมกัน ซึ่งในอุตสาหกรรมแป้งมันสำปะหลังมีวัตถุดิบหลักคือ มันสำปะหลังซึ่งมันสำปะหลังเป็นวัตถุดิบหลักที่สำคัญต่อโรงงานแป้งมันสำปะหลัง เมื่อวัตถุดิบเกิดการแย่งชิงอาจส่งผลกระทบต่อการผลิตของโรงงาน อาจทำให้การผลิตหยุดชะงัก จึงต้องมุ่งเน้นการจัดการความสัมพันธ์กับผู้ขายวัตถุดิบเพื่อให้การป้อนวัตถุดิบเป็นไปได้อย่างราบรื่น

มันสำปะหลังเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญของประเทศ ซึ่งในปัจจุบันมีการใช้มันสำปะหลังในอุตสาหกรรมเป็นจำนวนมาก รายงานข้อมูลการผลิตการเกษตรจากสำนักเศรษฐกิจการเกษตรพบว่าในปี 2563 มีพื้นที่เพาะปลูกอยู่ที่ 8.70 ล้านไร่ ผลผลิต 27.35 ล้านตัน และคาดการณ์ในปี 2564 จะมีพื้นที่เพาะปลูกอยู่ที่ 8.86 ล้านไร่ ผลผลิต 28.98 ล้านตัน โดยประเทศไทยมีสถิติการส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ในปี 2561 และปี 2562 เท่ากับ 8.06 ล้านตัน และ 6.40 ล้านตัน ตามลำดับ สถิติการส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ปี 2563 ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนกรกฎาคม เท่ากับ 4.40 ล้านตัน(สมาคมโรงงานผู้ผลิตมันสำปะหลัง ภาค

ตะวันออกเฉียงเหนือ,2563) โดยประเทศผู้นำเข้ารายใหญ่ของไทย 5 อันดับแรกประกอบด้วย จีน ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย ใต้หวัน และ สหราชอาณาจักร (ฐานเศรษฐกิจ,ฉบับที่ 3598,สิงหาคม พ.ศ.2563,หน้า 11) จากสถิติดังกล่าวพบว่ามันสำปะหลังเป็นพืชที่เป็นวัตถุดิบหลักในสินค้าส่งออกของประเทศไทย ซึ่งข้อมูลจากศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากรพบว่าสินค้าจากผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังเป็นสินค้าส่งออกอันดับที่ 23 ของไทย โดยมีมูลค่าการส่งออกอยู่ที่ 80.97 หมื่นล้านบาท

ผู้ผลิต หมายถึง โรงงานแปรรูปมันสำปะหลัง ซึ่งประเทศไทยมีโรงงานแปรรูปมันสำปะหลังทั้งสิ้น 92 โรงงาน (สมาคมแปรรูปมันสำปะหลังไทย,2563) โดยในการวิจัยครั้งนี้ผู้ผลิตคือบริษัท แป้งไทย จำกัด ซึ่งตั้งอยู่อำเภอเสิงสาง จังหวัดนครราชสีมา การแปรรูปมันสำปะหลังคือการสกัดแป้งออกจากเซลล์ของรากมันสำปะหลัง โดยใช้น้ำเป็นตัวสกัด และหลักการเหวี่ยงแยกเพื่อแยกแป้งออกจาก โปรตีนและสิ่งแปลกปลอมอื่นตามหลักความแตกต่างของน้ำหนักโมเลกุล (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม,2556)

อย่างไรก็ตามในปัจจุบันพบว่าโรงงานแปรรูปมันสำปะหลังภายในประเทศมีการแข่งขันสูงส่งผลให้เกิดการแย่งชิงวัตถุดิบและขาดแคลนวัตถุดิบ การขยายการเพาะปลูกทำได้ลำบาก เนื่องจากในปัจจุบันเกิดโรคใบด่างมันสำปะหลังที่เกิดการระบาดอย่างหนักในพื้นที่เพาะปลูกหลักของประเทศส่งผลให้ขยายพันธุ์ได้น้อยและผลผลิตตกต่ำลง อีกทั้งการแข่งขันที่สูงในพื้นที่ อำเภอเสิงสาง จังหวัดนครราชสีมา เนื่องจากมีโรงงานแปรรูปมันสำปะหลังถึง 4 โรงงาน จึงทำให้เกิดการแย่งชิงวัตถุดิบ ซึ่งในปัจจุบันองค์กรธุรกิจหันมาให้ความสำคัญในการจัดการสายโซ่อุปทานมากขึ้นตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำเพื่อที่จะเพิ่มศักยภาพให้ได้

อย่างสูงสุด ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารสายโซ่อุปทานของมันสำปะหลังซึ่งมุ่งเน้นไปที่การจัดการความสัมพันธ์กับผู้ขายวัตถุดิบเพื่อทราบถึงลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายวัตถุดิบกับผู้ผลิตและเพื่อที่จะได้นำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยฉบับนี้ไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุง และพัฒนาศักยภาพของของบริษัทฯ ให้สามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างดีและตรงตามความต้องการของเกษตรกร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายวัตถุดิบกับผู้ผลิต
2. เพื่อศึกษา ปัญหา อุปสรรค ของการเกิดความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายวัตถุดิบกับผู้ผลิต

สมมติฐานของการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ขายวัตถุดิบที่แตกต่างกันส่งผลต่อความสัมพันธ์ที่ีระหว่างผู้ขายวัตถุดิบกับบริษัท แป้งไทย จำกัด ไม่แตกต่างกัน
2. ทักษะการบริหารความสัมพันธ์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความสัมพันธ์ที่ีระหว่างผู้ขายวัตถุดิบกับ บริษัท แป้งไทย จำกัด แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

วิจัยเรื่องนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับการจัดการความสัมพันธ์กับผู้ขายวัตถุดิบเพื่อทราบถึงลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายวัตถุดิบกับผู้ผลิต ซึ่งผู้ผลิตคือบริษัท แป้งไทย จำกัด โดยผู้วิจัยมีขอบเขตและข้อจำกัดในการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากร โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ เกษตรกรผู้จำหน่ายมันสำปะหลังให้กับบริษัท แป้งไทย จำกัด อำเภอเสิงสาง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 5,728 ราย (แผนกจัดซื้อวัตถุดิบบริษัท แป้งไทย จำกัด, 25 พฤศจิกายน 2563)
2. ระยะเวลาในการทำวิจัยในการวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างเกษตรกรผู้จำหน่ายมันสำปะหลังกับ บริษัท แป้งไทย จำกัด ในช่วงเดือน ธันวาคม พ.ศ. 2563 ถึงเดือน มีนาคม พ.ศ. 2564 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 4 เดือน

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการบริหารสายโซ่อุปทาน

Supply Chain หมายถึง การบริหารการส่งผ่านของข้อมูล (Information) และสินค้าหรือบริการ (Product or Service) จากแหล่งกำเนิดวัตถุดิบ (Initial Supplier) ไปจนถึงผู้บริโภคคนสุดท้าย (Ultimate Customer) โดยจะต้องมีการร่วมมือกันระหว่างบริษัท/ผู้มีส่วนร่วม ที่เป็นสมาชิกภายในโซ่อุปทานเพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคด้วยต้นทุนที่ต่ำที่สุด ซึ่งการที่โซ่อุปทานจะสำเร็จได้จะต้องประกอบไปด้วยปัจจัยต่างๆ ที่สำคัญ คือ มีความไวเนื้อเชื่อใจซึ่งกันและกัน มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน มีการร่วมมือกันในการปฏิบัติงาน มีการใช้ระบบบูรณาการ และมีการพัฒนาบุคลากรซึ่งหากทุกๆ บริษัทในโซ่อุปทาน เห็นความสำคัญของการทำงานอย่างเป็นระบบ และมีการทำงานร่วมกันแล้ว จะทำให้โซ่อุปทานประสบความสำเร็จในการดำเนินการที่สามารถที่จะเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า ลดต้นทุนของโซ่อุปทานจากการทำงาน และใช้ทรัพยากรร่วมกัน มีการควบคุมสินค้าคงคลังอย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพส่งผลต่อต้นทุนรวมที่ลดลงและท้ายสุดจะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

ความสำคัญของการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ก็เพื่อลดต้นทุนการถือครองสินค้าให้มากที่สุด ซึ่งทุกกิจกรรมต้องการลดต้นทุนในการถือครองสินค้าภายใต้การคงประสิทธิภาพการส่งมอบ โดยการขจัดกิจกรรมต่างๆ ที่ไม่มีมูลค่าเพิ่มและกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเพิ่มของสินค้าคงคลัง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการบริหารความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์

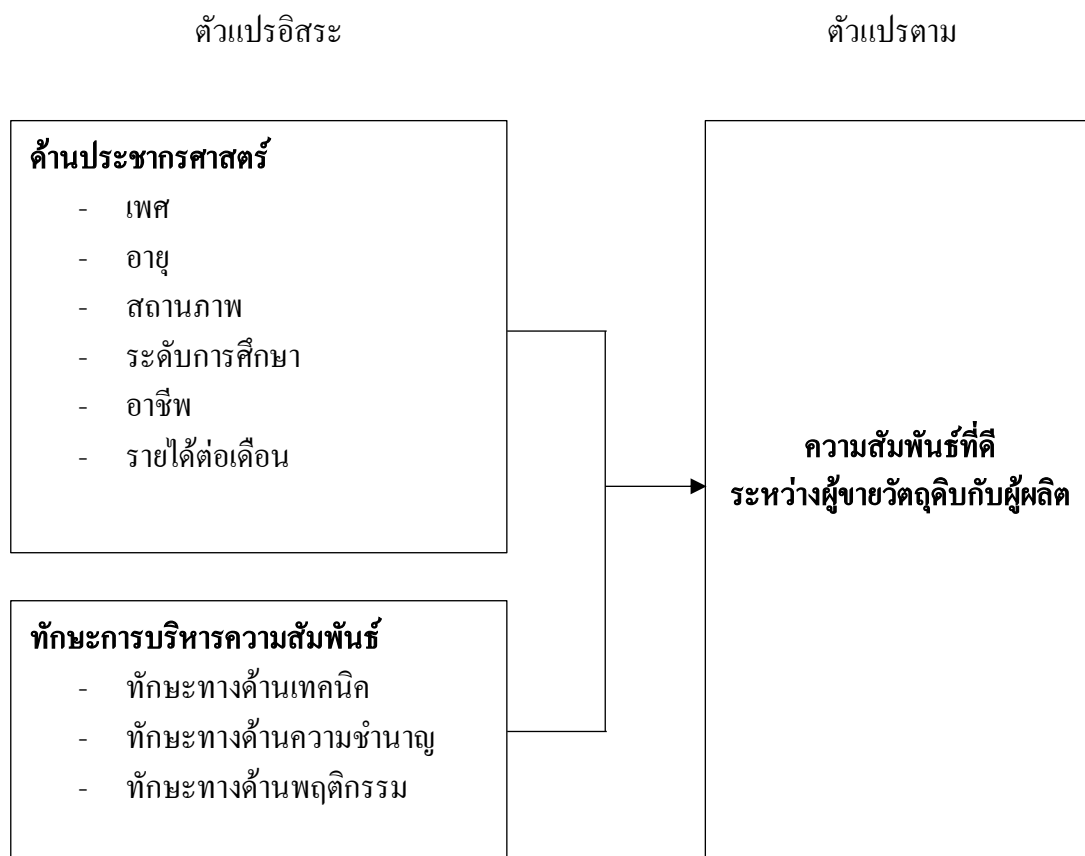
การบริหารความสัมพันธ์ที่ดีมีส่วนช่วยให้ต้นทุนในการดำเนินงานต่าง ๆ ของธุรกิจลดลง โดยเฉพาะในเรื่องของการแสวงหาลูกค้าใหม่ๆ และยังมีส่วนช่วยเรื่องความพึงพอใจที่ดีขึ้น (ยู

รัตน์ จิรเมธาธร และวิโรจน์ เกษภูงาวัลย์, 2558) การบริหารความสัมพันธ์ในห่วงโซ่อุปทานให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ที่อยู่ภายนอกองค์กร ประกอบไปด้วยความสัมพันธ์กับลูกค้า(Customer Relationship) และ ความสัมพันธ์กับผู้จัดหาวัตถุดิบ (Supplier Relationship) ซึ่งความสามารถในการบริหารความสัมพันธ์ที่ดีส่งผลต่อความสามารถในการบริหารต้นทุนและความสามารถในการดำเนินงานของกระบวนการผลิต เนื่องจากความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับผู้ส่งมอบวัตถุดิบเป็นองค์ประกอบสำคัญที่นำไปสู่คุณภาพสินค้า วัตถุดิบ การส่งมอบที่รวดเร็ว และการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Zimmermann and Foerstl, 2014)

ประสิทธิภาพการบริหารความสัมพันธ์ขึ้นอยู่กับความสามารถของบุคลากร โดยบุคลากรจำเป็นต้องมีทักษะ(ค่านาย อภิปรัชญาสกุล, 2558) ดังต่อไปนี้ คือ

1. ทักษะทางด้านเทคนิค (Technique skills) คือ ความชำนาญและความสามารถ ทางด้านวิธีการในการปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดซื้อ
2. ทักษะทางด้านความชำนาญ (Function skills) คือ ความชำนาญและความสามารถเฉพาะด้านแต่ละบุคคลเกี่ยวกับการจัดซื้อ
3. ทักษะทางด้านพฤติกรรม (Behavior skills) คือ ความชำนาญและความสามารถในการแสดงกริยาต่าง ๆ เชิงพฤติกรรม อารมณ์ ต่อการปฏิบัติงาน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

1. การกำหนดประชากร กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป้าหมาย คือ ผู้ขายมันสำปะหลังให้กับ บริษัท แป้งไทย จำกัด อำเภอเสิงสาง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 5,728 ราย (แผนกจัดซื้อวัตถุดิบบริษัท แป้งไทย จำกัด, 25 พฤศจิกายน 2563)

กลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการคำนวณตามสูตรของการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกรณีที่ทราบจำนวนประชากรของเครซีและมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970 อ้างถึงใน ชีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 360.02 หรือประมาณ 360 ตัวอย่าง

2. วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ทำการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยเป็นการสุ่มที่ไม่ได้นัดไว้ล่วงหน้า เมื่อพบเจอผู้ขายวัตถุดิบที่เข้ามาใช้บริการ บริษัท แป้งไทย จำกัด

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยแบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 ทักษะการบริหารความสัมพันธ์ จำนวน 9 ข้อ

ทักษะทางด้านเทคนิค จำนวน 3 ข้อ

ทักษะทางด้านความชำนาญ จำนวน 3 ข้อ

ทักษะทางด้านพฤติกรรม จำนวน 3 ข้อ

ตอนที่ 3 ความสัมพันธ์ที่ตระหว่งผู้ขายวัตถุดิบกับผู้ผลิต 8 ข้อ

4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยจำแนกตามแหล่งที่มาได้ 2 ประเภท คือ

4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ซึ่งรวบรวมจากกลุ่มผู้ขายมันสำปะหลังให้กับ บริษัท แป้งไทย จำกัด อำเภอเสิงสาง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 5,728 ราย

4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าจากบทความ วารสาร งานวิจัยต่าง ๆ และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งทำให้ทราบถึงความรู้ แนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในงานวิจัย

5. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์และประมวลผล โดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ กำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.50 โดยกำหนดการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้รูปแบบตาราง โดยใช้สถิติเปรียบเทียบเป็น ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยรวมและเป็นรายด้าน โดยใช้สถิติที่วิเคราะห์หมี ดังนี้

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ขายวัตถุดิบให้กับ บริษัท แป้งไทย จำกัด ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน โดยคำนวณค่าทางสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับทักษะการบริหารความสัมพันธ์ ทั้ง 3 ทักษะ ได้แก่

1. ทักษะทางด้านเทคนิค (Technique skills)
2. ทักษะทางด้านความชำนาญ (Function skills)
3. ทักษะทางด้านพฤติกรรม (Behavior skills)

โดยคำนวณค่าทางสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

5.3 การวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ที่ีระหว่างผู้ขายวัตถุดิบกับผู้ผลิต โดยการคำนวณค่าทางสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

5.4 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทักษะการบริหารความสัมพันธ์กับความสัมพันธ์ที่ีระหว่างผู้ขายวัตถุดิบกับผู้ผลิต โดยการแสดงค่าสัมประสิทธิ์ของเพียร์สัน (ประสพชัย พสุนนท์, 2555:344) ดังนี้

$|r| \geq 0.80$ หมายถึง มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง

$0.50 \leq |r| \leq 0.80$ หมายถึง มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

$|r| \leq 0.50$ หมายถึง มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

ผลการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ขายวัตถุดิบที่แตกต่างกันส่งผลต่อความสัมพันธ์ที่ีระหว่างผู้ขายวัตถุดิบกับ บริษัท แป้งไทย จำกัด พบว่า

เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ความสัมพันธ์ที่ีระหว่างผู้ขายวัตถุดิบกับ บริษัท แป้งไทย จำกัด **ไม่แตกต่างกัน**

สมมติฐานที่ 2 ข้อมูลทักษะการบริหารความสัมพันธ์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความสัมพันธ์ที่ีระหว่างผู้ขายวัตถุดิบกับ บริษัท แป้งไทย จำกัด พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างทักษะการบริหารความสัมพันธ์ทางด้านเทคนิคกับความสัมพันธ์ที่ีระหว่างผู้ขายวัตถุดิบ ผลที่ได้จากการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างทักษะการบริหารความสัมพันธ์ทางด้านความชำนาญ ผลที่ได้จากการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างทักษะการบริหารความสัมพันธ์ทางด้านพฤติกรรม กับความสัมพันธ์ที่ีระหว่างผู้ขายวัตถุดิบกับ บริษัท แป้งไทย จำกัด

มีค่าเท่ากับ 0.32 0.34 0.36 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าเป็นบวกและมีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่า มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

อภิปรายผล

จากผลการศึกษานี้สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ทักษะการบริหารความสัมพันธ์โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านเรียงจาก ค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ได้แก่ ทักษะการบริหารความสัมพันธ์ทางด้านเทคนิค ทักษะการบริหารความสัมพันธ์ทางด้านความชำนาญ ทักษะการบริหารความสัมพันธ์ทางด้านพฤติกรรม ตามลำดับ อาจเป็นเพราะบริษัท แป้งไทย จำกัด มีนโยบายพัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพเพื่อให้บุคลากรสามารถทำงานและใช้เครื่องมือในการทำงานได้อย่างถูกต้อง ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือแก่ผู้ขายวัตถุดิบ จึงทำให้สามารถตัดสินใจเข้ามาขายวัตถุดิบกับทางบริษัทฯ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ คำนาย อภิปรัชญาสกุล (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพการบริหารความสัมพันธ์

ระดับความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ขายวัตถุดิบกับผู้ผลิตโดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาจะเห็นว่าผู้ขายวัตถุดิบจะแนะนำคนรอบข้างให้ใช้บริการกับ บริษัทฯ โดยบริษัทฯ ดำเนินถึงประโยชน์สูงสุดของผู้ขายวัตถุดิบเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรรณฯ หงษ์ไทย (25659) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัญหาและอุปสรรคและกำหนดกลยุทธ์เพื่อแก้ไขปัญหาการส่งมอบสินค้าของซัพพลายเออร์

ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลให้ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ขายวัตถุดิบกับ บริษัท แป้งไทย จำกัด ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะความสัมพันธ์ที่ดี เป็นผลจากการได้รับบริการที่เหมือนหรือแตกต่างกันรวมถึงจากปัจจัยอื่น ๆ ที่แตกต่างกัน เพราะความต้องการของผู้ขายวัตถุดิบมีความแตกต่างกันจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วริษฐ์ หิรัญบุรณะ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของ ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้าบอดี เซอร์วิส บางนา ยกเว้นแต่การตอบสนองต่อลูกค้าไม่มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับ ความคิดเห็นด้านความพึงพอใจโดยรวมและความจงรักภักดีของลูกค้า

ข้อมูลทักษะการบริหารความสัมพันธ์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ขายวัตถุดิบกับ บริษัท แป้งไทย จำกัด พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างทักษะการบริหารความสัมพันธ์ทางด้านเทคนิคกับความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ขายวัตถุดิบ ผลที่ได้จากการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างทักษะการบริหารความสัมพันธ์ทางด้านความชำนาญ ผลที่ได้จากการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างทักษะการบริหารความสัมพันธ์ทางด้านพฤติกรรม กับความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ขายวัตถุดิบกับ บริษัท แป้งไทย จำกัด มีค่า

เท่ากับ 0.32 0.34 0.36 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าเป็นบวกและมีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่า มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอนุพงศ์ อวิรุทธา (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะการบริหารความสัมพันธ์และการพัฒนาความสัมพันธ์ของผู้ซื้อและผู้ส่งมอบที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน กล่าวคือ ทักษะการบริหารความสัมพันธ์มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานระหว่างผู้ซื้อและผู้ส่งมอบ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัย สามารถแบ่งข้อเสนอแนะออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาวิจัย และข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาวิจัย

ด้านทักษะการบริหารความสัมพันธ์

ทางด้านเทคนิค พบว่า พนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องตามหลักเกณฑ์มีผลค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด แสดงว่า พนักงานอาจมีการให้บริการที่ผิดขั้นตอนตามขั้นตอนการทำงานของบริษัท ทำให้อาจเกิดความผิดพลาดและเกิดความไม่พึงพอใจในการใช้บริการของผู้ขายวัตถุดิบได้ ดังนั้น บริษัทฯจะต้องมีการทบทวนขั้นตอนการทำงานของพนักงาน เพื่อให้เกิดความสอดคล้องและปฏิบัติได้ตามหลักเกณฑ์อย่างถูกต้อง

ทางด้านความชำนาญ พบว่า พนักงานให้บริการด้วยความคล่องแคล่ว ว่องไว และสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดีมีผลค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด แสดงว่า ขณะที่ลูกค้าเข้าใช้บริการพร้อมกันเป็นจำนวนมาก ผู้ให้บริการมีพนักงานไม่เพียงพอสำหรับการให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว หรือพนักงานไม่มีความพร้อมในการให้บริการ จึงทำให้บริการผู้ขายวัตถุดิบได้ช้า บริษัทฯจะต้องทำการอบรมคัดเตือนพนักงานให้มีความพร้อมสำหรับให้บริการผู้ขายวัตถุดิบ

ทางด้านพฤติกรรม พบว่า พนักงานคำนึงถึงประโยชน์และความถูกต้องของลูกค้าเป็นเรื่องสำคัญที่สุดมีผลค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด แสดงว่า พนักงานอาจจะเพิกเฉยต่อผู้ขายวัตถุดิบและไม่มีความพร้อมในการให้บริการ เช่น ไม่ให้ความสนใจผู้ขายวัตถุดิบ คุยเล่น หรือ เล่นโทรศัพท์มือถือในเวลาทำงาน จึงทำให้ขาดปฏิสัมพันธ์กับผู้ขายวัตถุดิบ บริษัทฯจะต้องทำตรวจสอบและทำการอบรมคัดเตือนพนักงานให้มีความพร้อมในการบริการ

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาความต้องการและความคาดหวังของผู้ขายวัตถุดิบในการเข้าใช้บริการ ให้ทราบถึงความต้องการและความคาดหวังของผู้ขายวัตถุดิบ เพื่อให้ไปปรับปรุง พัฒนาและวางแผนการให้บริการเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้ขายวัตถุดิบ ได้ดียิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาผู้ขายวัตถุดิบให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น เพื่อให้ได้เกิดการปรับปรุง พัฒนาของผู้ขายวัตถุดิบเพื่อให้ผู้ผลิตได้มีประสิทธิภาพที่ดีและยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

กฤษณา กอริ. (2558). การศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการควบคุมสินค้าคงเหลือกรณีศึกษาธุรกิจอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.

สุรเดช จิรชัยสกุล. (2559). การศึกษาปัญหาอุปสรรคและกำหนดกลยุทธ์การกระจายสินค้า (Distribution) ของโอวัลตินยูเอชที. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

กรรณา หงส์ไทย. (2559). การศึกษาปัญหาอุปสรรคและกำหนดกลยุทธ์เพื่อแก้ไขปัญหาการส่งมอบสินค้าของซัพพลายเออร์. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สายใจ ชูวารี. (2558). การศึกษาถึงปัญหาและกำหนดกลยุทธ์การลดต้นทุนทางด้านโลจิสติกส์. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.

ชนม์เจริญ แสงรัตน์. (2560). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อต้นทุนทางด้านโลจิสติกส์ของหัตถอุตสาหกรรมไทย. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ชลณี แซ่ลี. (2560). กลยุทธ์ในการเพิ่มขีดจำกัดความสามารถทางการตลาดของบริษัท อภิโชคกรุ๊ป จำกัด. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.

Ismail Erol, William G. Ferrell Jr. (2013). Develop a model for a supply chain assessment. *Management Accounting*, pp.45-50

Pricha Pantumsinchai et al. (2016). Study and develop tools for assessing the capability of the organization. *Tranapn Res-A.*, 32 (2) pp 89-97.

Jan Olhager, Erik Selldin. (2018). Develop a supply chain assessment model by creating a supply chain review framework. *Journal of Marketing*, 69(4), pp. 201-209.

Gunasekaran, C. Patel, Ronald E. McGaughey (2017) A framework for supply chain performance measurement. *Int. J. Production Economics*, 87 pp 333–347

พงษ์ชัย อธิคมรัตน์กุล (2559). การประเมินผลสัมฤทธิ์ในการใช้บริการโลจิสติกส์ภายนอก. *วารสารพัฒนาบริหารศาสตร์*, 47(3) : 119-140.

Lambert, Douglas M., James R. Stock, and Lisa M. Ellram (2013). *Fundamentals of Logistics Management*.

Boston, MA: Irwin/McGraw-Hill

คำนำ นาย อภิปรัชญาสกุล. (2558) *โลจิสติกส์และการจัดการซัพพลายเชน*. กรุงเทพฯ: นัฎพร.

Mentzer, John T, and Firman, John. (2011). Logistics control systems in the 21st century. *Journal of Business*

Logistics Production Management, 19 pp. 275-292.

Christopher, Martin. (2015). *Logistics and Supply Chain Management*. Burr Ridge, IL: Richard D. Irwin.

J.J. Vogt, et al., (2012) . *Business Logistics Management Theory and Practice*. Oxford University Press, Oxford.

Handfield Robert, Ragatz Gary, Petersen Kenneth & M. Monczka Robert. (2009). Involving Suppliers in New Product Development. *California Management Review*, 42 pp. 59-82.

Stock, J.R., and Lambert, D.M. (2018). *Strategic Logistics Management* (4th ed). Boston, MA: McGraw-Hill-Irwin.

Coyle, John Joseph, Bardi, Edward J., and Langley, C. John. (2013). *The management of business logistics: a supply chain perspective* (7th ed.). Mason, Ohio: SouthWestern/Thomson Learning.

ชนิดย์ โสรัตน์. (2560). *การจัดการห่วงโซ่อุปทานในยุคโลกาภิวัตน์*. กรุงเทพฯ: แม่น้ำโขง.

สาธิต พะเนียงทอง. (2558). *การจัดการห่วงโซ่อุปทานเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

ภคมน กิจนุสนธิ์. (2559). *ความสัมพันธ์ของการจัดการห่วงโซ่อุปทาน การจัดการปฏิบัติการและการจัดการโลจิสติกส์ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเทศไทย. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*.

Supply-Chain Council. (2014) *Supply-Chain Operations Reference-Model: SCOR VERSION 6.1*”, Supply-Chain. Council: Pittsburgh.

Palevich. (2016). Supply chain management. *Hospital Material Management Quarterly*, 20(3) pp. 54-63.

Lankford (2018). Supply chain management and the Internet. *Information Review Emerald Group Publishing Limited*, 28(4) pp. 301-305.

อนุพงศ์ อวีรุทธา. (2560). ทักษะการบริหารความสัมพันธ์และการพัฒนาความสัมพันธ์ของผู้ซื้อและผู้ส่งมอบที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานการบริหารความสัมพันธ์ กรณีศึกษา บริษัท ลาซาด้า จำกัด (ประเทศไทย). *Veridian E-Journal, Silpakorn University* 10(2) pp. 1163-1179.

Singh, P.J., and Power, D. (2019). The Nature and Effectiveness of Collaboration between Firm, their Customers and Supplier: a Supply Chain Perspective. *Supply Chain Management. An International Journal*, 14(3) pp. 189-200.

Zimmermann, F. and Foerstl, K. (2014). “A Meta-Analysis of the “Purchasing and Supply Management Practice– Performance Link.” *Journal of Supply Chain Management*. 50(3): 37-54.

ยุวรัตน์ จิระเมฆาธร และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2558). การบริหารพันธมิตรของธุรกิจรับจัดทำกิจกรรมการตลาดเชิงกิจกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 9(3) : 112-129.

Humphreys, P., McIvor, R. and McAleer, E. (2009). "The purchasing function as a professional service firm: implications for training and development". *Journal of European Industrial Training*, 22 pp. 3-11.

Lau, K.W. (2010). "Training needs of purchasing and Supply Management personnel in Hong Kong". *Journal of European Industrial Training*, 34 pp.400-415

Jung, E. H. (2009). "Does the firm size matter on firm entrepreneurship and performance? Us apparel import intermediary case". *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 16 pp.131-145.

อภิชาติ หวังคุณธรรม. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างทีมงานที่มีประสิทธิภาพในการทำงาน กรณีศึกษา: ฝ่ายก่อสร้างบริษัท ปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด มหาชน. การศึกษาค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.*

Krause, D. R. (2008). "Supplier Development: Current Practices and Outcomes." *International Journal of Purchasing and Materials Management*. 33 (2): 12-19.

Leenders, M.R., P.F. Johnson, A.E. Flynn, and H.E. Fearon. (2012). *Purchasing and Supply Management with 50 Supply Chain Cases*. 13th ed. Singapore: McGraw-Hill.

Giunipero, L., Handfield, R.B. and Eltantawy, R. (2006). "Supply management's evolution: key skill sets for the supply manager of the future". *International Journal of Operations & Production Management*, 26: 822-844

พจนารถ ศรีแดง. (2560). *อุปสรรคการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร : ศึกษาเฉพาะกรณี บริษัท มิตร ชู บีซีเอเลเวเตอร์เอเชีย จำกัด. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.*

อาภาพร จันทร์เจริญ. (2562). *การเพิ่มประสิทธิภาพการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรในกระบวนการจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบของบริษัท โซนี่ (ประเทศไทย) จำกัด (อยุธยาเทคโนโลยีเซ็นเตอร์). การศึกษาค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.*

กรรณิ ล้ำลักษณ์เลิศ (2563). *ปัจจัยหลักที่มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและซัพพลายเออร์. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.*

Fierro, J.C., and Redondo, Y.P. (2009). "Creating Satisfaction in the Demand-Supply Chain: the Buyers' Perspective. *Supply Chain Management*. " *An International Journal*. 13(3): 211-224

Wagner, S. M. (2009). "Indirect and Direct Supplier Development: Performance Implications of Individual and Combined Effects." *IEEE Transactions on Engineering Management*. 57 (4): 536-546.

บริษัท แบริ่งไทย จำกัด. (2564). *ข้อมูล บริษัท แบริ่งไทย จำกัด. นครราชสีมา : ฝ่ายบริหาร.*