

บทที่ 3

กรอบงานวิจัยและการพัฒนาสมมติฐาน

ในบทนี้ผู้วิจัยจะให้คำจำกัดความถึงหัวข้อหลักที่ทำการศึกษา ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจถึงประเด็นต่างๆ ที่ทำการศึกษา และแสดงรายละเอียดในการรวบรวมประเด็นต่างๆ ที่ทำการศึกษาจากงานวิจัยในอดีต ตลอดจนทำการแสดงสมมติฐานที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเพื่อทดสอบในงานวิจัยครั้งนี้

3.1 คำจำกัดความ

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาปัจจัยเสี่ยงเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ในการจัดซื้อ กรณีศึกษาอุตสาหกรรมยานยนต์” มีการศึกษาข้อมูลในหลายประเด็น ดังนั้นเพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง ผู้วิจัยจึงได้ให้คำจำกัดความของหัวข้อหลักในส่วนต่างๆที่ทำการศึกษา ดังนี้

1. ปัจจัยที่ใช้พิจารณาเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ในการจัดซื้อ

หมายถึง สภาวะการณ์หรือสาเหตุที่องค์กรใช้ในการพิจารณาเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ในการจัดซื้อ เพื่อให้ได้มาซึ่งประสิทธิภาพในการจัดซื้อที่ดีที่สุด

2. ยุทธศาสตร์ในการจัดซื้อ

หมายถึง แนววิธีการที่องค์กรได้วางไว้เพื่อให้ได้มาซึ่งประสิทธิภาพในการจัดซื้อที่ดีที่สุด

3. เกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกผู้ส่งมอบ

หมายถึง หลักที่องค์กรได้กำหนดไว้เพื่อใช้พิจารณาคัดเลือกผู้ส่งมอบขึ้นส่วนประกอบขององค์กร

4. ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ใช้พิจารณาเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ในการจัดซื้อ

หมายถึง เหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ ซึ่งส่งผลให้เกิดความเสียหายต่อประสิทธิภาพในการจัดซื้อขององค์กร โดยมีสาเหตุมาจากปัจจัยที่องค์กรใช้พิจารณาเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ในการจัดซื้อ

5. ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์ในการจัดซื้อ

หมายถึง เหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ ซึ่งส่งผลให้เกิดความเสียหายต่อประสิทธิภาพในการจัดซื้อขององค์กร โดยมีสาเหตุมาจากยุทธศาสตร์ในการจัดซื้อที่องค์กรได้วางไว้

6. ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกผู้ส่งมอบ

หมายถึง เหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ ซึ่งส่งผลให้เกิดความเสียหายต่อประสิทธิภาพในการจัดซื้อขององค์กร โดยมีสาเหตุมาจากเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ส่งมอบที่องค์กรกำหนด

3.2 ปัจจัยที่ใช้พิจารณาเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ในการจัดซื้อ

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมปัจจัยจากการศึกษาในงานวิจัยในอดีต และศึกษาจากทฤษฎีด้านการจัดซื้อ (สุมณา อยู่โพธิ์, 2544 ; อุดลย์ จาตุรงค์กุล, 2547 ; Chopra and Meindl, 2003 อ้างถึงใน พัฒนพงษ์ แสงหัตถวัฒน์, 2549) ตลอดจนทำการสอบถามข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดซื้อ ซึ่งปัจจัยที่ทำการศึกษาทั้งหมดมีรายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยด้านผู้ส่งมอบ คือ คุณสมบัติของผู้ส่งมอบที่องค์กรนำมาพิจารณาเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ในการจัดซื้อ เช่น การส่งมอบที่ตรงเวลาของผู้ส่งมอบ เป็นต้น
2. ปัจจัยด้านคู่แข่ง คือ อิทธิพลของคู่แข่งที่มีผลต่อการกำหนดยุทธศาสตร์ในการจัดซื้อ เช่น ความสามารถของคู่แข่ง ระดับความรุนแรงในการแข่งขัน เป็นต้น
3. ปัจจัยด้านลูกค้า คือ ความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ซึ่งส่งผลต่อการกำหนดยุทธศาสตร์ในการจัดซื้อ เช่น ความต้องการของลูกค้า เป็นต้น
4. ปัจจัยด้านคุณสมบัติชิ้นส่วนประกอบ คือ คุณสมบัติเฉพาะของชิ้นส่วนประกอบที่ควรนำมาพิจารณาเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ในการจัดซื้อ เช่น อายุการใช้งานของชิ้นส่วนประกอบ เป็นต้น
5. ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ คือ อิทธิพลของการบริหารจัดการองค์กรที่มีผลต่อการกำหนดยุทธศาสตร์ในการจัดซื้อ เช่น ระบบที่ใช้ในการวางแผนความต้องการวัตถุดิบขององค์กร เป็นต้น
6. ปัจจัยด้านการผลิต คือ กระบวนการผลิตขององค์กรที่มีผลต่อการกำหนดยุทธศาสตร์ในการจัดซื้อ เช่น เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตขององค์กร เป็นต้น
7. ปัจจัยด้านการจัดเก็บชิ้นส่วนประกอบ คือ กระบวนการจัดเก็บชิ้นส่วนประกอบขององค์กรที่ส่งผลต่อการกำหนดยุทธศาสตร์ในการจัดซื้อ เช่น พื้นที่เก็บสินค้าคงคลังขององค์กร เป็นต้น
8. ปัจจัยด้านบุคลากร คือ อิทธิพลของบุคลากรภายในองค์กรที่มีผลต่อการกำหนดยุทธศาสตร์ในการจัดซื้อ เช่น ความพร้อมของบุคลากร เป็นต้น

9. ปัจจัยด้านสภาพเศรษฐกิจ คือ สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ส่งผลต่อการกำหนดยุทธศาสตร์ในการจัดซื้อ เช่น สภาพอุปสงค์และอุปทาน เป็นต้น

10. ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม คือ อิทธิพลของสังคมและวัฒนธรรมที่มีผลต่อการกำหนดยุทธศาสตร์ในการจัดซื้อ เช่น นโยบายการสนับสนุนผู้ส่งมอบภายในประเทศของรัฐบาล เป็นต้น

11. ปัจจัยด้านกฎเกณฑ์และข้อบังคับ คือ กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อ ซึ่งส่งผลต่อการกำหนดยุทธศาสตร์ในการจัดซื้อขององค์กร เช่น ข้อบังคับในการจัดซื้อชิ้นส่วนประกอบจากต่างประเทศ เป็นต้น

12. ปัจจัยด้านสถานการณ์ต่างประเทศ คือ สถานการณ์ในต่างประเทศที่อาจจะส่งผลต่อการกำหนดยุทธศาสตร์ในการจัดซื้อขององค์กร เช่น การกีดกันทางการค้า เหตุการณ์ความไม่สงบในประเทศของผู้ส่งมอบ เป็นต้น

3.3 ยุทธศาสตร์ในการจัดซื้อ

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลด้านยุทธศาสตร์ในการจัดซื้อจากงานวิจัยในอดีต (พัฒนพงษ์แสงหัตถวัฒนา, 2549) และจากการสอบถามผู้เชี่ยวชาญในงานจัดซื้อ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. การประเมินผู้ส่งมอบ หมายถึง การประเมินประสิทธิภาพของผู้ส่งมอบในด้านต่างๆ ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพในการจัดซื้อ โดยการประเมินผู้ส่งมอบนี้ทำให้ทราบถึงจุดเด่นและจุดด้อยของผู้ส่งมอบ ซึ่งจะเป็นข้อมูลให้ผู้ซื้อใช้ในการตัดสินใจวางแผนการจัดซื้อกับผู้ส่งมอบรายนั้นๆ

2. นโยบายผู้ส่งมอบ หมายถึง นโยบายที่องค์กรผู้ซื้อใช้ในการจัดซื้อชิ้นส่วนประกอบจากผู้ส่งมอบ อันได้แก่ จำนวนของผู้ส่งมอบที่องค์กรผู้ซื้อใช้ในการจัดซื้อชิ้นส่วนแต่ละชนิด และวัตถุประสงค์ขององค์กรผู้ซื้อที่ทำการซื้อชิ้นส่วนประกอบชนิดเดียวกันจากผู้ส่งมอบหลายๆ ราย

3. รูปแบบของสัญญา หมายถึง รายละเอียดและจุดประสงค์ของสัญญาในการจัดซื้อที่องค์กรผู้ซื้อตกลงกับผู้ส่งมอบ ซึ่งหมายความรวมถึง ระยะเวลาที่องค์กรผู้ซื้อตกลงทำสัญญากับผู้ส่งมอบ รูปแบบของสัญญาที่เป็นลักษณะมุ่งใจในการให้ผลประโยชน์หรือมีลักษณะการลงโทษกับผู้ส่งมอบ ซึ่งรูปแบบของสัญญาจะส่งผลถึงประสิทธิภาพในการจัดซื้อ

4. แผนพัฒนาผู้ส่งมอบ หมายถึง แผนที่องค์กรผู้ซื้อได้จัดสร้างขึ้นเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพในด้านต่างๆ ขององค์กรผู้ส่งมอบ ทั้งนี้เพื่อให้ได้มาซึ่งประสิทธิภาพในการจัดซื้อที่ดีที่สุด โดยในการพัฒนาผู้ส่งมอบนั้นจะมีมุมมองในด้านต่างๆ อันได้แก่ การพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การพัฒนาความสามารถในการผลิต เป็นต้น

5. **ระดับความร่วมมือระหว่างกัน** หมายถึง การร่วมมือกันระหว่างองค์กรผู้ซื้อและองค์กรของผู้ส่งมอบเพื่อให้ได้มาซึ่งชิ้นส่วนประกอบที่ถูกต้องและมีคุณภาพ โดยระดับความร่วมมือระหว่างกันนี้สามารถเกิดขึ้นได้ในทุกๆ ขั้นตอน ตั้งแต่ในขั้นตอนการออกแบบ การผลิตไปจนถึงการกำหนดวิธีการใช้ชิ้นส่วนประกอบ ซึ่งการร่วมมือระหว่างกันอย่างใกล้ชิดในทุกขั้นตอนจะส่งผลดีถึงประสิทธิภาพในการจัดซื้อขององค์กร

6. **พันธมิตรทางการค้า** หมายถึง มุมมองที่องค์กรผู้ซื้อที่มีต่อองค์กรผู้ส่งมอบ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการให้ความช่วยเหลือขององค์กรผู้ส่งมอบ การพัฒนาความสัมพันธ์กับองค์กรผู้ส่งมอบให้เป็นไปอย่างยาวนาน ตลอดจนการร่วมลงทุนในองค์กรของผู้ส่งมอบ

7. **การติดต่อสื่อสารระหว่างกัน** หมายถึง การติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กรผู้ซื้อและองค์กรผู้ส่งมอบ ซึ่งมีความหมายรวมถึง การแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน ระบบเครือข่ายในการเชื่อมโยงข้อมูล ตลอดจนความสม่ำเสมอในการติดต่อสื่อสารระหว่างกันเป็นต้น

8. **การพัฒนาแหล่งจัดซื้อ** หมายถึง การค้นหาและพัฒนาผู้ส่งมอบชิ้นส่วนประกอบรายใหม่ให้กับองค์กร โดยพิจารณาทั้งในส่วนของผู้ส่งมอบภายในพื้นที่เดียวกันกับองค์กรผู้ซื้อ และผู้ส่งมอบในต่างประเทศ เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับองค์กร และให้ได้มาซึ่งประสิทธิภาพในการจัดซื้อที่ดีที่สุด

3.4 เกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกผู้ส่งมอบ

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลด้านเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกผู้ส่งมอบจากงานวิจัยในอดีต (พัฒนพงษ์ แสงหัตถวัฒน์, 2549) ตลอดจนทำการศึกษาทฤษฎีด้านการจัดซื้อและจากการสอบถามผู้เชี่ยวชาญในงานจัดซื้อ ซึ่งเกณฑ์ที่ใช้ในการศึกษาในงานวิจัยมีรายละเอียดดังนี้

1. **ค่าใช้จ่าย** คือ เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการจัดซื้อชิ้นส่วนประกอบจากผู้ส่งมอบ อันได้แก่ ราคาชิ้นส่วนประกอบ ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง เป็นต้น
2. **คุณภาพ** คือ เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินคุณภาพของชิ้นส่วนประกอบที่ทำการจัดซื้อจากผู้ส่งมอบ อันได้แก่ อัตราส่วนของเสีย ระบบที่ใช้ในการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพของผู้ส่งมอบ เป็นต้น
3. **การส่งมอบ** คือ เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความสามารถด้านการส่งมอบของผู้ส่งมอบ อันได้แก่ การส่งมอบที่ตรงเวลา ความถี่ในการส่งมอบที่ผู้ส่งมอบทำได้ เป็นต้น
4. **ความยืดหยุ่น** คือ เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความยืดหยุ่นของผู้ส่งมอบ ได้แก่ อันความยืดหยุ่นในการเปลี่ยนแปลงคำสั่งซื้อ ปริมาณการสั่งซื้อขั้นต่ำที่ผู้ส่งมอบกำหนด เป็นต้น

5. การผลิตและเทคโนโลยี คือ เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความสามารถในการผลิตและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตของผู้ส่งมอบ อันได้แก่ ความพร้อมของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต กำลังการผลิตสูงสุดของผู้ส่งมอบ เป็นต้น

6. การบริหารจัดการ คือ เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความสามารถในการบริหารจัดการองค์กรของผู้ส่งมอบ อันได้แก่ ความพร้อมของบุคลากรของผู้ส่งมอบ เป็นต้น

7. การบริการ คือ เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความสามารถในการให้บริการของผู้ส่งมอบ อันได้แก่ การให้บริการชิ้นส่วนสำรองของผู้ส่งมอบ เป็นต้น

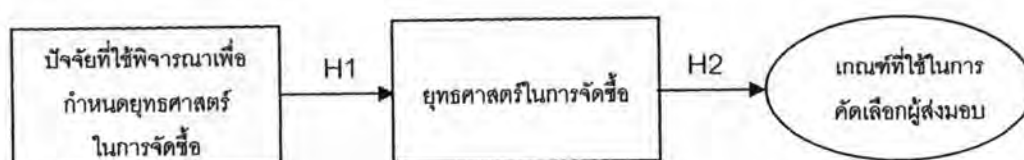
8. คุณสมบัติองค์กรทั่วไป คือ เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินคุณสมบัติทั่วไปขององค์กรผู้ส่งมอบ อันได้แก่ เงินทุนจดทะเบียนของผู้ส่งมอบ เป็นต้น

3.5 ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ใช้พิจารณาเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ในการจัดซื้อยุทธศาสตร์ในการจัดซื้อ และเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ส่งมอบ

สำหรับความเสี่ยงที่ผู้วิจัยใช้ในการศึกษาค้างนี้ ได้มีการรวบรวมมาจากการวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้อง และจากการสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดซื้อ และเนื่องจากความเสี่ยงที่ทำการศึกษามีความเกี่ยวข้องกันกับข้อมูลในส่วนของปัจจัยที่ใช้พิจารณาเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ในการจัดซื้อ ยุทธศาสตร์ในการจัดซื้อ และเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ส่งมอบ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการสรุปประเด็นความเสี่ยงต่างๆ และแจกแจงออกเป็นกลุ่มเพื่อให้สอดคล้องกับประเด็นที่ทำการศึกษาของข้อมูลดังกล่าวในข้างต้น ซึ่งรายละเอียดของประเด็นความเสี่ยงต่างๆ ผู้วิจัยได้แสดงไว้ในบทที่ 4 เรื่องระเบียบวิธีวิจัย ในหัวข้อการพัฒนาแบบสอบถาม

3.6 สมมติฐานในการวิจัย

ส่วนหนึ่งของวัตถุประสงค์ในงานวิจัยนี้ คือ ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่องค์กรใช้พิจารณาเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ในการจัดซื้อ ยุทธศาสตร์ในการจัดซื้อ และเกณฑ์ที่องค์กรใช้ในการคัดเลือกผู้ส่งมอบ เพื่อให้ได้มาซึ่งการกำหนดยุทธศาสตร์ในการจัดซื้อ และเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกผู้ส่งมอบที่เหมาะสมกับองค์กร ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้มีการกำหนดสมมติฐานเพื่อทดสอบหาความสัมพันธ์ตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ โดยแสดงไว้ในรูปที่ 3.1



รูปที่ 3.1 รูปแบบความสัมพันธ์ที่ทำการศึกษา

สมมติฐาน

- H1 : ปัจจัยที่ใช้พิจารณาเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ในการจัดซื้อมีความสัมพันธ์กับยุทธศาสตร์ในการจัดซื้อ
- H2 : ยุทธศาสตร์ในการจัดซื้อมีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกผู้ส่งมอบ

3.7 สรุป

ในบทนี้ผู้วิจัยได้แสดงรายละเอียดของประเด็นที่ต้องการศึกษา ซึ่งมีที่มาจากกรอบรวมข้อมูลจากงานวิจัยในอดีต การศึกษาทฤษฎีด้านการจัดซื้อ ตลอดจนการสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดซื้อ ซึ่งสามารถสรุปประเด็นที่ต้องการศึกษาได้คือ ปัจจัยที่ใช้เพื่อพิจารณากำหนดยุทธศาสตร์ในการจัดซื้อ ทั้งหมด 12 ประเด็น , ยุทธศาสตร์ในการจัดซื้อ ทั้งหมด 8 ประเด็น และเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกผู้ส่งมอบ ทั้งหมด 8 ประเด็น ในส่วนของความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมและสรุปแจกแจงความเสี่ยงออกเป็นกลุ่มเพื่อให้สอดคล้องกับข้อมูลดังกล่าวข้างต้น

ผู้วิจัยได้ทำการแสดงสมมติฐานเพื่อใช้ในการทดสอบหาความสัมพันธ์ตามวัตถุประสงค์ส่วนหนึ่งในงานวิจัย โดยมีสมมติฐาน 2 ส่วนด้วยกันคือ 1). ปัจจัยที่ใช้พิจารณาเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ในการจัดซื้อมีความสัมพันธ์กับยุทธศาสตร์ในการจัดซื้อ และ 2). ยุทธศาสตร์ในการจัดซื้อมีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกผู้ส่งมอบ โดยในขั้นต่อไปผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทดสอบตามสมมติฐานทั้ง 2 ส่วนนี้