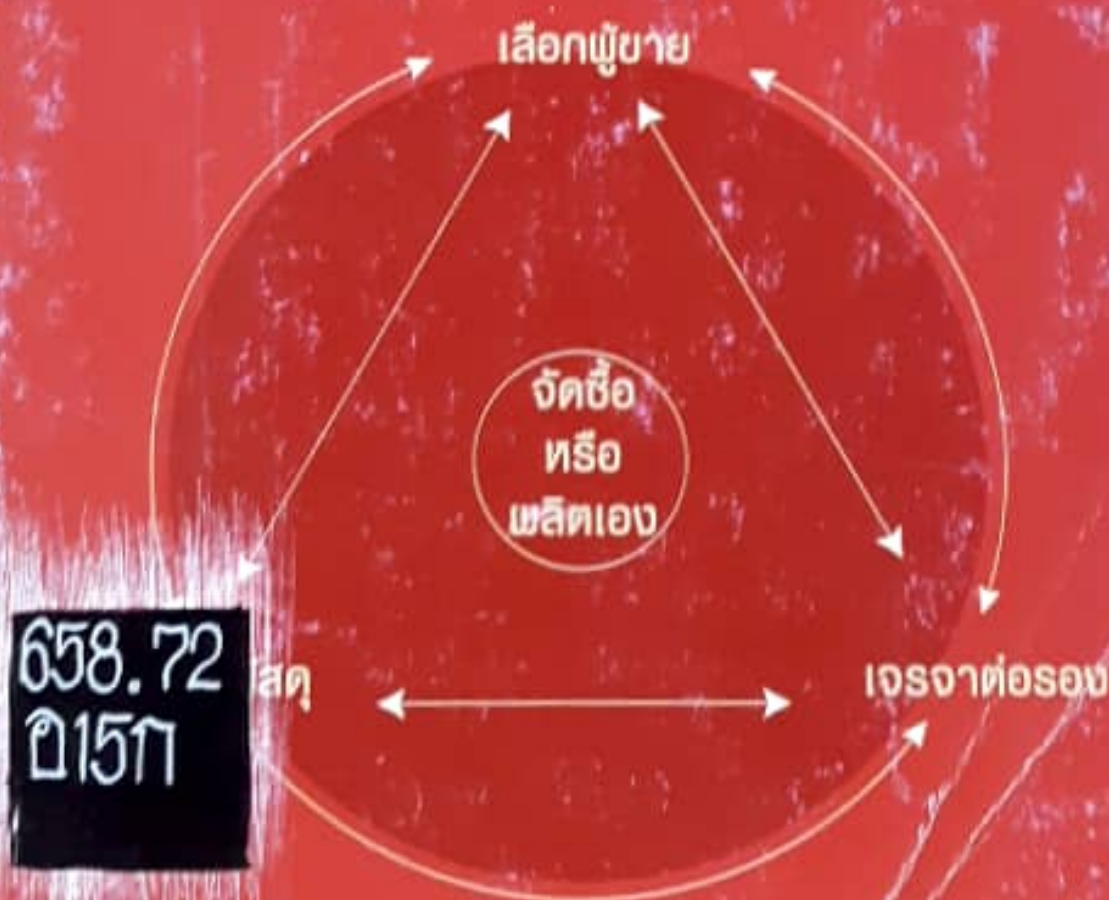


การจั๓ซื้อ

(ปรับปรุง ครั๓ที่ 2)

PURCHASING

(Second Edition)



อดุลย์ จาตุรงคกุล

สารบัญย่อ

ส่วนที่หนึ่ง	หน้าที่ของการจัดซื้อ	1
บทที่ 1	บทบาทของการจัดซื้อ	3
บทที่ 2	วัตถุประสงค์และนโยบายการจัดซื้อ	23
บทที่ 3	กลยุทธ์และนโยบายการจัดซื้อ	36
บทที่ 4	วิธีการจัดซื้อและระบบการจัดซื้อที่อิงคอมพิวเตอร์	45
บทที่ 5	การจัดหน่วยงานการจัดซื้อและการบริหารบุคคล	86
ส่วนที่สอง	หลักการจัดซื้อ	109
บทที่ 6	การวิเคราะห์ค่าพัสดุและมาตรฐาน	111
บทที่ 7	การตัดสินใจผลิตเองหรือซื้อ	128
บทที่ 8	การเลือกแหล่งขาย	136
บทที่ 9	การซื้อจากต่างประเทศ	168
บทที่ 10	การกำหนดราคา	176
บทที่ 11	การกำหนดและควบคุมคุณภาพ	207
บทที่ 12	ปริมาณ : การวางแผนและควบคุมพัสดุ	226
บทที่ 13	สัญญาและข้อตกลงสั่งซื้อ	243
บทที่ 14	การเจรจาต่อรอง	252
ส่วนที่สาม	การจัดซื้อพิเศษ	279
บทที่ 15	การจัดซื้ออุปกรณ์หลัก	281
บทที่ 16	การซื้อบริการ	293
ส่วนที่สี่	หลักการบริหารพัสดุ	311
บทที่ 17	การเก็บรักษาคงคลังและการรับพัสดุ	313
บทที่ 18	การจำหน่ายพัสดุเหลือใช้	324
ส่วนที่ห้า	ความรับผิดชอบในการบริหารทั่วไป	331
บทที่ 19	การประเมินค่าการปฏิบัติการซื้อ การควบคุม และรายงาน	333
บทที่ 20	ข้อพิจารณาทางกฎหมาย	348
บทที่ 21	ความรับผิดชอบต่อสังคมและจรรยาบรรณ	356

สารบัญ

	หน้า
ส่วนที่หนึ่ง หน้าที่ของการจัดซื้อ	1
บทที่ 1 บทบาทของการจัดซื้อ	3
การพัฒนากระบวนการจัดซื้อและขาย	3
กิจกรรมเกี่ยวกับการจัดซื้อ	4
ความสำคัญของการเพิ่มคุณค่า	4
การจัดซื้อกับการเพิ่มกำไร	5
ตำแหน่งของการจัดซื้อในธุรกิจ	6
วัตถุประสงค์ของการจัดซื้อ	8
ค่านิยมของการจัดซื้อ	9
การสร้างกำไรให้ธุรกิจ	10
กระบวนการซื้อ	12
กิจกรรมปกติของการจัดซื้อ	16
การจัดซื้อกับแผนกต่างๆ	18
บทที่ 2 วัตถุประสงค์และนโยบายการจัดซื้อ	23
ระดับของวัตถุประสงค์	23
นโยบายปฏิบัติการเบื้องต้น	25
นโยบายกำหนดความรับผิดชอบในการจัดซื้อ	25
สิทธิพิเศษของฝ่ายจัดซื้อ	27
การเลือกผู้ขายและการจัดทำสัญญา	28
การทบทวนคุณลักษณะเฉพาะพัสดุและคำขอซื้อ	29
นโยบายที่กระทบความสัมพันธ์กับภายนอกและภาพพจน์	30
นโยบายราคาและแหล่งขาย	33
นโยบายเกี่ยวกับจรรยาบรรณ	33
คู่มือแถลงนโยบาย	33

		หน้า
บทที่ 3	กลยุทธ์และนโยบายการจัดซื้อ	36
๓๐๑	ความจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ในการจัดซื้อ	36
๓๐๒	การสร้างกลยุทธ์การจัดซื้อ	37
๓๐๓	แผนปฏิบัติการด้านกลยุทธ์	40
๓๐๔	นโยบายการจัดซื้อ	41
	นโยบายและคู่มือปฏิบัติการในรูปลายลักษณ์อักษร	41
บทที่ 4	วิธีการจัดซื้อและระบบการจัดซื้อที่อิงคอมพิวเตอร์	45
	วิธีปฏิบัติในการจัดซื้อ	45
๔๐๑	ระบบเอกสารเกี่ยวกับการจัดซื้อ	49
๔๐๒	การออกแบบฟอร์ม	58
๔๐๓	เทคนิคการจัดซื้อพิเศษ	61
๔๐๔	คำสั่งซื้อถาวร	62
๔๐๕	สัญญาจัดซื้อระดับชาติ	64
๔๐๖	การจัดซื้อโดยไม่เก็บรักษาพัสดุคงคลัง	64
๔๐๗	การจัดซื้อแบบทันเวลา	64
๔๐๘	สัญญาการจัดซื้อทั้งระบบ	72
๔๐๙	วิธีการจัดซื้อครั้งละจำนวนน้อย	73
๔๑๐	ระบบการจัดซื้อที่อิงคอมพิวเตอร์	75
๔๑๑	อิทธิพลของระบบอิงคอมพิวเตอร์ที่มีต่อปฏิบัติการประจำวัน	79
๔๑๒	การแลกเปลี่ยนข้อมูลคอมพิวเตอร์กับผู้ชาย	80
๔๑๓	การไหลของข่าวสารจากแหล่งภายนอกสู่ฝ่ายจัดซื้อ	83
บทที่ 5	การจัดหน่วยงานการจัดซื้อและการบริหารบุคคล	86
๕๐๑	หลักของการจัดหน่วยงาน	86
๕๐๒	การรวมอำนาจและการกระจายอำนาจในบริษัทที่มีหลายโรงงาน	87
๕๐๓	การกำหนดความรับผิดชอบของการจัดซื้อ	88
๕๐๔	รูปแบบของการจัดหน่วยงาน	88
๕๐๕	การจัดแผนภายในบริษัท	91
๕๐๖	ความสัมพันธ์ระหว่างแผนก	93
	การบริหารพัสดุ	95
	การบริหารบุคคล	100
	ตำแหน่งของการจัดซื้อและบริหารพัสดุ	101

เนื้อหา	หน้า
1.1 คุณสมบัติของตำแหน่งทางการจัดซื้อ	103
1.2 แหล่งของพนักงาน	105
1.3 การคัดเลือกพนักงาน	105
1.4 การฝึกอบรม	106
1.5 การจ่ายผลตอบแทน	107
1.6 การประเมินผล	107
ส่วนที่สอง หลักการจัดซื้อ	109
บทที่ 6 การวิเคราะห์ค่าพัสดุและมาตรฐาน	111
6.1 ค่าจำกัดความ	111
6.2 วิธีการวิเคราะห์ค่าพัสดุ	112
6.3 วิธีการและเทคนิคในการกำหนดค่าของหน้าที่ของชิ้นส่วน	114
6.4 รูปแบบจำลองของการวิเคราะห์ค่าพัสดุ	118
6.5 มาตรฐาน	119
6.6 มาตรฐานที่นิยมใช้กัน	120
6.7 เครื่องมือที่มีค่า : มาตรฐาน	121
6.8 ชั้นของมาตรฐาน	122
6.9 มาตรฐานลดต้นทุนได้	123
6.10 การใช้มาตรฐานในบริษัท	126
บทที่ 7 การตัดสินใจผลิตเองหรือซื้อ	128
7.1 การเริ่มต้นสืบสวนว่าจะผลิตเองหรือซื้อ	128
7.2 ตัวแปรทางด้านคุณภาพที่สนับสนุนการผลิตเอง	129
7.3 ตัวแปรทางด้านคุณภาพที่สนับสนุนการซื้อ	130
7.4 การพิจารณาทางด้านปริมาณ	130
7.5 การพิจารณาทางด้านต้นทุน	131
7.6 ตัวแปรทางด้านการบริหารบัญชีต้นทุน	132
7.7 บริการและข้อพิจารณาอื่นๆ	134
7.8 การรับเหมาช่วง	135

บทที่ 8	การเลือกแหล่งขาย		136
๗๘1	อำนาจหน้าที่ในการเลือกแหล่งขาย	พระราชบัญญัติการค้า	136
๗๘1	วิธีการเลือกแหล่งขาย	กฎหมายการค้า การพาณิชย์	136
๗๘1	ข้อพิจารณาบางประการในการเลือกแหล่งขาย	กฎหมายการค้า การพาณิชย์	138
๗๘1	การเตรียมลำดับรายชื่อผู้ที่คาดว่าจะเป็นผู้ขาย	กฎหมายการค้า การพาณิชย์	140
๗๘1	ปัจจัยที่จะต้องพิจารณาในการเลือกแหล่งขาย	กฎหมายการค้า การพาณิชย์	143
๗๘1	ปัจจัยในการประเมินแหล่งขาย	กฎหมายการค้า การพาณิชย์	147
๗๘1	เหตุการณ์หลังการเลือกแหล่งขาย	กฎหมายการค้า การพาณิชย์	151
๗๘1	ผู้ขายระดับชาติกับผู้ขายในท้องถิ่น	กฎหมายการค้า การพาณิชย์	152
๗๘1	การซื้อขายจากต่างประเทศ	กฎหมายการค้า การพาณิชย์	153
๗๘1	ข้อควรจากผู้ผลิตหรือตัวแทนจำหน่าย	กฎหมายการค้า การพาณิชย์	153
๗๘1	จะทำการซื้อจากแหล่งเดียวหรือหลายแหล่งดี	กฎหมายการค้า การพาณิชย์	154
๗๘1	วิธีการพิจารณาประเมินแหล่งขาย	กฎหมายการค้า การพาณิชย์	155
๗๘1	ปัจจัยที่ไม่มีตัวตนในการเลือกแหล่งขาย		161
บทที่ 9	การซื้อจากต่างประเทศ		168
๗๘2	ปัญหาเกี่ยวกับการซื้อจากต่างประเทศ	กฎหมายการค้า การพาณิชย์	169
๗๘2	แหล่งข่าวสารเพื่อกำหนดและประเมินผู้ขายต่างประเทศ	กฎหมายการค้า การพาณิชย์	171
๗๘2	การระบุแหล่งขาย	กฎหมายการค้า การพาณิชย์	171
๗๘2	การเจรจาต่อรองในโพ้นทะเล	กฎหมายการค้า การพาณิชย์	173
๗๘2	การพิจารณาประเทศผู้ป้อน	กฎหมายการค้า การพาณิชย์	174
๗๘2	ข้อเสนอในการเจรจาต่อรอง	กฎหมายการค้า การพาณิชย์	174
๗๘2	การซื้อขายแลกเปลี่ยน	กฎหมายการค้า การพาณิชย์	175
บทที่ 10	การกำหนดราคา		176
๗๘3	ราคาในเชิงเศรษฐศาสตร์	กฎหมายการค้า การพาณิชย์	176
๗๘3	สภาวะตลาด	กฎหมายการค้า การพาณิชย์	177
๗๘3	วิธีพิจารณาค้นทุน	กฎหมายการค้า การพาณิชย์	177
๗๘3	วิธีพิจารณาที่ตลาด	กฎหมายการค้า การพาณิชย์	178
๗๘3	การพิจารณาในเชิงจิตวิทยา	กฎหมายการค้า การพาณิชย์	179
๗๘3	ข่าวสารเกี่ยวกับราคา	กฎหมายการค้า การพาณิชย์	180
๗๘3	การเจรจาต่อรองในฐานะวิธีการกำหนดราคา	กฎหมายการค้า การพาณิชย์	181
๗๘3	กลยุทธ์ในการเจรจาต่อรอง	กฎหมายการค้า การพาณิชย์	183

		หน้า
185	การประกวดราคา	185
187	การปฏิบัติในการประกวดราคา	187
191	การคิดราคาค่ายกเลิกสัญญา	191
191	การวิเคราะห์ราคากับต้นทุน	191
193	เส้นโค้งการเรียนรู้	193
195	ต้นทุนวัสดุทางตรง	195
196	ต้นทุนค่าแรงงานทางตรง	196
196	ต้นทุนโซหุ่ยอุปกรณ์	196
198	การวิเคราะห์โซหุ่ยอุปกรณ์	198
199	การวิเคราะห์กำไร	199
200	ราคากับจังหวะเวลาการซื้อพัสดุ	200
203	การซื้อล่วงหน้ากับพัสดุที่ซื้อขายกันทั้งพัสดุเศษและอุตสาหกรรม	203
204	การลดความเสี่ยงภัยจากตลาด	204
บทที่ 11	การกำหนดและควบคุมคุณภาพ	207
207	หน้าที่	207
208	ความหมายของคุณภาพ ความเหมาะสม ความเชื่อถือได้และการซื้อที่ดีที่สุด	208
209	ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดซื้อกับวิศวกรรมเพื่อก่อให้เกิดการซื้อที่ดีที่สุด	209
210	มาตรฐานแห่งคุณภาพ	210
211	คุณภาพที่ถูกต้องจะต้องมีการแลกกับสิ่งใด	211
211	มาตรฐาน การทำมาตรฐานและการทำให้ง่ายขึ้น	211
212	วิธีการบอกคุณภาพ	212
221	การควบคุมคุณภาพ	221
223	วิธีการตรวจรับ	223
บทที่ 12	ปริมาณ : การวางแผนและควบคุมพัสดุ	226
226	ความสำคัญของการซื้อในปริมาณที่ถูกต้อง	226
227	การจำแนกประเภทของการซื้อ	227
229	ปัจจัยต่างๆ ที่กระทบกับปริมาณการสั่งซื้อ	229
233	ประโยชน์จากส่วนลดปริมาณ	233
234	การตีราคาพัสดุดังกล่าว	234
235	การควบคุมพัสดุดังกล่าว	235
235	ความรับผิดชอบในการควบคุมพัสดุดังกล่าว	235

๗๗๕	ระบบบันทึกด้วยมือ	ระบบบันทึกด้วยมือ	หน้า 235
	ระบบคอมพิวเตอร์		236
๗๗๖	การวิเคราะห์แบบ ABC	การวิเคราะห์แบบ ABC	หน้า 236
๗๗๗	ระดับพัสดุสูง-ต่ำ	ระดับพัสดุสูง-ต่ำ	238
๗๗๘	ระบบการซื้อแบบทันเวลา	ระบบการซื้อแบบทันเวลา	239
๗๗๙	การวางแผนเกี่ยวกับความต้องการพัสดุ	การวางแผนเกี่ยวกับความต้องการพัสดุ	240
๗๘๐	ระบบการตรวจพัสดุ	ระบบการตรวจพัสดุ	242
๗๘๑			
บทที่ 13	สัญญาและข้อตกลงสั่งซื้อ	สัญญาและข้อตกลงสั่งซื้อ	หน้า 243
๗๘๒	ประเภทของสัญญา	ประเภทของสัญญา	243
๗๘๓	การพิจารณาเลือกประเภทของสัญญา	การพิจารณาเลือกประเภทของสัญญา	248
๗๘๔	การสั่งซื้อ	การสั่งซื้อ	249
	ข้อตกลงในการจัดซื้อ	ข้อตกลงในการจัดซื้อ	251
๗๘๕			
บทที่ 14	การเจรจาต่อรอง	การเจรจาต่อรอง	หน้า 252
๗๘๖	ความหมายของการเจรจาต่อรอง	ความหมายของการเจรจาต่อรอง	252
๗๘๗	การใช้การเจรจาต่อรองในการจัดซื้อ	การใช้การเจรจาต่อรองในการจัดซื้อ	253
๗๘๘	วัตถุประสงค์ของการเจรจาต่อรอง	วัตถุประสงค์ของการเจรจาต่อรอง	254
๗๘๙	เมื่อไรจึงจะมีการเจรจาต่อรอง	เมื่อไรจึงจะมีการเจรจาต่อรอง	255
๗๙๐	ความสามารถและคุณสมบัติของบุคคลสำหรับการเจรจาต่อรอง	ความสามารถและคุณสมบัติของบุคคลสำหรับการเจรจาต่อรอง	257
๗๙๑	จิตวิทยาในการเจรจาต่อรอง	จิตวิทยาในการเจรจาต่อรอง	258
๗๙๒	การจัดทีมเจรจาต่อรอง	การจัดทีมเจรจาต่อรอง	259
๗๙๓	การเตรียมการเจรจาต่อรอง	การเตรียมการเจรจาต่อรอง	259
๗๙๔	การใช้กลยุทธ์และยุทธวิธีในการเจรจาต่อรอง	การใช้กลยุทธ์และยุทธวิธีในการเจรจาต่อรอง	261
๗๙๕	การวางแผนเพื่อการเจรจาต่อรอง	การวางแผนเพื่อการเจรจาต่อรอง	262
๗๙๖	สถานการณ์กับการปรับตัวในการเจรจาต่อรอง	สถานการณ์กับการปรับตัวในการเจรจาต่อรอง	266
๗๙๗	การประชุมเจรจาต่อรอง	การประชุมเจรจาต่อรอง	267
	การตัดสินใจว่าจะใช้ยุทธวิธีในการเจรจาต่อรองอย่างไรจึงจะประสพผลดีที่สุด	การตัดสินใจว่าจะใช้ยุทธวิธีในการเจรจาต่อรองอย่างไรจึงจะประสพผลดีที่สุด	273
	กระบวนการเจรจาต่อรอง	กระบวนการเจรจาต่อรอง	275

ส่วนที่สาม	การจัดซื้อพิเศษ	หน้า
ส่วนที่สาม	การจัดซื้อพิเศษ	279
บทที่ 15	การจัดซื้ออุปกรณ์หลัก	281
	แนวความคิดเกี่ยวกับการซื้อเครื่องจักรเครื่องมือใหม่	281
	ลักษณะของการซื้ออุปกรณ์หลัก	281
	ความแตกต่างระหว่างอุปกรณ์หลักกับพัสดุที่ซื้อมาเพื่อการผลิต	283
	บทบาทของฝ่ายจัดซื้อในการซื้ออุปกรณ์หลัก	284
	ปัจจัยสำคัญทางด้านการบริการ	286
	วิธีการจัดซื้ออุปกรณ์หลัก	287
	เครื่องจักรใหม่กับเครื่องจักรใช้แล้ว	288
	การเช่าอุปกรณ์	290
	การจำหน่ายเครื่องจักรเครื่องมือที่เหลือใช้หรือล้าสมัย	292
บทที่ 16	การซื้อบริการ	293
	ขอบเขตในการวิเคราะห์บริการ	293
	กระบวนการซื้อบริการ	296
	ข้อความเกี่ยวกับงาน	298
	การเลือกผู้รับเหมาบริการ	300
	การตั้งราคาสัญญาให้บริการ	301
	บริการก่อสร้าง	302
	การซื้อบริการขนส่ง	305
	การจัดหน่วยงานสำหรับการขนส่ง	305
	การกำหนดอัตราค่าขนส่ง	306
	การขนส่งสินค้านำเข้า	309
	การกำหนดเส้นทางเข้าของพัสดุ	309
	การพิจารณาเร่งรัดและติดตาม	310
	การแก้ไขและยื่นข้อเรียกร้องความเสียหาย	310

หน้า		หน้า
ส่วนที่สี่	หลักการบริหารพัสดุ	311
บทที่ 17	การเก็บรักษาคลังและการรับพัสดุ	313
	ความรับผิดชอบในการรับพัสดุและเก็บรักษาคลัง	313
	การรับพัสดุ	314
	การจัดการระบุพัสดุ	315
	ระบบการเก็บรักษาคลัง	317
	วิธีการเก็บรักษาพัสดุและเครื่องมือ	320
	การวางแผนเพื่อเก็บรักษาพัสดุ	321
	การจัดหน่วยงานการเก็บรักษาพัสดุ	322
บทที่ 18	การจำหน่ายพัสดุเหลือใช้	324
	แหล่งพัสดุเหลือใช้	325
	การบริหารพัสดุทำหน้าที่ค้นหาพัสดุเหลือใช้	326
	การจัดหน่วยงานเพื่อบริหารพัสดุเหลือใช้	327
	การจำหน่ายพัสดุเหลือใช้	328
	การซื้อขายพัสดุเหลือใช้	329
ส่วนที่ห้า	ความรับผิดชอบในการบริหารทั่วไป	331
บทที่ 19	การประเมินค่าการปฏิบัติการซื้อ การควบคุม และรายงาน	333
	วัตถุประสงค์ในการประเมินค่า	333
	เกณฑ์ในการประเมินค่า	334
	มาตรฐานการประเมินค่า	337
	วิธีการประเมินค่า	340
	แนวความคิดเกี่ยวกับการควบคุม	341
	การประเมินและการควบคุมการปฏิบัติการจัดซื้อ	342
	วิธีการเบื้องต้นในการควบคุมการจัดซื้อ	343
	การควบคุมความสัมฤทธิ์ผลในการจัดซื้อ	343
	การรายงานต่อฝ่ายบริหาร	346

บทที่ 20	ข้อพิจารณาทางกฎหมาย	348
	อำนาจหน้าที่ทางกฎหมายของเจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ	348
๒๒๖	อำนาจหน้าที่ของตัวแทนฝ่ายขาย	349
๒๒๗	กฎหมายลักษณะตัวแทน	349
๒๒๘	สัญญาซื้อขาย	350
๒๒๙	คำเสนอ	350
๒๓๐	คำสนอง	351
๒๓๑	พันธกรณีระหว่างฝ่ายจัดซื้อกับผู้ขาย	351
๒๓๒	การตรวจรับ	353
๒๓๓	การยกเลิกและการผิดสัญญา	354
๒๓๔	อนุญาตตลาดการ	355
บทที่ 21	ความรับผิดชอบต่อสังคมและจรรยาบรรณ	356
๒๓๕	การจัดซื้อและความรับผิดชอบต่อสังคม	356
๒๓๖	ผู้อำนวยการฝ่ายการจัดซื้อและการประชาสัมพันธ์	357
๒๓๗	ผู้อำนวยการฝ่ายจัดซื้อกับความรับผิดชอบต่อสังคม	359
๒๓๘	มาตรฐานทางจรรยาบรรณในการจัดซื้อ	360
	ผู้อำนวยการฝ่ายจัดซื้อและหลักจรรยาบรรณ	361
	พันธกรณีต่อบริษัท	362
๒๓๙	ปัญหาเรื่องของขวัญ	363
	ผลประโยชน์ขัดกัน	363
๒๔๐	ความสัมพันธ์กับผู้ขาย	364
๒๔๑	พันธกรณีกับผู้ขาย	364
๒๔๒	ข่าวสารที่เป็นความลับ	365
๒๔๓	บริการทางวิศวกรรม	365
๒๔๔	การปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรม	365
๒๔๕	การป้องกันการปฏิบัติผิดจรรยาบรรณ	366