

การศึกษาปัจจัยในการคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบของวิสาหกิจขนาดกลางและ  
ขนาดย่อม จังหวัดนครราชสีมา



นางสาวปริยากมล เอื่องอ้าย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี  
ปีการศึกษา 2560

**A STUDY OF SUPPLIER SELECTION FACTORS OF  
SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN  
NAKHON RATCHASIMA PROVINCE**



**Preeyakamon Auanguai**

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the**

**Degree of Master of Management**

**Suranaree University of Technology**

**Academic Year 2017**

การศึกษาปัจจัยในการคัดเลือกผู้จัดทำวัตุดิบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม  
จังหวัดนครราชสีมา

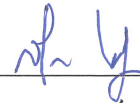
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี อนุมัติให้นำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



(รองศาสตราจารย์ ดร.ชัยภูมิ คอนขวา)

ประธานกรรมการ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุนิทยา เกื้อนาคี)

กรรมการ (อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์)



(ดร.วัชรพงษ์ ทรัพย์สงวนบุญ)

กรรมการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี



(ศาสตราจารย์ ดร.สันติ แม่นศิริ)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการและพัฒนา

ความเป็นสากล



(รองศาสตราจารย์ ดร.วีรพงษ์ พลนิกรกิจ)

คณบดีสำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม

ปริยาภมล เอื่องอ้าย : การศึกษาปัจจัยในการคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบของวิสาหกิจ  
ขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดนครราชสีมา (A STUDY OF SUPPLIER  
SELECTION FACTORS OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES  
IN NAKHON RATCHASIMA PROVINCE) อาจารย์ที่ปรึกษา :  
ผศ. ดร.สุนิทยา เตื่อนนาคี, 91 หน้า.

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะพื้นฐานขององค์กรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก  
ผู้จัดหาวัตถุดิบขององค์กร และเพื่อศึกษาอิทธิพลของการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจ  
เลือกผู้จัดหาวัตถุดิบต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานขององค์กรผู้ซื้อจากมุมมองของ  
ผู้ประกอบการธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทกิจการผลิตสินค้าในจังหวัด  
นครราชสีมา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวแทน  
ผู้ประกอบการธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 100 ราย ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์  
ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติ  
เชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระต่อกัน  
การวิเคราะห์ความแปรปรวน และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบโดยวิสาหกิจขนาด  
กลางและขนาดย่อม ได้แก่ การส่งมอบ ราคาวัตถุดิบ และคุณภาพวัตถุดิบ ตามลำดับ ธุรกิจวิสาหกิจ  
ขนาดกลางให้ความสำคัญกับราคาวัตถุดิบมากกว่าวิสาหกิจขนาดย่อม ธุรกิจที่มีระยะเวลา  
ดำเนินงานมากกว่า 10 ปีให้ความสำคัญกับคุณภาพวัตถุดิบในการเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบมากกว่าธุรกิจ  
ที่มีระยะเวลาดำเนินงานสั้นกว่า ธุรกิจที่มุ่งเน้นกลยุทธ์สร้างความแตกต่างให้ความสำคัญต่อคุณภาพ  
วัตถุดิบมากกว่าธุรกิจที่เน้นกลยุทธ์ด้านต้นทุน

ความพึงพอใจในผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกออกเป็น  
4 ด้าน ได้แก่ คุณภาพผลิตภัณฑ์ ต้นทุน การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า และกระบวนการ  
ทำงานขององค์กร การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า ความพึงพอใจในแต่ละด้านขึ้นอยู่กับ  
ให้ความสำคัญของปัจจัยในการเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ เช่น วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความ  
พึงพอใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เมื่อให้ความสำคัญต่อการส่งมอบและคุณภาพวัตถุดิบในการ  
เลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ

สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ  
ปีการศึกษา 2560

ลายมือชื่อนักศึกษา นางสาวปิยาภมล เอื่องอ้าย  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา ๗๕

PREEYAKAMON AUANGUAI : A STUDY OF SUPPLIER SELECTION  
FACTORS OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN NAKHON  
RATCHASIMA PROVINCE. THESIS ADVISOR : ASST. PROF.  
SUNITIYA THUANNADEE, Ph.D., 91 PP.

## SUPPLIER SELECTION

This research aimed to study how organizational characteristics of small and medium enterprises (SMEs) affected the supplier selection and whether the importance of supplier selection factors had effect on performance satisfaction in viewpoint of SMEs. Questionnaires were used to collect data from respondents of 100 manufacturing SMEs in Nakhon Ratchasima. The data was analyzed with descriptive statistic methods consisting of mean, standard deviation and with inferential statistic methods consisting of independent sample T-test, Analysis of Variance and Multiple Regression Analysis.

The study found that the most important factors in selecting suppliers by SMEs were delivery, price and materials quality, respectively. Medium enterprises put more importance toward price than the small ones. Enterprises which operated more than 10 years gave higher importance to quality in selecting suppliers than those with lesser years of operations. Business focusing on differentiation strategy gave more importance to the quality of materials more than business concentrating in cost leadership.

Performance satisfaction was separated into 4 dimensions which were product quality, cost, responsiveness to customer needs and business process. The Multiple Regression Analysis shown that satisfaction in each dimension was affected by the importance in selecting suppliers. For example, SMEs were satisfied with their product

quality when they gave importance to the delivery and materials quality in selecting suppliers.



School of Management Technology  
Academic Year 2017

Student's Signature Preyakamon Avanguai  
Advisor's Signature Sunty Thuanwala

## กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุนิตยา เกื่อนนาดี อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำปรึกษาการดำเนินการวิจัยและการจัดทำวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.ขวัญกมล ดอนขวา ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และ ดร.วัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้ข้อสังเกตและคำแนะนำเพิ่มเติมอันมีประโยชน์ในการปรับปรุงวิทยานิพนธ์ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนิสรา มณีรัตนรุ่งโรจน์ อาจารย์ ดร.อดิศักดิ์ สุวิทวัส และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปภากร พิทยชวล ที่ได้ให้คำปรึกษาแนะนำและประเมินความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม และอาจารย์ ดร.สรียา วิจิตรเสถียร ที่ได้ให้คำปรึกษาแนะนำในการเขียนบทความ เพื่อนำเสนอในงานประชุมวิชาการ

ขอขอบพระคุณคณาจารย์สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีทุกท่านที่กรุณาถ่ายทอดความรู้และให้คำปรึกษาในด้านวิชาการ

ขอขอบคุณเพื่อนร่วมเรียนระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ที่ได้ให้คำปรึกษาในการเรียนและให้กำลังใจ

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา เป็นอย่างสูง ที่ให้การอบรมเลี้ยงดูและสนับสนุนเป็นอย่างดีมาตลอด และขอบคุณสมาชิกในครอบครัวที่เป็นกำลังใจในการศึกษาเล่าเรียนจนสำเร็จการศึกษา

ปรีyakมล เอื่องอ้าย

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ (ภาษาไทย).....	ก
บทคัดย่อ (ภาษาอังกฤษ).....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ง
สารบัญ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฉ
<b>บทที่</b>	
<b>1 บทนำ.....</b>	<b>1</b>
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.3 สมมติฐานของการวิจัย.....	4
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	5
1.5 ประโยชน์ที่ได้รับ.....	6
1.6 คำอธิบายศัพท์.....	6
<b>2 ปรัชมนวัตกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....</b>	<b>7</b>
2.1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	7
2.2 ทฤษฎี แนวคิดเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดหา.....	11
2.3 ทฤษฎี แนวคิดเกี่ยวกับการคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ.....	14
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ.....	22
2.5 กรอบงานวิจัย.....	27
<b>3 วิธีดำเนินการวิจัย.....</b>	<b>28</b>
3.1 วิธีการวิจัย.....	28
3.2 ประชากร การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง.....	28
3.3 ตัวแปรที่ทำการวิจัย.....	29



## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	30
3.5 การสร้างและการหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ.....	32
3.6 กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม.....	36
3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	36
<b>4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการอภิปรายผล.....</b>	<b>40</b>
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามด้วยสถิติพรรณนา.....	41
4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ.....	42
4.3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	47
4.4 ผลการทดสอบสมมติฐานขนาดขององค์กรที่แตกต่างกันส่งผลต่อ การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ.....	51
4.5 ผลการทดสอบสมมติฐานระยะเวลาการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อ การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ.....	52
4.6 ผลการทดสอบสมมติฐานกลยุทธ์การแข่งขันขององค์กรที่แตกต่างกันส่งผลต่อ การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ.....	53
4.7 ผลการทดสอบสมมติฐานการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านคุณภาพขององค์กร.....	54
4.8 ผลการทดสอบสมมติฐานการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านต้นทุนขององค์กร.....	57
4.9 ผลการทดสอบสมมติฐานการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านการตอบสนองความต้องการขององค์กร.....	59

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4.10 ผลการทดสอบสมมติฐานการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจ เลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงาน ด้านกระบวนการทำงานขององค์กร.....	61
<b>5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....</b>	<b>65</b>
5.1 สรุปข้อมูลทั่วไป.....	65
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	67
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	71
รายการอ้างอิง.....	73
ภาคผนวก.....	80
ภาคผนวก ก แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย.....	81
ภาคผนวก ข ตารางค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา.....	88
ประวัติผู้เขียน.....	91

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1	ลักษณะของธุรกิจ SMEs..... 8
2.2	มูลค่าและอัตราการขยายตัวผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของธุรกิจ SMEs..... 9
2.3	ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดนครราชสีมา ณ ราคาประจำปี จำแนกตามสาขาการผลิต พ.ศ. 2558..... 9
2.4	สรุปบททวนวรรณกรรมเกี่ยวกับเกณฑ์การตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบขององค์กร 25
3.1	ค่าความเที่ยงตรงแต่ละข้อคำถามในแบบสอบถาม..... 33
3.2	การปรับปรุงข้อคำถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ..... 34
3.3	ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัทซ์ของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ. 35
3.4	ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัทซ์ของความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานขององค์กร..... 35
4.1	จำนวนและร้อยละของลักษณะทางประชากรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม..... 41
4.2	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ โดยรวมและรายปัจจัย..... 43
4.3	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านการส่งมอบวัตถุดิบของผู้จัดหาวัตถุดิบ..... 43
4.4	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านราคาวัตถุดิบ..... 44
4.5	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านคุณภาพวัตถุดิบ..... 45
4.6	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านความสามารถในการผลิตของผู้จัดหาวัตถุดิบ..... 45
4.7	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านการบริการของผู้จัดหาวัตถุดิบ..... 46

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า	
4.8	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหา วัตถุดิบด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดหาวัตถุดิบกับผู้ซื้อ.....	47
4.9	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงาน ขององค์กร โดยรวมและรายปัจจัย.....	48
4.10	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงาน ด้านต้นทุนขององค์กร.....	48
4.11	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงาน ด้านการตอบสนองความต้องการลูกค้าขององค์กร.....	49
4.12	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงาน ด้านคุณภาพขององค์กร.....	50
4.13	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงาน ด้านกระบวนการทำงานขององค์กร.....	50
4.14	ความคิดเห็นต่อการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ จำแนกตามขนาดขององค์กร.....	51
4.15	ความคิดเห็นต่อการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ.....	52
4.16	สถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจ เลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ จำแนกตามระยะเวลาดำเนินธุรกิจ.....	53
4.17	การเปรียบเทียบการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ ด้านคุณภาพวัตถุดิบจำแนกตามกลยุทธ์การแข่งขันเป็นรายคู่.....	54
4.18	ตัวแปรพยากรณ์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านคุณภาพ ขององค์กร.....	55
4.19	ตัวแปรพยากรณ์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านต้นทุนของ องค์กร.....	57
4.20	ตัวแปรพยากรณ์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านการ ตอบสนองความต้องการขององค์กร.....	59

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.21 ตัวแปรพยากรณ์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้าน กระบวนการทำงานขององค์กร.....	62
4.22 สรุปการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีอิทธิพล ต่อความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานขององค์กร.....	64



## สารบัญรูปภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1	วิวัฒนาการการพัฒนาการบริหารจัดการการจัดซื้อจัดหา..... 13
2.2	กระบวนการเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ..... 15
2.3	การคัดกรองทางเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ..... 17
2.4	กรอบงานวิจัย..... 27
4.1	การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีอิทธิพลต่อ ความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านคุณภาพขององค์กร..... 56
4.2	การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีอิทธิพลต่อ ความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านคุณภาพขององค์กร..... 58
4.3	การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีอิทธิพลต่อ ความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านการตอบสนองความต้องการขององค์กร... 61
4.4	ตัวแปรปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อ ผลการดำเนินงานด้านกระบวนการทำงานขององค์กร..... 63

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันการแข่งขันทางการค้ามีความรุนแรงมากขึ้น เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงสภาพทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ธุรกิจต้องปรับตัวและพัฒนาความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำรงอยู่ได้และเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน ความกดดันเหล่านี้ส่งผลให้องค์กรให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานในทุกด้าน รวมถึงการจัดหาวัตถุดิบ เพื่อส่งเสริมความสามารถในผลิตสินค้าหรือบริการให้มีคุณภาพตรงตามความต้องการของลูกค้า เพราะผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเริ่มต้นมาจากจุดเริ่มต้นของกิจกรรมในห่วงโซ่อุปทานคือ การจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบ ลักษณะสำคัญประการหนึ่งของหน้าที่การจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบคือ การตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ เพื่อส่งมอบวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนประกอบที่มีประสิทธิภาพให้แก่องค์กร (Waikar et al., 2011)

การตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่เหมาะสมถือเป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งของการผลิตและการบริหารจัดการด้าน โลจิสติกส์ (Sim et al., 2010) Xia and Wu (2007) กล่าวว่า การเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่เหมาะสมช่วยให้ธุรกิจลดค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อวัตถุดิบในการผลิตสินค้าและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับองค์กร รวมถึง Aksoy and Ozturk (2011) ให้ความเห็นที่สอดคล้องว่า การเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบช่วยลดค่าใช้จ่ายสินค้าคงคลัง ปรับปรุงคุณภาพของสินค้าให้ดียิ่งขึ้น และช่วยลดระยะเวลาในการผลิตสินค้า นอกจากนี้ยังพบว่า การเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบสามารถส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไร ความสามารถในการแข่งขัน ความพึงพอใจของลูกค้า การดำเนินงานในกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การบริหารจัดการสินค้าคงคลัง การวางแผนและควบคุมการผลิต ความต้องการกระแสเงินสดเพื่อการลงทุน และการควบคุมคุณภาพสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Choi and Hartley, 1996; Hsu et al., 2006; Xia and Wu, 2007; Cheraghi et al., 2011; Waikar et al., 2011)

การศึกษาทบทวนวรรณกรรมในประเทศไทยพบปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบหลายปัจจัย อาทิเช่น ปัญญาศาสตร์ กำลังดี และมนตรี พิริยะกุล (2555) พบว่าปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบแผ่นฟิล์ม ประกอบด้วย ราคาวัตถุดิบ คุณภาพวัตถุดิบ และ

ความสามารถในการส่งมอบสินค้าตรงเวลาและถูกต้องตามการสั่งซื้อ สิริชัย สุธรรมรักษ์ (2558) พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบของอุตสาหกรรมปูนขาว ได้แก่ ต้นทุนวัตถุดิบ คุณภาพวัตถุดิบ การส่งมอบ การบริการ ความน่าเชื่อถือ และความยืดหยุ่นของผู้จัดหาวัตถุดิบ สำหรับงานวิจัยต่างประเทศ Weber et al. (1991) พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพวัตถุดิบ ราคาวัตถุดิบ การส่งมอบสินค้า ความสามารถในการผลิตสินค้า และความสามารถด้านเทคโนโลยีของผู้จัดหาวัตถุดิบ ถือเป็นเกณฑ์ที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบของภาคธุรกิจ Kannan and Tan (2002) พบว่า การส่งมอบสินค้า คุณภาพการบริการของผู้จัดหาวัตถุดิบ และความสามารถในการผลิตของผู้จัดหาวัตถุดิบเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการประเมินผู้จัดหาวัตถุดิบของภาคธุรกิจ อีกทั้งยังมีผลต่อคุณภาพสินค้า และตำแหน่งทางการแข่งขันขององค์กร นอกจากนี้ Garfamy (2005) พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดหาวัตถุดิบกับองค์กรผู้ซื้อ ลักษณะขององค์กรผู้ซื้อ คุณภาพวัตถุดิบ การบริการ และระยะเวลาในการผลิต/จัดหาวัตถุดิบของผู้จัดหาวัตถุดิบมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบของภาคธุรกิจ และ Waikar et al. (2011) พบว่า คุณภาพวัตถุดิบ ชื่อเสียงของผู้จัดหาวัตถุดิบ และความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้จัดหาวัตถุดิบมีผลต่อความพึงพอใจขององค์กรผู้ซื้อ แสดงให้เห็นว่าแต่ละองค์กรอาจมีปัจจัยในการพิจารณาตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่แตกต่างกัน

การศึกษาทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า ความสามารถในการผลิต การส่งมอบสินค้า ราคา คุณภาพสินค้า การบริการ และความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรผู้ซื้อกับผู้จัดหาวัตถุดิบมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ และมีแนวโน้มที่จะส่งผลการดำเนินงานขององค์กรผู้ซื้อ เนื่องจากการที่องค์กรผู้ซื้อจะได้รับวัตถุดิบที่มีคุณภาพจากแหล่งวัตถุดิบที่มีความน่าเชื่อถือ ถูกต้องตามข้อกำหนด ทันต่อการใช้งาน รองรับการเปลี่ยนแปลง และสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กรผู้ซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีแนวโน้มช่วยให้องค์กรผู้ซื้อลดต้นทุนและระยะเวลาในการผลิต ปรับปรุงคุณภาพของสินค้า ทำให้องค์กรผู้ซื้อสามารถบริหารจัดการต้นทุนในการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น (Aksoy and Ozturk, 2011) และจากการศึกษาในประเทศไทยพบว่า ปัจจุบันภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises; SMEs) จำนวนมาก (กรุงเทพธุรกิจ, ออนไลน์, 2560) เนื่องจากธุรกิจ SMEs ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มธุรกิจด้านการผลิตและเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจในหลายประเทศ แต่ธุรกิจ SMEs ไทยยังขาดศักยภาพในการแข่งขันและภูมิคุ้มกันในสภาพแวดล้อมที่มีความผันผวนของระบบเศรษฐกิจโลก (สุภาพรรณ วัฒนาอุดมชัย, 2557) โดยส่วนใหญ่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีลักษณะการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบแบบไม่เป็นทางการ ในขณะที่ธุรกิจขนาดใหญ่มีการคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบอย่างเป็นทางการ



(Pearson and Ellram, 1995) และมีการติดตามประเมินผลดำเนินงานของผู้จัดหาวัตถุดิบอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้องค์กรสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน (Aksoy and Ozturk, 2011) จึงทำให้องค์กรขนาดใหญ่มีความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจ ทั้งนี้จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่ผ่านมา ส่วนมากมุ่งเน้นในการศึกษาเกี่ยวกับเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบให้เหมาะสมกับแต่ละอุตสาหกรรม เช่น Weber et al. (1991) ได้ทบทวนวรรณกรรมเพื่อศึกษาเกณฑ์ต่าง ๆ ในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบให้เหมาะสม Choi and Hartley (1996) ได้ศึกษาผลกระทบของสถานะองค์กรในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Members) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ Sim et al. (2010) ได้ศึกษาการให้ความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบของอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศมาเลเซีย และ Waikar et al. (2011) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบของธุรกิจขนาดเล็ก เป็นต้น

งานวิจัยนี้ยังมุ่งเน้นศึกษาประเด็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ โดยพิจารณาว่าธุรกิจ SMEs ให้ความสำคัญต่อปัจจัยใดบ้างในการพิจารณาเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบให้แก่องค์กร และประเด็นที่ยังไม่มีการศึกษามากนักคือ อิทธิพลจากการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบต่อผลการดำเนินงานขององค์กรผู้ซื้อ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยในการคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดนครราชสีมา เนื่องจากการศึกษาและทบทวนงานวิจัยที่ผ่านมา พบว่าการวิจัยส่วนใหญ่เป็นของต่างประเทศ ส่วนในประเทศไทยยังไม่มีการศึกษามากนัก ผลการศึกษานี้ทำให้ธุรกิจ SMEs สามารถนำผลที่ได้ไปใช้ในการวิเคราะห์และวางแผน เพื่อตัดสินใจเลือกใช้บริการผู้จัดหาวัตถุดิบได้อย่างเหมาะสม

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยในการคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดนครราชสีมา ได้กำหนดวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะพื้นฐานขององค์กรที่มีผลต่อการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบขององค์กรผู้ซื้อ
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานขององค์กรผู้ซื้อ

### 1.3 สมมติฐานการวิจัย

การศึกษาปัจจัยในการคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดนครราชสีมา ได้กำหนดสมมติฐานของงานวิจัย เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ดังนี้

**สมมติฐานข้อที่ 1** ขนาดขององค์กรที่แตกต่างกัน มีผลต่อการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ (ความสามารถในการผลิตของผู้จัดหาวัตถุดิบ การส่งมอบวัตถุดิบ ราคาวัตถุดิบ คุณภาพวัตถุดิบ การบริการของผู้จัดหาวัตถุดิบ และความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรผู้ซื้อกับผู้จัดหาวัตถุดิบ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 2** ระยะเวลาในการดำเนินงานขององค์กรที่แตกต่างกัน มีผลต่อการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ (ความสามารถในการผลิตของผู้จัดหาวัตถุดิบ การส่งมอบวัตถุดิบ ราคาวัตถุดิบ คุณภาพวัตถุดิบ การบริการของผู้จัดหาวัตถุดิบ และความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรผู้ซื้อกับผู้จัดหาวัตถุดิบ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 3** กลยุทธ์การแข่งขันขององค์กรที่แตกต่างกัน มีผลต่อการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ (ความสามารถในการผลิตของผู้จัดหาวัตถุดิบ การส่งมอบวัตถุดิบ ราคาวัตถุดิบ คุณภาพวัตถุดิบ การบริการของผู้จัดหาวัตถุดิบ และความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรผู้ซื้อกับผู้จัดหาวัตถุดิบ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 4** การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบขององค์กร มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ขององค์กรผู้ซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 5** การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบขององค์กร มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านต้นทุนขององค์กรผู้ซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 6** การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบขององค์กร มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านการตอบสนองความต้องการลูกค้าขององค์กรผู้ซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 7** การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบขององค์กร มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านกระบวนการทำงานขององค์กรผู้ซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## 1.4 ขอบเขตของการวิจัย

### 1.4.1 ขอบเขตด้านประชากรศาสตร์

การวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยในการคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดนครราชสีมา ได้กำหนดประชากรเป้าหมายคือ ผู้ประกอบการธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) ประเภทกิจการผลิตสินค้า จังหวัดนครราชสีมา

### 1.4.2 ขอบเขตด้านตัวแปร

#### ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

1. ลักษณะพื้นฐานขององค์กร ประกอบด้วย ขนาดขององค์กร ระยะเวลาการดำเนินงานขององค์กร และกลยุทธ์การแข่งขันขององค์กร (กาญจน์ลีดา โหมยัตัญญุสิทธิ์, 2556; Kannan and Tan, 2002; Sim et al., 2010; Waikar et al., 2011; Raj, 2017)

2. ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบขององค์กรผู้ซื้อ ประกอบด้วย ความสามารถในการผลิตของผู้จัดหาวัตถุดิบ การส่งมอบวัตถุดิบ ราคาวัตถุดิบ คุณภาพวัตถุดิบ การบริการของผู้จัดหาวัตถุดิบ และความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรผู้ซื้อและผู้จัดหาวัตถุดิบ (Kannan and Tan, 2002; Calvi et al., 2010; Sim et al., 2010)

#### ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

1. ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบขององค์กรผู้ซื้อ ประกอบด้วย ความสามารถในการผลิตของผู้จัดหาวัตถุดิบ การส่งมอบวัตถุดิบ ราคาวัตถุดิบ คุณภาพวัตถุดิบ การบริการของผู้จัดหาวัตถุดิบ และความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรผู้ซื้อและผู้จัดหาวัตถุดิบ (Kannan and Tan, 2002; Calvi et al., 2010; Sim et al., 2010)

2. ความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานขององค์กรผู้ซื้อ ประกอบด้วย ความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ต้นทุน การตอบสนองความต้องการ และกระบวนการทำงาน (ศรายุทธ ตรีศิลานันท์ และสุนิทยา เกื่อนนาดี, 2556; Pearson & Ellram, 1995; Cousins, Lawson and Squire, 2008; Sim et al., 2010)

### 1.4.3 ขอบเขตด้านสถานที่และเวลา

พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา คือ จังหวัดนครราชสีมา เนื่องจากเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง และมีจำนวนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) สูงสุดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

(สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ออนไลน์, 2560) โดยใช้ระยะเวลาในการศึกษา รวบรวมข้อมูล และสรุปผลการศึกษาดังแต่เดือนกรกฎาคม 2560 ถึงเดือนมิถุนายน 2561

### 1.5 ประโยชน์ที่ได้รับ

การศึกษาครั้งนี้ได้ทราบถึงลักษณะพื้นฐานขององค์กรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบขององค์กรผู้ซื้อ และอิทธิพลของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบต่อความพึงพอใจในผลการดำเนินงานขององค์กรผู้ซื้อ โดยธุรกิจ SMEs ที่ใช้บริการจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบจากผู้จัดหาวัตถุดิบสามารถนำผลที่ได้ไปใช้ในการวิเคราะห์และวางแผน เพื่อตัดสินใจเลือกใช้บริการผู้จัดหาวัตถุดิบได้อย่างเหมาะสม และผู้จัดหาวัตถุดิบได้ทราบถึงความสำคัญของปัจจัยในการเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ นอกจากนี้ยังสามารถเป็นข้อมูลสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องใช้เป็นแนวทางในการศึกษา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่อไป

### 1.6 คำอธิบายศัพท์

การศึกษาปัจจัยในการคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดนครราชสีมา มีนิยามศัพท์ที่สำคัญเพื่อให้เข้าใจตรงกัน ดังนี้

**ธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises; SMEs)** ธุรกิจที่ดำเนินการ โดยเจ้าของกิจการ มีเงินลงทุนในการดำเนินงานไม่เกิน 200 ล้านบาท และมีจำนวนพนักงานภายในกิจการไม่เกิน 200 คน (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ออนไลน์, 2560)

**ผู้จัดหาวัตถุดิบ (Supplier)** หมายถึง บุคคลหรือองค์กรที่มีหน้าที่จัดหาสินค้าหรือบริการให้แก่องค์กรอื่นๆตามข้อตกลงที่กำหนดไว้ โดยจัดเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภายนอกขององค์กร เป็นสิ่งสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร (เสาวนิตย์ รัตนบุรี, 2556)

## บทที่ 2

### ปริทัศน์วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาปัจจัยในการคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการศึกษา ประกอบด้วยหัวข้อดังนี้

- 2.1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- 2.2 ทฤษฎี แนวคิดเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดหา
- 2.3 ทฤษฎี แนวคิดเกี่ยวกับการคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ
- 2.5 กรอบแนวคิด

#### 2.1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises; SMEs)

ธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทยมีจำนวนมาก เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนจำนวนน้อย สามารถบริหารจัดการควบคุมทิศทางของธุรกิจได้อย่างอิสระ โดยพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 และประมวลรัษฎากรได้ระบุธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ครอบคลุมกลุ่มธุรกิจ 3 ประเภท ได้แก่ 1) กิจการผลิตสินค้า หมายถึง การประกอบกิจการของอุตสาหกรรมทุกประเภทในการแปรรูปวัตถุดิบให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ด้วยเครื่องจักรกลหรือเคมีภัณฑ์ โดยไม่คำนึงถึงการผลิตด้วยเครื่องจักรหรือด้วยมือ นอกจากนี้ยังรวมถึงการแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรที่มีลักษณะของการผลิตแบบอุตสาหกรรม การผลิตของวิสาหกิจชุมชน และอุตสาหกรรมครัวเรือน 2) กิจการให้บริการ ครอบคลุมกิจกรรมด้านการศึกษา สุขภาพ การบันเทิง การขนส่ง การก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์ โรงแรมและห้องพักภัตตาคาร การขายอาหาร การขายเครื่องดื่มของภัตตาคาร และร้านอาหาร การให้บริการเช่าสิ่งบันเทิง และการพักผ่อนหย่อนใจ การให้บริการส่วนบุคคล การบริการในครัวเรือน การบริการที่ให้กับธุรกิจ การซ่อมแซมทุกชนิด และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และ 3) กิจการการค้า เป็นการให้บริการด้านการค้าขาย แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ การค้าส่ง และค้าปลีก โดยการค้าส่ง

หมายถึง การค้าขายสินค้าให้แก่ธุรกิจอุตสาหกรรม งานพาณิชย์กรรม สถาบัน ผู้ใช้ในงานวิชาชีพ ผู้ค้าปลีก รวมทั้งการค้าขายระหว่างผู้ค้าส่งด้วยกันเอง ส่วนการค้าปลีก หมายถึง การค้าขายสินค้าให้แก่ประชาชนทั่วไป เพื่อการอุปโภคบริโภคและการใช้ประโยชน์ส่วนบุคคลภายในครัวเรือน นอกจากนี้กิจการการค้ายังรวมถึงการเป็นนายหน้าหรือตัวแทนการซื้อขาย สถาบันบริการน้ำมัน และสหกรณ์ผู้บริโภค (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560) โดยมีหลักเกณฑ์ในการกำหนดลักษณะของธุรกิจ SMEs ดังนี้

ตารางที่ 2.1 ลักษณะของธุรกิจ SMEs

ลักษณะของ SMEs	จำนวนการจ้างงาน (คน)		จำนวนสินทรัพย์ถาวร (ล้านบาท)	
	ขนาดย่อม	ขนาดกลาง	ขนาดย่อม	ขนาดกลาง
กิจการผลิตสินค้า	ไม่เกิน 50	51-200	ไม่เกิน 50	51-200
กิจการให้บริการ	ไม่เกิน 50	51-200	ไม่เกิน 50	51-200
กิจการค้าส่ง	ไม่เกิน 25	26-50	ไม่เกิน 50	51-100
กิจการค้าปลีก	ไม่เกิน 15	16-30	ไม่เกิน 30	31-60

ที่มา: ราชกิจจานุเบกษา, 2545

ธุรกิจ SMEs ในประเทศไทยเป็นธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ ถือเป็นกลไกหลักในการเสริมสร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ เนื่องจากก่อให้เกิดการจ้างงาน เป็นแหล่งรองรับแรงงานจากภาคเกษตรกรรมเมื่อหมดช่วงการเพาะปลูก รวมถึงป้องกันการอพยพของแรงงานเข้ามาทำงานในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ช่วยให้เกิดการกระจายตัวของโรงงานในเขตกรุงเทพและปริมณฑลไปสู่ระดับภูมิภาค (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ออนไลน์, 2561) ประกอบกับในปัจจุบันภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจ SMEs จำนวนมาก (กรุงเทพธุรกิจ, ออนไลน์, 2560) เพื่อผลักดันและเร่งยกระดับความสามารถในการทำธุรกิจสู่ระดับสากลมากขึ้น และเพื่อสร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ ธุรกิจ SMEs มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจอย่างมากเห็นได้จากมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในปี พ.ศ. 2558 และ 2559 มีมูลค่าคิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 41.4 และ 42.2 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศทั้งหมด ดังที่แสดงในตารางที่ 2.2 นอกจากนี้จังหวัดนครราชสีมา ถือเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างเห็นได้จากผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (Gross Provincial Product: GPP) ของจังหวัดนครราชสีมา ประจำปี พ.ศ. 2558 มีมูลค่ามากถึง 2.64 แสนล้านบาท และมูลค่า

ผลิตภัณฑ์เฉลี่ยต่อคน (Per Capita GPP) มีมูลค่า 1.06 แสนบาท ซึ่งรายได้เฉลี่ยต่อหัวจัดอยู่ในอันดับที่ 2 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือรองจากจังหวัดขอนแก่น ถือว่ามีรายได้เฉลี่ยต่อหัวสูงสุดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง และจัดอยู่ในอันดับที่ 33 ของประเทศ (แสดงในตารางที่ 2.3)

ตารางที่ 2.2 มูลค่าและอัตราการขยายตัวผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของธุรกิจ SMEs ในปี 2558-2559

วิสาหกิจ	ปี 2558			ปี 2559		
	มูลค่า	สัดส่วน	Growth	มูลค่า	สัดส่วน	Growth
รวมทั้งประเทศ	13,672,865	100.0	2.9	14,366,557	100.0	3.2
ภาคเกษตร	1,192,669	8.7	-5.7	1,199,426	8.3	0.6
ภาคนอกเกษตร	12,480,196	91.3	3.9	13,167,131	91.7	3.5
- วิสาหกิจขนาดใหญ่	5,980,029	43.7	3.3	6,228,741	43.4	2.8
- SMEs	<b>5,660,958</b>	<b>41.4</b>	<b>5.2</b>	<b>6,061,143</b>	<b>42.2</b>	<b>4.8</b>
▪ วิสาหกิจขนาดย่อม	3,970,009	29.0	5.4	4,267,810	29.7	5.1
▪ วิสาหกิจขนาดกลาง	1,690,949	12.4	4.6	1,793,333	12.5	4.3
- วิสาหกิจอื่นๆ	839,209	6.1	1.1	877,247	6.1	0.7

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560

ตารางที่ 2.3 ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดนครราชสีมา ณ ราคาประจำปี จำแนกตามสาขาการผลิต พ.ศ. 2558

สาขาการผลิต	มูลค่า	สัดส่วน
ภาคเกษตร	40,257	15.20%
เกษตรกรรม การล่าสัตว์ และการป่าไม้	39,838	15.04%
การประมง	419	0.16%
ภาคนอกเกษตร	224,706	84.81%
ภาคการผลิต		
การทำเหมืองแร่ และเหมืองหิน	2,396	0.90%
อุตสาหกรรม	84,515	31.90%
<b>รวม</b>	<b>86,911</b>	<b>32.80%</b>

ตารางที่ 2.3 ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดนครราชสีมา ณ ราคาประจำปี จำแนกตามสาขาการผลิต  
พ.ศ. 2558 (ต่อ)

สาขาการผลิต	มูลค่า	สัดส่วน
<b>ภาคนอกเกษตร</b>	224,706	84.81%
<b>ภาคการบริการ</b>		
การไฟฟ้า แก๊ส และการประปา	6,797	2.57%
การก่อสร้าง	12,946	4.89%
โรงแรมและภัตตาคาร	3,854	1.45%
การขนส่ง สถานที่เก็บสินค้า และการคมนาคม	7,713	2.91%
ตัวกลางทางการเงิน	14,480	5.46%
บริการด้านอสังหาริมทรัพย์ การให้เช่าและบริการทางธุรกิจ	8,796	3.32%
การบริหารราชการและการป้องกันประเทศ รวมทั้งการประกัน	17,210	6.50%
สังคมภาคบังคับ		
การศึกษา	22,229	8.39%
การบริการด้านสุขภาพ และสังคม	6,600	2.49%
การให้บริการชุมชน สังคมและบริการส่วนบุคคลอื่นๆ	2,659	1.00%
ลูกค้าในครัวเรือนส่วนบุคคล	1,075	0.41%
<b>รวม</b>	<b>104,359</b>	<b>39.39%</b>
ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด	264,963	100.00%
ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดต่อคน (บาท)		106,000
ประชากร (1,000 คน)		2,500

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560

ในปี พ.ศ. 2559 พบว่าธุรกิจ SMEs มีอัตราการจ้างงานจำนวน 11,747,093 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 78.48 ของการจ้างงานทั้งหมด โดยกระจายอยู่ในทุกสาขาอาชีพและอุตสาหกรรม ตั้งแต่ธุรกิจภาคเกษตรไปจนถึงภาคอุตสาหกรรมการผลิต ภาคการค้าและขนส่ง รวมถึงธุรกิจบริการต่าง ๆ อีกมากมาย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560) อ้างถึงใน สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของธุรกิจ SMEs ที่มีผลต่อระบบเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก



อย่างไรก็ตาม ข้อจำกัดของการดำเนินธุรกิจ SMEs ที่สำคัญอย่างหนึ่งคือ การขาดทักษะในการบริหารจัดการธุรกิจที่เป็นระบบ เนื่องจากธุรกิจ SMEs เป็นธุรกิจที่ก่อตั้งจากภาคครัวเรือน ดังนั้นทักษะความรู้ในการบริหารจัดการธุรกิจจึงมาจากการเรียนรู้ที่สั่งสมด้วยประสบการณ์และถ่ายทอดความรู้จากรุ่นสู่รุ่น แต่ภายใต้ภาวะการแข่งขันในตลาดโลกที่มีความรุนแรงมากขึ้น การชะลอตัวของระบบเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ทำให้ทุกธุรกิจได้รับผลกระทบอย่างต่อเนื่อง หากธุรกิจ SMEs ไม่เร่งดำเนินการปรับตัวแก้ไขและเพิ่มพูนทักษะในการบริหารจัดการ อาจส่งผลให้ธุรกิจ SMEs ไทยประสบปัญหาเกี่ยวกับสภาพคล่องทางการเงินนำไปสู่ความสามารถในการแข่งขันขององค์กร ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีกลยุทธ์สำคัญในการเสริมสร้างความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนให้แก่ธุรกิจ SMEs เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) ที่มุ่งเน้นการพัฒนากิจการขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจ ส่งเสริมผู้ประกอบการให้สามารถผลิตและขายสินค้าของตนเองได้อย่างยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

## 2.2 ทฤษฎี แนวคิดเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดหา (Purchasing)

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา การแข่งขันทางธุรกิจทั่วโลกมีความรุนแรงมากขึ้น เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ความต้องการของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ความกดดันเหล่านี้ส่งผลให้องค์กรต่าง ๆ ให้ความสำคัญในการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร ในอดีตองค์กรส่วนใหญ่มุ่งเน้นดำเนินการแบบครบวงจร ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบเอง ผลิตสินค้า จัดหาช่องทางการจำหน่าย และการเป็นผู้จำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้บริโภคด้วยตนเอง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนในการดำเนินงาน แต่ในปัจจุบันองค์กรได้ปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการมุ่งเน้นความสามารถหลักขององค์กร (Core Competencies) ให้บุคคลภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญเข้ามาดำเนินการบริหารจัดการบางส่วนแทน หรือที่เรียกว่า เอาท์ซอร์ส (Outsource) เพื่อป้องกันการสูญเสียทรัพยากรไปในกิจกรรมที่ไม่ได้สร้างคุณค่าหรือสร้างคุณค่าให้แก่องค์กรได้น้อย และเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรให้สูงขึ้น (Prahalad and Hamel, 1990 อ้างถึงใน Beijer, 2012)

การจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบ ถือเป็นเครื่องมือทางกลยุทธ์อย่างหนึ่งของการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน เป็นเครื่องมือในการสร้างความสัมพันธ์การทำงานร่วมกัน องค์กรพยายามใช้ประโยชน์จากความสามารถของผู้จัดหาวัตถุดิบในการปรับปรุง พัฒนาคุณภาพสินค้าและบูรณาการความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีร่วมกัน ซึ่งจะช่วยให้องค์กรสามารถลดต้นทุนการดำเนินงาน ลด

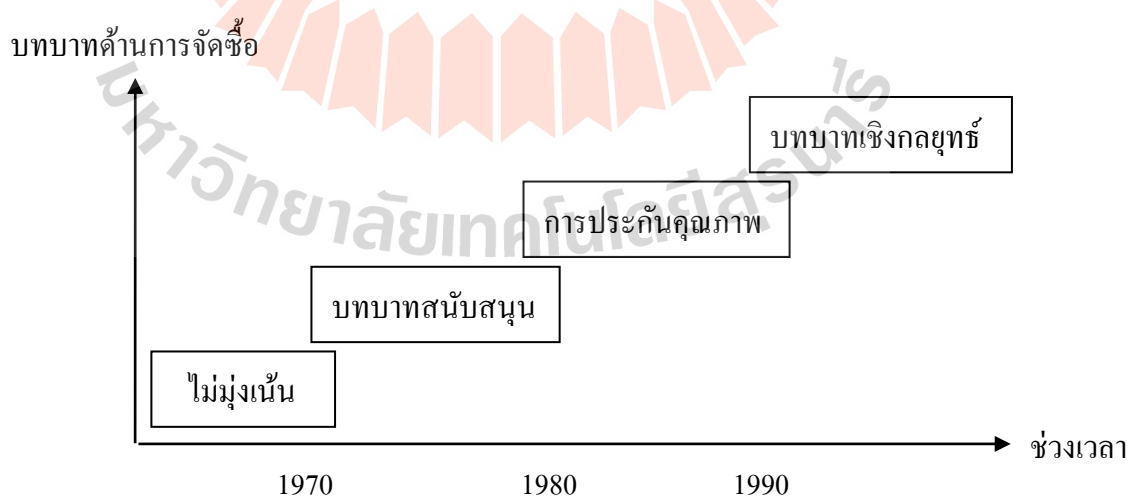
ระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า เพิ่มคุณภาพให้แก่สินค้า และความยืดหยุ่นในการดำเนินงานขององค์กร (Beijer, 2012) นอกจากนี้หากผู้จัดหาวัตถุดิบมีส่วนร่วมในการออกแบบผลิตภัณฑ์ จะส่งผลให้องค์กรใช้ทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ (Cost-Effective) เนื่องจากมีส่วนร่วมในการพัฒนาทางเลือก แบ่งปันเทคโนโลยี และการประเมิณการออกแบบร่วมกัน (Monczka et al., 1994)

การจัดซื้อมีความสำคัญต่อธุรกิจอย่างมาก เนื่องจากมีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการทำงานอื่น ๆ ภายในองค์กร และเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการผลิตสินค้า ซึ่งมีผู้ให้ความหมายและคำจำกัดความเกี่ยวกับการจัดซื้อไว้หลากหลาย อาทิ ออคูลย์ จาตุรงค์กุล (2547) ได้ให้ความหมายของการจัดซื้อไว้ว่า การจัดซื้อ (หรือการจัดหา) เป็นกระบวนการที่บริษัททำข้อตกลงร่วมกับบุคคลที่สาม เพื่อให้ได้สินค้าและบริการที่ต้องการบรรลุตามวัตถุประสงค์ขององค์กรอย่างมีจังหวะและต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ อรุณ บริรักษ์ (2550) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า เป้าหมายของการจัดซื้อคือ การได้รับสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ ปริมาณถูกต้อง ตรงตามเวลาในราคาที่เหมาะสมจากแหล่งขายที่มีความน่าเชื่อถือ Weele (2005) ให้ความหมายของการจัดซื้อว่าเป็นการบริหารจัดการแหล่งทรัพยากรภายนอกขององค์กร ประกอบด้วย สินค้า การบริการ ความสามารถ และความรู้ เพื่อบริหารจัดการกิจกรรมหลัก (Primary Activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) ขององค์กรให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมถึง Leenders et al. (2006) กล่าวว่า การจัดซื้อคือ การศึกษาความต้องการ เพื่อหาแหล่งซื้อวัตถุดิบ คัดเลือกผู้ส่งมอบสินค้า การเจรจาต่อรองราคา และการกำหนดเงื่อนไขให้ตรงตามความต้องการ รวมไปถึงการติดตามการส่งมอบสินค้า เพื่อให้ได้รับสินค้าหรือบริการตรงเวลา และ Monczka et al. (2016) กล่าวเพิ่มเติมอีกว่า การจัดซื้อคือ การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ภายในองค์กร เพื่อให้แน่ใจว่าได้มีการส่งมอบสินค้าด้วยมูลค่าสูงสุดให้แก่องค์กร จากความหมายข้างต้นจึงสามารถสรุปได้ว่า การจัดซื้อคือ กิจกรรมในการทำข้อตกลงร่วมกับบุคคลภายนอก เพื่อให้ได้รับสินค้าหรือบริการตรงตามวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยมีเป้าหมายที่สำคัญคือ การได้รับสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ ปริมาณถูกต้อง ตรงตามเวลาในราคาที่เหมาะสมจากแหล่งขายที่มีความน่าเชื่อถือ

วัตถุประสงค์ที่สำคัญของการจัดซื้อคือ สนับสนุนการดำเนินงานขององค์กรไม่ให้เกิดกระบวนการผลิตสินค้าหยุดชะงักจากการขาดการป้อนวัตถุดิบเข้าสู่กระบวนการผลิต จัดซื้อวัตถุดิบที่มีคุณภาพด้วยราคาที่เหมาะสม รักษาวัตถุดิบให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานอยู่เสมอ ลดความเสี่ยงเปลืองจากการซื้อซ้ำ ลดความล่าช้าของวัตถุดิบ จัดหาทางเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบสำรองกรณีฉุกเฉิน รวมถึงพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้จัดหาวัตถุดิบ เพื่อร่วมมือขจัดปัญหาต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น (ออคูลย์ จาตุรงค์กุล, 2547) ในอดีตการจัดซื้อมุ่งเน้นการได้รับสินค้าตรงเวลาตามที่กำหนดในราคา

ต่ำที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ซึ่งราคาที่ต่ำที่สุดอาจก่อให้เกิดต้นทุนที่มองไม่เห็นแก่องค์กร ไม่สามารถระบุเป็นตัวเลขได้อย่างชัดเจน ทำให้องค์กรมองไม่เห็นว่ามีต้นทุนเกิดขึ้น ถือเป็นภาระมุ่งเน้นผลการดำเนินงานในระยะสั้น แต่ในปัจจุบันการจัดซื้อไม่ได้เน้นเพียงต้นทุนของสินค้าหรือบริการเท่านั้น แต่ให้ความสำคัญกับการเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้า ตอบสนองความต้องการของลูกค้า รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์กับผู้จัดหาวัตถุดิบในระยะยาวอย่างยั่งยืน ทำให้การจัดซื้อสินค้าหรือบริการมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น (นพปฎล สุวรรณทรัพย์ และมณฑลลี ศาสนนันท์, 2557; Juran and Godfrey, 1998)

บทบาทด้านการบริหารจัดการการจัดซื้อเริ่มได้รับความสนใจเป็นอย่างมากจากกลุ่มนักวิชาการในช่วงปี ค.ศ. 1960 แต่ยังไม่ได้รับความสำคัญเชิงกลยุทธ์มากนัก (Carr and Pearson, 2002) ในช่วงปี ค.ศ. 1970 จนถึงต้นปี ค.ศ. 1980 การจัดซื้อได้เข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กร เพื่อให้มั่นใจว่าผู้จัดหาวัตถุดิบจะส่งมอบวัตถุดิบที่มีคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ได้อย่างถูกต้อง ตรงตามเวลาที่กำหนดไว้ด้วยราคาที่เหมาะสม ต่อมาช่วงปี ค.ศ. 1980 Michael E. Porter นักเศรษฐศาสตร์ได้คิดค้นทฤษฎีแรงกดดัน 5 ประการ (Five Forces Model) ที่มีผลต่อการแข่งขันของอุตสาหกรรม ปัจจัยด้านผู้จัดหาวัตถุดิบถูกจัดเป็น 1 ใน 5 แรงกดดันของอำนาจการเจรจาต่อรองการแข่งขันของอุตสาหกรรม จึงถือเป็นจุดเริ่มต้นในการให้ความสำคัญอย่างชัดเจนของบทบาทการจัดซื้อ เนื่องจากกลยุทธ์การแข่งขันขององค์กรมีผลกระทบต่อพิจารณาผู้จัดหาวัตถุดิบ (Shil, 2010) และองค์กรได้บูรณาการแนวคิดการบริหารการจัดซื้อเป็นกระบวนการวางแผนเชิงกลยุทธ์จนได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางจากผู้บริหารระดับสูงในช่วงปลายปี ค.ศ. 1990 เป็นต้นมา (Trent and Monczka, 1998)



ภาพที่ 2.1 วิวัฒนาการการพัฒนาการบริหารจัดการการจัดซื้อจัดหา

ที่มา: Trent and Monczka (1998)

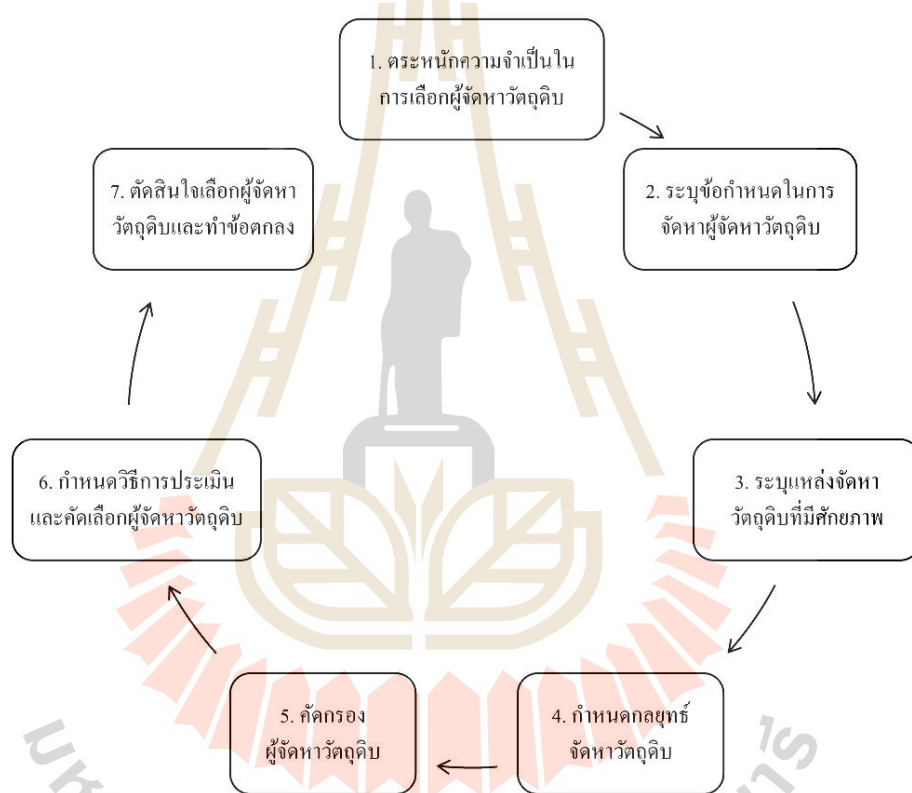
## 2.3 ทฤษฎี แนวคิดเกี่ยวกับการคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ

หนึ่งในกระบวนการที่สำคัญอย่างหนึ่งของการจัดซื้อคือ การคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ ในอดีตองค์กรส่วนใหญ่มักใช้วิธีการแข่งขันประมูลราคา เพื่อคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่เหมาะสมแก่องค์กร ซึ่งองค์กรจะตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่เสนอราคาต่ำที่สุด (Monczka et al., 2016) แต่ในปัจจุบันองค์กรเห็นว่า ต้นทุนไม่ใช่ปัจจัยเพียงอย่างเดียวที่ใช้ในการพิจารณาเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่เหมาะสม แต่ยังมีปัจจัยอื่น ๆ อีกมากมายที่สำคัญต่อการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่เหมาะสม เช่น ความสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดหาวัตถุดิบกับองค์กร ความสอดคล้องของกลยุทธ์องค์กร ความสามารถในการส่งมอบสินค้า และคุณภาพวัตถุดิบ เป็นต้น (กฤษดา เขียววัฒนสุข, 2558; Waikar et al., 2011)

Monczka et al. (2005) พบว่าตั้งแต่ปี ค.ศ. 1990 องค์กรต่าง ๆ เริ่มให้ความสนใจในความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับผู้จัดหาวัตถุดิบด้วยการสื่อสารระหว่างองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เนื่องจากองค์กรส่วนใหญ่มุ่งเน้นการผลิตแบบทันเวลาพอดี (Just in Time) เพื่อลดต้นทุน และเพิ่มศักยภาพการดำเนินงานขององค์กร จึงทำให้องค์กรต้องคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น และอาจเป็นผลให้องค์กรต้องลดจำนวนผู้จัดหาวัตถุดิบให้เหลือเพียงผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีศักยภาพเท่านั้น (Sim et al., 2010) อีกทั้งการร่อยหรอของทรัพยากรยังทำให้องค์กรต้องพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดหาวัตถุดิบมากขึ้น เพื่อให้มั่นใจว่าองค์กรจะได้รับวัตถุดิบอย่างต่อเนื่องเพื่อใช้ในกระบวนการผลิตสินค้า รวมถึงองค์กรผู้ซื้อที่มีความต้องการที่จะทำงานร่วมกับผู้จัดหาวัตถุดิบในการปรับปรุงและพัฒนาวัตถุดิบให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น เพื่อผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ จึงให้ความสำคัญต่อการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดหาวัตถุดิบ เพื่อพัฒนาศักยภาพในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่ดีเหนือกว่าคู่แข่ง และตอบสนองตรงตามความต้องการของลูกค้าได้อย่างแท้จริง (Bouchard, 1998; Trent and Monczka, 1998)

การคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบอย่างเหมาะสม ก่อให้เกิดศักยภาพความสามารถในการทำกำไรแก่องค์กร เสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน และยังมีบทบาทสำคัญในการประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์กร (Ramanathan, 2007) ซึ่งผลกระทบของการคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่ไม่เหมาะสมคือ ก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายจำนวนมาก ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อสภาพทางการเงินขององค์กร ผลิตภัณฑ์หรือบริการมีคุณภาพลดลง นำไปสู่ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ไม่มีประสิทธิภาพ ทำให้ความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ขององค์กรลดลง ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไร และตำแหน่งทางการแข่งขันขององค์กรลดลง (Juran and Godfrey, 1998; Raj, 2017)

กระบวนการจัดซื้อวัสดุขององค์กรเริ่มต้นจากการรับรู้ถึงความต้องการขององค์กร จนกระทั่งสิ้นสุดกระบวนการ เมื่อได้รับสินค้าและชำระเงิน การคัดเลือกผู้จัดหาวัสดุมีความซับซ้อนและแตกต่างกันไปตามลักษณะของวัสดุที่ต้องการ และนโยบายการจัดซื้อของแต่ละองค์กร (Bouchard, 1998) วัตถุประสงค์หลักของกระบวนการคัดเลือกผู้จัดหาวัสดุคือ การลดความเสี่ยงในการสั่งซื้อวัสดุ และเพิ่มมูลค่าสูงสุดให้แก่องค์กร สิ่งสำคัญของกระบวนการจัดซื้อคือ สารสนเทศที่ถูกต้อง ซึ่งจะช่วยให้จัดซื้อจัดหาวัสดุได้ตรงตามความต้องการขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ มีขั้นตอนพื้นฐานดังต่อไปนี้ (Monczka et al., 2016)



ภาพที่ 2.2 กระบวนการเลือกผู้จัดหาวัสดุ

ที่มา: Monczka et al. (2016)

1. **ตระหนักถึงความจำเป็นในการคัดเลือกผู้จัดหาวัสดุ** ฝ่ายจัดซื้ออาจเริ่มต้นกระบวนการประเมินผู้จัดหาวัสดุด้วยการพยากรณ์ความต้องการสั่งซื้อวัสดุในอนาคต ซึ่งอาจเป็นข้อมูลของแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ขององค์กรในอนาคต โดยทราบรายละเอียดของชนิดวัสดุ การบริการ หรือกระบวนการผลิตที่ต้องการเบื้องต้น หรือความต้องการในการใช้วัสดุ

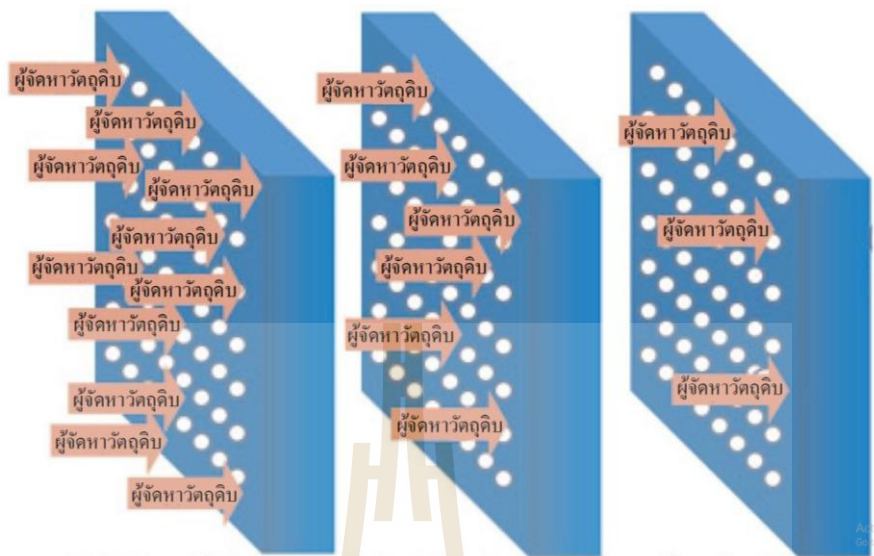
ด้วยวัตถุประสงค์อื่น ๆ ซึ่งความต้องการสามารถเกิดขึ้นที่ใดก็ได้ภายในองค์กร และสามารถเกิดขึ้นได้ทุกขั้นตอนของการทำงาน

**2. ระบุข้อกำหนดในการจัดหาทางเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ** สิ่งสำคัญของกระบวนการคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบคือ การเข้าใจความต้องการวัตถุดิบหรือบริการ ซึ่งจะต้องมีการระบุข้อกำหนดอย่างชัดเจน เช่น คุณลักษณะหรือคุณสมบัติของวัตถุดิบหรือบริการนั้น ๆ เพื่อประสิทธิภาพในการตอบสนองความต้องการวัตถุดิบหรือบริการได้อย่างถูกต้อง

**3. ระบุแหล่งจัดหาวัตถุดิบที่มีศักยภาพ** ฝ่ายจัดซื้อจำเป็นต้องอาศัยแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ในการค้นหาแหล่งจัดหาวัตถุดิบที่มีศักยภาพ เช่น ผู้จัดหาวัตถุดิบปัจจุบัน ตัวแทนขาย อินเทอร์เน็ต หรือ โซเชียลมีเดีย (Social Media) งานแสดงสินค้า เป็นต้น ขึ้นอยู่กับนโยบายการสั่งซื้อวัตถุดิบของแต่ละองค์กร การคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบอาจจะต้องให้ผู้ที่มีความรู้เป็นผู้ตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่เหมาะสม เพื่อให้มั่นใจว่าผู้จัดหาวัตถุดิบที่ตัดสินใจเลือกนั้นจะมีคุณลักษณะตรงตามข้อกำหนด และนโยบายขององค์กร

**4. กำหนดกลยุทธ์ในการจัดหาวัตถุดิบ** ฝ่ายจัดซื้อจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ในการจัดหาแหล่งวัตถุดิบที่หลากหลาย เพื่อความสามารถในการตอบสนองให้ตรงตามความต้องการขององค์กร ซึ่งกลยุทธ์ในการจัดหาแหล่งวัตถุดิบมักเปลี่ยนแปลงตามสถานะทางการตลาด ความต้องการของผู้ใช้งาน และวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยมีทางเลือกในการจัดหาวัตถุดิบมากมาย เช่น จัดหาวัตถุดิบจากแหล่งท้องถิ่น ภายในประเทศหรือระหว่างประเทศ จัดหาจากผู้จัดหาวัตถุดิบรายใหญ่หรือรายเล็ก จัดซื้อวัตถุดิบจากผู้จัดหาวัตถุดิบรายเดียวหรือหลายราย เป็นต้น

**5. คัดกรองทางเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ** จากการรวบรวมข้อมูลทางเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ องค์กรอาจมีทางเลือกมากมาย ฝ่ายจัดซื้อจำเป็นต้องทำการคัดกรองผู้จัดหาวัตถุดิบที่เหมาะสมเบื้องต้น การประเมินในเชิงลึกอีกครั้ง เพื่อคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่เหมาะสมอย่างมีประสิทธิภาพ



ภาพที่ 2.3 การคัดกรองทางเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ

ที่มา: Carter and Giunipero (2010)

6. การประเมินและคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบเบื้องต้น เมื่อทำการคัดกรองผู้จัดหาวัตถุดิบเบื้องต้นเรียบร้อยแล้ว ฝ่ายจัดซื้อต้องทำการประเมินผู้จัดหาวัตถุดิบเชิงลึกอีกครั้ง โดยการประเมินครั้งนี้จะมีความละเอียดและเข้มงวดมากขึ้น เช่น การเข้าเยี่ยมชมโรงงานผู้จัดหาวัตถุดิบประกอบการตัดสินใจเพิ่มเติม

7. ตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ และทำข้อตกลง ถือเป็นขั้นตอนสุดท้ายของการประเมินและคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ การอนุมัติสั่งซื้อวัตถุดิบหรือบริการนั้นสามารถทำได้ด้วยวิธีการที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับนโยบายขององค์กรและชนิดของวัตถุดิบที่ต้องการสั่งซื้อ เช่น วัตถุดิบทั่วไป องค์กรอาจจะสามารถแจ้งผู้จัดหาวัตถุดิบที่ตัดสินใจเลือกและทำสัญญาาร่วมกันได้ทันที ในขณะที่หากเป็นการสั่งซื้อวัตถุดิบหลักที่สำคัญ กระบวนการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบอาจมีความละเอียด องค์กรและผู้จัดหาวัตถุดิบอาจต้องทำการเจรจารายละเอียดเพิ่มเติม เพื่อทำข้อตกลงในการซื้อขายวัตถุดิบนั้น ๆ

เมื่อตกลงทำการซื้อ-ขายวัตถุดิบเรียบร้อยแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือ ขั้นตอนของการรับวัตถุดิบ และเอกสารการจัดส่งสินค้าระหว่างองค์กร ซึ่งควรใช้ระยะเวลาในการส่งมอบเอกสารให้น้อยที่สุด ดังนั้น ผู้จัดหาวัตถุดิบอาจจัดส่งเอกสารให้แก่องค์กรผู้ซื้อผ่านทางอีเมลหรือแฟกซ์ (Fax) เพื่อลดระยะเวลาการส่งมอบเอกสาร ขั้นตอนการรับสินค้าอาจมีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วย เช่น ระบบบาร์โค้ด (Barcode) เพื่อใช้ในการตรวจรับและจัดส่งสินค้าในคลังสินค้าให้มีประสิทธิภาพ เมื่อองค์กรผู้ซื้อได้รับสินค้าหรือบริการแล้ว องค์กรผู้ซื้อจะดำเนินการชำระเงินให้แก่ผู้จัดหาวัตถุดิบ

ปัจจุบันสามารถทำธุรกรรมทางการเงินผ่านการโอนเงินอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งช่วยลดความยุ่งยากและระยะเวลาในการดำเนินงาน นอกจากนี้องค์กรผู้ซื้อควรมีการบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงานของผู้จัดหาวัตถุดิบ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุง และพัฒนาการดำเนินงานของผู้จัดหาวัตถุดิบ รวมถึงใช้เป็นข้อมูลสำหรับการตัดสินใจสั่งซื้อวัตถุดิบในอนาคต

### แนวคิดต้นทุนโดยรวมของการเป็นเจ้าของ (Total Cost of Ownership)

ต้นทุนโดยรวมของการเป็นเจ้าของ (Total Cost of Ownership) หมายถึง ต้นทุนทั้งทางตรงและทางอ้อมทั้งหมดของการได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการ เช่น ต้นทุนการติดตั้ง การบำรุงรักษา การหมดอายุการใช้งานของวัตถุดิบ การชำระเงิน ปริมาณการสั่งซื้อสินค้าขั้นต่ำ การขนส่ง ภาษี ระยะเวลาการส่งมอบสินค้า ความตรงเวลา เป็นต้น เพื่อให้การตัดสินใจคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบแต่ละรายได้รับการพิจารณาได้รอบคอบอย่างแท้จริง บางองค์กรอาจสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีราคาสูง แต่ให้ผลลัพธ์โดยรวมดีกว่าผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีราคาวัตถุดิบต่ำ ทำให้ความสามารถในการผลิต และการตอบสนองความต้องการของลูกค้ามีประสิทธิภาพมากกว่า (เชี่ยวชาญ รัตนามัทธนะ, 2557)

การคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบตามแนวคิดต้นทุนโดยรวมของการเป็นเจ้าของ (Total Cost of Ownership) จะแตกต่างกันไปตามกลยุทธ์การแข่งขันขององค์กร (Bedey et al., 2009; Monczka et al., 2016; Raj, 2017)

Heizer and Render (2014) ได้กล่าวไว้ว่า กลยุทธ์การแข่งขันขององค์กร ถือเป็นแผนปฏิบัติการ เพื่อให้บรรลุภารกิจขององค์กร สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. กลยุทธ์การแข่งขันผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership Strategy)
2. กลยุทธ์การแข่งขันสร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategy)
3. กลยุทธ์การแข่งขันการตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Response Strategy)

กลยุทธ์การแข่งขันมีผลต่อการพิจารณาคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบขององค์กรที่แตกต่างกัน กล่าวคือ องค์กรที่มุ่งเน้นการใช้กลยุทธ์การแข่งขันผู้นำด้านต้นทุน อาจจัดซื้อวัตถุดิบจากผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีความสามารถในการจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพตามมาตรฐานในระดับที่ลูกค้ายอมรับได้ สามารถตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานได้อย่างเหมาะสม โดยวัตถุดิบนั้นอาจมีราคาไม่สูงมากนัก เพื่อลดต้นทุนรวมจากการดำเนินงาน (Minimum Total Cost) ส่งผลให้ช่วยเพิ่มความสามารถในการทำกำไร และประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร ในขณะที่องค์กรที่มุ่งเน้นกลยุทธ์การแข่งขันสร้างความแตกต่าง อาจจำเป็นต้องจัดซื้อวัตถุดิบจากผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีความสามารถในการจัดหาวัตถุดิบที่มีความเป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากวัตถุดิบทั่วไป หรือมีทักษะด้านการวิจัยและ



พัฒนา เพื่อเพิ่มศักยภาพให้แก่ผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์กร ซึ่งจะช่วยให้องค์กรสามารถตั้งราคาผลิตภัณฑ์หรือบริการได้แพงกว่าคู่แข่ง รวมทั้งองค์กรที่มุ่งเน้นกลยุทธ์การแข่งขันการตอบสนองอย่างรวดเร็ว องค์กรผู้ซื้ออาจจัดหาวัตถุดิบจากผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีความสามารถในการตอบสนองความต้องการแก่องค์กรผู้ซื้อได้อย่างรวดเร็ว เช่น มีระยะเวลาในการจัดหาวัตถุดิบสั้น ส่งมอบวัตถุดิบรวดเร็ว สม่าเสมอ มีความน่าเชื่อถือ และระบบงานมีความยืดหยุ่น (Flexibility) เพื่อลดปริมาณวัตถุดิบในคลังสินค้าขององค์กรผู้ซื้อให้น้อยที่สุด นำไปสู่การควบคุมต้นทุนในการดำเนินงานตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ (กฤษดา เขียววัฒนสุข, 2558)

### เกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ

องค์กรผู้ซื้อมักประเมินผู้จัดหาวัตถุดิบด้วยเกณฑ์การคัดเลือกที่หลากหลายแตกต่างกันไปตามลักษณะการสั่งซื้อวัตถุดิบ เพื่อผลิตสินค้าหรือบริการขององค์กร เช่น องค์กรต้องการประสิทธิภาพการส่งมอบวัตถุดิบสม่ำเสมอ และมีเวลานำ (Lead Time) สั้น เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของกระบวนการผลิตแบบทันเวลาพอดี (Just in Time) ทำให้องค์กรมุ่งเน้นตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีระบบการจัดตารางเวลา และการผลิตที่ดี หรือองค์กรที่มุ่งเน้นด้านการผลิตสินค้าด้วยเทคโนโลยีขั้นสูง (High-Technology) อาจมุ่งเน้นผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีความสามารถทางเทคโนโลยีสูง หรือโอกาสในการสร้างความร่วมมือด้านการวิจัย และพัฒนาร่วมกับผู้จัดหาวัตถุดิบเป็นต้น (Monczka et al., 2016) ซึ่งแต่ละองค์กรจะมุ่งเน้นเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่แตกต่างกันตามบริบทขององค์กร

องค์กรจำเป็นต้องพิจารณาคัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้วยเกณฑ์ที่หลากหลาย เพื่อลดความเสี่ยงในการตัดสินใจผิดพลาด (Waikar et al., 2011) องค์กรส่วนใหญ่ใช้เกณฑ์ด้านราคาวัตถุดิบ คุณภาพของวัตถุดิบ และการจัดส่งวัตถุดิบในการพิจารณาผู้จัดหาวัตถุดิบ (ปัญจมาศ กำลิ่งดี, 2555; Choi and Hartley, 1996; Kannan and Tan, 2002; Ting and Cho, 2008; Sim et al., 2010; Cheraghi, Dadashzadeh and Subramanian, 2011) เนื่องจากทั้งสามเกณฑ์มีผลต่อการดำเนินงานขององค์กรผู้ซื้ออย่างชัดเจน (Monczka et al., 2016) การตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่เหมาะสมนั้น องค์กรควรกำหนดเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบให้ชัดเจน (Bedey et al., 2009) เพื่อประสิทธิภาพในการตอบสนองความต้องการของกระบวนการผลิตสินค้าได้อย่างถูกต้อง

### คุณภาพวัตถุดิบ (Quality)

คุณภาพของวัตถุดิบ ถือเป็นเกณฑ์ที่นักวิจัยส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญในการประเมินประสิทธิภาพการดำเนินงานของผู้จัดหาวัตถุดิบ เนื่องจากผู้บริโภคมีความคาดหวังให้

องค์กรผลิตสินค้าที่มีคุณภาพในราคาที่สะท้อนถึงความคุ้มค่า โดยทั่วไปคุณภาพ หมายถึง ความสอดคล้องของความต้องการ ความเหมาะสมต่อการใช้งานของสินค้าหรือบริการ (fitness for use) ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญ 5 ประการ คือ (Juran and Godfrey, 1998; Cheraghi et al., 2011)

1. คุณภาพของการออกแบบ (Quality of design) คือ การวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณลักษณะและคุณสมบัติของสินค้า
2. คุณภาพของความสอดคล้องหรือการทำตามมาตรฐาน (Quality of conformance) คือ สินค้าไม่มีข้อบกพร่อง ตรงเป็นไปตามที่ออกแบบไว้
3. ความพร้อมในการใช้งาน (Availability) คือ ความพร้อมของสินค้าในการใช้งานต่าง ๆ มีความน่าเชื่อถือ และง่ายต่อการบำรุงรักษา
4. ความปลอดภัย (Safety) คือ การไม่มีอันตรายต่อผู้ใช้งาน
5. การใช้งาน (Field use) คือ สภาพของสินค้าเมื่อถึงมือลูกค้า มีสภาพที่ดีในขณะที่ใช้งาน ซึ่งอาจขึ้นอยู่กับการบรรจุภัณฑ์ การส่งมอบสินค้า การเก็บรักษา และการบำรุงรักษาระหว่างการใช้งาน

หากองค์กรสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและรักษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าให้คงที่หรือเพิ่มขึ้นได้ จะช่วยให้องค์กรแข่งขันกับคู่แข่ง และสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Shill, 2010; Cheraghi et al., 2011)

#### **การส่งมอบสินค้าของผู้จัดหาวัตถุดิบ (Delivery)**

การส่งมอบวัตถุดิบ เป็นปัจจัยพื้นฐานที่องค์กรผู้ผลิตโดยส่วนมากให้ความสำคัญในการพิจารณาประสิทธิภาพการดำเนินงานของผู้จัดหาวัตถุดิบ ระยะเวลาในการส่งมอบสินค้าแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่สำคัญอย่างหนึ่งที่องค์กรผู้ซื้อจะคำนึงถึงเมื่อมีความต้องการวัตถุดิบ (Shill, 2010) การส่งมอบวัตถุดิบที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้องค์กรผู้ซื้อลดความเสี่ยงจากการได้รับวัตถุดิบไม่ทันต่อการใช้งาน ลดปัญหาการหยุดชะงักของกระบวนการผลิต ซึ่งจะส่งผลต่อต้นทุนการดำเนินงานขององค์กรลดลง อีกทั้งยังเสริมสร้างความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันทั่วทั้งที่ (Cheraghi et al., 2011)

#### **ราคาวัตถุดิบ (Price)**

ราคาวัตถุดิบ เป็นปัจจัยพื้นฐานที่องค์กรใช้ในการพิจารณาตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบอีกปัจจัยหนึ่งมาชำนาน องค์กรผู้ผลิตส่วนใหญ่ใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาผู้จัดหาวัตถุดิบ เนื่องจากทุกองค์กรล้วนมีความต้องการลดต้นทุนการผลิตให้ต่ำที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ (Shill, 2010)

### การบริการของผู้จัดหาวัตถุดิบ (Services)

การบริการของผู้จัดหาวัตถุดิบ เป็นปัจจัยพื้นฐานอีกปัจจัยหนึ่งที่องค์กรผู้ผลิตใช้ในการพิจารณาตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ เนื่องจากองค์กรผู้ผลิตเริ่มมุ่งเน้นที่ความพึงพอใจของผู้บริโภคมากขึ้น จึงทำให้องค์กรให้ความสนใจผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีความสามารถในการสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กรผู้ซื้อ เช่น ความสามารถในการตอบสนองความต้องการขององค์กรผู้ซื้ออย่างรวดเร็ว มีความยืดหยุ่น เข้าถึงง่าย มีความเชี่ยวชาญเชิงเทคนิค เพื่อสนับสนุนการแก้ปัญหาและมีคุณภาพในการให้บริการที่ดี ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความสามารถในการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าขององค์กรผู้ซื้อให้ดียิ่งขึ้น (Cheraghi et al., 2011)

### ความสามารถในการผลิต (Production capability)

ความสามารถในการผลิตของผู้จัดหาวัตถุดิบ เป็นปัจจัยหนึ่งในปัจจุบันที่องค์กรผู้ผลิตเริ่มให้ความสำคัญในการพิจารณาผู้จัดหาวัตถุดิบ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ทำให้องค์กรผู้ซื้อเริ่มให้ความสนใจความสามารถในการผลิตของผู้จัดหาวัตถุดิบทั้งในปัจจุบันและอนาคต เพื่อสนับสนุนกระบวนการดำเนินงานขององค์กรผู้ซื้อในการนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดอย่างรวดเร็ว (Cheraghi et al., 2011; Monczka et al., 2016)

### ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรผู้ซื้อและผู้จัดหาวัตถุดิบระยะยาว (Longer-Term Relationship Potential)

ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรผู้ซื้อและผู้จัดหาวัตถุดิบ เป็นเกณฑ์ที่สำคัญอย่างหนึ่งที่ได้รับ ความสนใจเพิ่มขึ้นในการพิจารณาผู้จัดหาวัตถุดิบ เนื่องจากความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรผู้ซื้อและผู้จัดหาวัตถุดิบจะช่วยส่งเสริมให้องค์กรผู้ซื้อสามารถขับเคลื่อนองค์กรได้อย่างยั่งยืน กล่าวคือ องค์กรสามารถลดความล่าช้าในการดำเนินงาน ปรับปรุง และพัฒนาศักยภาพในการตอบสนอง ความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ (ศรายุทธ ตรียศิลาพันธ์ และสุนิทยา เกื้อนนาคี, 2556; Monczka et al., 2016)

## 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ

การตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ เป็นปัจจัยหลักในการได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ เพื่อใช้ในการผลิตสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ ตรงตามความต้องการของลูกค้า และเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานให้แก่องค์กร โดยบริษัทชั้นนำหลายแห่งให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์การจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบ เนื่องจากมีผลกระทบต่อองค์กร ในขณะที่เดียวกันองค์กรหลายแห่งพยายามลดจำนวนผู้จัดหาวัตถุดิบ เพื่อลดความซับซ้อนที่เกิดจากการมีผู้จัดหาวัตถุดิบมากเกินไป และความพยายามคัดสรรผู้จัดหาวัตถุดิบที่จะสามารถทำงานร่วมกันในระยะยาวได้อย่างยั่งยืน (Lewis, 1995)

จากการศึกษางานวิจัยของ Xia and Wu (2005) พบว่า การตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบให้เหมาะสมกับองค์กร จะช่วยให้องค์กรลดปริมาณสินค้าคงคลังได้จำนวนมากโดยไม่ส่งผลกระทบต่อการทำงาน ทำให้กระบวนการผลิตสามารถผลิตสินค้าได้อย่างต่อเนื่อง และช่วยลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Leenders et al. (2006) พบว่า การคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบและการสร้างความสัมพันธ์กับผู้จัดหาวัตถุดิบอย่างใกล้ชิด เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่จะนำไปสู่การได้รับวัตถุดิบที่มีคุณภาพ การส่งมอบรวดเร็ว และการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง รวมถึงงานวิจัยของ Aksoy and Ozturk (2011) พบว่า การคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบช่วยลดค่าใช้จ่ายสินค้าคงคลัง ปรับปรุงคุณภาพ และลดระยะเวลาในการผลิตสินค้า นอกจากนี้ Choi and Hartley (1996); Cheraghi et al. (2011) และ Waikar et al. (2011) ยังให้ผลการศึกษาที่สอดคล้องกันว่า การคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบจะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจ ความพึงพอใจของลูกค้า และประสิทธิภาพการดำเนินงานในกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร เช่น การวางแผน และควบคุมการผลิต ความต้องการกระแสเงินสดเพื่อการลงทุน และการควบคุมคุณภาพสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

องค์กรต่าง ๆ จะทำการประเมินผู้จัดหาวัตถุดิบด้วยเกณฑ์ที่หลากหลายกันไปตามลักษณะของวัตถุดิบ ซึ่งแตกต่างจากอดีตที่องค์กรมุ่งเน้นพิจารณาคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้วยเกณฑ์ด้านราคาวัตถุดิบที่มีราคาต่ำที่สุด และจากการศึกษางานวิจัยของ Sim et al. (2010); Bedey et al. (2009); Monczka et al. (2016) และ Raj (2017) ได้กล่าวไว้ว่า การคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบจะแตกต่างกันไปตามกลยุทธ์การแข่งขันหรือนโยบายการดำเนินงานขององค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ Katsikeas, Paparoidamis and Katsikea (2004) พบว่า องค์กรพิจารณาเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้วยเกณฑ์ต่าง ๆ เพิ่มเติม นอกเหนือจากความสามารถในการแข่งขันด้านราคา และความสามารถทางการผลิตของผู้จัดหาวัตถุดิบ เนื่องจากการแข่งขันในปัจจุบันไม่ได้แข่งขันความสามารถทางด้านต้นทุน และความสามารถการผลิตเพียงอย่างเดียว แต่แข่งขันประสิทธิภาพการดำเนินงานทั้งองค์กร ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแต่ละอุตสาหกรรมล้วนมีการให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ

ที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ajami, Rajabzadeh and Ketabi (2014) ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจัยต่าง ๆ ส่วนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการทั้งสิ้น ความแตกต่างของเกณฑ์การตัดสินใจ แต่ละองค์กรเกิดจากลักษณะขององค์กร สิ่งแวดล้อม และสภาพเศรษฐกิจขององค์กร

ปัจจุบันองค์กรธุรกิจส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่เหมาะสม และมีผู้วิจัยให้ความสนใจศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบอย่างหลากหลาย อาทิเช่น งานวิจัยของรัชชัช จันทร์หอม (2554) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการคัดเลือกผู้ส่งมอบชิ้นส่วนและวัตถุดิบในอุตสาหกรรมจักรยานยนต์ พบว่า ในอดีตอุตสาหกรรมยานยนต์ให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านต้นทุน เป็นสิ่งสำคัญในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ เนื่องจากมีการแข่งขันทางด้านต้นทุน และบริหารจัดการค่าใช้จ่ายภายในองค์กร แต่ปัจจุบันได้ปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ทางการตลาด ทำให้การพิจารณาเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบได้มุ่งเน้นความยืดหยุ่น และความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้จัดหาวัตถุดิบเพิ่มเติม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขัน และเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ให้ความสำคัญต่อความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ต้นทุน วัตถุดิบ และสินทรัพย์ของผู้จัดหาวัตถุดิบแตกต่างกัน ในขณะที่ลักษณะขององค์กรที่แตกต่างกันจะให้ความสำคัญต่อการตอบสนอง ต้นทุน วัตถุดิบแตกต่างกัน โดยให้ความสำคัญต่อความน่าเชื่อถือของผู้จัดหาวัตถุดิบในการคัดเลือกผู้ส่งมอบชิ้นส่วนและวัตถุดิบมากที่สุด รองลงมาคือ สินทรัพย์ ต้นทุน ความยืดหยุ่น และการตอบสนองของผู้ส่งมอบวัตถุดิบ ตามลำดับ งานวิจัยของปัญจมาศ กำลังดีและมนตรี พิริยะกุล (2555) ได้ศึกษาแนวทางการประเมินความสามารถของผู้จัดหาวัตถุดิบด้วยเทคนิคการล้อมกรอบข้อมูล (Data Envelopment Analysis: DEA) โดยใช้เกณฑ์ปัจจัยด้านราคา คุณภาพ และความน่าเชื่อถือในการส่งมอบในการพิจารณา และประเมินผู้จัดหาวัตถุดิบ และพบว่า ปัจจัยด้านราคา คุณภาพ และการส่งมอบเป็นปัจจัยที่สำคัญที่องค์กรส่วนใหญ่มุ่งเน้นในการพิจารณาเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ งานวิจัยของกาญจน์สิตา โหมยิตต์ชญญสิทธิ (2556) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตอาหาร และเครื่องดื่ม และพบว่า การบริการ ราคา และความสามารถของผู้ให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์จากสัญชาติขององค์กรผู้ให้บริการ รวมถึงขนาดขององค์กร ทุนจดทะเบียน และระยะเวลาดำเนินขององค์กรที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ และเมื่อองค์กรผู้ซื้อมีความพึงพอใจต่อผู้จัดหาวัตถุดิบเพิ่มขึ้นจะส่งผลให้องค์กรผู้ซื้อเลือกใช้บริการผู้จัดหาวัตถุดิบในระยะยาว

งานวิจัยของ Kannan and Tan (2002) ได้ศึกษาการคัดเลือก และประเมินผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของธุรกิจ และพบว่า ราคา ความสามารถในการผลิต คุณภาพ การ

ส่งมอบตรงเวลา ระยะเวลาในการตอบสนอง การบริการ ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่องค์กรผู้ซื้อให้ความสำคัญต่อการคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ นอกจากนี้ยังพบว่า การตอบสนองของผู้จัดหาวัตถุดิบ ความซื่อสัตย์และความจริงใจ การส่งมอบ คุณภาพการบริการ และการแบ่งปันข้อมูลระหว่างผู้จัดหาวัตถุดิบและองค์กรผู้ซื้อ มีผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพการทำงาน ความสามารถในการทำกำไร และความสำเร็จขององค์กรผู้ซื้อ

งานวิจัยของ Garfamy (2005) ได้ศึกษาการคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ และการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานขององค์กร และพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดหาวัตถุดิบกับองค์กรผู้ซื้อ คุณภาพวัตถุดิบ การบริการ และระยะเวลาในการผลิตสินค้าของผู้จัดหาวัตถุดิบ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบของธุรกิจ โดยองค์กรผู้ซื้อที่มีลักษณะขององค์กรที่แตกต่างกันส่งผลต่อการให้ความสำคัญปัจจัยในการคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่แตกต่างกัน ซึ่งคุณภาพของวัตถุดิบมีผลต่อความทนทานของสินค้า และความน่าเชื่อถือของลูกค้าที่มีต่อองค์กรผู้ซื้อ และการให้บริการของผู้จัดหาวัตถุดิบมีความสัมพันธ์ต่อความสามารถในการตอบสนองความต้องการต่อลูกค้าขององค์กรผู้ซื้อ นอกจากนี้ความสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดหาวัตถุดิบกับองค์กรผู้ซื้อ มีผลต่อความสามารถในการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานขององค์กรผู้ซื้อให้สามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง และพร้อมใช้งาน รวมถึงระยะเวลาในการผลิตสินค้าของผู้จัดหาวัตถุดิบมีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ขององค์กรผู้ซื้ออย่างมีนัยสำคัญ

งานวิจัยของ Calvi et al. (2010) ได้ศึกษากลยุทธ์ในการคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบของอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ เพื่อปรับปรุงและพัฒนาผู้จัดหาวัตถุดิบ พบว่า ความสามารถในการผลิต ความสามารถในการแข่งขัน ความมุ่งมั่นของผู้จัดหาวัตถุดิบ และราคาวัตถุดิบ เป็นปัจจัยสำคัญในการพิจารณาผู้จัดหาวัตถุดิบ โดยองค์กรให้ความสำคัญต่อความสามารถในการผลิตของผู้จัดหาวัตถุดิบมากที่สุด

งานวิจัยของ Sim et al. (2010) ได้ศึกษาเกณฑ์การคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบของอุตสาหกรรมผลิตในประเทศมาเลเซีย พบว่า ขนาดขององค์กรที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อสถานะทางการเงินของผู้จัดหาวัตถุดิบที่แตกต่างกัน ซึ่งองค์กรขนาดกลางให้ความสำคัญสถานะทางการเงินที่แข็งแกร่งของผู้จัดหาวัตถุดิบมากกว่าองค์กรขนาดเล็ก เพื่อให้มั่นใจว่าจะได้รับการส่งมอบวัตถุดิบได้อย่างต่อเนื่อง

งานวิจัยของ Aksoy & Ozturk (2011) ได้ศึกษาการคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบและการประเมินประสิทธิภาพกระบวนการผลิตแบบทันเวลาพอดี (Just in Time) และพบว่า คุณภาพวัตถุดิบ และการส่งมอบของผู้จัดหาวัตถุดิบมีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบสำหรับองค์กรที่มุ่งเน้นกระบวนการผลิตแบบทันเวลาพอดี (Just in Time) มากที่สุด

งานวิจัยของ Waikar et al. (2011) ได้ศึกษาปัจจัยที่สำคัญในการคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบขององค์กรขนาดเล็ก พบว่า คุณภาพวัตถุดิบ ชื่อเสียงของผู้จัดหาวัตถุดิบ และความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรผู้ซื้อกับผู้จัดหาวัตถุดิบ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจขององค์กรผู้ซื้อ โดยคุณภาพของวัตถุดิบมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจขององค์กรผู้ซื้อมากที่สุด ในขณะที่ระยะเวลาในการดำเนินงานขององค์กรที่แตกต่างกัน และปัจจัยในการพิจารณาเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านต้นทุนวัตถุดิบ การรับประกันวัตถุดิบ ความจงรักภักดีของผู้จัดหาวัตถุดิบต่อองค์กรผู้ซื้อ ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจขององค์กรผู้ซื้อ

งานวิจัยของ Dey, Bhattacharya & Clegg (2015) ได้ศึกษาการประเมินผลการดำเนินงานของผู้จัดหาวัตถุดิบของอุตสาหกรรมการผลิตในกลุ่มประเทศสหราชอาณาจักร พบว่า การปรับปรุงและพัฒนาประสิทธิภาพด้านระยะเวลาในการดำเนินงาน ต้นทุนวัตถุดิบ และความสามารถในการส่งมอบของผู้จัดหาวัตถุดิบ จะช่วยให้องค์กรผู้ซื้อลดต้นทุนด้านห่วงโซ่อุปทาน และเสริมสร้างระดับการให้บริการ ให้แก่องค์กรผู้ซื้อ ได้ดียิ่งขึ้น และยังพบว่า ปัจจัยด้านต้นทุน ระยะเวลาในการดำเนินงาน และการส่งมอบวัตถุดิบ ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งต่อการพิจารณาเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบให้เหมาะสมแก่องค์กร

#### ตารางที่ 2.4 สรุปบททวนวรรณกรรมเกี่ยวกับเกณฑ์การตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบขององค์กร

งานวิจัย	ประเด็นสำคัญ
ธวัชชัย จันทร์หอม (2554)	ราคา ความน่าเชื่อถือ ความยืดหยุ่นและการตอบสนอง
ปัญญาศ คำลั้งดี (2555)	ราคา คุณภาพ การส่งมอบ
กาญจน์สิตา โฆษิตธัญญสิทธิ์ (2556)	การบริการ คุณภาพ
Kannan and Tan (2002)	การส่งมอบ การบริการ คุณภาพ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดหาวัตถุดิบกับองค์กรผู้ซื้อ ความสามารถในการผลิต ความมุ่งมั่นเชิงกลยุทธ์ของผู้จัดจำหน่ายให้กับองค์กรผู้ซื้อ การตอบสนอง ความซื่อสัตย์
Garfamy (2005)	ความสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดหาวัตถุดิบกับองค์กรผู้ซื้อ คุณภาพ การบริการ รอบระยะเวลาการส่งมอบ
Calvi et al. (2010)	การส่งมอบ คุณภาพ ราคา ความสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดหาวัตถุดิบกับองค์กรผู้ซื้อ ความสามารถในการผลิต การปรับปรุงความรู้ การประเมินความเสี่ยงของผู้จัดหาวัตถุดิบ

### ตารางที่ 2.3 สรุปบททวนวรรณกรรมเกี่ยวกับเกณฑ์การตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบขององค์กร (ต่อ)

งานวิจัย	ประเด็นสำคัญ
Sim et al. (2010)	การบริการหลังการขาย ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรผู้ซื้อกับผู้จัดหาวัตถุดิบ การบันทึกการค้ำของลูกค้ำ สถานะทางการเงิน ทำเลที่ตั้ง โครงสร้างองค์กร
Aksoy & Ozturk (2011)	การส่งมอบ คุณภาพ ราคา ทำเลที่ตั้ง
Waikar et al. (2011)	คุณภาพ ชื่อเสียงของผู้จัดหาวัตถุดิบ ราคา ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรผู้ซื้อกับผู้จัดหาวัตถุดิบ ความจงรักภักดี การรับประกัน
Dey, Bhattacharya & Clegg (2015)	ระยะเวลาในการดำเนินงาน ต้นทุน และความสามารถในการส่งมอบ คุณภาพ ความสามารถในการผลิต การปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม การจัดการความเสี่ยง

จากงานวิจัยข้างต้นชี้ให้เห็นว่า องค์กรต่าง ๆ พิจารณาคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้วยเกณฑ์หลากหลายในสภาวะการแข่งขันที่แตกต่างกัน การคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่เหมาะสม ถือเป็น การประเมินศักยภาพการทำงานของผู้จัดหาวัตถุดิบ และช่วยให้องค์กรผู้ซื้อเสริมสร้างความสามารถในการผลิตสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ ส่งมอบสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ำได้อย่าง ถูกต้อง และรวดเร็ว ส่งผลให้องค์กรผู้ซื้อที่มีความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาดได้อย่างยั่งยืน

ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยในการคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา จึงได้กำหนดกรอบงานวิจัยตามแนวคิดของ Kannan & Tan (2002); Calvi et al. (2010); Sim, et al. (2010) ที่ได้นำเสนอปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพผลการดำเนินงานขององค์กรผู้ซื้อ ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้าน ความสามารถในการผลิต การส่งมอบสินค้า ราคา คุณภาพ การบริการ และความสัมพันธ์ระหว่าง องค์กรผู้ซื้อกับผู้จัดหาวัตถุดิบ ดังแสดงในภาพที่ 2.4



## 2.5 กรอบงานวิจัย

### กรอบแนวคิดการวิจัย

การกำหนดวัตถุประสงค์ ขอบเขตของการวิจัย และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้นนำไปสู่การกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ซึ่งแสดงได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2.4 กรอบงานวิจัย

ที่มา: ปรับปรุงมาจากศรายุทธ ตริยศิลานันท์ และสุนิตยา เกื่อนนาคี (2556); กาญจน์ลีตา โหมยัตร์ญญูสิทธิ์ (2556); Pearson and Ellram (1995); Kannan and Tan (2002); Cousins, Lawson and Squire (2008); Calvi et al. (2010); Sim et al. (2010); Waikar et al. (2011); Raj (2017)

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### 3.1 วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative analysis) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือ เพื่อรวบรวมข้อมูลจากเจ้าของกิจการหรือผู้ที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทกิจการผลิตสินค้าในจังหวัดนครราชสีมา ขั้นตอนของการดำเนินงานวิจัย มีดังนี้

1. ศึกษางานวิจัย แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องทั้งจากหนังสือ และบทความทางวิชาการ
2. กำหนดวัตถุประสงค์ และสมมติฐานงานวิจัย
3. พัฒนารอบแนวคิดงานวิจัย
4. ระบุประชากรเป้าหมายที่จะทำการศึกษา กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง รวมทั้งเลือกสถานที่ที่จะทำการวิจัย
5. สร้างและพัฒนาเครื่องมือแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลสำหรับการวิจัย และหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ
6. เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง
7. วิเคราะห์ข้อมูล และทดสอบสมมติฐานงานวิจัย
8. สรุปผลการวิจัย และอภิปรายผลที่ได้จากการวิจัย
9. ให้ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย เพื่อเป็นแนวทางในการนำไปใช้ประโยชน์และพัฒนางานวิจัยครั้งต่อไป

#### 3.2 ประชากร การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากร คือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทกิจการผลิตสินค้า จังหวัดนครราชสีมา เนื่องจากจังหวัดนครราชสีมาเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง และมีผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560) ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 10,707 แห่ง (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ออนไลน์, 2560)

3.2.2 การกำหนดขนาดตัวอย่าง ในการวิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane, 1987 อ้างถึงใน รัชชัช จันทร์หอม, 2554) เนื่องจากประชากรที่ใช้ในการศึกษามีขนาดจำกัด ซึ่งมีสูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ  $n$  = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

$N$  = จำนวนประชากร

$e$  = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้

เมื่อแทนจำนวนประชากร 10,707 แห่ง และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ ในที่นี้กำหนดคือ 10% จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างตามการคำนวณ ต่อไปนี้

$$n = \frac{10,707}{1 + (10,707)(0.1^2)}$$

$$n = 99.07 \text{ ราย}$$

ดังนั้นจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างไม่ต่ำกว่า 100 แห่ง และทำการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากการศึกษารุ่นนี้จะเจาะจงเฉพาะกลุ่มธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทกิจการผลิตสินค้าเท่านั้น

### 3.3 ตัวแปรที่ทำการวิจัย

การศึกษารุ่นนี้ มุ่งศึกษาตัวแปร ดังนี้

#### 3.3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่

- ลักษณะพื้นฐานขององค์กร ประกอบด้วย 3 ลักษณะ (กาญจน์สิตา โฉมิตชัยสุทธิพันธ์, 2555; Kannan and Tan, 2002; Sim et al., 2010; Waikar et al., 2011; Raj, 2017) ได้แก่
  - ขนาดขององค์กร
  - ระยะเวลาดำเนินงานขององค์กร
  - กลยุทธ์การแข่งขันขององค์กร

- ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ ประกอบด้วย 6 ปัจจัย (Kannan and Tan, 2002; Calvi et al., 2010; Sim et al., 2010) ได้แก่
  - ปัจจัยการตัดสินใจด้านความสามารถในการผลิตของผู้จัดหาวัตถุดิบ
  - ปัจจัยการตัดสินใจด้านการส่งมอบวัตถุดิบของผู้จัดหาวัตถุดิบ
  - ปัจจัยการตัดสินใจด้านราคาวัตถุดิบ
  - ปัจจัยการตัดสินใจด้านคุณภาพวัตถุดิบ
  - ปัจจัยการตัดสินใจด้านการบริการของผู้จัดหาวัตถุดิบ
  - ปัจจัยการตัดสินใจด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้จัดหาวัตถุดิบ

### 3.3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่

- ความพึงพอใจต่อผลของการดำเนินงานขององค์กรผู้ซื้อ ประกอบด้วย 4 ด้าน (ศรา ยุทธ ตรียศิลานันท์ และสุนิทยา เกื้อนนาคี, 2556; Pearson & Ellram, 1995; Cousins, Lawson and Squire, 2008; Sim et al., 2010) ได้แก่
  - ความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ขององค์กรผู้ซื้อ
  - ความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านต้นทุนขององค์กรผู้ซื้อ
  - ความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านการตอบสนองความต้องการลูกค้าขององค์กรผู้ซื้อ
  - ความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านกระบวนการทำงานขององค์กรผู้ซื้อ

## 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามมีทั้งหมด 4 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะพื้นฐานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้แก่ ขนาดขององค์กร ระยะเวลาในการดำเนินงานขององค์กร และกลยุทธ์การแข่งขันขององค์กร มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด และทำการวัดมาตรฐานบัญชี

**ส่วนที่ 2** คำถามเกี่ยวกับระดับการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ แบ่งออกเป็น 6 ปัจจัย ได้แก่

### 2.1 ด้านความสามารถในการผลิตของผู้จัดหาวัตถุดิบ

2.2 ด้านการส่งมอบวัตถุดิบของผู้จัดหาวัตถุดิบ

2.3 ด้านราคาวัตถุดิบ

2.4 ด้านคุณภาพวัตถุดิบ

2.5 ด้านการบริการของผู้จัดหาวัตถุดิบ

2.6 ด้านความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรผู้ซื้อกับผู้จัดหาวัตถุดิบ

มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด ทำการวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า โดยใช้การแบ่งระดับปฏิบัติการในแต่ละข้อคำถามออกเป็น 7 ระดับ ดังนี้ (ธนัชพร วิสวไพศาล และคณะ, 2556)

คะแนน 7	หมายถึง	การให้ความสำคัญในระดับ มากที่สุด
คะแนน 6	หมายถึง	การให้ความสำคัญในระดับ มาก
คะแนน 5	หมายถึง	การให้ความสำคัญในระดับ ค่อนข้างมาก
คะแนน 4	หมายถึง	การให้ความสำคัญในระดับ ปานกลาง
คะแนน 3	หมายถึง	การให้ความสำคัญในระดับ ค่อนข้างน้อย
คะแนน 2	หมายถึง	การให้ความสำคัญในระดับ น้อย
คะแนน 1	หมายถึง	การให้ความสำคัญในระดับ น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่

3.1 ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ขององค์กรผู้ซื้อ

3.2 ด้านต้นทุนขององค์กรผู้ซื้อ

3.3 ด้านการตอบสนองความต้องการลูกค้าขององค์กรผู้ซื้อ

3.4 ด้านกระบวนการทำงานขององค์กรผู้ซื้อ

มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด ทำการวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า กำหนดระดับปฏิบัติการในแต่ละข้อคำถาม 7 ระดับ ดังนี้ (ธนัชพร วิสวไพศาล และคณะ, 2556)

คะแนน 7	หมายถึง	มีความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานในระดับ มากที่สุด
คะแนน 6	หมายถึง	มีความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานในระดับ มาก
คะแนน 5	หมายถึง	มีความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานในระดับ ค่อนข้างมาก
คะแนน 4	หมายถึง	มีความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานในระดับ ปานกลาง
คะแนน 3	หมายถึง	มีความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานในระดับ ค่อนข้างน้อย
คะแนน 2	หมายถึง	มีความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานในระดับ น้อย
คะแนน 1	หมายถึง	มีความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานในระดับ น้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพิ่มเติม เป็นลักษณะแบบสอบถามแบบเปิด เพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแสดงความคิดเห็นที่เป็นข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเรื่องวิจัยอย่างเป็นอิสระ

### 3.5 การสร้างและการหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ

1. ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น โดยทำการศึกษาค้นคว้าเอกสาร งานวิจัย และแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกผู้จัดทำวัตถุประสงค์ ตลอดจนขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิ
2. กำหนดขอบเขตและโครงสร้างเนื้อหาแบบสอบถาม ตลอดจนตัวแปรที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเนื้อหาที่ต้องการศึกษา
3. สร้างข้อคำถามในแบบสอบถามและกำหนดการให้คะแนนสำหรับคำตอบแต่ละข้อ
4. หลังจากพัฒนาเครื่องมือ ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 3 ราย เพื่อทำการตรวจสอบความตรงเนื้อหาและแก้ไขคำถามต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความถูกต้องเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่าง เป็นที่เข้าใจและชัดเจน และนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อให้ข้อเสนอแนะ
5. นำแบบสอบถามปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญในด้านที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหาและภาษาที่ใช้ของแต่ละข้อคำถาม ว่าตรงตามวัตถุประสงค์หรือไม่ ซึ่งในการตรวจสอบมีเกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถาม ดังนี้ (Rovinelli and Hambleton, 1976)

ให้คะแนน +1	ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
ให้คะแนน 0	ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
ให้คะแนน -1	ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

ในการพิจารณาค่าความเที่ยงตรง มีหลักการดังนี้

- (1) ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 มีค่าความเที่ยงตรง ใช้ได้
- (2) ข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุง ยังใช้ไม่ได้

โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนิศา มณีรัตนรุ่งโรจน์ อาจารย์ ดร.อดิศักดิ์ สุวิทวัส อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปภากร พิทยชวล อาจารย์ประจำสาขาวิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรม สำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาข้อคำถามและนำมาหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามหรือค่าความสอดคล้อง

ระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหา (Index of item objective congruence: IOC) ผลการทดสอบปรากฏในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 ค่าความเที่ยงตรงแต่ละข้อคำถามในแบบสอบถาม

ตัวแปรอิสระ	จำนวนข้อ คำถามทั้งหมด	จำนวนข้อคำถาม ที่ผ่านเกณฑ์
<b>ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ</b>		
ด้านความสามารถในการผลิต	3 ข้อ	3 ข้อ
ด้านการส่งมอบวัตถุดิบ	4 ข้อ	2 ข้อ
ด้านราคาวัตถุดิบ	4 ข้อ	4 ข้อ
ด้านคุณภาพวัตถุดิบ	3 ข้อ	3 ข้อ
ด้านการบริการ	3 ข้อ	3 ข้อ
ด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดหาวัตถุดิบและองค์กรผู้ซื้อ	4 ข้อ	4 ข้อ
<b>ความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงาน</b>		
ด้านคุณภาพ	2 ข้อ	2 ข้อ
ด้านต้นทุน	3 ข้อ	3 ข้อ
ด้านการตอบสนองความต้องการลูกค้า	2 ข้อ	2 ข้อ
ด้านกระบวนการทำงาน	2 ข้อ	2 ข้อ
<b>รวม</b>	<b>30 ข้อ</b>	<b>28 ข้อ</b>

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 3.1 การค่าความเที่ยงตรงแต่ละข้อคำถามในแบบสอบถามที่คำนวณได้จากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ผลลัพธ์ที่ได้จากข้อคำถามทั้งหมด 30 ข้อ ได้ข้อคำถามที่มีค่าความเชื่อมั่นผ่านเกณฑ์ตั้งแต่ 0.50-1.00 จำนวน 28 ข้อ มีค่าคะแนนอยู่ในช่วงระหว่าง 0.67-1.00 และปรับปรุงข้อคำถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ รวมถึงเพิ่มข้อคำถาม เพื่อความครบถ้วนของเนื้อหา ผลลัพธ์ที่ได้จากข้อคำถามจำนวน 28 ข้อ ได้ข้อคำถามที่ปรับปรุงทั้งหมด จำนวน 37 ข้อ สรุปผลการทดสอบดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 ปรับปรุงข้อความตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

ตัวแปรอิสระ	จำนวนข้อ คำถามเพิ่มเติม	จำนวนข้อคำถาม ทั้งหมดหลัง ปรับปรุง
<b>ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ</b>		
ด้านความสามารถในการผลิต	-	3 ข้อ
ด้านการส่งมอบวัตถุดิบ	1 ข้อ	3 ข้อ
ด้านราคาวัตถุดิบ	1 ข้อ	5 ข้อ
ด้านคุณภาพวัตถุดิบ	1 ข้อ	4 ข้อ
ด้านการบริการ	1 ข้อ	4 ข้อ
ด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดหาวัตถุดิบและองค์กรผู้ซื้อ	-	4 ข้อ
<b>ความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงาน</b>		
ด้านคุณภาพ	2 ข้อ	4 ข้อ
ด้านต้นทุน	1 ข้อ	4 ข้อ
ด้านการตอบสนองความต้องการลูกค้า	1 ข้อ	3 ข้อ
ด้านกระบวนการทำงาน	1 ข้อ	3 ข้อ
<b>รวม</b>	<b>8 ข้อ</b>	<b>37 ข้อ</b>

6. ทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามในส่วนที่วัดด้วยแบบมาตราส่วนประมาณค่ากับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษาด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัก (Cronbach's alpha coefficient) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัก ( $\alpha$ ) ที่ได้มากกว่า 0.70 ในทุกหมวดคำถาม จึงถือว่า ขอมรับแบบสอบถามว่ามีความเที่ยงตรงที่เชื่อถือได้ (Nunnally & Bernstein, 1994) ดังแสดงในตารางที่ 3.3-3.4



ตารางที่ 3.3 ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัก (Cronbach's alpha coefficient) ของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ

ตัวแปรอิสระ	จำนวนข้อ คำถาม	ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ของครอนบัก
<b>ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ</b>		
ด้านความสามารถในการผลิต	3 ข้อ	0.866
ด้านการส่งมอบวัตถุดิบ	3 ข้อ	0.969
ด้านราคาวัตถุดิบ	5 ข้อ	0.954
ด้านคุณภาพวัตถุดิบ	4 ข้อ	0.818
ด้านการบริการ	4 ข้อ	0.933
ด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดหาวัตถุดิบและองค์กรผู้ซื้อ	4 ข้อ	0.937
<b>รวม</b>	<b>23 ข้อ</b>	<b>0.972</b>

ที่มา : จากการคำนวณ

ตารางที่ 3.4 ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัก (Cronbach's alpha coefficient) ของความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานขององค์กรผู้ซื้อ

ตัวแปรตาม	จำนวนข้อ คำถาม	ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ของครอนบัก
<b>ความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงาน</b>		
ด้านคุณภาพ	4 ข้อ	0.835
ด้านต้นทุน	4 ข้อ	0.966
ด้านการตอบสนองความต้องการลูกค้า	3 ข้อ	0.933
ด้านกระบวนการทำงาน	3 ข้อ	0.905
<b>รวม</b>	<b>14 ข้อ</b>	<b>0.951</b>

ที่มา : จากการคำนวณ

7. สร้างแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำไปใช้จริงในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย

### 3.6 กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม

3.6.1 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1) ใช้วิธีโทรศัพท์ติดต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และ 2) ใช้วิธีโทรศัพท์ประสานงานประชุมสัมมนาต่าง ๆ ภายในจังหวัดนครราชสีมา เพื่อขอพิจารณาอนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าเก็บรวบรวมข้อมูลในสถานประกอบการ และงานประชุมสัมมนาที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ SMEs จังหวัดนครราชสีมา

3.6.2 ผู้วิจัยทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากสาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี โดยจัดส่งให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และผู้ดูแลรับผิดชอบงานประชุมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ SMEs จังหวัดนครราชสีมา

3.6.3 ในส่วนของการส่งแบบสอบถามไปยังสถานประกอบการ ผู้วิจัยจัดเตรียมแบบสอบถาม โดยลักษณะบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ของแบบสอบถามเป็นซองที่บิสีน้าตาลมีแถบขาว ภายในบรรจุแบบสอบถามที่กำหนดไว้ให้แต่ละกิจการพร้อมปกกา และซองที่บิสีน้าตาลติดประทับแสตมป์พร้อมระบุที่อยู่ เพื่อส่งกลับให้แก่ผู้วิจัย นอกจากนี้ในส่วนของกรเก็บรวบรวมข้อมูลภายในงานประชุมสัมมนาที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ SMEs ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่างผู้เข้าร่วมงานประชุมสัมมนาตามวันเวลาและสถานที่ที่กำหนดไว้ โดยพิจารณาเลือกกลุ่มตัวอย่างตามรายชื่อผู้ลงทะเบียนเข้าร่วมงานประชุม ซึ่งให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อให้ได้ตัวแทนที่ดีของประชากรเป้าหมาย

3.6.4 ในส่วนของการส่งแบบสอบถามไปยังสถานประกอบการ ผู้วิจัยดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามให้แก่สถานประกอบการตามที่อยู่ที่ประสานงานไว้ และติดต่อกับผู้ประกอบการ เพื่อยืนยันการจัดส่งเอกสาร โดยการแจกแบบสอบถามมีการชี้แจงรายละเอียดให้เป็นที่เข้าใจตรงกัน พร้อมทั้งกำหนดช่วงระยะเวลาในการขอรับแบบสอบถามคืน 1 สัปดาห์

3.6.5 เมื่อผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามที่ตอบกลับคืนในจำนวนที่ครบถ้วน จึงทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบข้อคำถาม แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้รับทั้งหมดไปวิเคราะห์ทางสถิติ

### 3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ผลการศึกษาด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ SPSS ดังนี้

1. นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะพื้นฐานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้วยตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. หาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการให้ความสำคัญของปัจจัยการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

กำหนดการแปลความหมายค่าเฉลี่ยที่ได้จากการคำนวณของระดับการให้ความสำคัญของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	แปลความหมาย
ช่วงคะแนน 6.17-7.00	การให้ความสำคัญอยู่ในระดับ มากที่สุด
ช่วงคะแนน 5.31-6.16	การให้ความสำคัญอยู่ในระดับ มาก
ช่วงคะแนน 4.45-5.30	การให้ความสำคัญอยู่ในระดับ ค่อนข้างมาก
ช่วงคะแนน 3.59-4.44	การให้ความสำคัญอยู่ในระดับ ปานกลาง
ช่วงคะแนน 2.73-3.58	การให้ความสำคัญอยู่ในระดับ ค่อนข้างน้อย
ช่วงคะแนน 1.87-2.72	การให้ความสำคัญอยู่ในระดับ น้อย
ช่วงคะแนน 1.00-1.86	การให้ความสำคัญอยู่ในระดับ น้อยที่สุด

3. หาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

กำหนดการแปลความหมายค่าเฉลี่ยที่ได้จากการคำนวณความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	แปลความหมาย
ช่วงคะแนน 6.17-7.00	ความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานอยู่ในระดับ มากที่สุด
ช่วงคะแนน 5.31-6.16	ความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานอยู่ในระดับ มาก
ช่วงคะแนน 4.45-5.30	ความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานอยู่ในระดับ ค่อนข้างมาก
ช่วงคะแนน 3.59-4.44	ความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานอยู่ในระดับ ปานกลาง
ช่วงคะแนน 2.73-3.58	ความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานอยู่ในระดับ ค่อนข้างน้อย
ช่วงคะแนน 1.87-2.72	ความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานอยู่ในระดับ น้อย
ช่วงคะแนน 1.00-1.86	ความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานอยู่ในระดับ น้อยที่สุด

#### 4. การทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานข้อที่ 1** ขนาดขององค์กรที่แตกต่างกัน ได้แก่ วิสาหกิจขนาดกลาง และวิสาหกิจขนาดย่อม มีผลต่อการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ ประกอบด้วย (1) ความสามารถในการผลิต (2) การส่งมอบวัตถุดิบ (3) ราคาวัตถุดิบ (4) คุณภาพ

วัตถุดิบ (5) การบริการของผู้จัดหาวัตถุดิบ และ (6) ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรผู้ซื้อกับผู้จัดหาวัตถุดิบอย่างมีนัยสำคัญ

ในการทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent T-Test) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05 เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยคะแนนความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบระหว่างวิสาหกิจขนาดกลางและวิสาหกิจขนาดย่อม

**สมมติฐานข้อที่ 2** ระยะเวลาในการดำเนินงานขององค์กรที่แตกต่างกัน ได้แก่ ธุรกิจที่ดำเนินงานไม่เกิน 10 ปี และธุรกิจที่ดำเนินงานมากกว่า 10 ปี มีผลต่อการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ ประกอบด้วย (1) ความสามารถในการผลิต (2) การส่งมอบวัตถุดิบ (3) ราคาวัตถุดิบ (4) คุณภาพวัตถุดิบ (5) การบริการของผู้จัดหาวัตถุดิบ และ (6) ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรผู้ซื้อกับผู้จัดหาวัตถุดิบอย่างมีนัยสำคัญ

ในการทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent T-Test) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05 เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยคะแนนความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบระหว่างธุรกิจที่ดำเนินงานไม่เกิน 10 ปี และธุรกิจที่ดำเนินงานมากกว่า 10 ปี

**สมมติฐานข้อที่ 3** กลยุทธ์การแข่งขันขององค์กรที่แตกต่างกัน ได้แก่ ธุรกิจที่มุ่งเน้นกลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุน, กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง และกลยุทธ์การตอบสนองความต้องการอย่างรวดเร็ว มีผลต่อการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ ประกอบด้วย (1) ความสามารถในการผลิต (2) การส่งมอบวัตถุดิบ (3) ราคาวัตถุดิบ (4) คุณภาพวัตถุดิบ (5) การบริการของผู้จัดหาวัตถุดิบ และ (6) ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรผู้ซื้อกับผู้จัดหาวัตถุดิบอย่างมีนัยสำคัญ

ในการทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance: ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคะแนนความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบระหว่างธุรกิจที่มุ่งเน้นกลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุน กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง และกลยุทธ์การตอบสนองความต้องการอย่างรวดเร็ว และทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธี The Scheffe' test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 4** การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบขององค์กร ได้แก่ (1) ความสามารถในการผลิต (2) การส่งมอบวัตถุดิบ (3) ราคาวัตถุดิบ (4) คุณภาพวัตถุดิบ (5) การบริการของผู้จัดหาวัตถุดิบ และ (6) ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรผู้ซื้อ

กับผู้จัดการวัตถุดิบ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญ

ในการทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ตามวิธีถดถอยแบบขั้นตอน (Stepwise Regression) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 5** การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดการวัตถุดิบขององค์กร ได้แก่ (1) ความสามารถในการผลิต (2) การส่งมอบวัตถุดิบ (3) ราคาวัตถุดิบ (4) คุณภาพวัตถุดิบ (5) การบริการของผู้จัดหาวัตถุดิบ และ (6) ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรผู้ซื้อกับผู้จัดการวัตถุดิบ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านต้นทุนขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญ

ในการทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ตามวิธีถดถอยแบบขั้นตอน (Stepwise Regression) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 6** การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดการวัตถุดิบขององค์กร ได้แก่ (1) ความสามารถในการผลิต (2) การส่งมอบวัตถุดิบ (3) ราคาวัตถุดิบ (4) คุณภาพวัตถุดิบ (5) การบริการของผู้จัดหาวัตถุดิบ และ (6) ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรผู้ซื้อกับผู้จัดการวัตถุดิบ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านการตอบสนองความต้องการลูกค้าขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญ

ในการทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ตามวิธีถดถอยแบบขั้นตอน (Stepwise Regression) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 7** การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดการวัตถุดิบขององค์กร ได้แก่ (1) ความสามารถในการผลิต (2) การส่งมอบวัตถุดิบ (3) ราคาวัตถุดิบ (4) คุณภาพวัตถุดิบ (5) การบริการของผู้จัดหาวัตถุดิบ และ (6) ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรผู้ซื้อกับผู้จัดการวัตถุดิบ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านกระบวนการทำงานขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญ

ในการทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ตามวิธีถดถอยแบบขั้นตอน (Stepwise Regression) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในบทนี้แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการศึกษาเรื่อง “การศึกษาปัจจัยในการคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดนครราชสีมา” จากข้อมูลที่เก็บโดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างคือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทกิจการผลิตสินค้า จังหวัดนครราชสีมาจำนวน 100 แห่ง แบ่งผลการวิเคราะห์เป็นทั้งหมด 10 ส่วน ดังต่อไปนี้

- 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- 4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- 4.4 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ขนาดขององค์กรที่แตกต่างกันส่งผลต่อการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ
- 4.5 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ
- 4.6 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 กลยุทธ์การแข่งขันขององค์กรที่แตกต่างกันส่งผลต่อการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ
- 4.7 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์
- 4.8 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 5 การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านต้นทุนขององค์กร
- 4.9 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 6 การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านการตอบสนองความต้องการขององค์กร
- 4.10 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 7 การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านกระบวนการทำงานขององค์กร

#### 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 60.0 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการต่ำกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 71.0 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และทำการผลิตสินค้ามุ่งเน้นกลยุทธ์การแข่งขันด้วยการสร้างความแตกต่างให้แก่ผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 45.0 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ผู้วิจัยได้แบ่งขนาดของธุรกิจ SMEs ประเภทกิจการผลิตสินค้าตามกฎกระทรวงการกำหนดจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ถาวรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ราชกิจจานุเบกษา, 2545) ดังต่อไปนี้

1. วิสาหกิจขนาดย่อม กำหนดให้มีจำนวนพนักงานไม่เกิน 50 คน และมีเงินทุนจดทะเบียนไม่เกิน 50 ล้านบาท
2. วิสาหกิจขนาดกลาง กำหนดให้มีจำนวนพนักงานตั้งแต่ 50 คนขึ้นไป และมีเงินทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 50-200 ล้านบาท

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวิสาหกิจขนาดย่อม คิดเป็นร้อยละ 85.0 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของลักษณะทางประชากรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	จำนวน (แห่ง)	ร้อยละ
<b>ตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถาม</b>		
เจ้าของกิจการ	60	60.0
พนักงานที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกผู้จัดทำวิทยานิพนธ์	22	22.0
ผู้บริหาร	12	12.0
ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	5	5.0
ที่ปรึกษาเจ้าของกิจการ	1	1.0
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>จำนวนพนักงาน</b>		
ไม่เกิน 50 คน	85	85.0
ตั้งแต่ 50 คนขึ้นไป	15	15.0
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของลักษณะทางประชากรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	จำนวน (แห่ง)	ร้อยละ
<b>เงินทุนจดทะเบียน</b>		
ไม่เกิน 50 ล้านบาท	85	85.0
ตั้งแต่ 50 ล้านบาทขึ้นไป	15	15.0
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ</b>		
น้อยกว่า 5 ปี	33	33.0
ตั้งแต่ 5-9 ปี	38	38.0
ตั้งแต่ 10-14 ปี	19	19.0
ตั้งแต่ 15-19 ปี	6	6.0
ตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป	4	4.0
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>กลยุทธ์การแข่งขันขององค์กร</b>		
เน้นสร้างความแตกต่าง	45	45.0
เน้นต้นทุนต่ำ	39	39.0
เน้นตอบสนองรวดเร็ว	16	16.0
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

ที่มา: จากผลการสำรวจ พ.ศ. 2561 และการคำนวณ

#### 4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหา

##### วัตถุดิบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ผู้วิจัยได้แบ่งปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมออกเป็น 6 ปัจจัย ได้แก่ (1) ความสามารถในการผลิต (2) การส่งมอบวัตถุดิบ (3) ราคาวัตถุดิบ (4) คุณภาพวัตถุดิบ (5) การบริการ และ (6) ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรผู้ซื้อกับผู้จัดหาวัตถุดิบ จากการศึกษาพบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบในภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 5.66 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.72 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า คะแนนเฉลี่ยความสำคัญของการส่งมอบวัตถุดิบมีค่ามากที่สุด รองลงมาคือ ด้านราคาวัตถุดิบ และด้านคุณภาพวัตถุดิบ ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.2



ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบตามรายปัจจัยและโดยรวม

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1 ด้านการส่งมอบวัตถุดิบของผู้จัดหาวัตถุดิบ	5.94	0.91	มาก
2 ด้านราคาวัตถุดิบ	5.74	0.99	มาก
3 ด้านคุณภาพวัตถุดิบ	5.70	0.91	มาก
4 ด้านความสามารถในการผลิตของผู้จัดหาวัตถุดิบ	5.67	0.89	มาก
5 ด้านการบริการของผู้จัดหาวัตถุดิบ	5.49	0.89	มาก
6 ด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้จัดหาวัตถุดิบ	5.30	0.90	ค่อนข้างมาก
รวม	5.66	0.72	มาก

ที่มา: จากผลการสำรวจ พ.ศ. 2561 และการคำนวณ

#### 4.2.1 ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านการส่งมอบวัตถุดิบของผู้จัดหาวัตถุดิบ

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านการส่งมอบวัตถุดิบของผู้จัดหาวัตถุดิบ โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 5.94 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.91 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การส่งมอบชนิดวัตถุดิบถูกต้องตามที่ต้องการมีระดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ การส่งมอบวัตถุดิบในปริมาณที่ถูกต้อง และการส่งมอบวัตถุดิบตรงเวลาตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านการส่งมอบวัตถุดิบของผู้จัดหาวัตถุดิบ

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1 ส่งมอบชนิดของวัตถุดิบถูกต้องตามที่ต้องการ	5.99	0.904	มาก
2 ส่งมอบวัตถุดิบในปริมาณที่ถูกต้องตามต้องการ	5.93	0.956	มาก
3 ส่งมอบวัตถุดิบตรงเวลาตามที่ต้องการ	5.91	1.006	มาก
รวม	5.94	0.91	มาก

ที่มา: จากผลการสำรวจ พ.ศ. 2561 และการคำนวณ

#### 4.2.2 ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านราคาวัตถุดิบ

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านราคาวัตถุดิบ โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 5.74 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.99 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ราคาวัตถุดิบที่เหมาะสมกับคุณภาพของวัตถุดิบมีระดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ราคาวัตถุดิบเหมาะสมกับชนิดของวัตถุดิบ การมีส่วนลดสำหรับการสั่งซื้อในปริมาณมาก ราคาวัตถุดิบเหมาะสมกับเงื่อนไขการซื้อขาย และราคาวัตถุดิบเหมาะสมกับการบริการของผู้ขายวัตถุดิบ ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านราคาวัตถุดิบ

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ ด้านราคาวัตถุดิบ	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1 ราคาวัตถุดิบเหมาะสมกับคุณภาพของวัตถุดิบ	6.00	1.172	มาก
2 ราคาวัตถุดิบเหมาะสมกับชนิดของวัตถุดิบ	5.82	1.114	มาก
3 มีส่วนลดสำหรับการสั่งซื้อในปริมาณมาก	5.69	1.134	มาก
4 ราคาวัตถุดิบเหมาะสมกับเงื่อนไขการซื้อขาย	5.64	1.185	มาก
5 ราคาวัตถุดิบเหมาะสมกับการบริการ	5.49	1.141	มาก
รวม	5.74	0.99	มาก

#### 4.2.3 ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านคุณภาพวัตถุดิบ

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านคุณภาพวัตถุดิบ โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 5.70 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.91 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า วัตถุดิบผ่านเกณฑ์มาตรฐานขององค์กรมีระดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ วัตถุดิบมีคุณภาพสม่ำเสมอทุกครั้งที่ได้รับ วัตถุดิบชำรุด/เสียหายต่ำเมื่อเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานองค์กร และวัตถุดิบอยู่ในเกรดระดับสูง ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านคุณภาพวัตถุดิบ

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านคุณภาพวัตถุดิบ			
1 วัตถุดิบผ่านเกณฑ์มาตรฐานขององค์กร	5.91	1.093	มาก
2 วัตถุดิบมีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอทุกครั้ง	5.82	1.058	มาก
3 วัตถุดิบมีการชำรุด/เสียหายต่ำ เมื่อเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานองค์กร	5.71	1.217	มาก
4 วัตถุดิบอยู่ในเกรดระดับสูง	5.35	1.313	มาก
รวม	5.70	0.91	มาก

ที่มา: จากผลการสำรวจ พ.ศ. 2561 และการคำนวณ

#### 4.2.4 ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านความสามารถในการผลิต

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านความสามารถในการผลิตของผู้จัดหาวัตถุดิบโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 5.67 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.89 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ความสามารถในการจัดหาวัตถุดิบตรงตามความต้องการมีระดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ความพร้อมของเครื่องมือและอุปกรณ์ในการจัดหาวัตถุดิบ และความยืดหยุ่นในการตอบสนองการเปลี่ยนแปลงความต้องการขององค์กร ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านความสามารถในการผลิตของผู้จัดหาวัตถุดิบ

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านความสามารถในการผลิตของผู้จัดหาวัตถุดิบ			
1 ความสามารถในการจัดหาวัตถุดิบตรงตามต้องการ	5.80	1.054	มาก
2 ความพร้อมของเครื่องมือและอุปกรณ์ในการผลิต/จัดหาวัตถุดิบ	5.79	0.913	มาก
3 ความยืดหยุ่นในการตอบสนองการเปลี่ยนแปลงความต้องการซื้อวัตถุดิบ	5.43	1.157	มาก
รวม	5.67	0.89	มาก

#### 4.2.5 ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านการบริการของผู้จัดหาวัตถุดิบ

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อบรรยากาศในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านการบริการของผู้จัดหาวัตถุดิบโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 5.49 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.89 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ความรับผิดชอบของผู้จัดหาวัตถุดิบ กรณีเกิดความเสียหายของวัตถุดิบ ระหว่างการส่งมอบมีระดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ความเอาใจใส่และบริการหลังการขาย ทัศนคติเชิงบวกต่อคำร้องเรียน และการตอบสนองของพนักงานต่อการสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านการบริการของผู้จัดหาวัตถุดิบ

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ ด้านการบริการของผู้จัดหาวัตถุดิบ		ระดับความสำคัญ		
		$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1	มีความรับผิดชอบ กรณีความเสียหายวัตถุดิบระหว่างการส่งมอบ	5.80	1.054	มาก
2	มีความเอาใจใส่และบริการหลังการขาย	5.63	1.098	มาก
3	มีทัศนคติเชิงบวกต่อคำร้องเรียน	5.28	1.111	ค่อนข้างมาก
4	การตอบสนองของพนักงานต่อการสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม	5.23	1.043	ค่อนข้างมาก
<b>รวม</b>		<b>5.49</b>	<b>0.89</b>	<b>มาก</b>

ที่มา: จากผลการสำรวจ พ.ศ. 2561 และการคำนวณ

#### 4.2.6 ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรผู้ซื้อกับผู้จัดหาวัตถุดิบ

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อบรรยากาศในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรผู้ซื้อกับผู้จัดหาวัตถุดิบโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 5.30 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.90 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การติดต่อทำธุรกิจร่วมกันระยะเวลานานมีระดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ความร่วมมือกันระหว่างผู้ขายวัตถุดิบและองค์กรในการพัฒนาวัตถุดิบ เพื่อผลิตสินค้าให้ดียิ่งขึ้น การติดต่อสื่อสารที่ดี และการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เป็นประโยชน์ร่วมกัน ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรผู้ซื้อกับผู้จัดหาวัตถุดิบ

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้จัดหาวัตถุดิบ		ระดับความสำคัญ		
		$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1	มีการติดต่อทำธุรกิจร่วมกันมาเป็นระยะเวลายาวนาน	5.45	1.209	มาก
2	มีความร่วมมือกันระหว่างผู้ขายวัตถุดิบและองค์กร ในการพัฒนาวัตถุดิบ เพื่อผลิตสินค้าให้ดียิ่งขึ้น	5.34	1.047	มาก
3	มีการติดต่อสื่อสารที่ดี	5.31	1.002	มาก
4	มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เป็นประโยชน์ร่วมกัน	5.09	1.120	ค่อนข้างมาก
รวม		<b>5.30</b>	<b>0.90</b>	<b>ค่อนข้างมาก</b>

ที่มา: จากผลการสำรวจ พ.ศ. 2561 และการคำนวณ

#### 4.3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ผู้วิจัยได้วัดความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 4 ด้าน ได้แก่ (1) คุณภาพผลิตภัณฑ์ขององค์กร (2) ต้นทุนขององค์กร (3) การตอบสนองความต้องการลูกค้าขององค์กร และ (4) กระบวนการทำงานขององค์กร ผลการสำรวจพบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานขององค์กรอยู่ในระดับมากที่ค่าเฉลี่ย 5.59 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.72 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า คะแนนความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านต้นทุน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านคุณภาพ ด้านการตอบสนองความต้องการลูกค้า และด้านกระบวนการทำงาน ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานของ  
องค์กร โดยรวมและรายปัจจัย

ความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานขององค์กร	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1 ด้านต้นทุนขององค์กร	5.72	0.90	มาก
2 ด้านการตอบสนองความต้องการลูกค้าขององค์กร	5.63	0.85	มาก
3 ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ขององค์กร	5.63	0.96	มาก
4 ด้านกระบวนการทำงานขององค์กร	5.33	0.88	มาก
รวม	5.59	0.72	มาก

ที่มา: จากผลการสำรวจ พ.ศ. 2561 และการคำนวณ

#### 4.3.1 ความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านต้นทุนขององค์กร

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมต่อผลการดำเนินงานด้านต้นทุนขององค์กรในระดับ  
มากที่ค่าเฉลี่ย 5.72 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.90 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การใช้วัตถุดิบ  
ให้เกิดประโยชน์สูงสุดมีคะแนนความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านต้นทุนมากที่สุด รองลงมา  
เป็นความพึงพอใจในการบริหารจัดการต้นทุนวัตถุดิบ ความสามารถในการจัดการต้นทุนการผลิต  
และต้นทุนการผลิตให้อยู่ภายใต้งบประมาณที่กำหนด ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้าน  
ต้นทุนขององค์กร

ความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงาน ด้านต้นทุนขององค์กร	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. กิจการสามารถใช้วัตถุดิบให้เกิดประโยชน์สูงสุด	5.90	0.95	มาก
2. กิจการสามารถจัดการต้นทุนวัตถุดิบ	5.68	1.04	มาก
3. กิจการสามารถจัดการต้นทุนการผลิต	5.65	0.99	มาก
4. ต้นทุนการผลิตอยู่ภายใต้งบประมาณที่กำหนด	5.64	1.01	มาก
รวม	5.72	0.90	มาก

ที่มา: จากผลการสำรวจ พ.ศ. 2561 และการคำนวณ

#### 4.3.2 ความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านการตอบสนองความต้องการขององค์กร

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมต่อผลการดำเนินงานด้านการตอบสนองความต้องการขององค์กรในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 5.63 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.85 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ความสามารถในการตอบสนองความต้องการได้อย่างถูกต้องมีคะแนนความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านการตอบสนองความต้องการมากที่สุด รองลงมาเป็นความพึงพอใจในความสามารถในการตอบสนองความต้องการเพิ่มเติมของลูกค้า และความสามารถในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านการตอบสนองความต้องการลูกค้าขององค์กร

ความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงาน	ระดับความพึงพอใจ		
	ด้านการตอบสนองความต้องการขององค์กร	$\bar{X}$	S.D.
1. กิจการสามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างถูกต้อง	5.91	0.98	มาก
2. กิจการสามารถตอบสนองความต้องการเพิ่มเติม	5.50	1.00	มาก
3. กิจการสามารถตอบสนองการเปลี่ยนแปลงความต้องการได้อย่างรวดเร็ว	5.48	0.95	มาก
<b>รวม</b>	<b>5.63</b>	<b>0.85</b>	<b>มาก</b>

ที่มา: จากผลการสำรวจ พ.ศ. 2561 และการคำนวณ

#### 4.3.3 ความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ขององค์กร

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมต่อผลการดำเนินงานด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ขององค์กรในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 5.63 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.96 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ความสามารถในการผลิตสินค้าได้ตามมาตรฐานที่กำหนดมีคะแนนความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านคุณภาพมากที่สุด รองลงมาเป็นความพึงพอใจในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพดีกว่าคู่แข่ง ความเสียหายที่เกิดจากการผลิตสินค้าลดลง และจำนวนคำร้องเรียนความเสียหายจากลูกค้าต่อสินค้าของกิจการลดลง ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ขององค์กร

ความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงาน ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ขององค์กร	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. กิจการสามารถผลิตสินค้าได้ตามมาตรฐานที่กำหนด	5.87	1.06	มาก
2. กิจการสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพดีกว่าคู่แข่ง	5.71	1.13	มาก
3. กิจการสามารถลดความเสียหายที่เกิดจากการผลิตสินค้าได้ เมื่อเทียบกับข้อมูลในอดีต	5.65	0.99	มาก
4. จำนวนคำร้องเรียนความเสียหายของกิจการลดลง	5.27	1.39	ค่อนข้างมาก
<b>รวม</b>	<b>5.63</b>	<b>0.96</b>	<b>มาก</b>

ที่มา: จากผลการสำรวจ พ.ศ. 2561 และการคำนวณ

#### 4.3.4 ความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านกระบวนการทำงานขององค์กร

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมต่อผลการดำเนินงานด้านกระบวนการทำงานขององค์กรในระดับมากที่ค่าเฉลี่ย 5.33 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.88 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าความสามารถในการผลิตสินค้าได้อย่างต่อเนื่องมีคะแนนความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านกระบวนการทำงานมากที่สุด รองลงมาเป็นความพึงพอใจในความสามารถในการลดระยะเวลาผลิตสินค้า และลดขั้นตอนการผลิตสินค้า ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านกระบวนการทำงานขององค์กร

ความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงาน ด้านกระบวนการทำงานขององค์กร	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. กิจการสามารถผลิตสินค้าได้อย่างต่อเนื่อง	5.91	0.88	มาก
2. กิจการสามารถลดระยะเวลาผลิตสินค้าได้	5.06	1.14	ค่อนข้างมาก
3. กิจการสามารถลดขั้นตอนการผลิตสินค้า	5.01	1.20	ค่อนข้างมาก
<b>รวม</b>	<b>5.33</b>	<b>0.88</b>	<b>มาก</b>

ที่มา: จากผลการสำรวจ พ.ศ. 2561 และการคำนวณ



#### 4.4 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ขนาดของธุรกิจที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้ความสำคัญ สำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ว่า ขนาดของธุรกิจที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้ความสำคัญ  
ของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้วยการวิเคราะห์ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม  
ตัวอย่างที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent T-Test) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05 แสดงใน  
ตารางที่ 4.14

$H_0$ : ขนาดของธุรกิจที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจ  
เลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ขนาดของธุรกิจที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจ  
เลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.14 ความคิดเห็นต่อการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ  
จำแนกตามขนาดขององค์กร

การให้ความสำคัญของปัจจัยในการ ตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ	วิสาหกิจ ขนาดย่อม		วิสาหกิจ ขนาดกลาง		t	P-Value
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
	ด้านความสามารถในการผลิตผู้จัดหาวัตถุดิบ	5.60	0.87	6.07		
ด้านการส่งมอบวัตถุดิบ	5.94	0.92	5.98	0.84	-0.159	0.874
ด้านราคาวัตถุดิบ	5.62	1.01	6.38	0.62	-2.811	0.006*
ด้านคุณภาพวัตถุดิบ	5.63	0.88	6.08	0.98	-1.803	0.074
ด้านการบริการของผู้จัดหาวัตถุดิบ	5.45	0.92	5.67	0.70	-0.855	0.395
ด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้จัดหา วัตถุดิบ	5.31	0.93	5.20	0.73	0.454	0.651

ที่มา: จากผลการสำรวจ พ.ศ. 2561 และการคำนวณ

\*ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05

จากตารางที่ 4.14 ผลของการวิเคราะห์ความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้  
ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ จำแนกตามขนาดขององค์กร  
พบว่า ขนาดขององค์กรที่แตกต่างกันส่งผลต่อการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือก

ผู้จัดหาวัตถุดิบด้านราคาวัตถุดิบ โดยวิสาหกิจขนาดกลาง ( $\bar{X} = 6.38$ ) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านราคาวัตถุดิบมากกว่าวิสาหกิจขนาดย่อม ( $\bar{X} = 5.62$ )

#### 4.5 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้ความสำคัญปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้วยการวิเคราะห์ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent T-Test) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05 แสดงในตารางที่ 4.15

$H_0$ : ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 ความคิดเห็นต่อการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ	ระยะเวลา ดำเนินธุรกิจ ไม่เกิน 10 ปี		ระยะเวลา ดำเนินธุรกิจ มากกว่า 10 ปี		t	P-Value
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
	ด้านความสามารถในการผลิตผู้จัดหาวัตถุดิบ	5.60	0.90	5.86		
ด้านการส่งมอบวัตถุดิบ	5.84	0.93	6.18	0.80	-1.715	0.089
ด้านราคาวัตถุดิบ	5.70	1.02	5.83	0.96	-0.575	0.567
ด้านคุณภาพวัตถุดิบ	5.52	0.89	6.12	0.81	-3.103	0.003*
ด้านกรบริการของผู้จัดหาวัตถุดิบ	5.38	0.83	5.75	1.00	-1.925	0.057
ด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้จัดหาวัตถุดิบ	5.19	0.84	5.56	0.99	-1.892	0.061

ที่มา: จากผลการสำรวจ พ.ศ. 2561 และการคำนวณ

\*ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 ผลของการวิเคราะห์ความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ พบว่าระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านคุณภาพของวัตถุดิบ โดยกิจการที่มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจมากกว่า 10 ปี ( $\bar{X} = 6.12$ ) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านคุณภาพวัตถุดิบมากกว่ากิจการที่มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจไม่เกิน 10 ปี ( $\bar{X} = 5.52$ )

#### 4.6 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 กลยุทธ์การแข่งขันขององค์กรที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ว่า กลยุทธ์การแข่งขันขององค์กรที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance: ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05 แสดงในตารางที่ 4.16

$H_0$ : กลยุทธ์การแข่งขันขององค์กรที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : กลยุทธ์การแข่งขันขององค์กรที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 ค่าสถิติเปรียบเทียบระดับการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีกลยุทธ์การแข่งขันแตกต่างกัน

การให้ความสำคัญของปัจจัยปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ	F	P-Value
ด้านความสามารถในการผลิตของผู้จัดหาวัตถุดิบ	1.956	0.147
ด้านการส่งมอบวัตถุดิบของผู้จัดหาวัตถุดิบ	1.176	0.313
ด้านราคาวัตถุดิบ	1.427	0.245
<b>ด้านคุณภาพวัตถุดิบ</b>	8.794	0.000*
ด้านการบริการของผู้จัดหาวัตถุดิบ	0.164	0.849
ด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้จัดหาวัตถุดิบ	1.718	0.185

ที่มา: จากผลการสำรวจ พ.ศ. 2561 และการคำนวณ

\*ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 พบว่า กลยุทธ์การแข่งขันที่แตกต่างกันส่งผลต่อการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านคุณภาพวัตถุดิบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งผลการเปรียบเทียบรายคู่ของการให้ความสำคัญปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านคุณภาพวัตถุดิบ จำแนกตามกลยุทธ์การแข่งขันขององค์กร แสดงในตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 การเปรียบเทียบการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านคุณภาพวัตถุดิบ จำแนกตามกลยุทธ์การแข่งขัน เป็นรายคู่

การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านคุณภาพวัตถุดิบ	กลยุทธ์การแข่งขันขององค์กร		
	กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ	กลยุทธ์สร้าง ความแตกต่าง	กลยุทธ์ตอบสนองรวดเร็ว
ค่าเฉลี่ย	5.28	6.05	5.73
กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ	5.28	-	-0.77*
กลยุทธ์สร้าง ความแตกต่าง	6.05	-	0.32
กลยุทธ์ตอบสนองรวดเร็ว	5.73	-	-

\*ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05

จากตารางที่ 4.17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างธุรกิจ SMEs ที่มีกลยุทธ์การแข่งขันมุ่งเน้นสร้างความแตกต่าง ( $\bar{X} = 6.05$ ) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านคุณภาพวัตถุดิบมากกว่ากลุ่มตัวอย่างธุรกิจ SMEs ที่มีกลยุทธ์การแข่งขันมุ่งเน้นต้นทุนต่ำ ( $\bar{X} = 5.28$ )

#### 4.7 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 ของการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบขององค์กรที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ขององค์กรผู้ซื้อ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ว่า การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบขององค์กรที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ขององค์กรผู้ซื้ออย่างมีนัยสำคัญ

$H_0$ : การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบขององค์กร ไม่มี อิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ขององค์กรผู้ซื้อ

$H_1$ : การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบขององค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ขององค์กรผู้ซื้อ

ในการวิเคราะห์จะใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) มีตัวแปรดังนี้

**ตัวแปรอิสระ** ได้แก่ การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ ประกอบด้วย (1) ความสามารถในการผลิตของผู้จัดหาวัตถุดิบ (PROD) (2) การส่งมอบวัตถุดิบของผู้จัดหาวัตถุดิบ (DELI) (3) ด้านราคาวัตถุดิบ (PRIC) (4) ด้านคุณภาพวัตถุดิบ (QUAL) (5) ด้านการบริการของผู้จัดหาวัตถุดิบ (SERV) และ (6) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรผู้ซื้อกับผู้จัดหาวัตถุดิบ (RELA)

**ตัวแปรตาม** ได้แก่ ความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ขององค์กรผู้ซื้อ (PFQU)

**ตารางที่ 4.18** ตัวแปรพยากรณ์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ขององค์กรผู้ซื้อ

ตัวแปรอิสระ	b	Beta	t	Sig.	R <sup>2</sup>	Adj R <sup>2</sup>	
QUAL	0.649	0.613	7.881	0.000	0.589	0.580	
DELI	0.250	0.236	3.029	0.003			
ค่าคงที่	0.440	F = 69.459, P-value = 0.000					

ที่มา: จากผลการสำรวจ พ.ศ. 2561 และการคำนวณ

\*ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05

เมื่อนำมาจัดเป็นรูปสมการ จะได้สมการการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ดังนี้

$$PFQU = 0.613 \text{ QUAL} + 0.236 \text{ DELI}$$

สามารถอธิบายได้ดังนี้

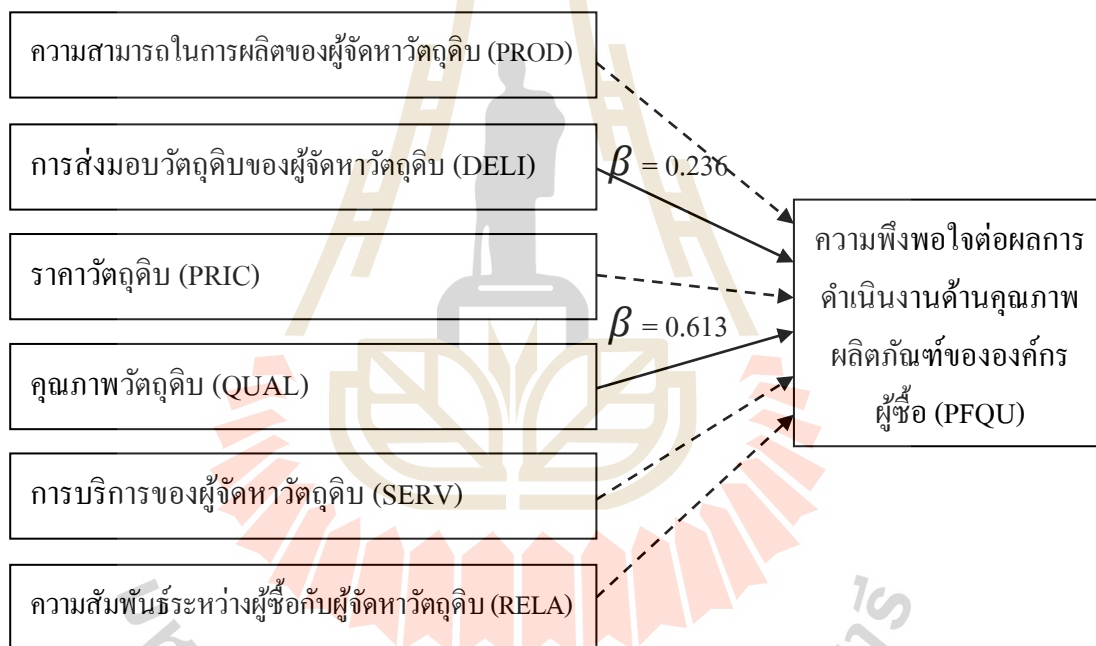
ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านคุณภาพวัตถุดิบ (QUAL) มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐานเท่ากับ 0.613 อธิบายได้ว่า เมื่อการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านคุณภาพวัตถุดิบของผู้จัดหาวัตถุดิบ (QUAL) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ขององค์กรผู้ซื้อ (PFQU) เพิ่มขึ้น 0.613 หน่วย เมื่อควบคุมตัวแปรอิสระอื่น ๆ ให้คงที่

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านการส่งมอบวัตถุดิบของผู้จัดหาวัตถุดิบ (DELI) มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐานเท่ากับ 0.236 อธิบายได้ว่า เมื่อการให้ความสำคัญ

ของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านการส่งมอบวัตถุดิบของผู้จัดหาวัตถุดิบ (DELI) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ขององค์กรผู้ซื้อ (PFQU) เพิ่มขึ้น 0.236 หน่วย เมื่อควบคุมตัวแปรอิสระอื่น ๆ ให้คงที่

ผลการวิเคราะห์พบว่า การให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านคุณภาพวัตถุดิบ และด้านการส่งมอบวัตถุดิบของผู้จัดหาวัตถุดิบ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ขององค์กรผู้ซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยการให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ขององค์กรผู้ซื้อร้อยละ 58.9 ดังตารางที่ 4.18

จากสมการการวิเคราะห์ สามารถเขียนโมเดลในภาพรวม ดังแสดงตามภาพที่ 4.1 ดังนี้



- > การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ขององค์กรผู้ซื้อ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
- > การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ขององค์กรผู้ซื้อ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ภาพที่ 4.1 การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ขององค์กรผู้ซื้อ

#### 4.8 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 5 ของการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบขององค์กรที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านต้นทุนขององค์กรผู้ซื้อ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ว่า ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบขององค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านต้นทุนขององค์กรผู้ซื้ออย่างมีนัยสำคัญ

$H_0$ : การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบขององค์กร ไม่มี อิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านต้นทุนขององค์กรผู้ซื้อ

$H_1$ : การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบขององค์กร มีอิทธิพล เชิงบวก ต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านต้นทุนขององค์กรผู้ซื้อ

ในการวิเคราะห์จะใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) มีตัวแปรดังนี้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ ประกอบด้วย (1) ความสามารถในการผลิตของผู้จัดหาวัตถุดิบ (PROD) (2) การส่งมอบวัตถุดิบของผู้จัดหาวัตถุดิบ (DELI) (3) ด้านราคาวัตถุดิบ (PRIC) (4) ด้านคุณภาพวัตถุดิบ (QUAL) (5) ด้านการบริการของผู้จัดหาวัตถุดิบ (SERV) และ (6) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรผู้ซื้อกับผู้จัดหาวัตถุดิบ (RELA)

ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านต้นทุนขององค์กรผู้ซื้อ (PFCO)

ตารางที่ 4.19 ตัวแปรพยากรณ์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านต้นทุนขององค์กรผู้ซื้อ

ตัวแปรอิสระ	b	Beta	t	Sig.	R <sup>2</sup>	Adj R <sup>2</sup>
PRIC	0.443	0.494	5.226	0.000	0.447	0.435
ค่าคงที่	1.839	F = 39.181, P-value = 0.000				

ที่มา: จากผลการสำรวจ พ.ศ. 2561 และการคำนวณ

\*ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05

เมื่อนำมาจัดเป็นรูปสมการ จะได้สมการการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ดังนี้

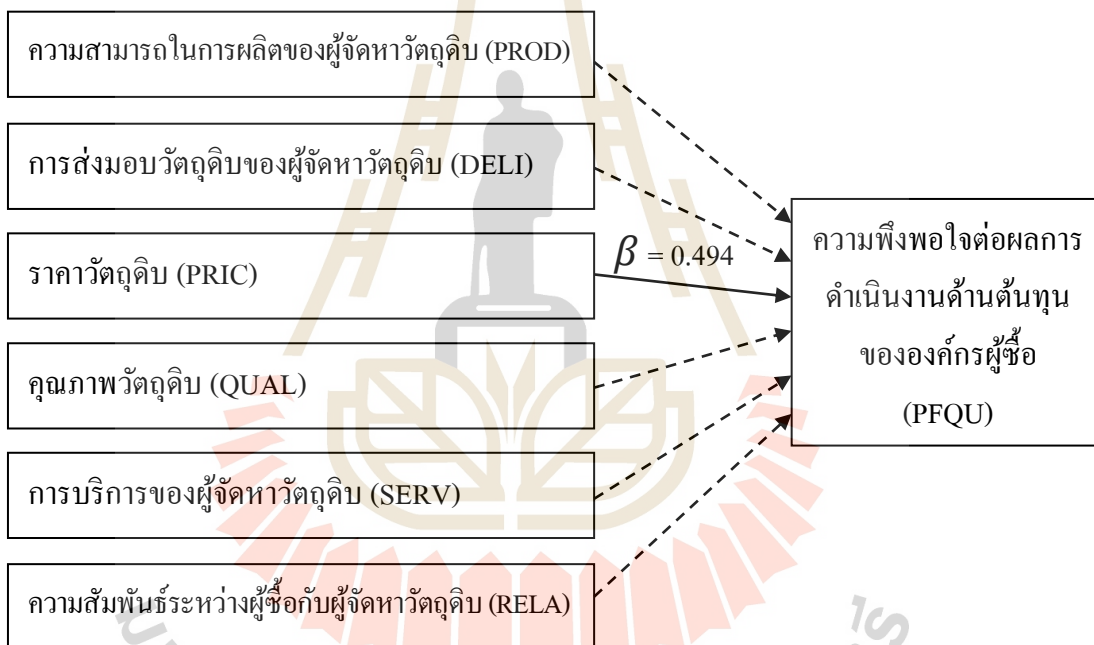
$$PFCO = 0.494 PRIC$$

สามารถอธิบายได้ดังนี้

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านราคาวัตถุดิบ (PRIC) มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐานเท่ากับ 0.494 อธิบายได้ว่า เมื่อการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านราคาวัตถุดิบ (PRIC) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านต้นทุนขององค์กร (PFCO) เพิ่มขึ้น 0.494 หน่วย เมื่อควบคุมตัวแปรอิสระอื่น ๆ ให้คงที่

ผลการวิเคราะห์พบว่า การให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านราคาวัตถุดิบ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านต้นทุนขององค์กรผู้ซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยการให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านต้นทุนขององค์กรผู้ซื้อร้อยละ 44.7 ดังตารางที่ 4.19

จากสมการการวิเคราะห์ สามารถเขียนโมเดลในภาพรวม ดังแสดงตามภาพที่ 4.2 ดังนี้



—————> การให้ความสำคัญของตัวแปรปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านต้นทุนขององค์กรผู้ซื้อ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

-----> การให้ความสำคัญของตัวแปรปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านต้นทุนขององค์กรผู้ซื้อ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ภาพที่ 4.2 การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านต้นทุนขององค์กรผู้ซื้อ



#### 4.9 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 6 การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบขององค์กรที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านการตอบสนองความต้องการลูกค้าขององค์กรผู้ซื้อ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ว่า การให้ความสำคัญปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบขององค์กรที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานการตอบสนองความต้องการขององค์กรผู้ซื้ออย่างมีนัยสำคัญ

$H_0$ : การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบขององค์กรไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านการตอบสนองความต้องการขององค์กรผู้ซื้อ

$H_1$ : การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบขององค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านการตอบสนองความต้องการขององค์กรผู้ซื้อ

ในการวิเคราะห์จะใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) มีตัวแปรดังนี้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบประกอบด้วย (1) ความสามารถในการผลิตของผู้จัดหาวัตถุดิบ (PROD) (2) การส่งมอบวัตถุดิบของผู้จัดหาวัตถุดิบ (DELI) (3) ด้านราคาวัตถุดิบ (PRIC) (4) ด้านคุณภาพวัตถุดิบ (QUAL) (5) ด้านการบริการของผู้จัดหาวัตถุดิบ (SERV) และ (6) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรผู้ซื้อกับผู้จัดหาวัตถุดิบ (RELA)

ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านการตอบสนองความต้องการขององค์กร (PFME)

ตารางที่ 4.20 ตัวแปรพยากรณ์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านการตอบสนองความต้องการขององค์กรผู้ซื้อ

ตัวแปรอิสระ	b	Beta	t	Sig.	R <sup>2</sup>	Adj R <sup>2</sup>	
RELA	0.382	0.406	4.661	0.000	0.397	0.385	
PROD	0.324	0.340	3.910	0.000			
ค่าคงที่	1.771	F = 31.975, P-value = 0.000					

ที่มา: จากผลการสำรวจ พ.ศ. 2561 และการคำนวณ

\*ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05

เมื่อนำมาจัดเป็นรูปสมการ จะได้สมการการวิเคราะห์หาคออยพหุคูณ ดังนี้

$$PFME = 0.406 \text{ RELA} + 0.340 \text{ PROD}$$

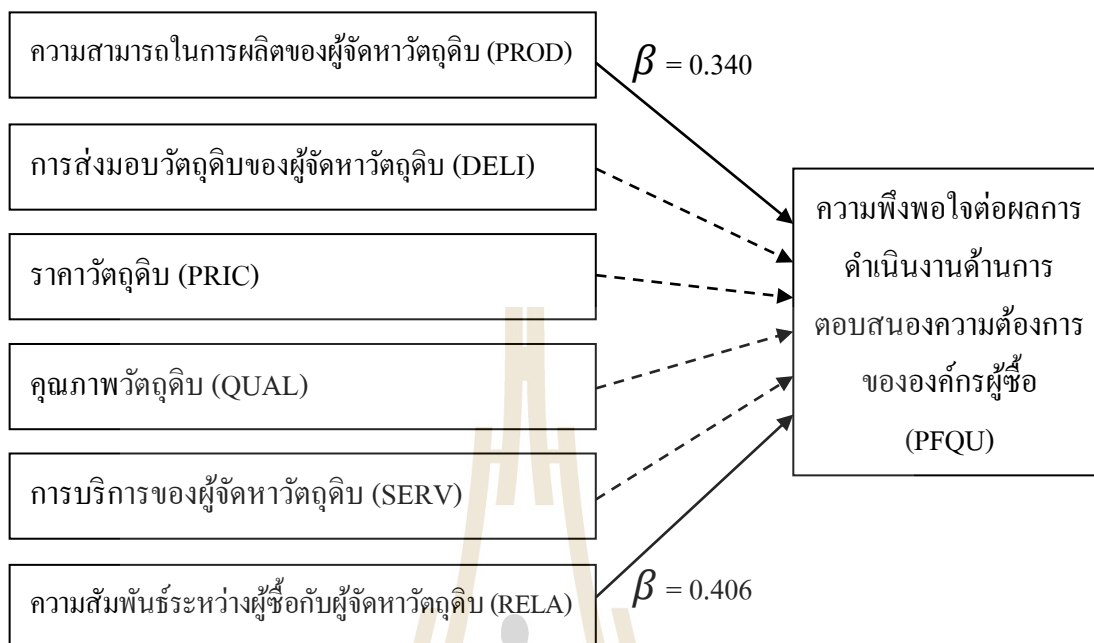
สามารถอธิบายได้ดังนี้

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรผู้ซื้อกับผู้จัดหาวัตถุดิบ (RELA) มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน เท่ากับ 0.406 อธิบายได้ว่า เมื่อการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรผู้ซื้อกับผู้จัดหาวัตถุดิบ (RELA) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านการตอบสนองความต้องการขององค์กรผู้ซื้อ (PFME) เพิ่มขึ้น 0.406 หน่วย เมื่อควบคุมตัวแปรอิสระอื่น ๆ ให้คงที่

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านความสามารถในการผลิตของผู้จัดหาวัตถุดิบ (PROD) มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน เท่ากับ 0.340 อธิบายได้ว่า เมื่อการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านความสามารถในการผลิตของผู้จัดหาวัตถุดิบ (PROD) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านการตอบสนองความต้องการขององค์กรผู้ซื้อ (PFME) เพิ่มขึ้น 0.340 หน่วย เมื่อควบคุมตัวแปรอิสระอื่น ๆ ให้คงที่

ผลการวิเคราะห์พบว่า การให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้จัดหาวัตถุดิบ และด้านความสามารถในการผลิตของผู้จัดหาวัตถุดิบ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านการตอบสนองความต้องการขององค์กรผู้ซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยการให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านการตอบสนองความต้องการขององค์กรผู้ซื้อ ร้อยละ 39.7 ดังตารางที่ 4.20

จากสมการการวิเคราะห์ สามารถเขียนโมเดลในภาพรวม ดังแสดงตามภาพที่ 4.3 ดังนี้



- > การให้ความสำคัญของตัวแปรปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านการตอบสนองความต้องการขององค์กรผู้ซื้อ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
- > การให้ความสำคัญของตัวแปรปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านการตอบสนองความต้องการขององค์กรผู้ซื้อ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ภาพที่ 4.3 การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านการตอบสนองความต้องการขององค์กรผู้ซื้อ

#### 4.10 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 7 ของการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบขององค์กรที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านกระบวนการทำงานขององค์กรผู้ซื้อ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ว่า การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบขององค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านกระบวนการทำงานขององค์กรผู้ซื้ออย่างมีนัยสำคัญ

$H_0$ : การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบขององค์กร ไม่มี อิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านกระบวนการทำงานขององค์กรผู้ซื้อ

$H_1$ : การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบขององค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านกระบวนการทำงานขององค์กรผู้ซื้อ

ในการวิเคราะห์จะใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) มีตัวแปรดังนี้

**ตัวแปรอิสระ** ได้แก่ การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ ประกอบด้วย (1) ความสามารถในการผลิตของผู้จัดหาวัตถุดิบ (PROD) (2) การส่งมอบวัตถุดิบของผู้จัดหาวัตถุดิบ (DELI) (3) ด้านราคาวัตถุดิบ (PRIC) (4) ด้านคุณภาพวัตถุดิบ (QUAL) (5) ด้านการบริการของผู้จัดหาวัตถุดิบ (SERV) และ (6) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรผู้ซื้อกับผู้จัดหาวัตถุดิบ (RELA)

**ตัวแปรตาม** ได้แก่ ความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านกระบวนการทำงานขององค์กรผู้ซื้อ (PFPR)

**ตารางที่ 4.21** ตัวแปรพยากรณ์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านกระบวนการทำงานขององค์กรผู้ซื้อ

ตัวแปรอิสระ	b	Beta	t	Sig.	R <sup>2</sup>	Adj R <sup>2</sup>	
SERV	0.485	0.490	5.561	0.000	0.240	0.232	
ค่าคงที่	2.668	F = 30.920, P-value = 0.000					

ที่มา: จากผลการสำรวจ พ.ศ. 2561 และการคำนวณ

\*ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05

เมื่อนำมาจัดเป็นรูปสมการ จะได้สมการการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ดังนี้

$$PFPR = 0.490 \text{ SERV}$$

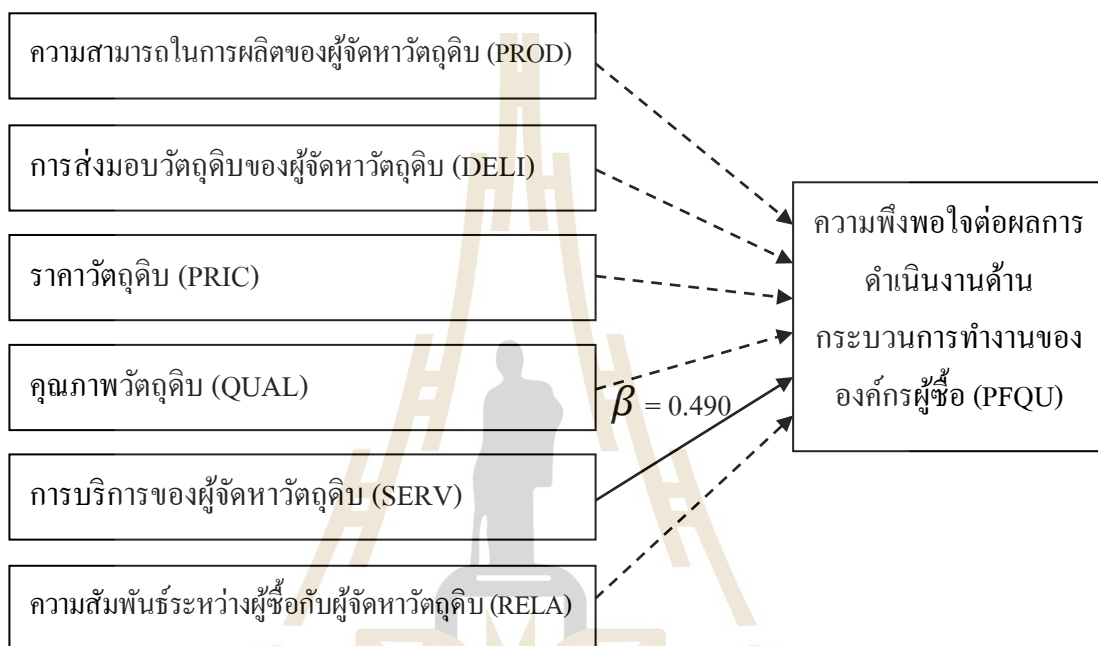
สามารถอธิบายได้ดังนี้

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านการบริการของผู้จัดหาวัตถุดิบ (SERV) มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน เท่ากับ 0.490 อธิบายได้ว่า เมื่อการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านการบริการของผู้จัดหาวัตถุดิบ (SERV) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านกระบวนการทำงานขององค์กรผู้ซื้อ (PFPR) เพิ่มขึ้น 0.490 หน่วย เมื่อควบคุมตัวแปรอิสระอื่น ๆ ให้คงที่

ผลการวิเคราะห์พบว่า การให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านการบริการของผู้จัดหาวัตถุดิบมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านกระบวนการ

ทำงานขององค์กรผู้ซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยการให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านกระบวนการทำงานขององค์กรผู้ซื้อร้อยละ 24.0 ดังตารางที่ 4.21

จากสมการการวิเคราะห์ สามารถเขียนโมเดลในภาพรวม ดังแสดงตามภาพที่ 4.4 ดังนี้



—————> การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านกระบวนการทำงานขององค์กรผู้ซื้อ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

-----> การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านกระบวนการทำงานขององค์กรผู้ซื้อ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**ภาพที่ 4.4** การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านกระบวนการทำงานขององค์กรผู้ซื้อ

จากการทดสอบสมมติฐานที่ว่า การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบขององค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานขององค์กรผู้ซื้อ แสดงให้

เห็นว่า การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบแต่ละปัจจัยส่วนมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานขององค์กรผู้ซื้อทั้งสิ้น สามารถนำมาสรุปได้ดังตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 สรุปการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานขององค์กรผู้ซื้อ

การให้ความสำคัญของปัจจัยใน การตัดสินใจเลือกผู้จัดหา วัตถุดิบ	ความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานขององค์กรผู้ซื้อ			
	ด้านคุณภาพ ผลิตภัณฑ์	ด้านต้นทุน	ด้านการตอบสนอง ความต้องการลูกค้า	ด้านกระบวนการ การทำงาน
ด้านความสามารถในการผลิต	-	-	✓	-
ด้านการส่งมอบวัตถุดิบ	✓	-	-	-
ด้านราคาวัตถุดิบ	-	✓	-	-
ด้านคุณภาพวัตถุดิบ	✓	-	-	-
ด้านการบริการ	-	-	-	✓
ด้านความสัมพันธ์ระหว่าง ผู้จัดหาวัตถุดิบและองค์กรผู้ซื้อ	-	-	✓	-

เมื่อ ✓ คือ การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานขององค์กรผู้ซื้อ

- คือ การให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานขององค์กรผู้ซื้อ

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง “การศึกษาปัจจัยในการคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม จังหวัดนครราชสีมา” มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาลักษณะพื้นฐานขององค์กรที่มีผลต่อการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบขององค์กรผู้ซื้อ และ (2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานขององค์กรผู้ซื้อ สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

##### 5.1.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ธุรกิจ SMEs ประเภทกิจการผลิตสินค้าในจังหวัดนครราชสีมาของการวิจัยครั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวิสาหกิจขนาดย่อม คิดเป็นร้อยละ 85.0 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการส่วนใหญ่ต่ำกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 71.0 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และมุ่งเน้นผลิตสินค้าด้วยกลยุทธ์สร้างความแตกต่าง คิดเป็นร้อยละ 45.0 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

##### 5.1.2 ผลการศึกษาการให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีปัจจัยด้านการส่งมอบวัตถุดิบของผู้จัดหาวัตถุดิบอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 5.94$ ) ในประเด็นการส่งมอบชนิดของวัตถุดิบถูกต้องตามที่ต้องการ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคาวัตถุดิบมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 5.74$ ) ในประเด็นราคาวัตถุดิบเหมาะสมกับคุณภาพของวัตถุดิบ และปัจจัยด้านคุณภาพของวัตถุดิบมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 5.70$ ) ในประเด็นวัตถุดิบต้องผ่านเกณฑ์มาตรฐานขององค์กร สำหรับปัจจัยด้านความสามารถในการผลิตของผู้จัดหาวัตถุดิบ ( $\bar{X} = 5.67$ ) ด้านการบริการของผู้จัดหาวัตถุดิบ ( $\bar{X} = 5.49$ ) และด้านความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรผู้ซื้อกับผู้จัดหาวัตถุดิบ ( $\bar{X} = 5.30$ ) มีความสำคัญต่ำที่สุดในประเด็นความสามารถของผู้จัดหาวัตถุดิบในการจัดหาวัตถุดิบตรงตามต้องการขององค์กรผู้ซื้อ ผู้จัดหาวัตถุดิบมีความรับผิดชอบกรณีความเสียหายวัตถุดิบระหว่างการส่งมอบ และองค์กรผู้ซื้อกับผู้จัดหาวัตถุดิบมีการติดต่อทำธุรกิจร่วมกันมาเป็นระยะเวลายาวนาน ตามลำดับ

### 5.1.3 ผลการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานขององค์กรผู้ซื้อ

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานขององค์กรผู้ซื้อ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านต้นทุนขององค์กรอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 5.72$ ) ในประเด็นการใช้วัตถุดิบให้เกิดประโยชน์สูงสุด รองลงมาคือ มีความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้าขององค์กร ( $\bar{X} = 5.63$ ) ในประเด็นความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และมีความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ขององค์กร ( $\bar{X} = 5.63$ ) ในประเด็นความสามารถในการผลิตสินค้าได้ตามมาตรฐานที่กำหนด สำหรับความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานด้านกระบวนการทำงานขององค์กรมีความพึงพอใจต่ำที่สุด ( $\bar{X} = 5.33$ ) ในประเด็นความสามารถในการผลิตสินค้าได้อย่างต่อเนื่องตามลำดับ

### 5.1.4 ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานของการวิจัย

**วัตถุประสงค์ที่ 1** เพื่อศึกษาลักษณะพื้นฐานขององค์กรที่มีผลต่อการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบขององค์กรผู้ซื้อ

ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะพื้นฐานขององค์กรด้านขนาดขององค์กร ระยะเวลาในการดำเนินงาน และกลยุทธ์การแข่งขันขององค์กรที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ โดยวิสาหกิจขนาดกลาง ( $\bar{X} = 6.38$ ) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านราคาวัตถุดิบมากกว่าวิสาหกิจขนาดย่อม ( $\bar{X} = 5.62$ ) ธุรกิจที่มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจมากกว่า 10 ปี ( $\bar{X} = 6.12$ ) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านคุณภาพวัตถุดิบมากกว่าธุรกิจที่มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจไม่เกิน 10 ปี ( $\bar{X} = 5.52$ ) และธุรกิจที่มีกลยุทธ์การแข่งขันเน้นสร้างความแตกต่าง ( $\bar{X} = 6.05$ ) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านคุณภาพวัตถุดิบมากกว่าธุรกิจที่มีกลยุทธ์การแข่งขันเน้นต้นทุนต่ำ ( $\bar{X} = 5.28$ )

**วัตถุประสงค์ที่ 2** เพื่อศึกษาอิทธิพลของการให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานขององค์กรผู้ซื้อ

ผลการศึกษาพบว่า การให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านคุณภาพวัตถุดิบ ( $\beta = 0.613$ ) และการส่งมอบวัตถุดิบ ( $\beta = 0.236$ ) มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ขององค์กรผู้ซื้อ ในขณะที่การให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านราคาวัตถุดิบ ( $\beta = 0.494$ ) มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านต้นทุนขององค์กรผู้ซื้อ และการให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรผู้ซื้อกับผู้จัดหาวัตถุดิบ ( $\beta = 0.406$ ) และ



ความสามารถในการผลิตของผู้จัดหาวัตถุดิบ ( $\beta = 0.340$ ) มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านการตอบสนองความต้องการขององค์กรผู้ซื้อ รวมถึงการให้ความสำคัญต่อบ้างจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านการบริการ ( $\beta = 0.490$ ) มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานด้านกระบวนการทำงานขององค์กรผู้ซื้อ

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาปัจจัยในการคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดนครราชสีมา” ในครั้งนี้นำไปสู่การอภิปรายผลการศึกษาดตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานการวิจัย ได้ดังต่อไปนี้

### 5.2.1 การศึกษาลักษณะพื้นฐานขององค์กรที่มีผลต่อบ้างจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบขององค์กร

ผลการศึกษาความแตกต่างลักษณะพื้นฐานขององค์กรที่มีต่อบ้างจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบพบว่า วิสาหกิจขนาดกลางให้ความสำคัญต่อบ้างจัยด้านราคาหรือต้นทุนวัตถุดิบในการเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบมากกว่าวิสาหกิจขนาดย่อม ซึ่งวิสาหกิจขนาดกลางอาจจะมีการสั่งซื้อวัตถุดิบ เพื่อผลิตสินค้าในปริมาณมากกว่าวิสาหกิจขนาดย่อม จึงให้ความสำคัญกับการควบคุมต้นทุนวัตถุดิบ สอดคล้องกับงานวิจัยของ **รัชชัชย จันทร์หอม (2554)** ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการคัดเลือกผู้ส่งมอบชิ้นส่วนและวัตถุดิบในอุตสาหกรรมจักรยานยนต์ พบว่าขนาดขององค์กรที่แตกต่างกันจะให้ความสำคัญต่อบ้างจัยในการคัดเลือกผู้ส่งมอบชิ้นส่วนและวัตถุดิบด้านต้นทุนแตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ **กาญจน์ลลิตา โนมิตต์ชญญลลิตี (2556)** ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตอาหารและเครื่องดื่ม พบว่าองค์กรขนาดเล็กจะให้ความสำคัญต่อการเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านราคาน้อยกว่าองค์กรขนาดปานกลางและขนาดใหญ่

ธุรกิจที่มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจมากกว่า 10 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อคุณภาพวัตถุดิบมากกว่าธุรกิจที่มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจไม่เกิน 10 ปี ซึ่งระยะเวลาในการดำเนินงานสะท้อนถึงประสบการณ์ในการดำเนินกิจการของผู้ประกอบการ โดยผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมายาวนานจำเป็นต้องสร้างความน่าเชื่อถือในสินค้าให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งจะทำให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าซ้ำ (ไชยชนะ จันทอรารีย์ และคณะ, 2559) จึงทำให้องค์กรผู้ซื้อคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้วยการมุ่งเน้นพิจารณาคูณภาพวัตถุดิบของผู้จัดหาวัตถุดิบแต่ละรายอย่างเคร่งครัด สอดคล้องกับงานวิจัยของ **นรินทร์ โอพารกิจอนันต์ (2554)** ที่ได้ศึกษาการเริ่มต้นจัดตั้งธุรกิจ และพบว่า ธุรกิจที่อยู่มานานจะมีอัตราการเติบโตของตลาดไม่มากนัก เนื่องจากการขยายตัวของฐานลูกค้าเติบโตเต็มที่แล้ว จึง

ทำให้องค์กรมุ่งเน้นรักษาลูกค้าเก่าด้วยการจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพ เพื่อส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพ ให้แก่ลูกค้า นำไปสู่การเสริมสร้างระดับความน่าเชื่อถือของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ขององค์กร และการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป

นอกจากนี้ยังพบว่า กิจกรรมที่มุ่งเน้นสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าจะให้ความสำคัญต่อคุณภาพวัตถุดิบมากกว่ากิจกรรมที่มุ่งเน้นกลยุทธ์ต้นทุนต่ำ เนื่องจากองค์กรที่มุ่งเน้นต้นทุนต่ำจะจัดหาวัตถุดิบจากผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีความสามารถในการจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพในระดับที่ลูกค้ายอมรับได้ เพื่อตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานได้อย่างเหมาะสมในราคาที่ต่ำ เพื่อลดต้นทุนรวมจากการดำเนินงาน (Minimum Total Cost) ซึ่งช่วยเพิ่มความสามารถในการทำกำไร และประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร ในขณะที่องค์กรมุ่งเน้นกลยุทธ์สร้างความแตกต่างจำเป็นต้องจัดหาวัตถุดิบจากผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพสูงและมีความเป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากวัตถุดิบทั่วไป เพื่อเพิ่มศักยภาพและคุณค่าให้แก่สินค้า ทำให้องค์กรสามารถตั้งราคาสินค้าได้แพงกว่าคู่แข่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณกมล นาสนม (2554) ที่ได้ศึกษากลยุทธ์ทางธุรกิจและทางการตลาด เพื่อเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจคอนโดมิเนียมในย่านศูนย์กลางทางธุรกิจ และพบว่า การที่องค์กรเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพควบคู่ไปกับการควบคุมต้นทุนอย่างเหมาะสม ทำให้องค์กรสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ทันสมัยและมีความเป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่น ส่งผลให้องค์กรสามารถเติบโตได้อย่างมั่นคง และสอดคล้องกับงานวิจัยของสุนทรตรา จันทบุรี (2559) ที่ได้ศึกษาโอกาสและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสปาและนวดแผนไทย และพบว่า ธุรกิจที่มุ่งเน้นการใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ทำให้สามารถตั้งราคาได้สูงกว่าผู้ประกอบการรายอื่น และส่งผลดีต่อธุรกิจโดยรวมในระยะยาว

### 5.2.2. การศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานขององค์กรผู้ซื้อ

การให้ความสำคัญต่อคุณภาพวัตถุดิบ และการส่งมอบวัตถุดิบในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบมีผลต่อความพึงพอใจต่อคุณภาพผลิตภัณฑ์ขององค์กรผู้ซื้อ เนื่องจากคุณภาพของผลิตภัณฑ์ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นและไว้วางใจในผลิตภัณฑ์ขององค์กร ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ขององค์กรอย่างรวดเร็ว คุณภาพของวัตถุดิบจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ และปลอดภัยต่อลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ Garfamy, 2005 และ Waikar et al., 2011 พบว่า วัตถุดิบที่มีคุณภาพ จะช่วยให้องค์กรผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าดีขึ้น เนื่องจากความเสียหายของผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการผลิตไม่ได้มาตรฐานลดลง ทำให้ลูกค้ามีความมั่นใจในผลิตภัณฑ์ขององค์กร และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่

องค์กรได้ดีขึ้น รวมถึงช่วยลดระยะเวลาการดำเนินงานจากการหยุดกระบวนการผลิต ลดการทำงานซ้ำของกระบวนการผลิต ลดความเสียหายจากคำร้องเรียนของลูกค้า ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานขององค์กรลดลง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ **นพพล สุวรรณทรัพย์ และมณฑลิตาสนนันท์ (2557)** ที่ได้ศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพทางการจัดซื้อด้วยการจัดการความสัมพันธ์กับผู้จำหน่าย และพบว่า องค์กรจะเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพในการจัดส่งสินค้าสูง เพื่อให้มั่นใจว่าองค์กรจะได้รับวัตถุดิบที่ได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันที่ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ **Kannan and Tan (2002)** ที่ได้ศึกษาการคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กร และพบว่า การส่งมอบวัตถุดิบของผู้จัดหาวัตถุดิบมีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานด้านคุณภาพสินค้าขององค์กรผู้ซื้อ

การให้ความสำคัญต่อราคาวัตถุดิบในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบมีผลต่อความพึงพอใจต่อด้านต้นทุนขององค์กรผู้ซื้อ แนวทางในการควบคุมราคาวัตถุดิบ เช่น สั่งซื้อวัตถุดิบในปริมาณมาก เพื่อให้ได้ส่วนลดทางการค้า สั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีราคาต่ำ โดยคุณภาพยังคงเดิม ปรับเปลี่ยนผู้จัดหาวัตถุดิบรายใหม่ เป็นต้น (Ting & Cho, 2008) สอดคล้องกับงานวิจัยของ **ศนิ มิเดวันและประไพศรี สุทัศน์ ณ อยุธยา (2556)** ที่ได้ศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพของการจัดการคลังวัตถุดิบและลดต้นทุนการผลิต และพบว่า การสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้จัดหาวัตถุดิบรายใหม่ในราคาที่ต่ำกว่า แต่มีคุณภาพหรือคุณลักษณะของวัตถุดิบคงเดิม ส่งผลให้องค์กรมีต้นทุนโดยรวมต่อปีลดลง โดยไม่ทำให้คุณภาพของสินค้าลดลงตามไปด้วย

การให้ความสำคัญต่อความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรผู้ซื้อกับผู้จัดหาวัตถุดิบ และความสามารถในการผลิตของผู้จัดหาวัตถุดิบในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบมีผลต่อความพึงพอใจต่อการตอบสนองความต้องการลูกค้าขององค์กรผู้ซื้อ หากองค์กรผู้ซื้อกับผู้จัดหาวัตถุดิบมีการดำเนินงานร่วมกันเป็นระยะยาว มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลความต้องการของลูกค้า และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นร่วมกัน เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว รวมถึงบูรณาการเทคโนโลยีและความรู้ขององค์กรผู้ซื้อและผู้จัดหาวัตถุดิบร่วมกัน เพื่อปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น จะช่วยส่งเสริมความสามารถในการตอบสนองความต้องการลูกค้าขององค์กรได้ดีรวดเร็ว และมีความยืดหยุ่นเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ **ศรายุทธ ตรียศิลาพันธ์ และสุนิตยา เกื่อนนาคี (2556)** ที่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ห่วงโซ่อุปทานระหว่างผู้จัดหาวัตถุดิบกับผู้ซื้อในอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดนครราชสีมา และพบว่า การดำเนินงานร่วมกันระหว่างองค์กรผู้ซื้อกับผู้จัดหาวัตถุดิบ ทำให้ลดความล่าช้าในการดำเนินงานขององค์กร เสริมสร้างความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ นอกจากนี้ยังสามารถ

ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงความต้องการด้านวัตถุดิบได้ดียิ่งขึ้น ทำให้องค์กรสามารถที่จะตอบสนองลูกค้าได้ในระดับที่สูงขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ **Kannan and Tan (2002)** ที่ได้ศึกษาการคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กร และพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรผู้ซื้อกับผู้จัดหาวัตถุดิบมีผลต่อความสามารถขององค์กรผู้ซื้อในการรองรับการเปลี่ยนแปลงความต้องการของลูกค้า นำไปสู่การการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดขององค์กรผู้ซื้อ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ **Garfamy (2005)** ที่ได้ศึกษาการคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบและการปรับปรุงกระบวนการทางดำเนินงานขององค์กร และพบว่า ความสามารถของผู้จัดหาวัตถุดิบในการปรับเปลี่ยน หรือปรับปรุงวัตถุดิบให้เหมาะสมตามข้อกำหนดที่จำเป็นต่อการผลิตสินค้า และความร่วมมือระหว่างองค์กรผู้ซื้อกับผู้จัดหาวัตถุดิบในการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า จะช่วยให้องค์กรผู้ซื้อผลิตสินค้าตรงตามความต้องการของลูกค้าที่ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ **Waikar et al. (2011)** ที่ได้ศึกษาปัจจัยในการเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบขององค์กรขนาดเล็กที่มีผลต่อความพึงพอใจขององค์กรผู้ซื้อ และพบว่า องค์กรที่มีความสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดหาวัตถุดิบระยะยาว มีแนวโน้มที่จะทำให้องค์กรผู้ซื้อสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น นำไปสู่ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ในระดับที่สูงขึ้น รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ **Ajami, Rajabzadeh and Ketabi (2014)** ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบในโรงพยาบาล และพบว่า ความสามารถในการผลิตหรือจัดหาวัตถุดิบของผู้จัดหาวัตถุดิบ จะส่งผลให้องค์กรผู้ซื้อผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ และตอบสนองได้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น อีกทั้งความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรผู้ซื้อกับผู้จัดหาวัตถุดิบยังช่วยให้องค์กรผู้ซื้อสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

การให้ความสำคัญต่อการบริการของผู้จัดหาวัตถุดิบในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบมีผลต่อความพึงพอใจต่อกระบวนการทำงานขององค์กรผู้ซื้อ เมื่อเกิดความเสียหายของวัตถุดิบ หากผู้จัดหาวัตถุดิบมีความเอาใจใส่ เข้าใจในปัญหาที่เกิดขึ้น และแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้องตามความต้องการขององค์กรผู้ซื้อ จะช่วยให้กระบวนการผลิตขององค์กรผู้ซื้อผลิตสินค้าได้อย่างต่อเนื่อง ลดปัญหาการหยุดชะงักของกระบวนการผลิต นำไปสู่ความสามารถในการแข่งขันให้แก่องค์กรเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ **Kannan and Tan (2002)** ที่ได้ศึกษาการคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กร และพบว่า การให้บริการของผู้จัดหาวัตถุดิบมีผลต่อกระบวนการทำงานขององค์กรผู้ซื้อ กรณีเหตุฉุกเฉิน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ **Garfamy (2005)** ที่ได้ศึกษาการคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ และปรับปรุงกระบวนการทางดำเนินงานขององค์กร พบว่า การบริการสนับสนุนเชิงเทคนิคของผู้จัดหาวัตถุดิบในการช่วยเหลือแก้ปัญหาให้แก่องค์กรผู้ซื้อ ช่วยให้องค์กรผู้ซื้อสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว และป้องกัน

ความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต ทำให้ช่วยลดปัญหาการหยุดชะงักของกระบวนการผลิต เพิ่มความสามารถในการผลิต ลดความซับซ้อนในกระบวนการผลิต และยังช่วยพัฒนากระบวนการผลิตแบบใหม่ขององค์กรผู้ซื้อที่ดียิ่งขึ้น

จากการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบแต่ละปัจจัยล้วนมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรผู้ซื้อทั้งสิ้น หากองค์กรผู้ซื้อจัดลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยให้เหมาะสม และสอดคล้องกับกลยุทธ์การแข่งขันขององค์กร จะช่วยให้องค์กรมีประสิทธิภาพในการดำเนินงานครอบคลุมทั้งองค์กรได้ดียิ่งขึ้น และพัฒนาความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

ผลการศึกษางานวิจัย สามารถสรุปประเด็นสำคัญเป็นข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

1. ผลการวิจัยพบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทกิจการผลิตสินค้าให้ความสำคัญต่อบริษัทในการส่งมอบวัตถุดิบ คุณภาพ และราคาวัตถุดิบในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบมากที่สุด ผู้ให้บริการจัดหาวัตถุดิบสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้ เพื่อปรับปรุงและพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานขององค์กรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะด้านความสามารถในการส่งมอบวัตถุดิบ ผู้ให้บริการจัดหาวัตถุดิบควรตรวจสอบกระบวนการส่งมอบวัตถุดิบให้ถูกต้อง และส่งมอบตรงตามเวลาที่องค์กรผู้ซื้อกำหนดไว้ ในขณะที่คุณภาพวัตถุดิบควรให้ความสนใจในกระบวนการจัดหาวัตถุดิบ เพื่อให้ได้วัตถุดิบที่มีประสิทธิภาพ ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน มีการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบทุกครั้งก่อนการส่งมอบให้แก่องค์กรผู้ซื้อ เพื่อยืนยันคุณภาพของวัตถุดิบและสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่องค์กรผู้ซื้อ รวมถึงปัจจัยด้านราคาวัตถุดิบควรมีการกำหนดราคาให้เหมาะสมและสอดคล้องกับประเภทของวัตถุดิบ คุณภาพ และการบริการของผู้ให้บริการจัดหาวัตถุดิบ เพื่อให้เกิดความคุ้มค่า และสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า ซึ่งผู้ให้บริการจัดหาวัตถุดิบสามารถพัฒนาความสามารถขององค์กรให้สอดคล้องกับความต้องการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ดียิ่งขึ้น นำไปสู่การเสริมสร้างโอกาสในการขายให้แก่องค์กร

2. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทกิจการผลิตสินค้าสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้ เพื่อวางแผนพิจารณาคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบให้เหมาะสมกับองค์กร จากการศึกษาพบว่า การให้ความสำคัญต่อบริษัทในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบแต่ละปัจจัยล้วนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กรผู้ซื้อ โดยการให้ความสำคัญต่อคุณภาพวัตถุดิบมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจผลการดำเนินงานขององค์กรผู้ซื้ออย่างมากที่สุด ดังนั้นวิสาหกิจขนาดกลาง

และขนาดย่อมควรวางใจในการพิจารณาเลือกสรร จัดการ และตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบอย่างเข้มงวดตามมาตรฐานการควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบ เช่น วัตถุดิบควรมีคุณสมบัติหรือคุณลักษณะที่เหมาะสมตามมาตรฐานของสินค้า ไม่มีจุดบกพร่อง อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน และไม่เป็นอันตรายต่อผู้ใช้งาน เพื่อรับรองความปลอดภัยของวัตถุดิบที่จะนำไปผลิตเป็นสินค้า เป็นต้น (Juran and Godfrey, 1998; Cheraghi et al., 2011) ซึ่งจะช่วยให้ประสิทธิภาพในการผลิตให้แก่องค์กร และสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ลูกค้าขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ นำไปสู่การเสริมสร้างความสามารถทางการแข่งขันแก่องค์กรผู้ซื้อได้อย่างยั่งยืน

### 5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป

เพื่อให้ผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในวงกว้างมากขึ้น ผู้วิจัยจึงขอเสนอความคิดเห็นเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยในครั้งต่อไป ดังนี้

1. เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทกิจการผลิตสินค้า ในจังหวัดนครราชสีมาเท่านั้น ควรมีการศึกษาประเภทกิจการอื่นๆ ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เช่น กิจการบริการ กิจการค้าปลีกค้าส่ง เพื่อที่จะได้ข้อมูลครอบคลุมมากขึ้น ซึ่งจากการศึกษาพบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทกิจการผลิตสินค้าให้ความสำคัญต่อบริษัทในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบด้านการส่งมอบ ราคา และคุณภาพวัตถุดิบมากที่สุด ตามลำดับ
2. เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งถือเป็นภาคธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง ควรมีการศึกษาภาคธุรกิจขนาดใหญ่หรือภาคอุตสาหกรรม เพื่อที่จะได้ข้อมูลครอบคลุมมากขึ้น
3. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณในรูปแบบการสำรวจ จึงควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพประกอบ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับหลักเกณฑ์และนโยบายในการคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบขององค์กร เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและครอบคลุมมากขึ้น

รายการอ้างอิง

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

## รายการอ้างอิง

- กฎกระทรวงกำหนดจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ถาวรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พุทธศักราช ๒๕๔๕. (2545, 20 กันยายน). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 119 ตอนที่ 93ก. หน้า 17-19.
- กฤษดา เชียรวัฒนสุข. (2558). บทที่ 11 การจัดการโซ่อุปทาน. [ออนไลน์]. ได้จาก: <https://www.slideshare.net/DrKrisada/11-43433022>
- กาญจน์สิตา โฆษิตชัยฤทธิ. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตอาหารและเครื่องดื่ม. ปริญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการวิศวกรรมธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. กรุงเทพมหานคร. (2559). “Thailand 4.0” ฝันไกลแล้ว SMEs ไทยไปถึงได้แค่ไหน. [ออนไลน์]. ได้จาก: <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/641293>.
- เจี๊วยชาญ รัตนามัทธนะ. (2557). ซื้ออย่างฉลาดต้องดู TCO และ LCC (Purchase wisely, employ TCO and LCC). สถาบันฝึกอบรมและสัมมนาวิชาชีพจัดซื้อ โลจิสติกส์และซัพพลายเชน. ฉบับที่ 50 เดือนเมษายน-พฤษภาคม
- ไชยชนะ จันทอรีย์, มาเรียม นะมิ และอัมพล ชูสนุก. (2559). อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ การบอกต่อและการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าโรงพยาบาลพระราม 2. วารสารปัญญาภิวัฒน์. 8(2): 25-40.
- ธนัชพร วิสวไพศาลและคณะ. (2556). ระดับความพึงพอใจของนักศึกษาแพทย์ชั้นคลินิกต่อการใช้บริการของห้องสมุด คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. วารสารศรีนครินทร์ เวชสาร. 28(2): 246-252.
- ธวัชชัย จันท์หอม. (2554). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการคัดเลือกผู้ส่งมอบชิ้นส่วนและวัตถุดิบในอุตสาหกรรมจักรยานยนต์. ปริญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- นพปฎล สุวรรณทรัพย์ และมณฑล ศาสนนันท์. (2557). การเพิ่มประสิทธิภาพทางการจัดซื้อด้วยการจัดการความสัมพันธ์กับผู้จำหน่าย. วารสารวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. 9 (1): 1-15.



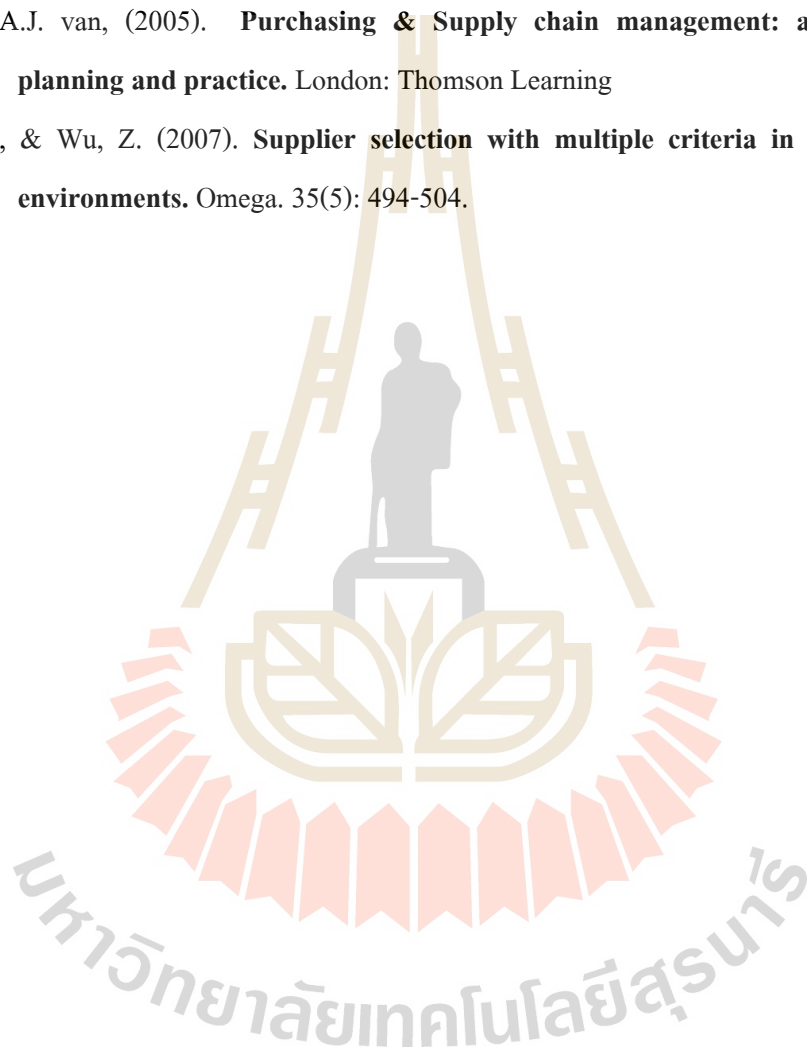
- นรินทร์ โอพารกิจอนันต์. (2554). **เริ่มต้นธุรกิจส่วนตัว รวมแนวคิดเพื่อการสร้างกิจการ.** กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปัญญา มาศ คำลั้งดี และมนตรี พิริยะกุล. (2555). **ระบบสนับสนุนการตัดสินใจการคัดเลือกซัพพลายเออร์ด้วยวิธี DEA: กรณีศึกษาบริษัทฟูจิเอชจำกัด.** วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, 5(2): 1-9
- วรรณกมล นาสนม. (2554). **กลยุทธ์ธุรกิจและกลยุทธ์การตลาด เพื่อเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจคอนโดมีเนียมในย่านศูนย์กลางทางธุรกิจ (พื้นที่เพลินจิต-ชิดลม) กรณีศึกษา: บริษัทแสนศิริ จำกัดมหาชน.** ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ศนิ มิเดหวัน และประไพศรี สุทัศน์ ณ อยุธยา. (2556). **การเพิ่มประสิทธิภาพของการจัดการคลังวัตถุดิบและลดต้นทุนการผลิต: กรณีศึกษาโรงงานอาหารสัตว์.** วารสารเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี. 3(6): 1-12.
- ศรายุทธ ตรียศิตานันท์ และสุนิตยา เกื่อนนาดี. (2556). **ความสัมพันธ์ห่วงโซ่อุปทานระหว่างผู้จัดหาวัตถุดิบกับผู้ซื้อในอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดนครราชสีมา.** วารสารเทคโนโลยีสุรนารี. 7(1): 69-88.
- สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2560). **นิยาม SMEs.** [ออนไลน์]. ได้จาก: <http://www.ismed.or.th>
- สุภาพรรณ วัฒนาอุดมชัย. (2557). **วาระแห่งชาติโอกาสเร่งเครื่อง SMEs ยุครัฐบาล คสช. ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.**
- สิริชัย สุธรรมรักษ์. (2558). **การประยุกต์ใช้กระบวนการตัดสินใจแบบวิเคราะห์ลำดับชั้นในการคัดเลือกซัพพลายเออร์ของบริษัท กรุงเทพฯ ซีเอไอ จำกัด.** ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุนทรตรา จันทบุรี. (2559). **โอกาสและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสปาและนวดแผนไทย.** วารสารเกษมบัณฑิต. 17(2): 49-63
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่สิบสอง พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔.** สำนักนายกรัฐมนตรี.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560). **รายงานสถิติจังหวัดนครราชสีมา. กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.**

- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2560). **นิยาม SMEs**. [ออนไลน์]. ได้จาก: <http://sme.go.th/th/index.php/about-osmep/law/law-osmep/136-cat-define-smes/523-art-define-smes>.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2560). **รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประจำปีพ.ศ. 2560**. [ออนไลน์]. ได้จาก: <http://www.sme.go.th/th/index.php/data-alert/alert/report-smes-year/report-year/report-year-2560>.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2547). **การจัดซื้อ Purchasing (ครั้งที่ 4)**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรุณ บริรักษ์. (2550). **กรณีศึกษาการบริหารจัดการงานจัดซื้อในประเทศไทย (Case Study: Purchasing & Procurement in Thailand)**. กรุงเทพฯ: ไอทีแอล เทรด มีเดีย.
- เสาวนิตย์ รัตนบุรี. (2556). **การคัดเลือกซัพพลายเออร์ทางด้านวัตถุดิบอาหารญี่ปุ่น: กรณีศึกษาวิทยาลัยดุสิตธานี**. วิทยาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการขนส่งและโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- Ajami, S., Rajabzadeh, A., & Ketabi, S. (2014). **A review on influencing criteria for selecting supplier of information technology services in the hospital**. *Journal of education and health promotion*, 3(1): 108.
- Aksoy, A., & Ozturk, N. (2011). **Supplier selection and performance evaluation in just-in-time production environments**. *Expert systems with applications*, 38(5): 6351-6359.
- Bedey, L., Eklund, S., Najafi, N., Wahrén, W., & Westerlund, K. (2009). **Purchasing management**. Department of technology management and economics. Chalmers Publication Library.
- Beijer, T. A. (2012). **Design of a supplier performance measurement & evaluation system for DSM's petrochemical & energy group**. *Industrial engineering and management*. University of twente.
- Bouchard, V. (1998). **The supplier selection process: theory vs practice**. In IMP Conference (Vol. 14). Institute of Purchasing Management.
- Calvi, R., Le Dain, M. A., Fendt, T. C., & Herrmann, C. J. (2010). **Supplier selection for strategic supplier development**.
- Carr, A. S., & Pearson, J. N. (2002). **The impact of purchasing and supplier involvement on strategic purchasing and its impact on firm's performance**. *International journal of operations & production management*, 22(9): 1032-1053.

- Carter, P. L., & Giunipero, L. C. (2010). **Supplier financial and operational risk management**. Tempe, AZ: CAPS Research.
- Cheraghi, S. H., Dadashzadeh, M., & Subramanian, M. (2011). **Critical success factors for supplier selection: an update**. *Journal of applied business research (JABR)*, 20(2).
- Choi, T. Y., & Hartley, J. L. (1996). **An exploration of supplier selection practices across the supply chain**. *Journal of operations management*. 14(4): 333-343.
- Cousins, P. D., Lawson, B., & Squire, B. (2008). **Performance measurement in strategic buyer-supplier relationships: the mediating role of socialization mechanisms**. *International journal of operations & production management*. 28(3): 238-258.
- Dey, P. K., Bhattacharya, A., Ho, W., & Clegg, B. (2015). **Strategic supplier performance evaluation: A case-based action research of a UK manufacturing organization**. *International journal of production economics*. 166: 192-214.
- Garfamy, M. R. (2005). **Supplier selection and business process improvement**. *International journal of services and operations management*. 5(2): 233-250.
- Heizer, J. & Render, B. (2014). **Operations management: sustainability and supply chain management (11th edition)**. London: Pearson Education Limited.
- Hsu, C. C., Kannan, V. R., Keong Leong, G., & Tan, K. C. (2006). **Supplier selection construct: instrument development and validation**. *The international journal of logistics management*. 17(2): 213-239.
- Juran, J. M. & Godfrey, A. B. (1998). **Juran's quality handbook (Fifth Edition)**. New York: McGraw-Hill.
- Kannan, V. R., & Tan, K. C. (2002). **Supplier selection and assessment: Their impact on business performance**. *Journal of supply chain management*. 38(3): 11-21.
- Katsikeas, C. S., Paparoidamis, N. G., & Katsikea, E. (2004). **Supply source selection criteria: The impact of supplier performance on distributor performance**. *Industrial marketing management*. 33(8): 755-764.
- Leenders, M., Johnson, F. P., Flynn, A. & Fearon, H. (2006). **Purchasing and supply chain management**. New York: McGraw Hill/Irwin.
- Lewis, J. (1995). **The connected corporation**. New York: The Free Press.

- Monczka, R. M., Trent, R. J. and Callahan, T. J. (1994). **Supply base strategies to maximize supplier performance**. International journal of physical distribution and logistics. 24(1): 42-54.
- Monczka, R., Trent, R. & Handfield, R. B. (2005). **Purchasing and supply chain management (3<sup>th</sup> edition)**. United States of America: Pre-Press Company.
- Monczka, R. M., Handfield, R. B., Giunupero, L. C. & Patterson, J. L. (2016). **Purchasing & supply chain management (6<sup>th</sup> edition)**. United States of America: Cengage Learning.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). **Psychometric theory (3<sup>rd</sup> edition)**. New York: McGraw-Hill.
- Pearson, J. N., & Ellram, L. M. (1995). **Supplier selection and evaluation in small versus large electronics firms**. Journal of small business management. 33(4): 53.
- Raj, A. (2017). **Supplier evaluation and selection in automotive industry using conditional probability**. Master of Science. The University of Texas.
- Ramanathan, R. (2007). **Supplier selection problem: integrating DEA with the approaches of total cost of ownership and AHP**. Supply chain management: an international journal. 12(4): 258-261.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1976). **On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity**. Annual meeting of the American educational research association.
- Shil, N. C. (2010). **Customized supplier selection methodology: an application of multiple regression analysis**. In supply chain forum: an international journal (Vol. 11, No. 2, pp. 58-70). Taylor & Francis.
- Sim, H. K., Omar, M. K., Chee, W. C., & Gan, N. T. (2010). **A survey on supplier selection criteria in the manufacturing industry in Malaysia**. In The 11th Asia Pacific industrial engineering and management systems conference.
- Ting, S. C., & Cho, D. I. (2008). **An integrated approach for supplier selection and purchasing decisions**. Supply chain management: an international journal. 13(2): 116-127.
- Trent, R. J., & Monczka, R. M. (1998). **Purchasing and supply management: trends and changes throughout the 1990s**. Journal of supply chain management. 34(3): 2-11.

- Waikar, A. M., Huynh, M. Q., Cope, R. F., & Tate, U. S. (2011). **Evaluating key factors in supplier selection for micro-businesses: implications for buyer satisfaction.** International journal of integrated supply management. 6(3-4): 284-309.
- Weber, C. A., Current, J. R., & Benton, W. C. (1991). **Vendor selection criteria and methods.** European journal of operational research. 50(1): 2-18.
- Weele, A.J. van, (2005). **Purchasing & Supply chain management: analysis strategy, planning and practice.** London: Thomson Learning
- Xia, W., & Wu, Z. (2007). **Supplier selection with multiple criteria in volume discount environments.** Omega. 35(5): 494-504.



ภาคผนวก





ภาควิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์

แบบสอบถาม

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี



## แบบสอบถาม

เรื่อง การศึกษาปัจจัยในการคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจ

ขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดนครราชสีมา

(สำหรับเจ้าของกิจการหรือผู้ทำงานที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบของธุรกิจ)

แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเก็บข้อมูลความคิดเห็นของเจ้าของกิจการหรือผู้ทำงานที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ จังหวัดนครราชสีมาที่มีต่อการเลือกผู้ขายวัตถุดิบของนักศึกษาหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี โดยประโยชน์ที่จะได้รับจากงานวิจัยครั้งนี้ คือ เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับธุรกิจ SMEs ในการวิเคราะห์และวางแผน เพื่อตัดสินใจเลือกผู้ขายวัตถุดิบอย่างเหมาะสม โดยแบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานประกอบการ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อประสิทธิผลของการดำเนินงาน

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามอย่างเป็นอิสระและเป็นความจริงที่สุด ซึ่งผลจากการวิจัยในครั้งนี้จะประมวลผลในภาพรวมเท่านั้นและจะถูกเก็บเป็นความลับไม่มีการเผยแพร่ข้อมูลทุกอย่างแต่ประการใด

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ และขอขอบคุณทุกท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย หากท่านมีปัญหาหรือข้อสงสัยประการใดเกี่ยวกับแบบสอบถามชุดนี้ โปรดติดต่อข้าพเจ้า นางสาวปรีyakamol เอื้องอ้าย หมายเลขโทรศัพท์มือถือ 062 – 551-4442 หรือ E- mail: preeyakamol\_a@hotmail.com

ขอแสดงความนับถือ

(นางสาวปรีyakamol เอื้องอ้าย)

นักศึกษาหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี



**ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกิจการที่ท่านเป็นเจ้าของหรือทำงานอยู่**

1. กิจการเกี่ยวข้องกับธุรกิจผลิตหรือไม่
  - ( ) ใช่ (ทำต่อในข้อที่ 2)
  - ( ) ไม่ใช่ (จบการทำแบบสอบถาม ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม)
  
2. ท่านมีส่วนเกี่ยวข้องกับการคัดเลือกผู้ขายวัตถุดิบหรือไม่
  - ( ) ใช่ กิจการของท่านผลิต..... (ทำต่อในข้อที่ 3)
  - ( ) ไม่ใช่ (จบการทำแบบสอบถาม ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม)
  
3. ตำแหน่งของท่าน
  - ( ) ผู้บริหารของกิจการ ( ) เจ้าของกิจการ
  - ( ) ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ ( ) พนักงานที่เกี่ยวข้องกับฝ่ายจัดซื้อ
  - ( ) อื่นๆ โปรดระบุ.....
  
4. จำนวนพนักงานของกิจการ
  - ( ) น้อยกว่า 50 คน ( ) 50 – 100 คน
  - ( ) 101 – 150 คน ( ) มากกว่า 150 คน
  
5. จำนวนเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ
  - ( ) น้อยกว่า 10 ล้านบาท ( ) 11 – 50 ล้านบาท
  - ( ) 51 – 100 ล้านบาท ( ) มากกว่า 100 ล้านบาท
  
6. กิจการดำเนินการมาแล้วกี่ปี
  - ( ) น้อยกว่า 5 ปี ( ) 5-9 ปี
  - ( ) 10-14 ปี ( ) 15-19 ปี ( ) ตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป
  
7. กลยุทธ์การแข่งขันหลักของกิจการ (เลือกได้เพียง 1 ข้อ)
  - ( ) เน้นต้นทุนต่ำ เป็นการผลิตสินค้าที่มีต้นทุนต่ำ เพื่อขายสินค้าในราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่ง
  - ( ) เน้นความแตกต่าง เป็นการผลิตสินค้าที่มีความแตกต่าง ไม่ซ้ำใคร ทำให้สินค้ามีความโดดเด่น
  - ( ) เน้นการตอบสนองอย่างรวดเร็ว มีความยืดหยุ่นในการตอบสนองลูกค้า มีความรวดเร็วในการส่งมอบ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้ขายวัตถุดิบของกิจการที่ท่านเป็นเจ้าของหรือทำงานอยู่  
(กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องคะแนนที่ตรงกับความเป็นจริง)

หมายเหตุ: คะแนน 7 – มากที่สุด, คะแนน 6 – มาก, คะแนน 5 – ค่อนข้างมาก, คะแนน 4 – ปานกลาง, คะแนน 3 – ค่อนข้างน้อย, คะแนน 2 – น้อย และ คะแนน 1 – น้อยที่สุด

ลักษณะของผู้ขายวัตถุดิบที่ท่านให้ความสำคัญ	ระดับการให้ความสำคัญ						
	มากที่สุด → น้อยที่สุด						
	7	6	5	4	3	2	1
<b>ด้านความสามารถในการผลิต/จัดหาของผู้ขายวัตถุดิบ</b>							
1. ความพร้อมของเครื่องมือและอุปกรณ์ในการผลิต/จัดหาวัตถุดิบ							
2. ความยืดหยุ่นในการตอบสนองการเปลี่ยนแปลงความต้องการซื้อวัตถุดิบ							
3. ความสามารถในการผลิต/จัดหาวัตถุดิบได้ตามที่กิจการของท่านต้องการ							
<b>ด้านการส่งมอบวัตถุดิบ</b>							
4. ส่งมอบวัตถุดิบในปริมาณที่ถูกต้องตามต้องการ							
5. ส่งมอบชนิดของวัตถุดิบถูกต้องตามที่ต้องการ							
6. ส่งมอบวัตถุดิบตรงเวลาตามที่ต้องการ							
<b>ด้านราคาของวัตถุดิบ</b>							
7. ราคาวัตถุดิบเหมาะสมกับเงื่อนไขการซื้อขาย							
8. ราคาวัตถุดิบเหมาะสมกับชนิดของวัตถุดิบ							
9. ราคาวัตถุดิบเหมาะสมกับคุณภาพของวัตถุดิบ							
10. ราคาวัตถุดิบเหมาะสมกับการบริการของผู้ขายวัตถุดิบ							
11. มีส่วนลดสำหรับการสั่งซื้อในปริมาณมาก							
<b>ด้านคุณภาพของวัตถุดิบ</b>							
12. วัตถุดิบผ่านเกณฑ์มาตรฐานขององค์กร							
13. วัตถุดิบมีการชำรุด/เสียหายต่ำ เมื่อเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานขององค์กร							
14. วัตถุดิบมีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอทุกครั้งที่ได้รับ							
15. วัตถุดิบอยู่ในเกรดระดับสูง							

ลักษณะของผู้ขายวัตถุดิบที่ท่านให้ความสำคัญ	ระดับการให้ความสำคัญ						
	มากที่สุด → น้อยที่สุด						
	7	6	5	4	3	2	1
<b>ด้านการบริการของผู้ขายวัตถุดิบ</b>							
16. มีความรับผิดชอบ กรณีความเสียหายวัตถุดิบระหว่างการส่งมอบ							
17. มีความเอาใจใส่และบริการหลังการขาย							
18. มีทัศนคติเชิงบวกต่อคำร้องเรียน							
19. การตอบสนองของพนักงานต่อการสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม							
<b>ด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายวัตถุดิบและกิจการของท่าน</b>							
20. มีความร่วมมือกันระหว่างผู้ขายวัตถุดิบและกิจการของท่านในการพัฒนาวัตถุดิบ เพื่อผลิตสินค้าให้ดียิ่งขึ้น							
21. มีการติดต่อทำธุรกิจร่วมกันมาเป็นระยะเวลายาวนาน							
22. มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เป็นประโยชน์ร่วมกัน เช่น ความเคลื่อนไหวของความต้องการลูกค้า เป็นต้น							
23. มีการติดต่อสื่อสารที่ดี							

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในภาพรวมเกี่ยวกับผลของการดำเนินงานของกิจการที่ท่านเป็นเจ้าของหรือทำงานอยู่ (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องคะแนนที่ตรงกับความเป็นจริง)

**คำชี้แจง** ท่านมีความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานของกิจการที่ท่านบริหารหรือทำงานอยู่อย่างไร

หมายเหตุ: คะแนน 7 – มากที่สุด, คะแนน 6 – มาก, คะแนน 5 – ค่อนข้างมาก, คะแนน 4 – ปานกลาง, คะแนน 3 – ค่อนข้างน้อย, คะแนน 2 – น้อย และ คะแนน 1 – น้อยที่สุด

ความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานกิจการของท่าน	ระดับความพึงพอใจ						
	มากที่สุด $\longrightarrow$ น้อยที่สุด						
	7	6	5	4	3	2	1
<b>ด้านคุณภาพขององค์กร</b>							
1. กิจการของท่านสามารถลดความเสียหายที่เกิดจากการผลิตสินค้าได้ เมื่อเทียบกับข้อมูลในอดีต							
2. กิจการของท่านสามารถผลิตสินค้าได้ตามมาตรฐานที่กำหนด							
3. กิจการของท่านสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพดีกว่าคู่แข่ง							
4. จำนวนคำร้องเรียนความเสียหายจากลูกค้าต่อสินค้าที่กิจการท่านผลิตนั้นลดลง							
<b>ด้านต้นทุนขององค์กร</b>							
5. กิจการของท่านสามารถใช้วัตถุดิบให้เกิดประโยชน์สูงสุด							
6. กิจการของท่านสามารถจัดการต้นทุนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ							
7. กิจการของท่านสามารถจัดการต้นทุนวัตถุดิบได้อย่างมีประสิทธิภาพ							
8. ต้นทุนการผลิตอยู่ภายใต้งบประมาณที่กำหนด							
<b>ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า</b>							
9. กิจการของท่านสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง							
10. กิจการของท่านสามารถตอบสนองความต้องการเพิ่มเติมของลูกค้า							
11. กิจการของท่านสามารถตอบสนองการเปลี่ยนแปลงความต้องการได้อย่างรวดเร็ว							
<b>ด้านกระบวนการทำงานขององค์กร</b>							
12. กิจการของท่านสามารถผลิตสินค้าได้อย่างต่อเนื่อง							
13. กิจการของท่านสามารถลดระยะเวลาผลิตสินค้าได้							
14. กิจการของท่านสามารถลดขั้นตอนการผลิตสินค้าได้							

**ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆต่อการตัดสินใจเลือกผู้ขายวัตถุดิบ (ถ้ามี)**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....จบแบบสอบถาม.....

**ขอขอบพระคุณอย่างยิ่งที่ท่านให้ความกรุณาสละเวลาและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามชุดนี้**





ภาคผนวก ข

ตารางความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา

ค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา

ข้อที่	คะแนนผู้เชี่ยวชาญ			ผลรวมของคะแนน	ค่า IOC	ผลการพิจารณา
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
1	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
2	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
3	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
4	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
5	-1	+1	+1	2	0.67	ใช้ได้
6	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
7	-1	+1	-1	1	0.33	ใช้ไม่ได้
8	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
9	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
10	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
11	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
12	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
13	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
14	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
15	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
16	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
17	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
18	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
19	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
20	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
21	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้

## ค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (ต่อ)

ข้อที่	คะแนนผู้เชี่ยวชาญ			ผลรวมของคะแนน	ค่า IOC	ผลการพิจารณา
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
22	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
23	+1	-1	+1	2	0.67	ใช้ได้
24	+1	-1	+1	2	0.67	ใช้ได้
25	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้
26	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้
27	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้
28	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้
29	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้
30	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้



## ประวัตินักศึกษา

นางสาวปริyakมล เอื่องอ้าย เกิดเมื่อวันที่ 21 เมษายน พ.ศ. 2536 ภูมิลำเนาเดิมเป็นชาว จังหวัดตาก จบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจากโรงเรียนสรรพวิทยาคม จังหวัดตาก และจบการศึกษาระดับปริญญาตรีการจัดการบัณฑิต (การจัดการ โลจิสติกส์) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี เมื่อปี พ.ศ. 2557 และศึกษาต่อระดับปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ในปี การศึกษา 2559

ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้ 126 หมู่ 5 ตำบลแม่ปะ อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก หมายเลข โทรศัพท์ 062-5514442 e-mail: preeyakamol\_a@hotmail.com



มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี