

บทความพิเศษของ อ.เชียวชาญ รัตนามัทธนะ

ผู้ก่อตั้งและนายกสมาคมคนแรก (พ.ศ.2531-2550) ของสมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย

ฉบับที่ 001 กรกฎาคม 2550



สอบถามปรึกษาหารือได้ที่ ☎ 08 1628 7855 ✉ cheocharn@hotmail.com 📞 cheocharn 📱 cheocharn

การจัดการความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์ SRM – Supplier Relationship Management

คนเป็นจำนวนมากได้ยินและเข้าใจคำว่า CRM – Customer Relationship Management กันเป็นอย่างดี แต่มีเพียงไม่กี่คนที่เคยได้ยินหรือที่เข้าใจคำว่า SRM – Supplier Relationship Management ฉบับนี้เรามาทำความเข้าใจกันว่า SRM หรือการจัดการความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์นั้นเป็นฉันท



ก่อนอื่น ขอให้เข้าใจความหมายของซัพพลายเออร์เสียก่อนว่าคืออะไร ซัพพลายเออร์ก็คือ ผู้ส่งมอบสินค้าและบริการที่ได้รับการสั่งซื้อหรือว่าจ้าง นั่นคือนิยามแบบสั้นและง่าย แม้จะไม่ครอบคลุมทั้งหมด ภาษาอังกฤษเรียกกันว่า Supplier หรือจะเรียกว่า Vendor ก็อนุโลมได้ครับ

นักจัดซื้อชาวยุโรปคนหนึ่งให้ความหมายแบบเปรี้ยวเปรี้ยวเอาไว้ว่า **(ขอย้ำว่านักจัดซื้อชาวยุโรป มิใช่ นักจัดซื้อไทยนะครับ)** “ซัพพลายเออร์เปรียบเสมือนสุนัขที่เข้ามาขโมยอาหารในตู้เย็น แล้วก็ถูกคนเตะ แล้วก็วิ่งหนีไป แล้วสุนัขตัวนั้นก็ยงวนเวียนกลับมาเพื่อจะขโมยของจากตู้เย็นอยู่อีก”

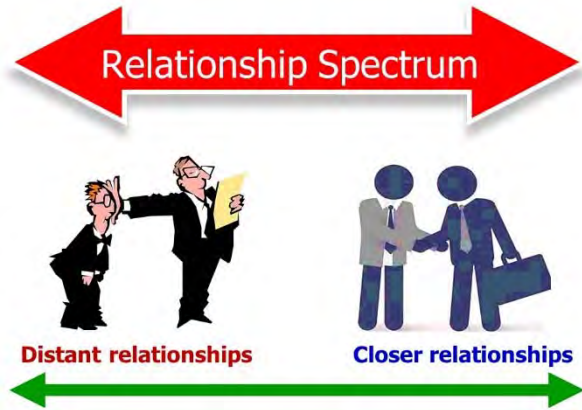
ท่านคิดสิคะ ดูเองนะครับว่าเขาหมายถึงยังไง ผมรู้สึกว่าเป็นการให้นิยามที่ตลกตลกมากไปหน่อยครับ แต่มันเป็นเรื่องของฝรั่งเขาซึ่งเวลาเปรียบกับสุนัขเขาไม่โกรธกัน ถ้าเป็นคนไทยก็คงได้เรื่อง เปรี้ยวเปรี้ยวแบบนี้เลิกคบกันไปเลยดีกว่า ขอย้ำอีกทีว่านักจัดซื้อไทยไม่เกี่ยว ไม่มีใครคิดแบบนี้กันครับ

ฝรั่งที่เวลานั้นยังให้อรรถาธิบายต่อไปด้วยว่า มีนักจัดซื้อบางคนใช้ปฏิบัติการแบบที่ว่านี้กับซัพพลายเออร์ เขาบอกให้ผู้ที่เป็นักจัดซื้อลองหลับตาแล้วนึกถึงภาพของซัพพลายเออร์ที่ตนเองติดต่ออยู่ ถามว่ามองเห็นตัวคนหรือเห็นบริษัท ถามว่าเมื่อเราพบกับซัพพลายเออร์นั้นเราต้องพบกับมนุษย์หรือเปล่า ถ้ามนุษย์คนนั้นถูกมีดบาดแล้วเลือดออกหรือเปล่า คำตอบก็คือ “ใช่” ทั้งสองข้อ

ดังนั้นพึงระลึกไว้ว่า มนุษย์คนที่เป็นตัวแทนของบริษัทซัพพลายเออร์ที่ขายของให้เรา นั้นเขาก็มีความรู้สึกเจ็บปวดเหมือนเดียวกับตัวเราซึ่งเป็นตัวแทนของบริษัทที่เป็นฝ่ายซื้อของ นี้มิได้หมายความว่าให้เราเกรงใจและสร้างสัมพันธภาพคบกันอย่างไม่ลืมหูลืมตา แต่หมายความว่า การมีสัมพันธภาพกับซัพพลายเออร์นั้น จะต้องเข้าใจองค์ประกอบของความเป็นมนุษย์ในการทำงานร่วมกัน เพื่อต่างฝ่ายจะได้ประโยชน์สูงสุดจากกันและกัน

ต้องเข้าใจและจำแนกความเข้มข้นในการคบค้าหรือความแน่นแฟ้นของสัมพันธภาพระหว่างซัพพลายเออร์กับฝ่ายจัดซื้อ ซึ่งมีหลายระดับจากน้อยไปหามาก ดังนี้ Adversarial - Arm's length - Transactional - Closer Tactical - Single sourced - Outsourcing - Strategic alliance - Partnership - Co-destiny

นี่คือส่วนหนึ่งของ SRM ซึ่งมีได้จบอยู่เพียงเท่านั้น ยังมีอีกหลายประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการบริหารความสัมพันธ์ระหว่างฝ่ายจัดซื้อกับฝ่ายซัพพลายเออร์ ผมจะทยอยเขียนอะไรที่เป็นข้อคิดและความรู้ประกอบการทำงานจัดซื้อจัดหา โดยจะคัดเลือกเอาประเด็นสั้นๆ ที่น่าสนใจมาลงไว้ คอยติดตามฉบับถัดๆ ไปนะครับ



ทำงานจัดซื้อจัดหา โดยจะคัดเลือกเอาประเด็นสั้นๆ ที่น่าสนใจมาลงไว้ คอยติดตามฉบับถัดๆ ไปนะครับ