

งานวิจัยนี้เสนอแนวทางการพัฒนาเครื่องมือสำหรับช่วยผู้บริหารในการประเมินและคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วน เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและกลยุทธ์ของบริษัทได้อย่างเหมาะสม โดยในการศึกษานี้ได้นำเอาแนวความคิดของการประเมินคุณค่าเทคโนโลยีเชิงยุทธศาสตร์ต่อองค์กร (Technology Value Model) ซึ่งถูกพัฒนาจากกระบวนการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (Analytical Hierarchy Process) มาประยุกต์ใช้ พร้อมเสนอกรณีศึกษาการนำเอาเครื่องมือที่พัฒนาไปใช้ประเมินและเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนสำหรับบริษัทผู้ผลิตรถจักรยานยนต์แห่งหนึ่ง ผลของการศึกษาแสดงให้เห็นว่าการประยุกต์ใช้เครื่องมือในการตัดสินใจเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนซึ่งประกอบด้วยหกปัจจัยหลักได้แก่ ปัจจัยด้านราคาและระยะเวลาการชำระเงิน ปัจจัยด้านความสามารถในการผลิต ปัจจัยด้านคุณภาพของชิ้นส่วน ปัจจัยด้านศักยภาพในการจัดส่ง ปัจจัยด้านการบริการและความร่วมมือระหว่างองค์กร และปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของผู้ผลิตชิ้นส่วน และจากการวิเคราะห์ผลการประยุกต์ใช้เครื่องมือกับบริษัทในกรณีศึกษาพบว่าเครื่องมือที่พัฒนาขึ้นสามารถช่วยแก้ปัญหาความผิดพลาดในการเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนที่เกิดขึ้นในอดีตซึ่งอาศัยเพียงปัจจัยด้านราคาหรือระยะเวลาในการทำธุรกิจร่วมกันระหว่างผู้ผลิตชิ้นส่วนกับบริษัทผู้ผลิตรถจักรยานยนต์กรณีศึกษามาพิจารณาเท่านั้น

This paper proposes a decision support model guiding managers to evaluate and select proper suppliers for their organization. In this study, the approach of Technology value analysis (TV) built based on the concept of Analytical Hierarchy Process (AHP) is applied to develop a decision support model for supplier selection. Along with the proposed model, a couple case studies of supplier selection for a motorcycle manufacturing company are also presented to demonstrate the process how the model can be developed and used. The findings of this study indicate that the proposed model with six main factors can solve the past problems in which only cost and long time of business partnership were concerned. With the use of proposed model, it is anticipated that will be able to support decision making process for supplier selection.