



PROCUREMENT MASTERY

ซื้อให้กำไร จ่ายให้คุ้ม

Bangkok, Thailand

450.-



สารบัญ

Table of Content

บทนำ	1
Mindset นักจัดซื้อยุคใหม่	3
วางแผนซื้อให้ได้กำไร	10
ศาสตร์ของการเลือกเงื่อนไขการจ่ายเงิน	17
การเจรจาแบบนักจัดซื้อเชิงรุก	45
ควบคุมความเสี่ยง & บริหารต้นทุนด้วยค่าเงิน	51
ระบบงานจัดซื้อประสิทธิภาพสูง	60
บทส่งท้าย	74





Introduction บทนำ

ในทุกองค์กร ไม่ว่าจะวงการใดก็ตาม “การจัดซื้อ” คือจุดเริ่มต้นของ ต้นทุน และเป็นหนึ่งในปัจจัยที่กำหนดกำไรของบริษัท แต่ในความเป็นจริง นักจัดซื้อจำนวนมากกลับทำงานภายใต้ภาพจำเดิม ๆ ว่าเป็น “ฝ่ายสนับสนุน” ทำเอกสาร ขอใบเสนอราคา และกดราคาเป็นหลัก จนลืมไปว่าหน้าที่แท้จริงของการจัดซื้อคือ บริหารความเสี่ยง สร้างกำไร และกำหนดความได้เปรียบทางการแข่งขันให้บริษัท

หนังสือเล่มนี้จึงไม่ใช่คู่มือจัดซื้อแบบดั้งเดิม แต่มันคือ ตำราการวางเกมเชิงกลยุทธ์ สำหรับนักจัดซื้อยุคใหม่ที่ต้องบริหารทั้งราคา เซ็นไซเงินสด ต้นทุนแฝง และค่าเงินพร้อมกัน



บทนำ

คุณจะได้เรียนรู้ว่า

- ทำไม “จังหวะซื้อ” สำคัญกว่าการต่อราคา
- ทำไม “เงื่อนไขการจ่ายเงิน” สามารถลดต้นทุนได้มากกว่าลดราคา 1-2%
- ทำไมนักจัดซื้อที่เข้าใจค่าเงินสามารถสร้างกำไรให้บริษัทได้แบบที่ฝ่ายบริหารยังคงไม่ถึง
- ทำไมการวาง Position ของตัวเองให้ถูกต้องตั้งแต่ต้น จะทำให้ Supplier ให้ความร่วมมือมากขึ้น ราคาเป็นธรรมขึ้น และความเสี่ยงน้อยลง

Procurement Mastery ไม่ได้พาคุณไปสอนเทคนิคเฉพาะทางอย่างเดียว แต่จะพาคุณกลับไปตั้งคำถามสำคัญว่า “นักจัดซื้อที่บริษัทต้องการในยุคนี้คือใคร?” คือคนที่ซื้อได้ถูกกว่าเฉลี่ยของตลาด หรือคือคนที่ บริหารต้นทุนรวมทั้งหมดให้บริษัทอย่างยั่งยืน คำตอบคือข้อหลัง และนี่คือทักษะที่คุณจะได้ในหนังสือเล่มนี้ เพราะในโลกธุรกิจที่เต็มไปด้วยความผันผวนของราคา โลจิสติกส์ และค่าเงิน นักจัดซื้อที่ชนะไม่ใช่คนที่ซื้อของได้ “ถูกที่สุด” แต่คือคนที่ซื้อได้ “คุ้มค่าที่สุด” และ “ปลอดภัยที่สุด” ในระยะยาว จากนั้น เราจะเริ่มต้นการเดินทางที่เปลี่ยนมุมมองงานจัดซื้อของคุณไปตลอดชีวิตการทำงาน



MINDSET นักจัดซื้อยุคใหม่



งานจัดซื้อในอดีตถูกมองว่าเป็นงานเอกสาร งานประสานงาน หรือ “งานหลังบ้าน” ที่ต้องทำให้ของมาทันเวลาและราคาถูกพอสมควร



แต่โลกธุรกิจปัจจุบันได้เปลี่ยนไปอย่างสิ้นเชิง วันนี้ นักจัดซื้อไม่ใช่แค่คนหาแหล่งของ แต่คือ ผู้สร้างกำไร ผู้บริหารความเสี่ยง และที่ปรึกษาด้านต้นทุนให้ทั้งองค์กร

บทนี้จะพาคุณไปอัปเดตวิธีคิดใหม่ทั้งหมดที่นักจัดซื้อยุคนี้ต้องมี เพื่อให้คุณทำงานได้คมขึ้น มองไกลขึ้น และมีพลังในการเจรจาและตัดสินใจมากขึ้น

1. วิธีคิดแบบ Strategic Buyer

นักจัดซื้อทั่วไปถามว่า:

“ราคาเท่าไร? ลดได้ไหม ส่งเร็วไหม?”

แต่นักจัดซื้อเชิงกลยุทธ์ถามว่า:

“ตลาดไปทางไหน? ความเสี่ยงอยู่ตรงไหน? ต้องซื้อตอนไหนจึงคุ้มที่สุด?”

“ถ้าซื้อวันนี้ เรากำลังลดต้นทุนจริงหรือกำลังเพิ่มความเสี่ยง?”

Strategic Buyer มีวิธีคิด 5 แบบที่แตกต่าง

MINDSET นักจัดซื้อยุคใหม่

1) คิดแบบ “ระบบ” ไม่ใช่แบบ “รายการ”
ไม่ดูแค่ราคาขึ้นเดียว แต่ดูผลต่อทั้ง

- ต้นทุนรวม (Total cost)
- Cash flow
- Lead time
- การผลิต
- ความเสี่ยง supply chain

2) คิดแบบ “อนาคต” ไม่ใช่แค่มองวันนี้
ราคาวัตถุดิบขึ้นลงตาม trend,
season, currency และ supply
demand ผู้ที่เป็น Strategic buyer
จะวิเคราะห์ล่วงหน้า ไม่ใช่ซื้อเพราะ “ใกล้
หมดแล้ว”

3) คิดแบบ “กำไร” แทน “ถูก-แพง”
คำถามที่ถูกต้องไม่ใช่ “ลดราคาได้ไหม”
แต่คือ “ซื้อแบบไหนให้บริษัทได้กำไร
สูงสุด?”

4) คิดแบบ “ข้อมูลนำ – อารมณ์
ตาม” ใช้ข้อมูลสนับสนุนการ
ตัดสินใจ เช่น

- ตลาดโลก
- ค่าเงิน
- ต้นทุนขนส่ง
- ประวัติ supplier
- สัญญาณความเสี่ยง

ไม่ใช่ซื้อเพราะผู้ขายเร่ง หรือ
เพราะ “เคยซื้อแบบนี้”

5) คิดแบบ “มีแผน” แทนที่จะรอ
ให้ปัญหาเกิด Strategic buyer
เตรียมแผนสำรองเสมอ:

- Supplier สำรอง
- MOQ สำรอง
- แผน cashflow สำรอง
- แผนสู้ currency



MINDSET นักจัดซื้อยุคใหม่

2. 4 มุมมองสำคัญก่อนเริ่มงานซื้อ

ก่อนจะ “ขอรราคา” หรือ “ส่ง PO” นักจัดซื้อที่เก่งต้องมองให้ครบ 4 มิติ เพราะการซื้อที่ผิดเพียงหนึ่งครั้งอาจทำให้บริษัทเสียเงินหลายแสน-หลายล้านโดยไม่รู้ตัว

1) มุมมองด้านราคา (Price View)

- แนวโน้มราคาโลกตอนนี้ขึ้นหรือลง?
- สินค้านี้ควรซื้อรอบไหนของปี?
- ราคาของ supplier รายนี้สูงกว่าตลาดเฉลี่ยไหม?

ถ้ารู้แค่ราคา — คุณคือคนซื้อ
แต่ถ้ารู้ราคา + เหตุผลที่อยู่เบื้องหลัง — คุณคือนักกลยุทธ์

2) มุมมองด้านความเสี่ยง (Risk View)

ความเสี่ยงไม่ได้มีแค่คุณภาพไม่ผ่าน แต่มันคือ

- การส่งล่าช้า
- ประเทศผู้ขายมีปัญหาการเมือง
- Currency ผันผวน
- ค่าเรือเพิ่มขึ้น
- สต็อกในประเทศขาดตลาด

3) มุมมองด้านเวลา (Time View)

เวลาระกบต้นทุนมากกว่าที่คิด

- ถ้าซื้อช้า → ของไม่พอผลิต
- ถ้าซื้อเร็วเกินไป → บริษัทต้องแบกสต็อก
- ถ้าซื้อผิดจังหวะ → Currency กระกบต้นทุนทันที

เวลาไม่ใช่แค่ความเร่งด่วน แต่คือเครื่องมือวางแผน



นักจัดซื้อที่เก่งจะถามเสมอ: “ถ้าไม่ซื้อเจ้านี้ เรามีใครสำรองไหม?”

MINDSET นักจัดซื้อยุคใหม่

4) มุมมองด้านความคุ้มค่า (Value View)

ของราคาถูกอาจมีต้นทุนแฝง เช่น

- ค่า rework
- ค่าเสียเวลาการผลิต
- ค่า LC / bank charge
- ค่า QC retest
- ค่าเสียโอกาสจากสต็อกกองทิ้ง

นักจัดซื้อที่เก่งจะคำนวณ “คุ้มค่า” ไม่ใช่ “ถูกที่สุด”



3. การวาง Position ให้ Supplier เคารพ

Supplier จะเคารพคุณ...ก็ต่อเมื่อเขารู้ว่าคุณ “มีระบบ คิดเป็น และตัดสินใจด้วยข้อมูล” ไม่ใช่แค่คนขอราคา วิธีวาง Position ให้ดูมืออาชีพตั้งแต่วันแรก”

1) ตั้งหลักด้วยข้อมูล
ก่อนเริ่มคุย ให้เตรียมข้อมูลแน่น ๆ

- ราคาเฉลี่ยตลาด
- ราคาที่เคยซื้อ
- เทรนด์ราคา
- ค่าเงินช่วงนี้
- ต้นทุนโลจิสติกส์

Supplier จะรู้กันที่ว่า “คุยกับคนมีของ”

2) ชัดเจนเรื่องกติกาในการซื้อ
เช่น

- เงื่อนไขชำระเงินบริษัท
- เอกสารที่ต้องมี
- Timeline การพิจารณา
- ความต้องการด้านคุณภาพ

เมื่อคุณชัด Supplier จะไม่กล้าลดมาตรฐาน

