

ภาคผนวก ก

แบบประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อความกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์

แบบประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อความกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์

คำชี้แจง

การประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อความกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ เรื่องการ
สร้างรูปแบบองค์กรแบบลิน ชิก ชิกม่า สำหรับอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย
แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การประเมินตัวแปร

- 2.1 ตัวแปรของผลการดำเนินงานขององค์กร
- 2.2 การบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ
- 2.3 สมรรถนะของโซ่อุปทาน
- 2.4 ความคล่องตัวของโซ่อุปทาน
- 2.5 การฟื้นฟูตัวเองของโซ่อุปทาน

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณท่านผู้ตอบแบบสอบถามเป็นอย่างสูง ที่ท่านได้กรุณาสละเวลา
และให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาตัวแบบการจัดการความต่อเนื่อง
ทางธุรกิจที่ส่งผลต่อความคล่องตัวของโซ่อุปทานของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย

ข้อมูลของท่านจะถูกเก็บรักษาไว้เป็นความลับ ไม่มีการใช้ข้อมูลใด ๆ ที่เปิดเผยเกี่ยวกับ
หน่วยงานของท่านในการรายงานข้อมูล และไม่มีการให้ข้อมูลดังกล่าวกับบุคคลภายนอกโดยไม่ได้
รับอนุญาตจากท่าน

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านที่กรุณาเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามทุกข้ออย่างถูกต้อง
ครบถ้วน

ผู้วิจัย นายวรังกูร อิศรางกูร ณ อยุธยา นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการ
จัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ข้อมูลติดต่อ Email: varangkoon@hotmail.com โทรศัพท์ +66 09-4916-4535

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นของท่านว่าข้อความมีความสอดคล้อง หรือถูกต้องเพียงใด

ข้อที่	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ความสอดคล้อง			ข้อเสนอแนะ
		เห็น ด้วย +1	ไม่ แน่ใจ 0	ไม่เห็น ด้วย -1	
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม					
1.	ชื่อบริษัท.....				
2.	ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ <input type="checkbox"/> ไทย <input type="checkbox"/> ญี่ปุ่น <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ).....				
3.	จำนวนพนักงาน (รวมพนักงาน subcontract) <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 50 คน <input type="checkbox"/> 50 - 100 คน <input type="checkbox"/> 100 - 200 คน <input type="checkbox"/> 200 - 500 คน <input type="checkbox"/> 500 - 1,000 คน <input type="checkbox"/> มากกว่า 1,000 คน				
4.	สินค้าหลัก				
5.	สินค้าหลักเป็นส่วนประกอบของ <input type="checkbox"/> รถยนต์ <input type="checkbox"/> รถจักรยานยนต์ <input type="checkbox"/> อื่น (โปรดระบุ).....				
6.	ตลาดลูกค้าหลักของท่าน(สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) <input type="checkbox"/> โรงงานผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ <input type="checkbox"/> โรงงานประกอบรถยนต์ <input type="checkbox"/> ตลาดชิ้นส่วนทดแทนหรืออะไหล่ ทดแทน <input type="checkbox"/> เพื่อการส่งออก				

7.	ลำดับหรือตำแหน่งของบริษัทในโซ่อุปทาน <input type="checkbox"/> ลำดับที่ 1 <input type="checkbox"/> ลำดับที่ 2 <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ).....				
8.	ตำแหน่งหรือหน่วยงานที่สังกัดของท่าน				
9.	ท่านมีความรู้เรื่องของการบริหารจัดการด้านใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) <input type="checkbox"/> การจัดการทางด้าน LEAN <input type="checkbox"/> การจัดการทางด้าน SIX SIGMA <input type="checkbox"/> การจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจ <input type="checkbox"/> การจัดการทางอุตสาหกรรม <input type="checkbox"/> การบริหารองค์กร <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ).....				

ส่วนที่ 2 ผลการดำเนินการ

2.1 ข้อมูลผลการดำเนินงานด้านปัจจัยในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องระดับความคิดเห็นที่เป็นจริงเกี่ยวกับธุรกิจของท่านมากที่สุด โดยกำหนดเกณฑ์ดังต่อไปนี้ (5) หมายถึง ตรงกับความ เป็นจริงมากที่สุด (4) หมายถึง ตรงกับความเป็นจริงมาก (3) หมายถึง ตรงกับความเป็นจริงปานกลาง (2) หมายถึง ตรงกับความเป็นจริงน้อย (1) หมายถึง ตรงกับความเป็นจริงน้อยที่สุด

ข้อที่	ข้อความถามในแบบสอบถาม	ความสอดคล้อง			ข้อเสนอแนะ
		เห็นด้วย +1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่เห็นด้วย -1	
ปัจจัยที่ได้เปรียบในการแข่งขัน กรณีที่จับต้องได้					
1.	องค์กรมีการผลิตทางปัญญาที่จับต้องได้และไม่ละเมิดสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา				
2.	องค์กรมีการควบคุมทางการตลาดเพื่อซื้อสินค้าและบริการของบริษัทได้มาซึ่งความสามารถเพิ่มราคาหรือตัดคู่แข่ง				
3.	องค์กรมีการอนุญาตให้ใช้สิทธิในเทคโนโลยีตามขอบเขตและเงื่อนไขที่ได้ตกลงกันเอาไว้ในเชิงพาณิชย์ตามเงื่อนไขและตามความรับผิดชอบในสิทธินั้น ๆ				
ปัจจัยที่ได้เปรียบในการแข่งขัน กรณีที่จับต้องไม่ได้					
1.	การกำหนดชื่อตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริมทางการตลาดเพื่อให้เกิดความยอมรับในคุณค่าและสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้า				
2.	องค์กรมีความสัมพันธ์โดยรวมที่ดีกับลูกค้า				
3.	องค์กรมีการพยากรณ์ความต้องการที่ถูกต้อง				
4.	องค์กรมีการจัดกลุ่มของบุคคลและมีการวางแผนร่วมกันเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางเอาไว้				

5.	วัฒนธรรมมีผลต่อการส่งเสริมทัศนคติและพฤติกรรมของสมาชิกในองค์กร				
6.	องค์กรมีการออกแบบรูปแบบขององค์กรและรูปแบบของกระบวนการทางธุรกิจ				
7.	องค์กรมีการบูรณาการอย่างถาวรโดยการเน้นถึงลูกค้าในตลาดเป็นเป้าหมายหลักในการดำเนินงานขององค์กร				

2.2 ข้อมูลปัจจัยทางการผลิต ทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องระดับความคิดเห็นที่เป็นจริงเกี่ยวกับธุรกิจของท่านมากที่สุด โดยกำหนดเกณฑ์ดังต่อไปนี้ (5) หมายถึง ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด (4) หมายถึง ตรงกับความเป็นจริงมาก (3) หมายถึง ตรงกับความเป็นจริงปานกลาง (2) หมายถึง ตรงกับความเป็นจริงน้อย (1) หมายถึง ตรงกับความเป็นจริงน้อยที่สุด

ข้อที่	ข้อความถามในแบบสอบถาม	ความสอดคล้อง			ข้อเสนอแนะ
		เห็นด้วย +1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่เห็นด้วย -1	
ปัจจัยทางด้านกระบวนการการผลิต					
1.	องค์กรมีความสามารถบริหารต้นทุนในการให้บริการแก่ลูกค้า				
2.	องค์กรและซัพพลายเออร์ขององค์กรมีความสามารถบริหารต้นทุนในการผลิตแก่ลูกค้า				
3.	องค์กรและซัพพลายเออร์ขององค์กรมีความสามารถบริหารต้นทุนในการส่งมอบแก่ลูกค้า				
4.	องค์กรและซัพพลายเออร์ขององค์กรมีความสามารถบริหารต้นทุนในสำนักงานแก่ลูกค้า				
5.	ซัพพลายเออร์ขององค์กรมีการจัดการต้นทุนรวมที่มีประสิทธิภาพ				
6.	องค์กรและซัพพลายเออร์ขององค์กรมีความสามารถในการบริหารระดับสินค้าคงคลังที่ดี				
7.	ภายในองค์กรมีการนำทักษะและความเชี่ยวชาญในการลดข้อผิดพลาดในการตั้งเครื่องจักร				
8.	องค์กรมีการควบคุมปริมาณการผลิตให้สอดคล้องกับปัจจัยทางการผลิต				
9.	องค์กรมีการกำหนดมาตรฐานการควบคุมสินค้า				
10.	ภายในองค์กรมีการทำ PM อย่างต่อเนื่อง				

2.3 ข้อมูลทางด้าน LEAN SIX SIGMA ทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องระดับความคิดเห็นที่เป็นจริงเกี่ยวกับธุรกิจของท่านมากที่สุด โดยกำหนดเกณฑ์ดังต่อไปนี้ (5) หมายถึง ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด (4) หมายถึง ตรงกับความเป็นจริงมาก (3) หมายถึง ตรงกับความเป็นจริงปานกลาง (2) หมายถึง ตรงกับความเป็นจริงน้อย (1) หมายถึง ตรงกับความเป็นจริงน้อยที่สุด

ข้อที่	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ความสอดคล้อง			ข้อเสนอแนะ
		เห็นด้วย +1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่เห็นด้วย -1	
การจัดการระบบ LEAN SIX SIGMA					
1.	องค์กรมีการลดความสูญเปล่าภายในและภายนอก				
2.	องค์กรและซัพพลายเออร์ขององค์กรส่งมอบสินค้าได้รวดเร็วกว่าคู่แข่งขั้นทางธุรกิจ				
3.	องค์กรมีการแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ				