

หลักสูตร Purchasing 4.0

วัตถุประสงค์

- เพื่อเข้าใจคุณค่า บทบาทหน้าที่ของงานจัดซื้อที่มีต่อองค์กรและวิธีการวัดคุณค่า
- เพื่อทราบแนวทาง วิธีการในการจัดกลุ่มสินค้าและบริการ และวางกลยุทธ์ในการบริหารได้อย่างเหมาะสม
- เพื่อให้เข้าใจประโยชน์และวิธีการบริหารความสัมพันธ์กับผู้ขาย
- เพื่อให้เห็นภาพการเปลี่ยนแปลงของงานจัดซื้อที่จะเกิดขึ้นในอนาคตเพื่อเตรียมการรับมือได้

เนื้อหา

- คุณค่าของงานจัดซื้อต่อองค์กร
- บทบาทหน้าที่ ที่ไม่ใช่แค่การจัดซื้อจัดหา
- ผลวิจัยมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อฝ่ายจัดซื้อ
- เครื่องมือในการวัดคุณค่าของงานจัดซื้อที่มีต่อองค์กร
- เป้าหมายของสินค้าและบริการที่ต่างกัน และประโยชน์ของการจำแนกเป้าหมาย
- การแบ่งกลุ่มสินค้าและบริการด้วยโมเดลต่างๆ
- กลยุทธ์ในการบริหารสินค้าและบริการในแต่ละกลุ่ม
- ประโยชน์ของความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ขาย และวิธีการสร้างความสัมพันธ์
- การบริหารผู้ขาย (Supplier Relationship Management)
- รูปแบบความสัมพันธ์กับผู้ขาย และการจัดกลุ่มผู้ขาย
- การเปลี่ยนแปลงของงานจัดซื้อในยุคดิจิทัลในมิติต่างๆ
- ความท้าทายของงานจัดซื้อในยุคดิจิทัล

รูปแบบการฝึกอบรม

บรรยาย และ Workshop กรณีศึกษา ฝึกปฏิบัติ

ระยะเวลา

1 วัน