

Supply chain Management

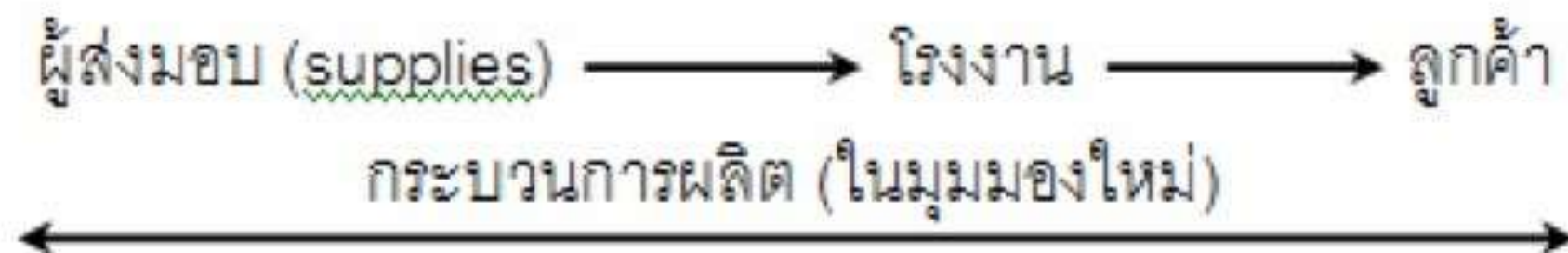
Main Topic

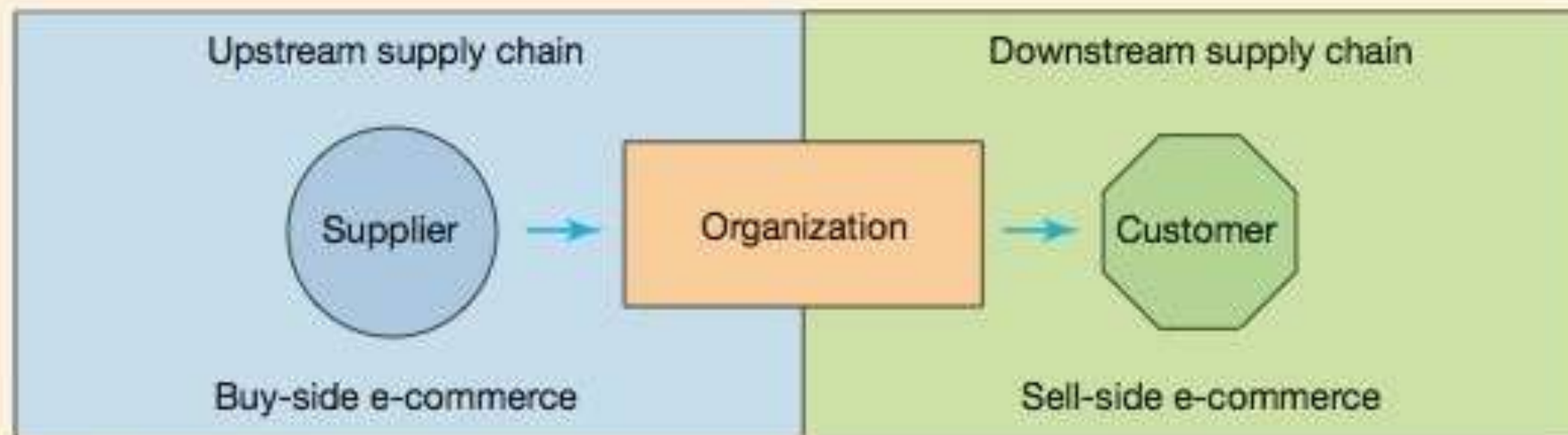
- What is supply chain management?
- Options for restructuring the supply chain
- Using e-business to restructure the supply chain
- Supply chain management implementation

What is supply chain management?

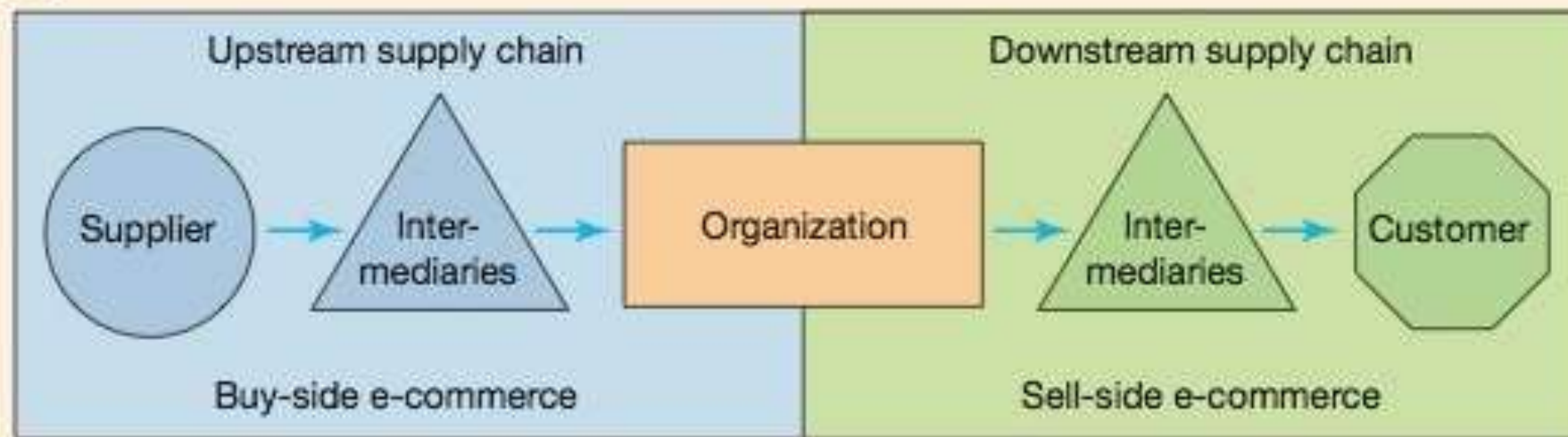
Supply chain management (SCM) involves the coordination of all supply activities of an organization from its suppliers and delivery of products to its customers

การจัดการกลุ่มของกิจกรรมงาน กล่าวคือ ตั้งแต่การรับวัตถุดิบ มาจาก **Supplies** แล้วเปลี่ยนวัตถุดิบนั้นให้เป็นสินค้าชั้นกลาง และสินค้าชั้นสุดท้าย จนกระทั่งจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้า





(a)



(b)

Inbound logistics

Outbound logistics

Figure 6.2

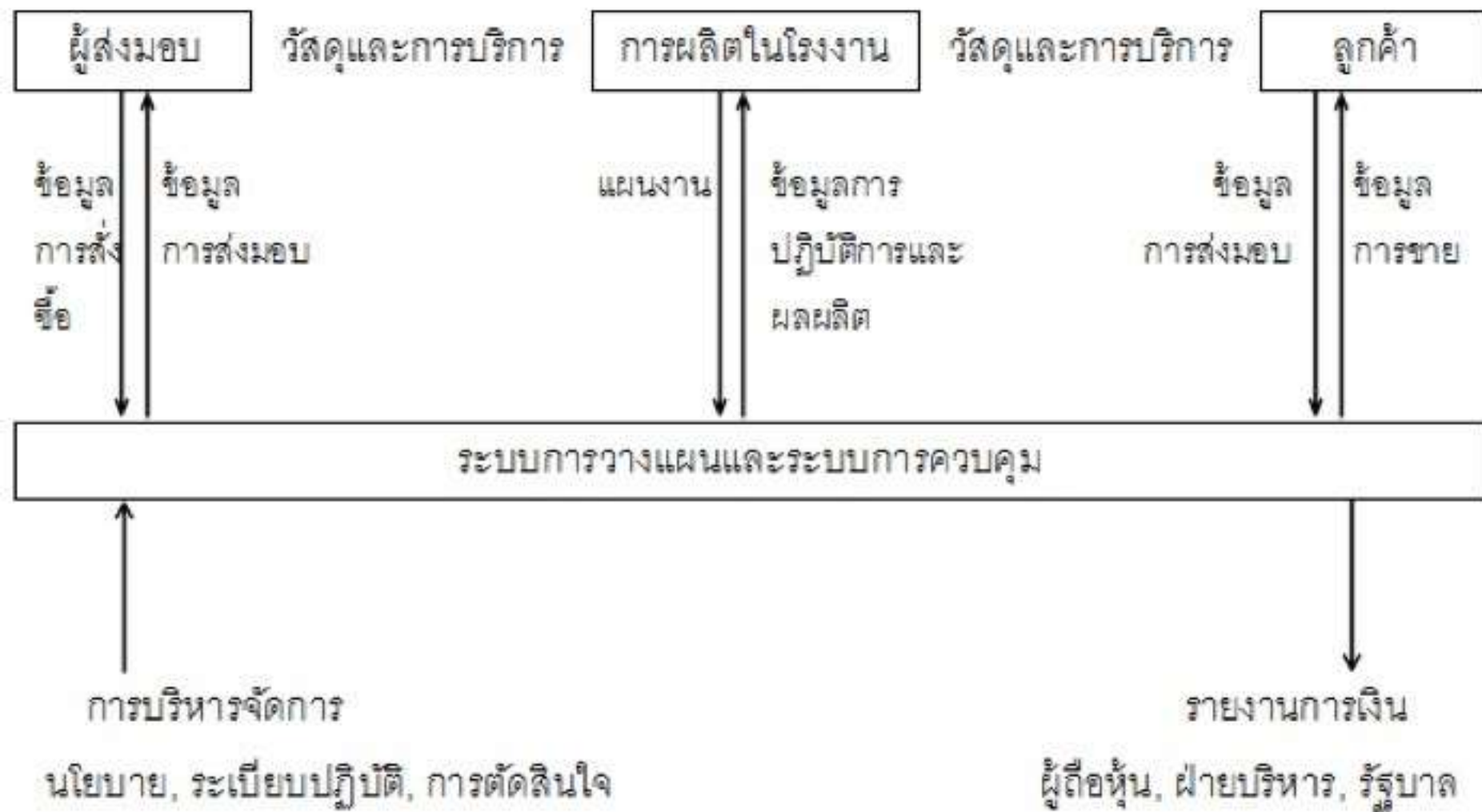
Members of the supply chain: (a) simplified view, (b) including intermediaries

What would be a better understanding of the functions of production and how to control it, we must understand what is involved in the movement in supply chain management.

Processes are two main things.

- Material
- Information

รูปที่ 1 แสดงการเคลื่อนไหวของวัตถุดิบและสารสนเทศ ซึ่งมีอยู่ในกระบวนการผลิตทุกแห่ง



ปัญหา คือความสนใจที่แตกต่างกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น

- ลูกค้ามักต้องการสินค้าที่ถูกต้องสมบูรณ์แบบและมีราคาถูก
- พนักงานในสายการผลิตอยากรู้คำสั่งที่ถูกต้อง
- ฝ่ายจัดซื้อต้องการได้วัตถุดิบที่ถูกต้อง มีคุณภาพ
- ผู้จำหน่ายวัตถุดิบต้องการคำสั่งซื้อที่ถูกต้องเพื่อจะจัดส่ง ได้ถูกต้อง
- ผู้จัดการต้องการรายงานที่ถูกต้อง

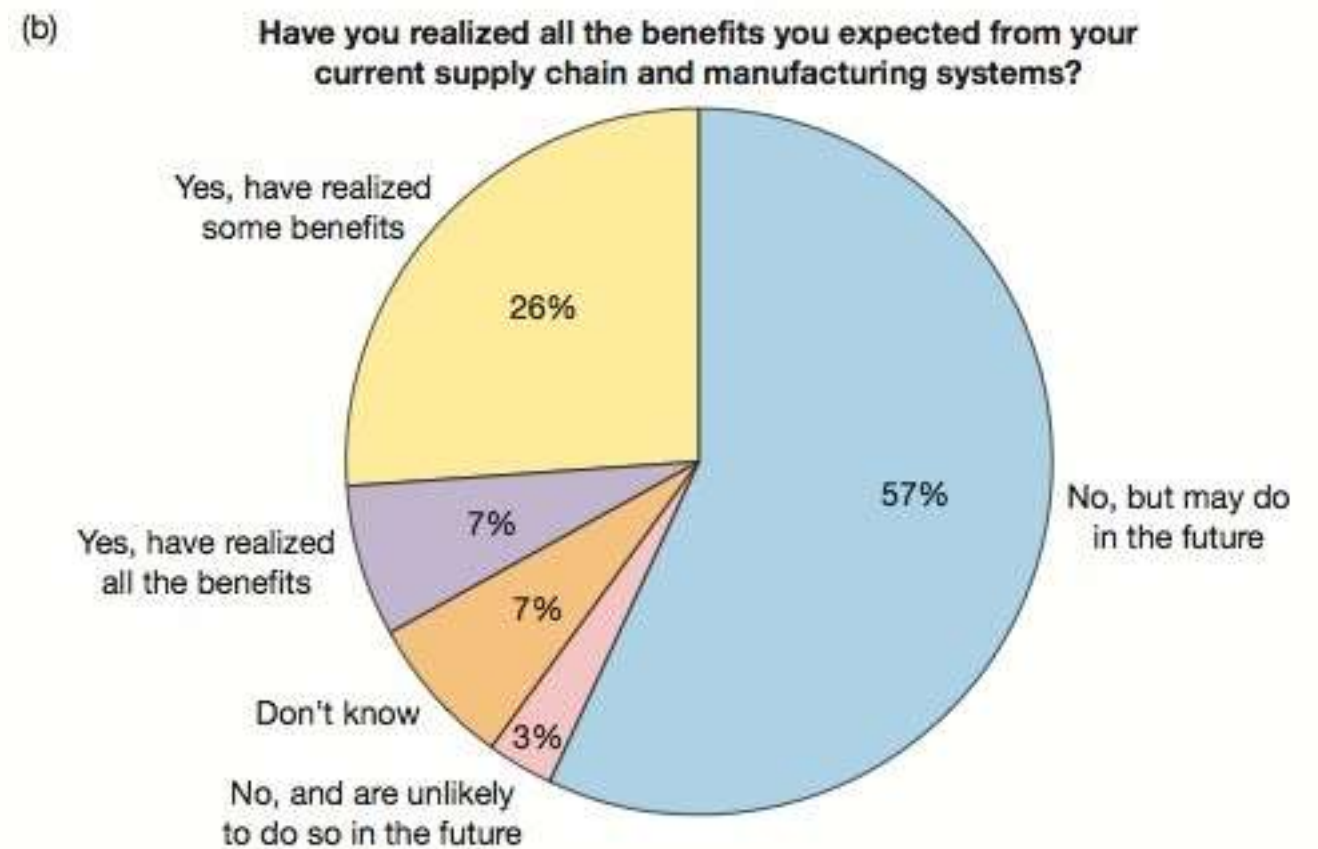
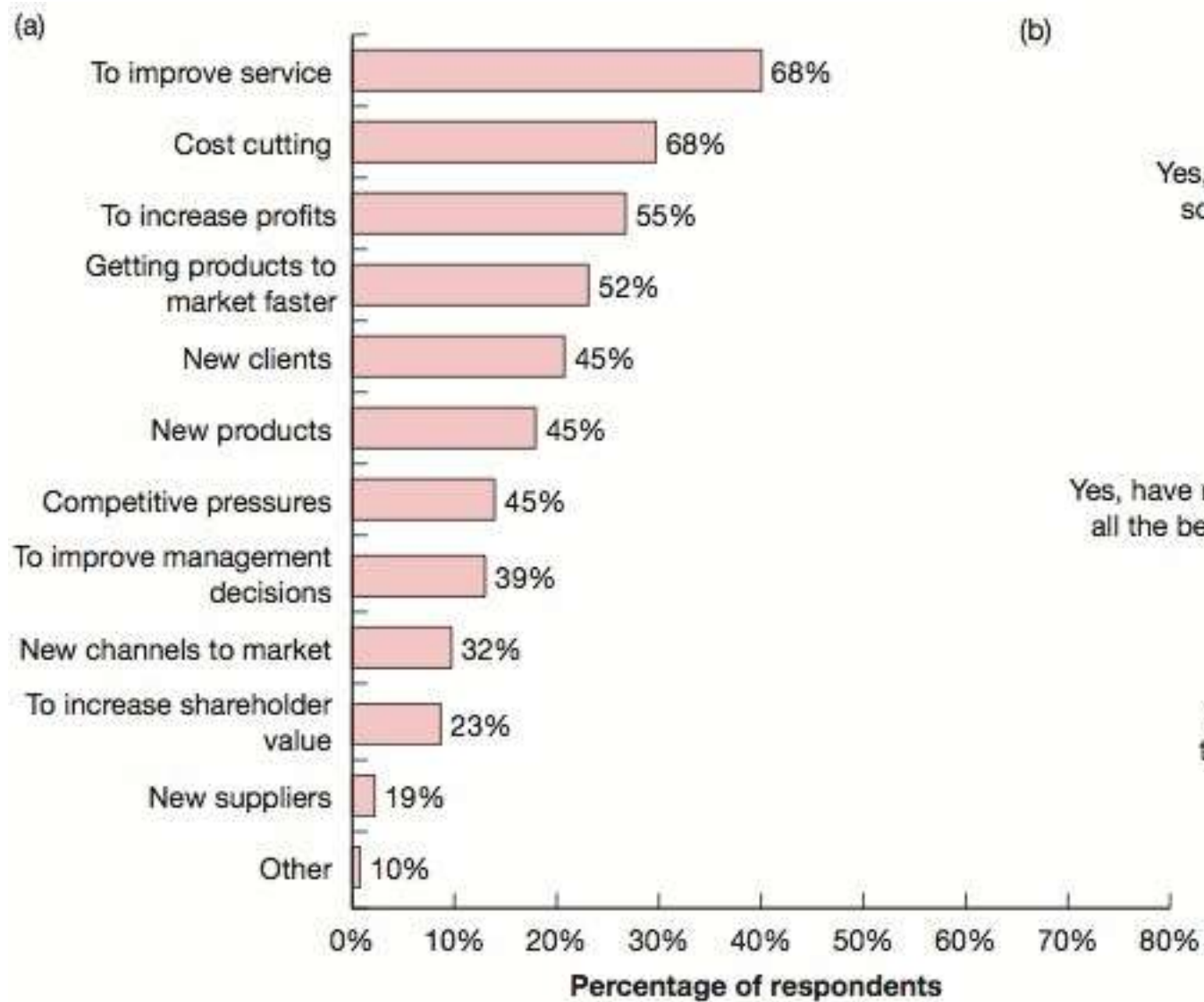


Figure 6.1

(a) Benefits of supply chain management, (b) realization of benefits. Note respondents could select all benefits that apply.

Source: PMP (2008)

Problems of supply chain management

Table 6.1

A summary of the problems of supply chain management and how e-business technology can assist

Problem of supply chain management	How e-business technology can reduce problems in SCM
Pressure to reduce costs of manufacturing and distributing products in order to remain competitive	Reduction in paperwork through electronic transmission of orders, invoices and delivery notes. Reduced inventory holdings needed through better understanding of demand. Reduced time for information and component supply across the supply chain. Lower SCM system purchase and management costs through use of online services (SaaS)
Demand forecasting	Sharing of demand by customers with suppliers as part of efficient consumer response (ECR)
Failure to deliver products on time consistently or lack of items on shelf in retailer	Supplier becomes responsible for item availability through vendor-managed inventory
Failure to deliver or ship correct product	Human error reduced. 'Checks and balances can be built into system'
High inventory costs	Inventory reduced throughout the supply chain through better demand forecasting and more rapid replenishment of inventory
Time for new product development	Improved availability of information about potential suppliers and components, for example through online marketplaces

Advantage of SCM

- ■ การเคลื่อนไหลของวัตถุดิบ และสารสนเทศเป็นไปอย่างราบรื่น
- ■ ปรับปรุงระดับของสินค้าคงเหลือ
- ■ เพิ่มความเร็วได้มากขึ้น
- ■ ขจัดความสับสนในกระบวนการ ทาง ธุรกิจให้หมดไปได้
- ■ ลดต้นทุนในกิจกรรมต่าง ๆ ได้
- ■ ปรับปรุงการบริการลูกค้า



More recently, BlueScope Steel has introduced bluescopesteelconnect.com which is a secure Internet-based steel procurement solution which allows customers to order and confirm the status of products. It also offers users the ability to check statements and download invoices in real time, simplifying reconciliations. The implementation of [SCM](#) at BHP Steel reflects changing developments in the wider industry

Other BlueScope Steel Websites

Please Select

Search Steelconnect

Enter a Search Term

GO

SteelConnect



Print this page

You are here » Home

Login

Membership Registrations

Membership Advantages

Industry Information

Coil Calculator

Delivery Week Calendars

Terms and Conditions

Credit Application

Credit Reporting Policy

Contact SteelConnect

Sitemap

Product Information

Technical Bulletins

Product Safety & MSDS

Conversion Tool

bluescopesteelconnect.com



Alan Ellis from MORDEK



Cathrine Bray from Oxycut (Middle)



Ray Nicols from Dexion

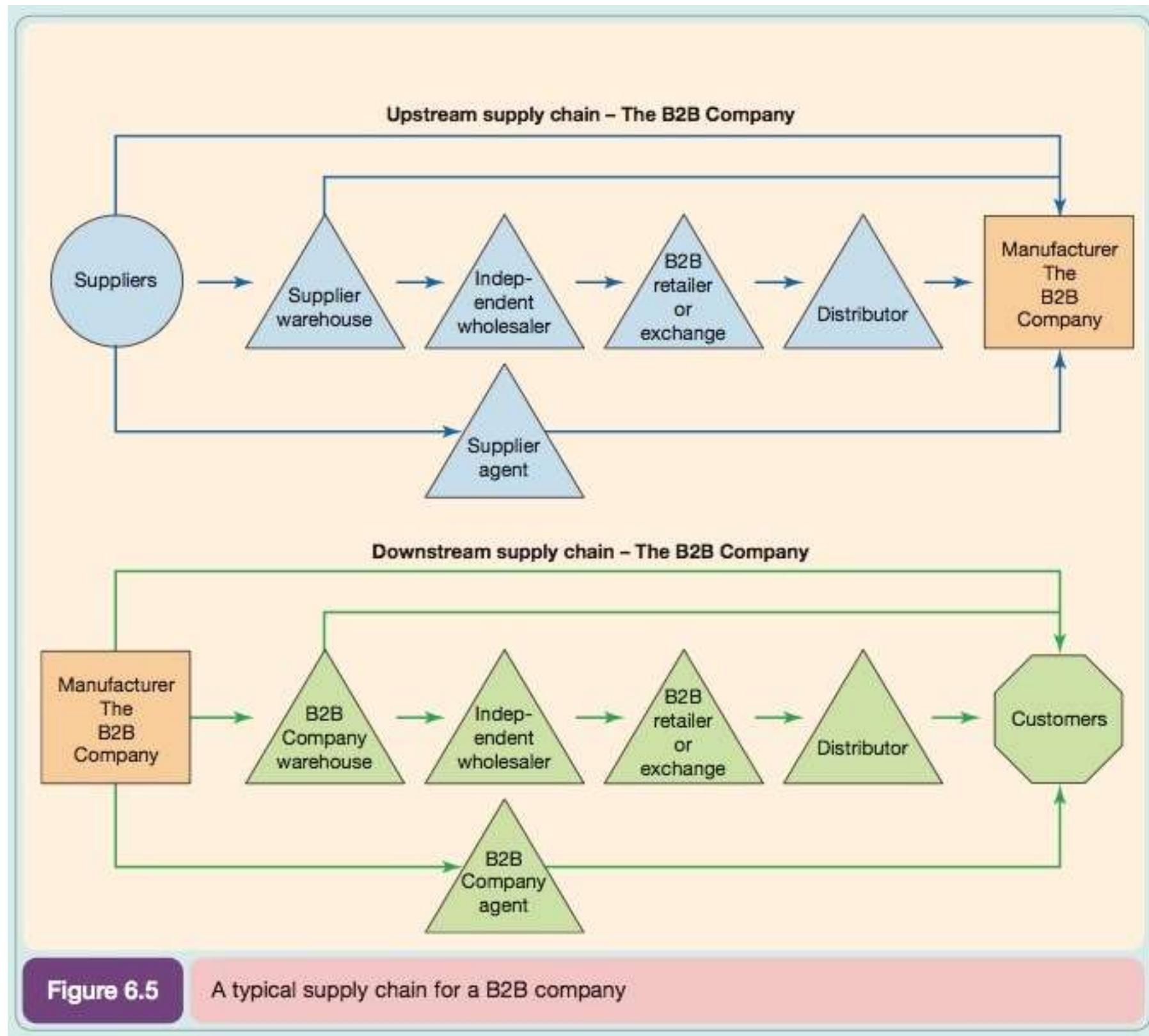
2012 Service and Quality online survey

11 September 2012

Thank you to all our customers who participated in the "Service & Quality" survey on-line during July. We had an excellent response and are pleased to announce the winners of the three \$500 Westfield gift vouchers (shown above):

- Catherine Bray from Oxycut
- Alan Ellis from Mordek, and
- Ray Nicols from Dexion

Feedback to customers on the survey has commenced and will continue over the next few weeks.

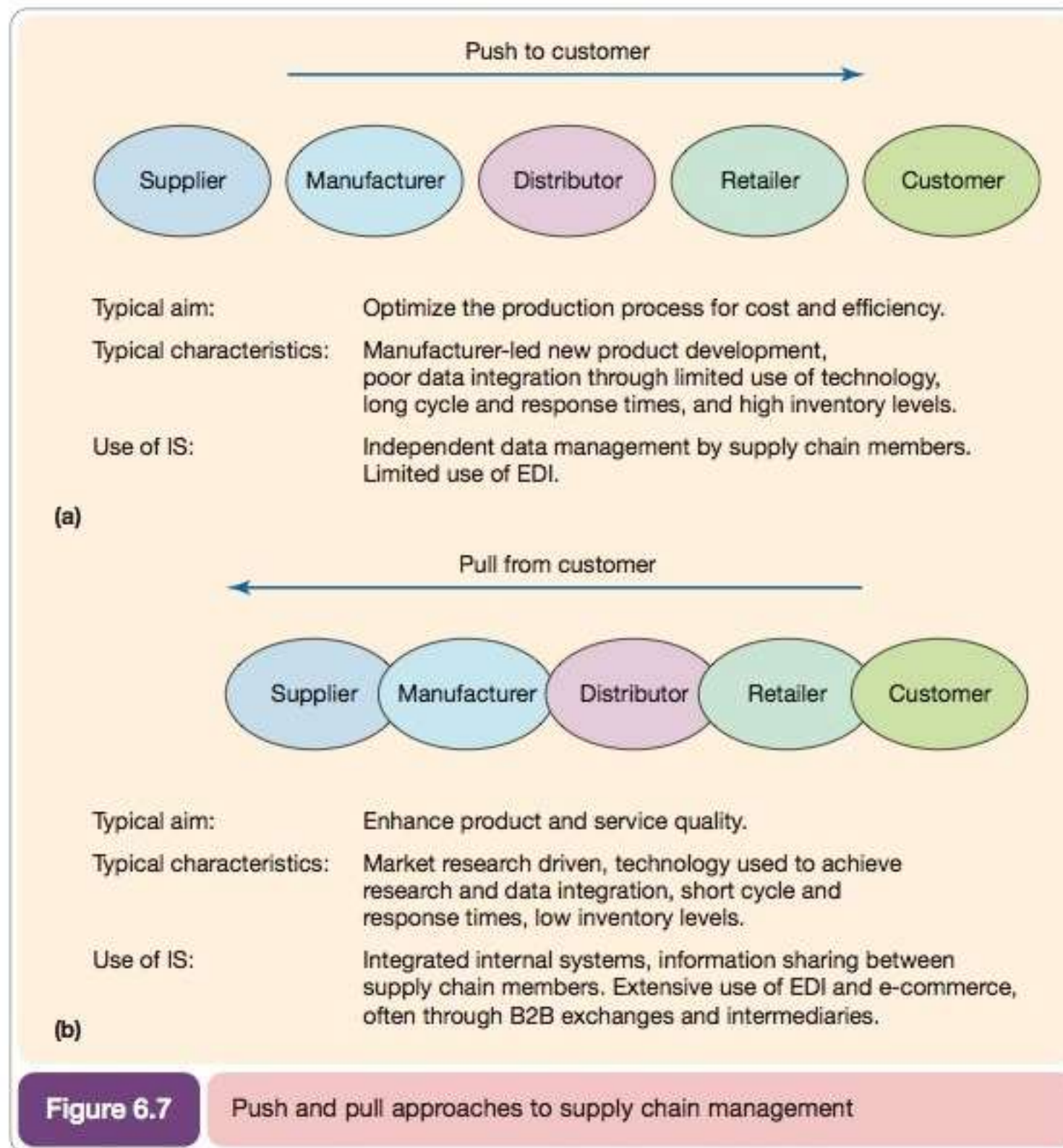


Push and Pull SCM

A change in supply chain thinking, and also in marketing communications thinking, is the move from push models of selling to pull models or to combined push–pull approaches.

The **push model** is illustrated by a manufacturer who perhaps develops an innovative product and then identifies a suitable target market. A distribution channel is then created to push the product to the market. This situation is shown in Figure 6.7(a)

The alternative approach consistent with ECR is the **pull model**, which is focused on the customer's needs and starts with analysis of their requirements through market research and close cooperation with customers and suppliers in new product development Figure 6.7(b)



การบูรณาการในห่วงโซ่อุปทาน

(Supply Chain Integration)

- ❖ การบูรณาการกระบวนการภายในทางธุรกิจให้เป็นแบบไร้รอย ต่ เชื่อม ไร้ความสูญเสีย และมีความยืดหยุ่น ใช้นโยบายการ ทำงานแบบข้ามสายงาน ลดกระบวนการและขั้นตอนการทำงาน ที่ไม่จำเป็น
- ❖ การบูรณาการกับกระบวนการภายนอก นั่นคือบูรณาการกับ กระบวนการของลูกค้าที่สำคัญและผู้จัดหา วัตถุดิบที่สำคัญให้เข้า กับกระบวนการภายในของบริษัทอย่างมีประสิทธิภาพ และไร้ รอยต่ เชื่อม ซึ่งจะส่งผลให้ สามารถตอบสนองความต้องการของ ลูกค้าได้อย่างยืดหยุ่น และ รวดเร็ว ขณะที่ต้นทุนลดลง

การบูรณาการในห่วงโซ่อุปทาน

(Supply Chain Integration)

- ❖ การบูรณาการทางเทคโนโลยีการสื่อสารและสารสนเทศ เพื่อให้การแลกเปลี่ยนและประสานข้อมูลข่าวสารภายในองค์กร และระหว่างองค์กรเป็นไปอย่าง ถูกต้อง รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ เทคโนโลยีที่นิยมใช้กัน
- ❖ ได้แก่ ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (E-bussiness) การแลกเปลี่ยน ข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Interchange- EDI) การส่งจดหมายทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) บาร์โค้ด (Bar Code) การชี้บ่งตำแหน่งด้วยคลื่น ความถี่วิทยุ (Radio Frequency Identification- RFID) อินเทอร์เน็ต อินทราเน็ต ซอฟต์แวร์การวางแผน ทรัพยากรวิสาหกิจ (Enterprise Resource Planning- ERP) เป็นต้น

ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (E-bussiness)



การแลกเปลี่ยน ข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์

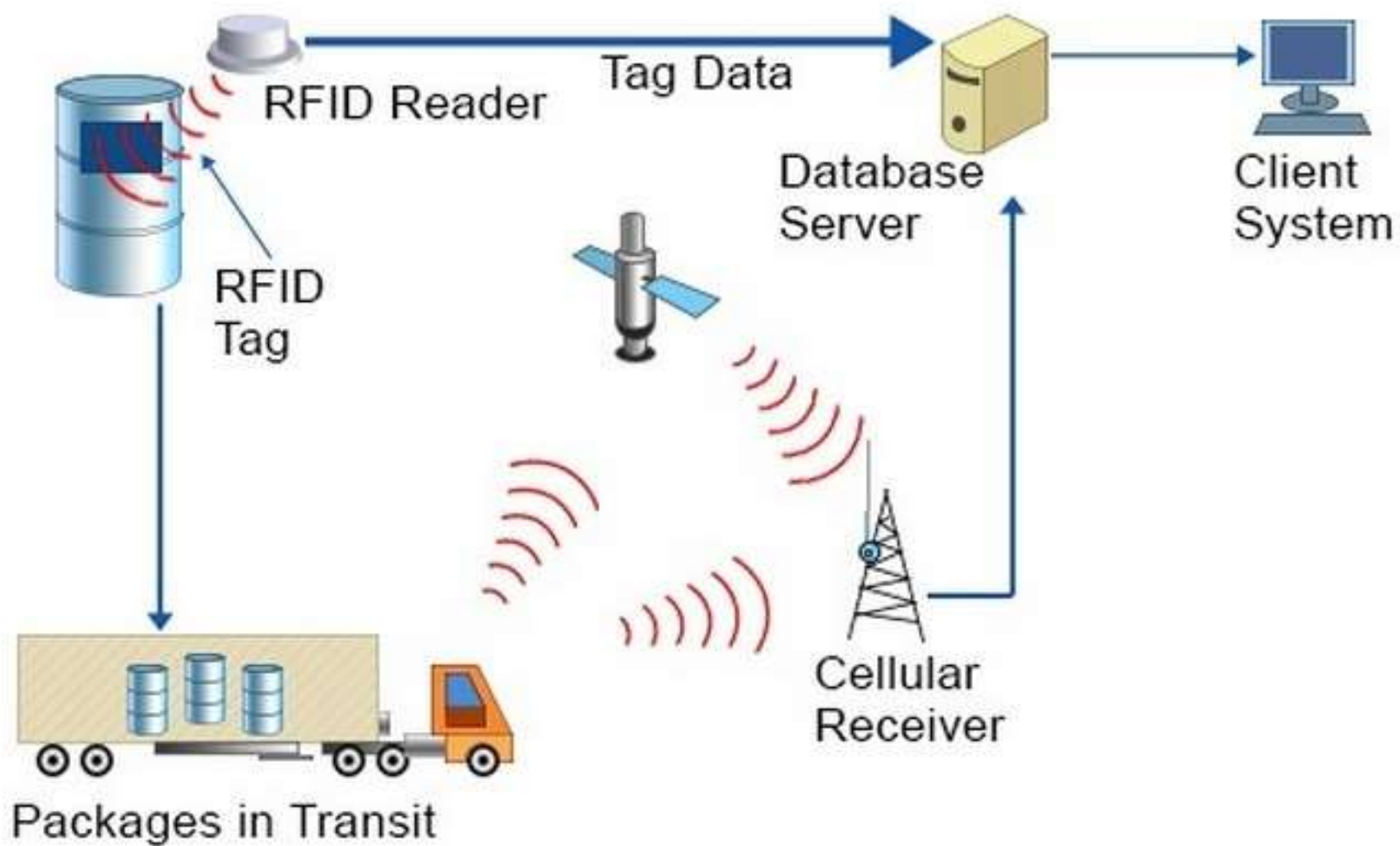
Electronic-Data-Interchange



บาร์โค้ด(Bar Code)

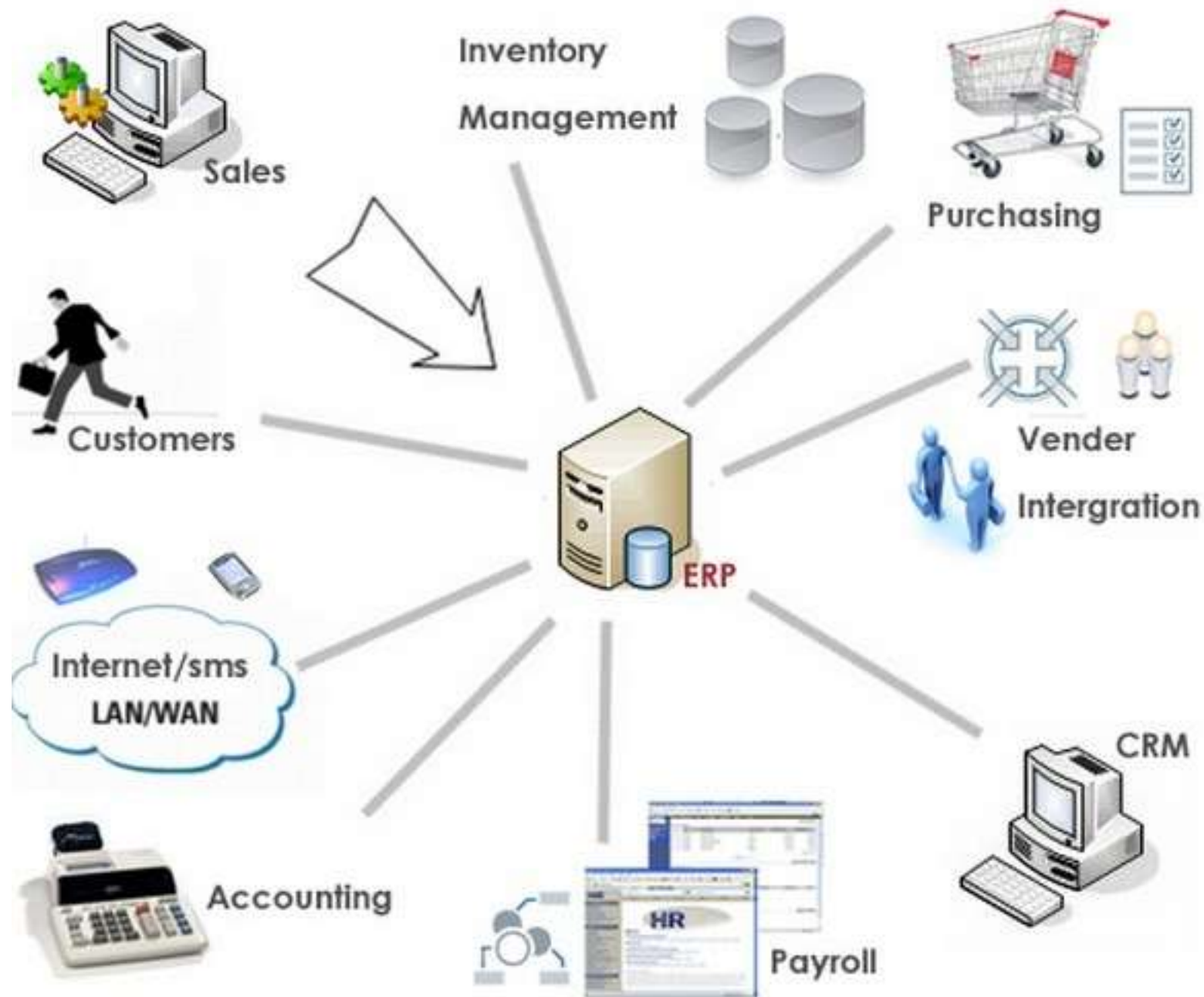


การชี้บ่งตำแหน่งด้วยคลื่น ความถี่วิทยุ
(Radio Frequency Identification- RFID)



การวางแผน ทรัพยากรวิสาหกิจ

(Enterprise Resource Planning- ERP)



Value chains

value chain (VC) is a well-established concept for considering key activities that an organization can perform or manage with the intention of adding value for the customer as products and services move from conception to delivery to the customer (Porter, 1980).

The value chain is a model that describes different value-adding activities that connect a company's supply side with its demand side. We can identify an *internal value chain* within the boundaries of an organization and an *external value chain* where activities are performed by partners.

By analysing the different parts of the value chain managers can redesign internal and external processes to improve their efficiency and effectiveness. Benefits for the customer are created by reducing cost and adding value to customers:

- within each element of the value chain such as procurement, manufacture, sales and distribution;
- at the interface between elements of the value chain such as between sales and distribution. In equation form this is:

$$\text{Value} = (\text{Benefit of each VC activity} - \text{Its cost}) + (\text{Benefit of each interface between VC activities} - \text{Its cost})$$

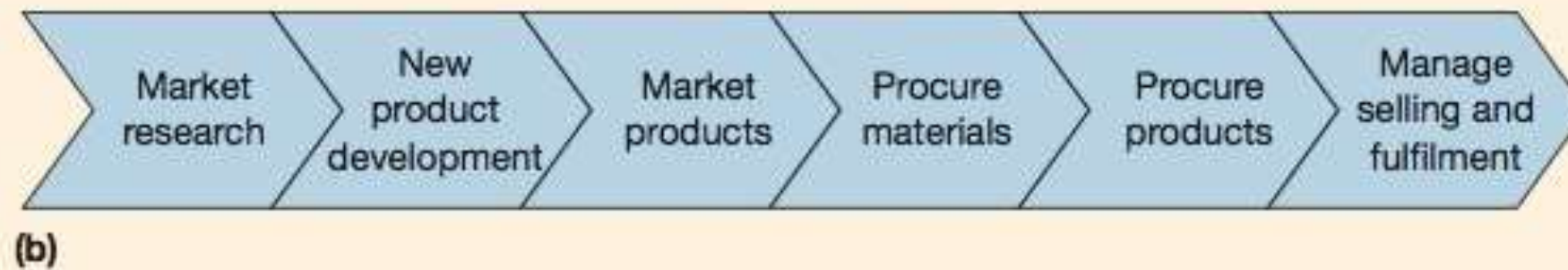
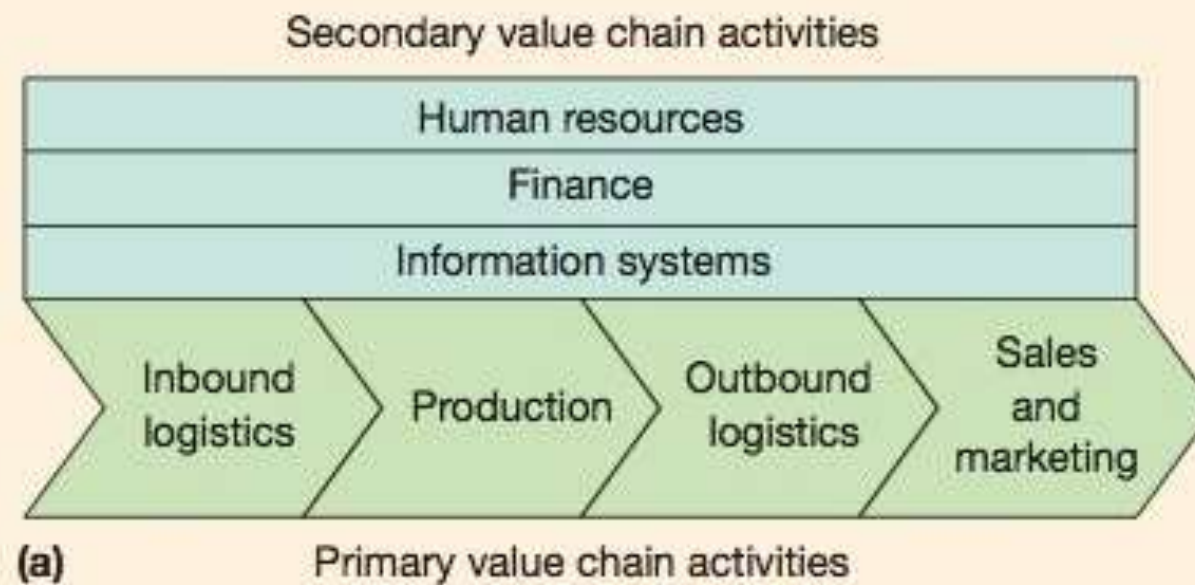
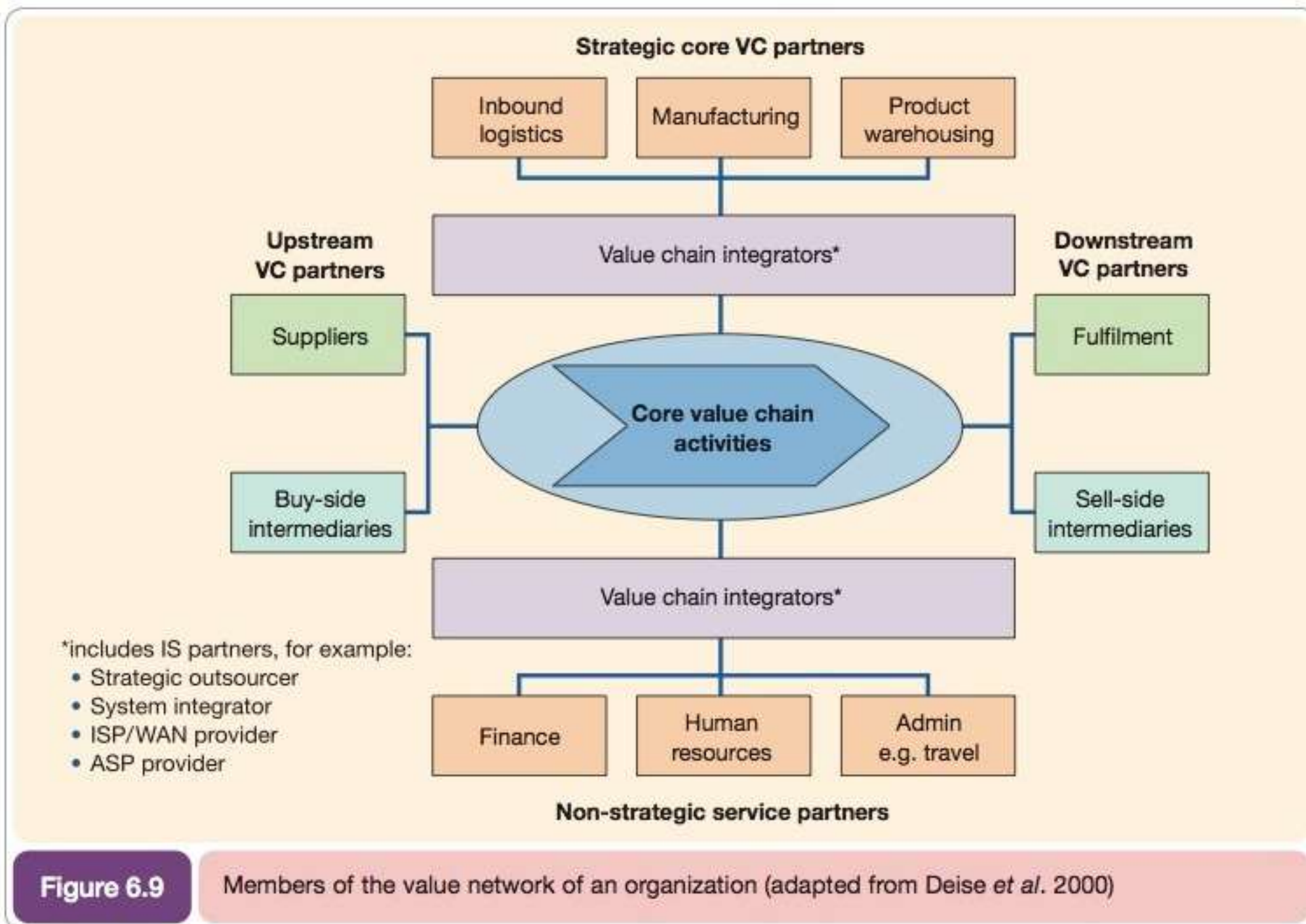


Figure 6.8

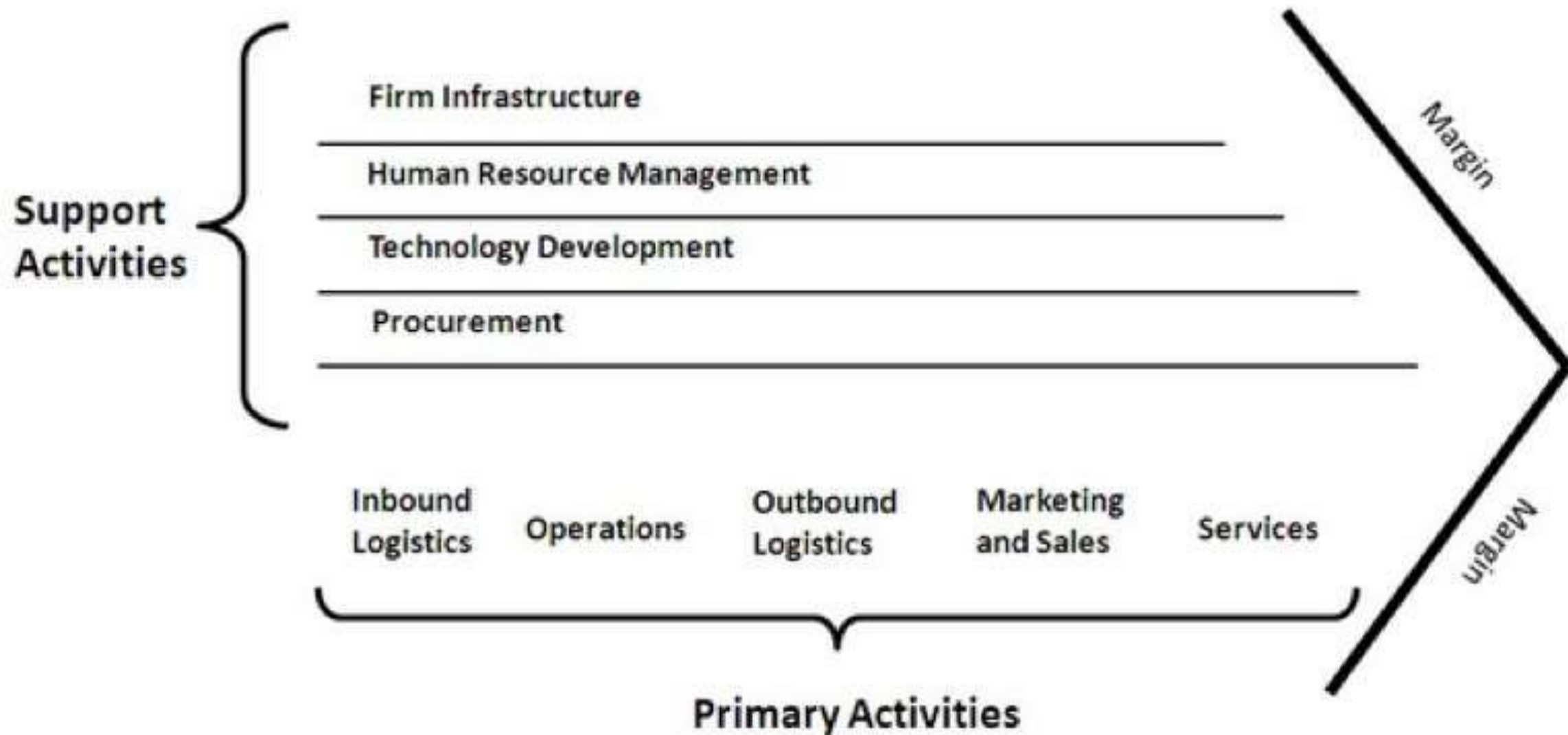
Two alternative models of the value chain: (a) traditional value chain model, (b) revised value chain model

Source: Figure 6.4(b) adapted from Deise *et al.* (2000)



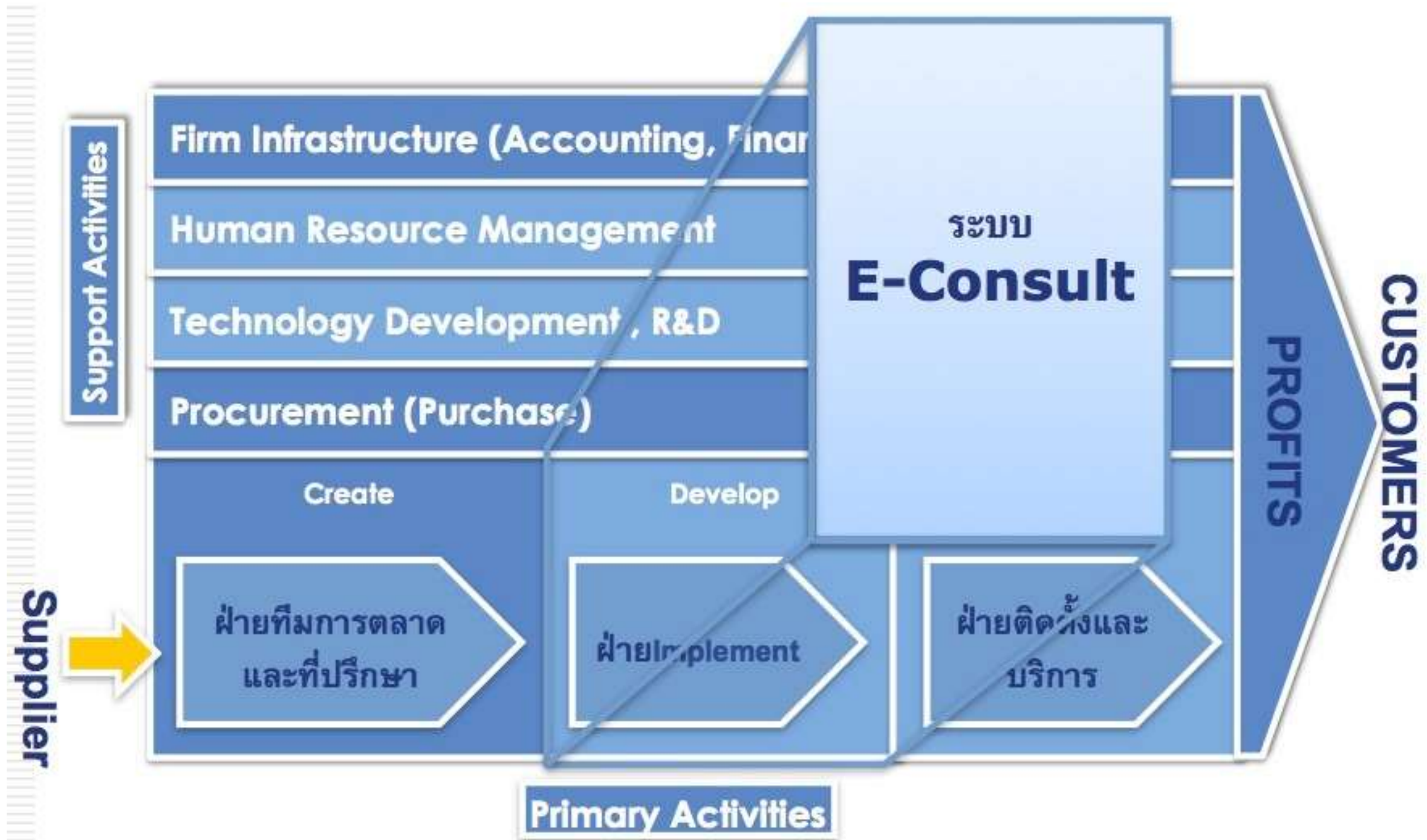
Value Chain ห่วงโซ่คุณค่า

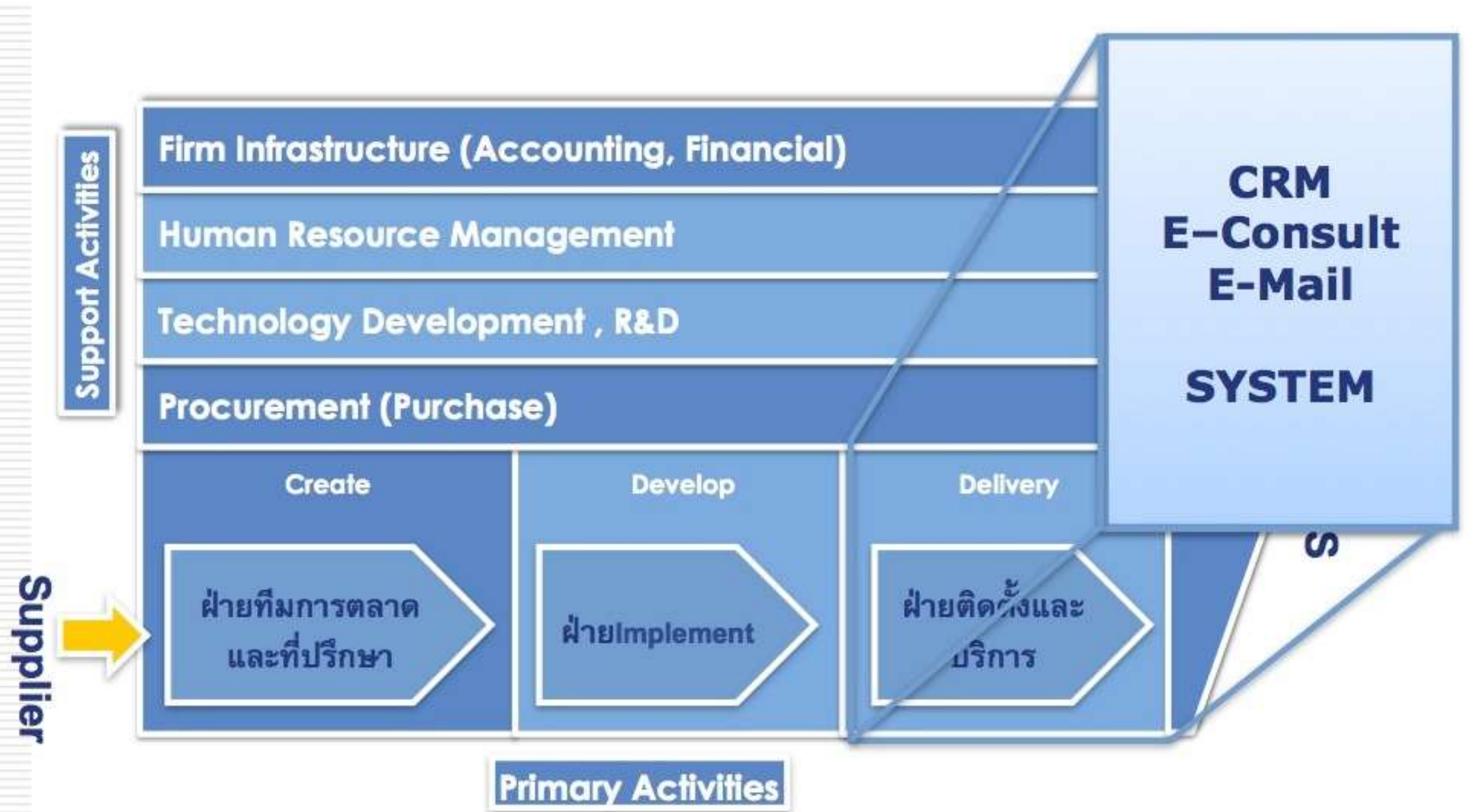
THE VALUE CHAIN M.E. Porter (1980)



ตัวอย่าง

การนำ **Value Chain** มาวิเคราะห์
เพื่อนำ **IT** มาบูรณา ให้กับองค์กร







การนำระบบสารสนเทศไปใช้ในการจัดการ

Supply Chain Management

คือ การจัดการเชื่อมกิจกรรมต่างๆที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ผลิต (Supplier) ผู้จัดจำหน่าย (Distributor) และลูกค้า (Customer)

กลยุทธ์ทางด้าน Supply Chain นั้นได้แก่ ความพยายามที่จะผูกลูกค้า ผู้ผลิต หรือผู้จัดจำหน่ายกับธุรกิจ เรียกว่า Lock-in Customers หรือ Lock-in Suppliers เพื่อให้เกิดค่าใช้จ่ายใน การเปลี่ยนไปทำธุรกิจกับผู้อื่น (Switching Cost) มีสูงขึ้น

