

การจัดการความสัมพันธ์ของผู้จัดหาวัตถุดิบของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ เขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

Influence of Supplier Relationship Management on Operational Performance of Modern in Muang District, Khon Kaen Province

วันเพ็ญ เพ็งสมบุญ¹, สวรรค์ลม สุทธิอาจ², จรติมา ทาทอง³,

ศุภรัตน์ อัครพิสิฐวงศ์⁴, และ วลัยประภา ภิรมย์ภักดิ์⁵

Wanpen Pengsomboon¹, Sawanlom Suthiarj², Janthima Tathong³,

Suparat Autpisitwong⁴, and Wanprapha Piromphat⁵

สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

Logistics Management Program, Faculty of Business Administration, Bangkok Thonburi University

¹E-mail; wanpen.pengsomboon@hotmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2313-4012>

²E-mail; sawanlom.1234@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7300-0077>

³E-mail; jantima.tom@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2537-1492>

⁴E-mail; suparat.aug@hotmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5552-7171>

⁵E-mail; wanprapha.pirom@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5597-6911>

Received 20/10/2022

Revised 22/10/2022

Accepted 25/10/2022

บทคัดย่อ

ปัจจุบันธุรกิจอาหารสดมีปริมาณความต้องการที่เพิ่มขึ้น สาเหตุหนึ่งมาจากการขยายตัวของธุรกิจร้านอาหารทั้งในและต่างประเทศ สำหรับต่างประเทศก็มีการขยายความร่วมมือทางเศรษฐกิจในภูมิภาคใกล้เคียงมากขึ้น ส่งผลให้มีการขยายพื้นที่เพาะปลูกเพิ่มขึ้น เพื่อเร่งผลิตสินค้าให้เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการจัดการความสัมพันธ์ของผู้จัดหาวัตถุดิบของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ประสิทธิภาพการทำงาน ลักษณะธุรกิจ จำนวนพนักงานตำแหน่ง และศึกษาปัจจัยด้านความสัมพันธ์ของผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดการความสัมพันธ์ของผู้จัดหาวัตถุดิบของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ เครื่องมือที่ใช้เป็นการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 25 ชุด และใช้การสัมภาษณ์โดยตรงจาก ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกสมัยใหม่ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างของร้านค้าปลีก จำนวน 25 ร้าน ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 1 - 5 ปี เป็นเจ้าของกิจการคนเดียว และมีรายได้ส่วนต่อหัวระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ค่า significance ของตัวแปร ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ลักษณะธุรกิจ และรายได้เฉลี่ย/เดือน มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ลักษณะธุรกิจ และรายได้เฉลี่ย/เดือน มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดการความสัมพันธ์ของผู้จัดหาวัตถุดิบของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ไม่แตกต่างกัน ผล

[787]

การทดสอบสัมประสิทธิ์การถดถอย พบว่า มีตัวแปรอิสระเพียง 1 ตัวเท่านั้นที่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อประสิทธิภาพการจัดซื้อของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ คือ การจัดส่งและขนส่ง โดยค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์เท่ากับ ร้อยละ 84.2 ส่วนที่เหลือ อีกร้อยละ 15.8 คือ ปัจจัยอื่นนอกเหนือจากที่ได้กล่าวมา คือ ปัจจัยอื่นนอกเหนือจากที่ได้กล่าวมา โดยสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้ $y = 0.173 + 0.936$ การจัดส่งและขนส่ง ซึ่งจากผลการวิจัยผู้ประกอบการต้องเน้นการจัดส่งและขนส่งให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น จะทำให้ผู้จัดหาวัตถุดิบสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างแม่นยำขึ้น และผู้จัดหาวัตถุดิบจะสามารถจัดส่งสินค้าได้ตรงตามจำนวนและทันตามเวลาที่ลูกค้าต้องการ จะส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดซื้อของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

คำสำคัญ: ประสิทธิภาพการจัดการความสัมพันธ์; ผู้จัดหาวัตถุดิบ; ร้านค้าปลีกสมัยใหม่; สถานที่ตั้ง; การขนส่ง

Abstract

Currently, the fresh food business has an increasing demand due to the expansion of the restaurant business both domestically and internationally. For foreign countries, there has been an expansion of economic cooperation in neighboring regions, resulting in the expansion of more arable land to accelerate the production of products to meet the market demand. Thus, the objective of this research is to manage supplier relationships of modern retailers. in Muang District, Khon Kaen Province by studying personal factors Work experience, type of business, number of employees, and position, and studying the supplier relationship factors that influence the effectiveness of the supplier relationship management efficiency of modern retailers. The tool used was collecting data from a sample of 25 sets and using direct interviews. Modern Retail Operator's Data were analyzed by statistics used were percentage, mean, and standard deviation. The statistics used for hypothesis testing were One-Way ANOVA and Multiple Regression Analysis. From a sample of 25 retail stores, most of them have a business period of 1 - 5 years and are sole proprietorships. and have a personal income of between 20,001 – 30,000 baht The hypothesis test found the significance of the variable, the duration of the business, the nature of the business, and the average income per month. The value is greater than the level of significance 0.05 indicates that the duration of the business, the nature of the business, and the average income per month. It affects the efficiency of the supplier relationship management of modern retailers no different. The regression coefficient test found that only one independent variable had a significant effect on the purchasing efficiency of modern retailers, namely shipping and logistics. The forecast coefficient was 84.2%, and the remaining 15.8% were factors other than those mentioned above, namely, factors other than those mentioned above. The forecast equation can be written as $y = 0.173 + 0.936$ Shipping and

[788]

Citation: วันเพ็ญ เพ็งสมบุญ, สวรรค์สม สุทธิอาจ, จรติมา ทาทอง, ศุภรัตน์ อัครพิสิฐวงศ์, และ วลัยประภา ภิรมย์ภักดิ์. (2565). การจัดการความสัมพันธ์ของผู้จัดหาวัตถุดิบของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ เขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. วารสารสหวิทยาการวิจัยและวิชาการ, 2 (5), 787-800

Pengsomboon, W., Suthiarj, S., Tathong, J., Autpisitwong, S., & Piromphat, W., (2022). Influence of Supplier Relationship Management on Operational Performance of Modern in Muang District, Khon Kaen Province. Interdisciplinary Academic and Research Journal, 2 (5), 787-800; DOI:

<https://doi.org/10.14456/iarj.2022.125>

transportation According to the research results, entrepreneurs must focus on more efficient delivery and logistics. This will enable raw material suppliers to respond more precisely to the needs of customers. And the raw material suppliers will be able to deliver the products in exactly the quantity and time the customers need. This will affect the purchasing efficiency of modern retailers to be more efficient.

Keywords: Relationship Management Efficiency; Raw Material Suppliers; Modern Retail; Location; Logistics

บทนำ

การจัดซื้อ (Purchasing) เป็นสิ่งสำคัญที่นำมาช่วยทางด้านลดต้นทุน ลดความเสี่ยง ซึ่งในการบริหารจัดการก็เล็งเห็นถึงความสำคัญที่จะต้องมีการจัดการในการจัดซื้อวัตถุดิบ (Purchasing Materials) และการจัดหาวัตถุดิบ (Supply Materials) ที่มีคุณภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนไปจากการเน้นที่ราคา (Price) ไปเป็นคุณภาพที่ดี โดยในการจัดซื้อ (Purchasing) และการจัดหาจะต้องมีกระบวนการเพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกวัตถุดิบ และตัดสินใจเลือกผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ (Supplier) ที่มีคุณภาพในราคาที่ยอมรับได้ และที่สำคัญจะต้องมีระบบที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพ ของวัตถุดิบ และตัวผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ (Supplier) เพื่อลดและป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากความไม่แน่นอนในความเสี่ยงทางธุรกิจ การจัดการธุรกิจในยุคนี้ จึงไม่ใช่เพียงแค่มีการดำเนินงานให้เกิดการซื้อขายและบริการเท่านั้น แต่โจทย์หลักของธุรกิจนอกจากจะเป็นเรื่องของการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมแล้ว ยังต้องเข้าใจในเรื่องของการจัดการโลจิสติกส์ และซัพพลายเชนด้วย เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้อยู่รอดท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้ดีกว่าคู่แข่งด้วย

ปัจจุบันธุรกิจอาหารสดมีปริมาณความต้องการที่เพิ่มขึ้น สาเหตุหนึ่งมาจากการขยายตัวของธุรกิจร้านอาหารทั้งในและต่างประเทศ สำหรับต่างประเทศก็มีการขยายความร่วมมือทางเศรษฐกิจในภูมิภาคใกล้เคียงมากขึ้น ส่งผลให้มีการขยายพื้นที่เพาะปลูกเพิ่มขึ้น เพื่อเร่งผลิตสินค้าให้เพียงพอต่อความต้องการของตลาด โดยเฉพาะตลาดการค้าภายในประเทศ ซึ่งมีทั้งค้าส่งและค้าปลีกภายในประเทศที่มีการสร้างรายได้และเงินในระบบหมุนเวียนในระบบจำนวนมาก รวมถึงห้างร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern trade) ที่มีสาขาอยู่ทั่วประเทศ จากความไม่แน่นอนที่ส่งผลกระทบทั้งปริมาณสินค้าและกระบวนการผลิตที่ไม่สามารถส่งต่อให้ลูกค้าได้ตรงตามความต้องการ และปัญหานี้มีแนวโน้มปรับเปลี่ยนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ตัวขับเคลื่อนอื่นที่มีบทบาทต่อการจัดการความเสี่ยง เช่น ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบกระบวนการจัดซื้อ ข้อขัดแย้งระหว่างผู้ซื้อและผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบและการพัฒนาผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ

จะเห็นได้ว่า การศึกษาถึงการจัดการความสัมพันธ์กับผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบส่งผลต่อผลการดำเนินการด้านการจัดซื้อจัดหาของอาหารสดในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ การศึกษานี้ มีความสำคัญต่อกลุ่มผู้ผลิตอาหารสดหรือเกษตรกรผู้ผลิตผักและผลไม้ เนื่องจากการส่งเสริมรายได้กลุ่มเกษตรกรผู้ส่งสินค้าให้กับร้านค้าปลีกและ

[789]

Citation: วันเพ็ญ เพ็งสมบูรณ์, สวรรค์สม สุทธิอาจ, จรติมา ทาทอง, ศุภรัตน์ อัครพิสิฐวงศ์, และ วลัยประภา ภิรมย์ภักดิ์. (2565). การจัดการความสัมพันธ์ของผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ เขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. วารสารสหวิทยาการวิจัยและวิชาการ, 2 (5), 787-800

Pengsomboon, W., Suthiarj, S., Tathong, J., Autpisitwong, S., & Piromphat, W., (2022). Influence of Supplier Relationship Management on Operational Performance of Modern in Muang District, Khon Kaen Province. Interdisciplinary Academic and Research Journal, 2 (5), 787-800; DOI:

<https://doi.org/10.14456/iarj.2022.125>

เพิ่มรายได้ในชุมชนตัวเอง ในขณะที่ร้านค้าปลีกสมัยใหม่นั้น จะมีการเตรียมความพร้อมในการจัดการความเสี่ยงทุกสถานการณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันที่ส่งผลกระทบต่อผลลัพธ์ของการวัดค่าในมุมมองการจัดการด้านการจัดซื้อจัดหา (Procurement performance) ในส่วนของสินค้าอาหารสด ที่มีอายุการเก็บรักษาสั้น สูญเสียเร็ว และง่ายต่อการบอบสลาย (Perishable goods) เพื่อให้ธุรกรรมต่างๆไหลคล่องไปตามวงจรแต่ละระดับนั้น ต้องมีการจัดการความเสี่ยงให้ครบทั้งกระบวนตั้งแต่ต้นน้ำ (Upstream) ไปตลอดจนเสร็จสิ้นที่ปลายน้ำ (Downstream) ต้องอาศัยความร่วมมือจากการสร้างความสัมพันธ์ผู้จัดหาวัตถุดิบเพื่อเตรียมความพร้อมและหวังผลให้เป็นไปตามการคาดการณ์ที่แม่นยำหรือใกล้เคียงกับผลลัพธ์ที่คาดการณ์ล่วงหน้าไว้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยความสัมพันธ์ของผู้จัดหาวัตถุดิบ ของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อนำเสนอปัจจัยความสัมพันธ์ของผู้จัดหาวัตถุดิบ ของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่น

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการความสัมพันธ์ของผู้จัดหาวัตถุดิบของร้านค้าปลีกสมัยใหม่

การพัฒนาการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าขั้นพื้นฐานเป็นการสร้างความสัมพันธ์โดยได้มีการกำหนดนิยามว่าเป็นการสร้างกิจกรรมที่ประกอบด้วย การติดต่อ การรักษา และการเพิ่มความสัมพันธ์กับลูกค้า ความสำคัญกับความสัมพันธ์ในบริบทการตลาด คำนิยามสำหรับการตลาดว่า “เพื่อรักษา และเพิ่มความสัมพันธ์กับลูกค้าและหุ้นส่วนอื่นๆ ซึ่งรวมถึงความเป็นหุ้นส่วน” นี้จะทำได้โดยการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันและการปฏิบัติตามสัญญา “อย่างไรก็ตามแม้ว่าคำว่า "CRM" และ "การตลาดเชิงสัมพันธ์" เป็นเรื่องค่อนข้างใหม่ โดยนักการตลาดยังมุ่งเน้นไปที่กลยุทธ์การรักษาฐานลูกค้าที่ช่วยเพิ่มรายได้และผลกำไร

การจัดการความสัมพันธ์กับผู้จัดหาวัตถุดิบ ความสัมพันธ์กับผู้จัดหาวัตถุดิบคือ การที่ลูกค้าและผู้จัดหาวัตถุดิบมีการพัฒนาความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดและในระยะยาวร่วมกันแบบพันธมิตร (Partnership) สิ่งสำคัญระหว่างสมาชิกคือ ต้องมีความไว้วางใจเชื่อใจระหว่างกันและกัน ในการแลกเปลี่ยนข้อมูล และแบ่งปันผลประโยชน์ร่วมกันและร่วมมือกันในการจัดการความเสี่ยง การจัดการความสัมพันธ์กับผู้จัดหาวัตถุดิบมักจะเชื่อมโยงในระบบการจัดการ การจ่ายเงิน การประเมินกับผู้จัดหาวัตถุดิบและการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้จัดหาวัตถุดิบ (Buyer and supplier relationship) มีการวิจัยเกี่ยวกับการจัดการความสัมพันธ์กับผู้จัดหาวัตถุดิบในขั้นตอนการดำเนินงานของธุรกิจขนาดใหญ่ โดยการนำเสนอ

[790]

โครงสร้างความสัมพันธ์กับผู้จัดหาวัตถุดิบเช่น การพัฒนา การรักษาไว้ รวมถึงการปฏิบัติตามข้อตกลง (Product Service Agreement : PSAs) ระหว่างองค์กรและผู้จัดหาวัตถุดิบการจัดการความสัมพันธ์กับผู้จัดหาวัตถุดิบ(Supplier Relationship Management : SRM) ต้องร่วมกันกับ การจัดการความสัมพันธ์ของลูกค้า (Customer Relationship Management : CRM) เพื่อให้ครบทั้งโซ่อุปทาน (Supply chain) ระหว่าง ความเกี่ยวข้อง ความสัมพันธ์ ที่ส่งผลต่อผลประโยชน์ขององค์กรนโยบายของผู้ซื้อ

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประเมินประสิทธิภาพการจัดซื้อ

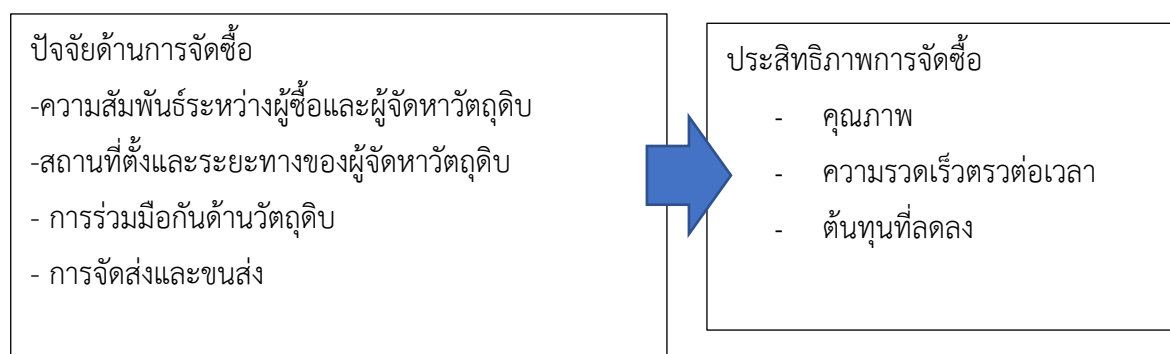
มีผู้ให้ความหมายและคำจำกัดความที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อไว้ดังนี้

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2540) ได้ให้ความหมายของการจัดซื้อไว้ว่า เป็นกระบวนการที่บริษัทต่าง ๆ ทำสัญญากับบุคคลฝ่ายที่สามเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการที่ต้องการ เพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ของธุรกิจอย่างมีจังหวะเวลา และมีต้นทุน (Cost) ที่มีประสิทธิภาพ

อรุณ บริรักษ์ (2556) กล่าวถึงความหมายของการจัดซื้อจัดหา (Procurement) โดยเรียบเรียงจาก คำบรรยายของ ดร.วิทยา สุหฤทธารัง ไว้ คือ กระบวนการที่บริษัทหรือองค์กรต่างๆ ตกลงทำการ ซื้อขายเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการที่ต้องการเพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ของธุรกิจอย่างมีจังหวะเวลาและมีต้นทุน (Cost) ที่เหมาะสม โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพปริมาณที่ถูกต้อง ตรงตามเวลาที่ ต้องการ ในราคา (Price) ที่เหมาะสมจากแหล่งขายที่มีความน่าเชื่อถือ

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การจัดการความสัมพันธ์ของผู้จัดหาวัตถุดิบของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องจาก กิรณา แก้วสุน, ไกรชิต สุตะเมือง (2559) พรหมภัสสร บุญญบาล, วรินทร์ วงษ์มณี (2560) สิริวรรณ คงตุ้ง, ชิตพงษ์ อัยสานนท์ (2563) และ สุกัญญา ทำทอง (2556) ผู้วิจัยได้ออกแบบกรอบแนวคิดวิจัยดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดวิธีการวิจัย

[791]

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การจัดการความสัมพันธ์ของผู้จัดหาวัตถุดิบของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ผู้วิจัยออกแบบระเบียบวิธีการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ร้านค้าปลีกจำนวน 25 ร้าน ในอำเภอเมืองขอนแก่น

2. ตัวแปรที่ศึกษา

2.1 ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยด้านการจัดซื้อ ได้แก่ (1) ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้จัดหาวัตถุดิบ (2) สถานที่ตั้งและระยะทางของผู้จัดหาวัตถุดิบ (3) การร่วมมือกันด้านวัตถุดิบ และ (4) การจัดส่งและขนส่ง

2.2 ตัวแปรตาม คือ ประสิทธิภาพการจัดซื้อ

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วเกี่ยวกับองค์กร ได้แก่ ซึ่งลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิด แบบให้เลือกตอบ คือ ระยะเวลาในประกอบธุรกิจ

3. 2 เป็นการถามระดับการปฏิบัติจริงเกี่ยวกับการจัดการความสัมพันธ์กับผู้จัดหาวัตถุดิบแบ่งได้เป็น 4 ด้าน ได้แก่ (1) ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้จัดหาวัตถุดิบ (2) สถานที่ตั้งและระยะทางของผู้จัดหาวัตถุดิบ (3) การร่วมมือกันด้านวัตถุดิบ และ (4) การจัดส่งและขนส่ง ซึ่งใช้คำถามปลายปิด (Close-ended Questions) แบบมาตราส่วน (Rating Scale) โดยคำตอบใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Likert Scale) 5 ระดับ ดังนี้

มากที่สุด	ให้คะแนน	5	คะแนน
มาก	ให้คะแนน	4	คะแนน
ปานกลาง	ให้คะแนน	3	คะแนน
น้อย	ให้คะแนน	2	คะแนน
น้อยที่สุด	ให้คะแนน	1	คะแนน

3.3 เป็นการถามระดับการปฏิบัติจริงเกี่ยวกับประสิทธิภาพด้านการจัดซื้อ ได้แก่ 1) คุณภาพ 2) ความรวดเร็วตรงต่อเวลา 3) ต้นทุนที่ลดลง ซึ่งใช้คำถามปลายปิด (Close-ended Questions) แบบมาตราส่วน (Rating Scale) โดยคำตอบใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Likert Scale) 5 ระดับ ดังนี้

มากที่สุด	ให้คะแนน	5	คะแนน
มาก	ให้คะแนน	4	คะแนน
ปานกลาง	ให้คะแนน	3	คะแนน
น้อย	ให้คะแนน	2	คะแนน
น้อยที่สุด	ให้คะแนน	1	คะแนน

4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

[792]

ผู้ทำวิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงรูปแบบพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลองค์กรกิจกรรมทางด้านการจัดซื้อจัดหา ได้แก่ (1) ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้จัดหาวัตถุดิบ (2) สถานที่ตั้งและระยะทางของผู้จัดหาวัตถุดิบ (3) การร่วมมือกันด้านวัตถุดิบ และ (4) การจัดส่งและขนส่ง และ ประสิทธิภาพด้านการจัดซื้อจัดหา ได้แก่ ประสิทธิภาพด้านการจัดซื้อ ได้แก่ 1) คุณภาพของสินค้า 2) ความรวดเร็วตรงต่อเวลา และ 3) ด้านต้นทุนที่ลดลง โดยได้มีการอธิบายค่าความถี่ ค่าร้อยละ และนำเสนอข้อมูลโดยจัดทำในรูปแบบตาราง ตามความเหมาะสม

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การจัดการความสัมพันธ์ของผู้จัดหาวัตถุดิบของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่น ผลการวิจัยเป็นดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
1 - 5 ปี	12	48.0
5 - 10 ปี	3	12.0
มากกว่า 10 ปี	10	40.0
รวม	25	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนทั้งสิ้น 25 ร้าน และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 1 - 5 ปี โดยมีจำนวน 12 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 48.0 มากกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.0 จำนวน 10 ร้าน และ มากกว่า 10 ปี จำนวน 3 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 12.0

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะธุรกิจ

ลักษณะธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	5	20.0
บริษัทจำกัด	2	8.0
เจ้าของกิจการคนเดียว	18	72.0
รวม	25	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีลักษณะธุรกิจ เจ้าของกิจการคนเดียวจำนวน 18 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 72.0 รองลงมา คือ ห้างหุ้นส่วนจำกัด จำนวน 5 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และ บริษัท จำกัด จำนวน 2 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 8.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	2	8.0
10,000 – 20,000 บาท	9	36.0
20,001 – 30,000 บาท	14	56.0
รวม	25	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ส่วนต่อเดือนระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมามีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 ตามลำดับ

ข้อมูลเกี่ยวกับการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการจัดซื้อ

ใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วัดระดับความคิดเห็นของตัวแทนจากร้านค้าปลีก ในฝ่ายจัดซื้อเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดซื้อ โดยใช้การแปลผลข้อมูลตามรายละเอียด ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00	=	เห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20	=	เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40	=	เห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60	=	เห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80	=	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการจัดซื้อในภาพรวม

ปัจจัยด้านการจัดซื้อ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้จัดหาวัตถุดิบ	4.04	.669	เห็นด้วยมาก	1
2. ด้านสถานที่ตั้งและระยะทางของผู้จัดหาวัตถุดิบ	4.03	.585	เห็นด้วยมาก	2
3. ด้านการจัดส่งและขนส่ง	4.01	.670	เห็นด้วยมาก	3
4. ด้านการร่วมมือกันด้านวัตถุดิบ	3.93	.638	เห็นด้วยมาก	4
รวม	4.00	.612	เห็นด้วยมาก	

จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยด้านการจัดซื้อ ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม = 4.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.612 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าระดับความคิดเห็นของตัวแทนจากร้านค้าปลีก ในฝ่ายจัดซื้อเกี่ยวกับประสิทธิภาพการจัดซื้อ ให้ระดับความสำคัญมากที่สุดในด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้จัดหาวัตถุดิบ โดยมีค่าเฉลี่ย = 4.04 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.669 รองลงมา คือ ด้านสถานที่ตั้งและระยะทางของผู้จัดหาวัตถุดิบ มีค่าเฉลี่ย = 4.03 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.585 ด้านการจัดส่งและขนส่ง มีค่าเฉลี่ย = 4.01 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.670 และด้านการร่วมมือกันด้านวัตถุดิบ ค่าเฉลี่ย = 3.93 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.638 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้จัดหาวัตถุดิบ

ด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้จัดหาวัตถุดิบ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1. เจ้าหน้าที่มีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ เช่น การตอบคำถามชี้แจงข้อสงสัย ให้คำแนะนำ ช่วยแก้ปัญหาได้	4.12	.726	เห็นด้วยมาก	1
2. ความสุภาพ กิริยามารยาทของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	4.00	.707	เห็นด้วยมาก	2
3. ความเหมาะสมในการแต่งกาย บุคลิก ลักษณะท่าทางของเจ้าหน้าที่	4.00	.707	เห็นด้วยมาก	3
รวม	4.04	.669	เห็นด้วยมาก	

จากตารางที่ 5 พบว่า ปัจจัยด้านการจัดซื้อปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้จัดหาวัตถุดิบ ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม = 4.04 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = .669 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่มีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ เช่น การตอบคำถามชี้แจงข้อสงสัย ให้คำแนะนำ ช่วยแก้ปัญหาได้ โดยมีค่าเฉลี่ย = 4.12 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = .726 รองลงมา คือ ความสุภาพ กิริยามารยาทของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ย = 4.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = .707 และความเหมาะสมในการแต่งกาย บุคลิก ลักษณะท่าทางของเจ้าหน้าที่ มีค่าเฉลี่ย = 4.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = .707

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการจัดส่งและขนส่ง

ด้านการจัดส่งและขนส่ง	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1. ร้านค้าให้ความสำคัญด้านต้นทุนในการขนส่ง	4.04	.676	เห็นด้วยมาก	1
2. ผู้จัดหาวัตถุดิบสามารถจัดส่งสินค้าได้ตรงตามจำนวนและทันตามเวลาที่ลูกค้าต้องการ	4.00	.707	เห็นด้วยมาก	2
3. ผู้จัดหาวัตถุดิบสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างแม่นยำ	4.00	.764	เห็นด้วยมาก	3
รวม	4.01	.670	เห็นด้วยมาก	

จากตารางที่ 6 พบว่า ปัจจัยด้านการจัดส่งปัจจัยด้านการจัดส่งและขนส่ง ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม = 4.01 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .670 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ร้านค้าให้ความสำคัญด้านต้นทุนในการขนส่ง โดยมีค่าเฉลี่ย = 4.04 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .676 รองลงมา คือ ผู้จัดหาวัตถุดิบสามารถจัดส่งสินค้าได้ตรงตามจำนวนและทันตามเวลาที่ลูกค้าต้องการ มีค่าเฉลี่ย = 4.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .707 และผู้จัดหาวัตถุดิบสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างแม่นยำ มีค่าเฉลี่ย = 4.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .764 ตามลำดับ

ผลการศึกษาประสิทธิภาพการจัดซื้อ

ใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วัดระดับความคิดเห็นของตัวแทนจากร้านค้าปลีก ในฝ่ายจัดซื้อ โดยการใช้การแปลผลข้อมูลตามรายละเอียด ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.21-5.00	=	เห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41-4.20	=	เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย	2.61-3.40	=	เห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81-2.60	=	เห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00-1.80	=	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประสิทธิภาพการจัดซื้อ

ประสิทธิภาพการจัดซื้อ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1. ด้านคุณภาพของสินค้า	3.96	0.689	เห็นด้วยมาก	1
2. ด้านความรวดเร็วตรงต่อเวลา	3.92	0.693	เห็นด้วยมาก	2
3. ด้านต้นทุนที่ลดลง	3.91	0.717	เห็นด้วยมาก	3
รวม	3.93	0.681	เห็นด้วยมาก	

จากตารางที่ 7 พบว่า ระดับประสิทธิภาพการจัดซื้อ ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม = 3.93 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .681 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านคุณภาพของสินค้า โดยมีค่าเฉลี่ย = 3.96 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .689 รองลงมา คือ ด้านความรวดเร็วตรงต่อเวลา มีค่าเฉลี่ย = 3.92 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .693 และ ด้านต้นทุนที่ลดลงค่าเฉลี่ย = 3.91 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .717 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านความรวดเร็วตรงต่อเวลา

ด้านความรวดเร็วตรงต่อเวลา	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1. ให้บริการด้วยความสะดวกรวดเร็วทันตามเวลาที่กำหนด	4.00	.764	เห็นด้วยมาก	1
2. ระยะเวลาในการรอก่อนได้รับบริการให้บริการ	3.92	.702	เห็นด้วยมาก	2
3. ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน และมีความคล่องตัว	3.92	.812	เห็นด้วยมาก	3
4. ให้บริการอย่างตรงต่อเวลา	3.88	.726	เห็นด้วยมาก	4
5. ขั้นตอนในการให้บริการมีความเหมาะสม	3.88	.726	เห็นด้วยมาก	5
รวม	3.92	.693	เห็นด้วยมาก	

จากตารางที่ 8 พบว่า ประสิทธิภาพการจัดซื้อ ด้านความรวดเร็วตรงต่อเวลา ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม = 3.92 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .693 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ให้บริการด้วยความสะดวกรวดเร็ว ทันตามเวลาที่กำหนด โดยมีค่าเฉลี่ย = 4.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.764 รองลงมา คือ ระยะเวลาในการรอก่อนได้รับบริการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย = 3.92 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.702 ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน และมีความคล่องตัว มีค่าเฉลี่ย = 3.92 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.812 ให้บริการอย่างตรงต่อเวลา มีค่าเฉลี่ย = 3.88 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.726 และ ขั้นตอนในการให้บริการมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย = 3.88 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.726 ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานจากการนำข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่าง สามารถสรุปผลได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลในด้าน ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ลักษณะธุรกิจ และรายได้เฉลี่ย/เดือน มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดซื้อ ของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จากการทดสอบสมมติฐาน โดยการทดสอบด้วยการทดสอบสมมติฐาน โดยการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว

[797]

One Way ANOVA เปรียบเทียบความแตกต่าง (คณบดี แยมชุตติ, ฉัตรธาร ลิ้มอุปถัมภ์, อิมานูเช เค. ซี, 2561) พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ลักษณะธุรกิจ และรายได้เฉลี่ย/เดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดซื้อ ของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 เป็นการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านการจัดซื้อที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดซื้อ ของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยเทคนิคการ วิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Stepwise Selection ที่ระดับ ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (กิรณา แก้วสุ่น และไกรจิต สุตะเมือง, 2559) พบว่า สมการถดถอยในรูปคะแนน มาตรฐานมีตัวแปรอิสระเพียง 1 ตัวเท่านั้นที่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อประสิทธิภาพการจัดซื้อ ของร้านค้าปลีก สมัยใหม่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น คือ การจัดส่งและขนส่ง

อภิปรายผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่าง ร้านค้าปลีกจำนวน 25 ร้าน ใน อำเภอเมืองขอนแก่น พบว่า ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 1 - 5 ปี เป็นเจ้าของกิจการคนเดียว และ มีรายได้ส่วนต่อเดือนระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดซื้อในภาพรวมอยู่ในระดับ เห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม = 4.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.612 โดยด้านที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้จัดหาวัตถุดิบ โดยมีค่าเฉลี่ย = 4.04 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.669 รองลงมา คือ ด้านสถานที่ตั้งและระยะทางของผู้จัดหาวัตถุดิบ มีค่าเฉลี่ย = 4.03 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.585 และ ด้านการจัดส่งและขนส่ง มีค่าเฉลี่ย = 4.01 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.670 ตามลำดับ (กิรณา แก้วสุ่น และไกรจิต สุตะเมือง , 2559) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อในทุกๆ ด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ระดับความสำคัญมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ เช่น การตอบคำถามชี้แจง ข้อสงสัย ให้คำแนะนำ ช่วยแก้ปัญหาได้ โดยมีค่าเฉลี่ย = 4.12 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = .762 รองลงมา คือ มีการให้ความสำคัญต่อสถานที่ตั้งและระยะทางของผู้จัดหาวัตถุดิบ โดยมีค่าเฉลี่ย = 4.08 ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน = .640 และร้านค้าให้ความสำคัญด้านต้นทุนในการขนส่ง มีค่าเฉลี่ย = 4.04 ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน = .676 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลการให้ระดับความสำคัญของประสิทธิภาพการจัดซื้อ พบว่า ระดับ ประสิทธิภาพการจัดซื้อ ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม = 3.93 ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน .681 (พรหมภัสสร ปุณณบาล และวรินทร์ วงษ์มณี , 2560) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านคุณภาพของสินค้า โดยมีค่าเฉลี่ย = 3.96 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .689 รองลงมา คือ ด้านความรวดเร็วตรงต่อเวลา มีค่าเฉลี่ย = 3.92 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .693 และ ด้านต้นทุน

[798]

Citation: วันเพ็ญ เพ็งสมบูรณ์, สวรรค์สม สุทธิอาจ, จรติมา ทาทอง, ศุภรัตน์ อัครพิสิฐวงศ์, และ วลัยประภา ภิรมย์ภักดิ์. (2565). การจัดการความสัมพันธ์ของผู้จัดหาวัตถุดิบของร้านค้าปลีก สมัยใหม่ เขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. วารสารสหวิทยาการวิจัยและวิชาการ, 2 (5), 787-800

Pengsomboon, W., Suthiarj, S., Tathong, J., Autpisitwong, S., & Piromphat, W., (2022). Influence of Supplier Relationship Management on Operational Performance of Modern in Muang District, Khon Kaen Province. Interdisciplinary Academic and Research Journal, 2 (5), 787-800; DOI:

<https://doi.org/10.14456/iarj.2022.125>

ที่ลดลง มีค่าเฉลี่ย = 3.91 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .717 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณารายชื่อของประสิทธิภาพการจัดซื้อในทุกๆ ด้าน (สิริวรรณ คงตุง และชิตพงษ์ อัยสานนท์, 2563) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความสามารถของผู้จัดหาวัตถุดิบในการผลิตสินค้าได้ตามมาตรฐานที่กำหนด โดยมีค่าเฉลี่ย = 4.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .707 รองลงมา คือ ให้บริการด้วยความสะดวกรวดเร็ว ทันตามเวลาที่กำหนด โดยมีค่าเฉลี่ย = 4.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .764 และ การให้ความสำคัญต่อความสามารถในการต่อรองราคาวัตถุดิบ โดยมีค่าเฉลี่ย = 3.96 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .676 ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

1. ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้จัดหาวัตถุดิบ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้จัดหาวัตถุดิบ มีการซื้อสินค้าจากผู้ผลิตหลายแหล่ง เพื่อให้กิจการมีสินค้าวัตถุดิบ อุปกรณ์ต่าง ๆ ไว้ใช้ตลอดการดำเนินธุรกิจ และจะทำให้ไม่สูญเสียรายได้ที่ควรจะได้ไป จะส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดซื้อของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

2. ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งและระยะทางของผู้จัดหาวัตถุดิบ ไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดซื้อของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในสถานที่ตั้งและระยะทางของผู้จัดหาวัตถุดิบที่เป็นวัตถุดิบที่สำคัญหรือวัตถุดิบที่มีการควบคุมอุณหภูมิ ซึ่งจะทำให้วัตถุดิบยังคงมีความสมบูรณ์ในขณะที่จำหน่ายให้แก่ลูกค้า และสามารถเติมเต็มสินค้าที่ขาดได้อย่างรวดเร็ว

3. ปัจจัยด้านการร่วมมือกันด้านวัตถุดิบ ไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดซื้อของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ เท่าที่ควร แต่ร้านค้าให้อาสาผู้จัดหาวัตถุดิบมีส่วนร่วมในการวางแผนจัดซื้อและผลิตสินค้า ซึ่งการมีการวางแผนจัดซื้อและผลิตสินค้าที่ดีจะทำให้ประหยัดต้นทุนและเวลา จะส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดซื้อของร้านค้าปลีกสมัยใหม่

4. ปัจจัยด้านการจัดส่งและขนส่ง ผู้ประกอบการต้องเน้นการจัดส่งและขนส่งให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ก็จะทำให้ปัญหาในการดำเนินการขนส่งลดลง ซึ่งการขนส่งสำคัญมากตั้งแต่ขั้นตอนแรกของการจัดซื้อวัตถุดิบ รวมถึงการขนส่งในขั้นตอนอื่นๆ จะส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดซื้อของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

ผลจากการศึกษา และค้นคว้างานวิจัยในครั้งนี้ สามารถขยายต่อไปในทัศนคติและขอบเขตของการศึกษาที่กว้างขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการอธิบายสาเหตุ และปัญหาต่างๆ ด้านการจัดการความสัมพันธ์ของผู้จัดหาวัตถุดิบ ของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. เลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดใหญ่กว่าจากการศึกษาในครั้งนี้ เช่น การเลือกศึกษาประชากรในเขตอำเภอหรือจังหวัดอื่นๆ เพื่อจะได้เห็นว่าผลการศึกษามีความแตกต่างกันอย่างไร
2. ควรศึกษาตัวแปรอิสระในปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติมนอกเหนือจากที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษามาแล้ว เช่น ด้านการบริการ ด้านสินค้าคงคลัง เป็นต้น เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาระบบการให้บริการลูกค้าที่ดียิ่งขึ้น
3. ควรเพิ่มเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลอื่น ๆ เช่น การสัมภาษณ์เจาะลึก (In depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ให้ได้รับรู้ถึงข้อมูลเชิงลึก เพื่อจะนำมาพัฒนาการจัดการความสัมพันธ์ของผู้จัดหาวัตถุดิบ ให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้นและตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคมากยิ่งขึ้นต่อไปในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- กิริณา แก้วสุน, ไกรชิต สุตะเมือง. (2559). อิทธิพลของการจัดการความสัมพันธ์กับผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีต่อผลการดำเนินการด้านการจัดซื้อจัดหาผักและผลไม้สดในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- คนบตี แยมชุตติ, ฉัตรธาร ลิ้มอุบลรัตน์, อิมานู เค. ซี (2561). ผลกระทบของการสร้างพันธมิตรในการจัดซื้อต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในการจัดซื้อของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี, 27 (1), 146-156.
- พรหมภัสสร ปุญญบาล, วรินทร์ วงษ์มณี. (2560). การเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการจัดซื้อเพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองกับซัพพลายเออร์ กรณีศึกษา บริษัท เอบีซี เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต.
- สิริวรรณ คงตุ้ง, ชิตพงษ์ อัยสานนท์. (2563). การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารการจัดซื้อ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.
- สุกัญญา ทำทอง. (2556). การศึกษาการควบคุมภายในวงจรการจัดซื้อของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเชียงใหม่. วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ, 2 (1), 101-113.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2540). การจัดซื้อ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรุณ บริรักษ์ (2553). Warehouse & inventory 2; Logistics case study in Thailand ; เล่มที่ 14. กรุงเทพฯ : Logistics Book,