

การวิจัยเรื่องการจัดซื้อสินค้าของธุรกิจค้าปลีกของชำร่วยขนาดเล็ก ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดซื้อสินค้าและปัญหาในการจัดซื้อสินค้าของธุรกิจค้าปลีกของชำร่วยขนาดเล็ก ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้รวบรวมโดยใช้แบบสอบถามจากผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกของชำร่วยขนาดเล็ก ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 146 ราย และนำผลที่ได้มาประมวลผล วิเคราะห์โดยใช้สถิติความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก และการทดสอบไคสแควร์ ซึ่งสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ด้านหลักการจัดซื้อสินค้า กิจกรรมจะให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพที่เหมาะสมมากที่สุด รองลงมาคือราคาที่เหมาะสม และแหล่งขายที่เหมาะสม

ด้านกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการจัดซื้อสินค้า ประกอบด้วย 9 กิจกรรม ดังนี้

- การกำหนดประเภทและชนิดของสินค้าที่จะนำมาจำหน่าย กิจกรรมส่วนใหญ่จะมีสินค้าหลากหลายประเภทแต่ในแต่ละประเภทไม่มีหลายยี่ห้อ โดยมีสินค้าเพียง 2-3 ขนาดในแต่ละยี่ห้อเท่านั้น
- การคาดคะเนความต้องการของสินค้า กิจกรรมส่วนใหญ่ผู้คาดคะเนความต้องการของสินค้าคือเจ้าของกิจการ โดยใช้ข้อมูลจากปริมาณการขายในอดีต
- การกำหนดระยะเวลาการจัดซื้อสินค้า กิจกรรมส่วนใหญ่มีการซื้อสินค้าเพื่อให้ได้จำนวนที่ถูกต้องโดยซื้อตามที่ต้องการ มีจังหวะเวลาการจัดซื้อสินค้าโดยซื้อสินค้าไว้ล่วงหน้าแต่ไม่เกินความต้องการที่คาดว่าจะมีเพื่อลดความเสี่ยงสินค้าขาดตลาด มีเหตุผลที่ซื้อเมื่อสินค้าหมดเพราะความต้องการสินค้าของลูกค้าไม่สม่ำเสมอ โดยปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณามากที่สุดคือความต้องการใช้สินค้า
- การเลือกสถานที่เก็บรักษาสินค้า กิจกรรมส่วนใหญ่เก็บสต็อกสินค้าไว้ในร้านค้าคือบนชั้นวางของ ในการดูแลการจัดเก็บสินค้าให้ความสำคัญกับอุณหภูมิ และมีค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บรักษาสินค้าคือค่าทำความสะอาดสินค้า
- การกำหนดผู้รับผิดชอบในการจัดซื้อสินค้า กิจกรรมส่วนใหญ่ใช้นโยบายการจัดซื้อแบบรวมอำนาจ โดยผู้มีอำนาจสูงสุดในงานด้านจัดซื้อคือเจ้าของกิจการ และหน้าที่และความรับผิดชอบหลักของงานด้านจัดซื้อของกิจการคือการดำเนินกระบวนการจัดซื้อ
- การจัดหาแหล่งของสินค้าเพื่อนำมาจำหน่าย กิจกรรมทั้งหมดมีการซื้อสินค้าจากแหล่งขายหลายแหล่ง เพราะต้องการมีแหล่งขายสำรองเมื่อเกิดเหตุขัดข้องกับแหล่งขายหลัก โดยปัจจัยในการเลือกแหล่งขายที่กิจการให้ความสำคัญมากที่สุดคือราคาและคุณภาพของสินค้า
- การตรวจสอบคุณลักษณะและคุณภาพของสินค้าก่อนการจัดซื้อ กิจกรรมทั้งหมดมีการตรวจสอบคุณลักษณะและคุณภาพของสินค้าขั้นต้นก่อนการจัดซื้อในเรื่องราคาขายปลีกและกำไรมากที่สุด รองลงมาคือคุณภาพของสินค้า และความมีประโยชน์ของสินค้า

- การเจรจาต่อรองและการสรุปการซื้อขาย กิจการส่วนใหญ่ได้รับส่วนลดการค้า มีระยะเวลาเฉลี่ยของการได้รับเครดิตคือ 30 วัน กิจการส่วนใหญ่ไม่มีสินค้าฝากขาย โดยประเภทสินค้าที่มีการฝากขายมากที่สุดคือขนม มีการออกคำสั่งซื้อโดยการใช้อีเมลแบบฟอร์มใบสั่งซื้อ และแจ้งคำสั่งซื้อไปยังผู้ขายโดยทางโทรศัพท์ มีการติดตามการสั่งซื้อโดยใช้โทรศัพท์ในการติดต่อ เก็บเอกสารใบเสร็จรับเงินมากที่สุดเพื่อใช้เป็นข้อมูลทางการเงินการบัญชี

- การตรวจรับและการขนถ่ายสินค้า กิจการส่วนใหญ่จะตรวจรับสินค้าเรื่องของคุณภาพและปริมาณมากที่สุด โดยใช้วิธีตรวจสอบสภาพภายนอกทั่วไปของสินค้า เมื่อพบสินค้าที่ชำรุดเสียหายจะให้ผู้ขายจัดส่งสินค้าใหม่มาทดแทน กิจการส่วนใหญ่ไม่มีสถานที่กว้างขวางเพียงพอ และใช้แรงงานคนในการยกสินค้า

ด้านปัญหาในการจัดซื้อสินค้าที่กิจการประสบมากที่สุดในการกำหนดประเภทของสินค้าที่จะนำมาจำหน่ายคือมีสินค้าไม่ครบถ้วนหรือความต้องการของลูกค้า ด้านการคาดคะเนความต้องการของสินค้าคือลูกค้ามีความต้องการที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอทำให้ไม่สามารถคาดคะเนความต้องการได้ ด้านการกำหนดระยะเวลาในการจัดซื้อคือไม่มีวิธีการคำนวณจุดสั่งซื้อที่เหมาะสม ด้านการเลือกสถานที่สำหรับจัดเก็บสินค้าคือไม่มีสถานที่เพียงพอในการจัดเก็บสินค้า ด้านการกำหนดผู้รับผิดชอบในการจัดซื้อสินค้าคือการจัดซื้อแบบรวมอำนาจทำให้การดำเนินการล่าช้า ด้านการจัดหาแหล่งของสินค้าเพื่อมาจำหน่ายสำหรับร้านค้าส่งขนาดใหญ่คือระยะเวลาการให้เครดิตสั้น ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่คือสินค้านำเข้าจากผู้ผลิตสินค้าและตัวแทนจำหน่ายสินค้าคือไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า ด้านการตรวจสอบลักษณะและคุณภาพสินค้าก่อนการจัดซื้อคือไม่มีการตรวจสอบลักษณะและคุณภาพสินค้าก่อนการจัดซื้อ ด้านการเจรจาต่อรองและสรุปการขายคือซื้อจำนวนไม่มากทำให้ไม่มีอำนาจในการต่อรองราคา และด้านการตรวจรับและการขนถ่ายสินค้าคือขาดการตรวจรับสินค้าด้านคุณภาพ

การทดสอบความสัมพันธ์ได้ผลดังนี้ กิจกรรมกระบวนการจัดซื้อที่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาเปิดดำเนินการ กิจการ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 คือ เกณฑ์การกำหนดประเภทและชนิดของสินค้า ข้อมูลในการคาดคะเนความต้องการสินค้า นโยบายการจัดซื้อของกิจการ ระยะเวลาเฉลี่ยของการได้รับเครดิต และการมีสินค้าฝากขาย

การทดสอบความสัมพันธ์ได้ผลดังนี้ กิจกรรมกระบวนการจัดซื้อที่มีความสัมพันธ์กับยอดขายต่อเดือนของกิจการ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 คือ เกณฑ์การกำหนดประเภทและชนิดของสินค้า เกณฑ์การกำหนดขนาดของสินค้าในแต่ละยี่ห้อ ผู้คาดคะเนความต้องการใช้สินค้า นโยบายจัดซื้อสินค้าเพื่อให้ได้จำนวนที่ถูกต้อง จังหวะเวลาการจัดซื้อสินค้า เหตุผลที่ซื้อเมื่อสินค้าหมด การให้ความสำคัญในการดูแลการจัดเก็บสินค้า ระยะเวลาเฉลี่ยของการได้รับเครดิต วิธีในการออกคำสั่งซื้อ วิธีการในการติดตามการสั่งซื้อ และการนำข้อมูลที่ได้รับจากการบันทึกและเอกสารที่จัดเก็บไว้มาใช้ประโยชน์

This research on “Merchandise Purchasing of Small Retail Grocery Stores in Amphoe Mueang, Changwat Chiang Mai” was conducted on the purpose of understanding the process and problems in merchandise purchasing of small retail grocery stores in Amphoe Mueang, Changwat Chiang Mai. The data was gathered from 146 small retail grocery stores’ owners by using of questionnaires, and analyzed by mean of statistical approach in term of frequency, percentage, weighted average and Chi-square test. The results were as followed :

According to merchandise purchasing principle, the right quality was the most considerable factor. Then came the right price and the right source.

Merchandise purchasing process consisted of 9 activities as followed:

- There were varieties of merchandise assortments. Nevertheless, there were only few brands for each type of merchandise and few sizes for each brand too.
- Merchandise forecasting activity was accomplished by owner in most stores, by the use of selling data in the past.
- Most stores determined the order duration time from the need of merchandise. Small amount of stock was maintained in order to prevent the shortage. Some stores had no stock of merchandise and ordered only when the merchandise were out of the shelf to prevent inconsistency of customer need. Most concerned factor in quantity and time between order was customer requirement.
- Most stores kept the stock on the store’s shelf by paying most attention to the temperature. The expense for stocking was cleaning merchandise expense.
- For identification person in charge of merchandise purchasing job, centralized purchasing policy was preferable in most stores and under controlled by owner. The main responsibility of purchasing was proceeded the purchasing process.
- For identification of supplier, most stores decided to establish connections among several suppliers to prevent merchandise shortage in case of problems occurred with the main one. Price and quality were the main factors of the supplier selection.
- Retail prices and profit were the most important factors that most stores used for considering merchandise characteristic. Quality and useful purpose of merchandise were the next factor.

- For negotiation and conclusion of purchasing process, most stores received trade discount with credit terms of 30 days and did not take consignment merchandise. Sweets was the most consignment merchandise. Purchasing orders were prepared in a purchasing form and informed to supplier by telephone. Telephone was the most preferable way to trace orders. Receipt was the most considerable document in most stores in order to use as a database for accounting and financing.

- For checking and handling, most stores checked merchandise on arrival in term of right quantity. Quality check was performed from general appearance only. Any defects found were informed to and replaced by supplier. For loading merchandise, labors were used and most stores did not have enough space.

Problem in merchandise purchasing in term of merchandise assortment was there were only few brands in the stores which did not satisfy customers. In term of merchandise forecasting, inconsistency of the customer needs was the main problem. For order duration time, there was no appropriate calculation method of re-ordering point. In term of storage, there was no enough space for stock keeping. There was a problem for identification of purchasing responsible person due to centralized purchasing which caused the delay process. The problem of identification of supplier were categorized by four sources. For large wholesale suppliers, short credit term was given. For large retail suppliers, merchandise were expensive. For manufacturer and agency, there was not enough merchandise information. For the problem of merchandise characteristic consideration, there was no plan in merchandise characteristic consideration. For the problem of negotiation and conclusion of purchasing process, the purchase quantity was not large enough to negotiate the price. Lastly, the problem of checking and handling was lack of quality check.

Merchandise purchasing process that correlated with years of operation at 0.05 level of significance were ; criteria of selection variety and type of merchandise, forecasting data, purchasing policy, credit terms and consignment merchandising.

Merchandise purchasing process that correlated with monthly sell volume at 0.05 level of significance were ; criteria of selection variety and type of merchandise, criteria of selection size for each brand, forecasting person, purchasing policy for right quantity, time between order, reason of purchasing when merchandise were out of the shelf, paying attention to stock, credit term, method to inform the order to supplier, way to trace order and the useful of purchasing document.