



ผลกระทบของโควิดที่มีต่อปริมาณการสั่งซื้อสินค้าในตลาดโป้เบ้: กรณีศึกษา
สินค้ากางเกงขาสั้น JJ club

เดชภาคิน พุทธานันท์

การศึกษารายบุคคลนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหาร

ธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานในยุคดิจิทัล

คณะวิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ.2563

**THE IMPACT OF COVID ON PURCHASING VOLME IN
THE BOBAE MARKET: A CASE STUDY OF THE JJ CLUB SHORTS
PRODUCT**

DESPAKIN PUTTANAN

A THEMATIC PAPER SUBMITTED IN PARTIAL FULLFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS
ADMINISTRATION FACULTY OF BUSINESS DHURAKIJ PUNDIT

UNIVERSJTY 2020



ใบรับรองสารนิพนธ์

วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต


หัวข้อสารนิพนธ์ ผบกระทบของโควิดที่มีต่อปริมาณการสั่งสินค้าในตลาดโป้เป้: กรณีศึกษา
สินค้ากางเกงขาสั้น JJ club

เสนอโดย เดชภาคินทร์ พุทธานันท์

สาขาวิชา การจัดการ โลจิสติกส์และโซ่อุปทานในยุคดิจิทัล

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ดร.ภูมิพัฒน์ พงศ์พฤติกุล


ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์แล้ว


..... ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริเดช คำสุพรหม)


..... กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

(ดร.ภูมิพัฒน์ พงศ์พฤติกุล)


..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จรัญญา ปานเจริญ)

วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี รับรองแล้ว


..... คณบดีวิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริเดช คำสุพรหม)

วันที่ 22 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2564

หัวข้อวิจัย	ผลกระทบของโควิดที่มีต่อปริมาณการสั่งซื้อสินค้าในตลาดโป้เบ้ : กรณีศึกษาสินค้ากางเกงขาสั้น JJ CLUB
ชื่อผู้เขียน	เดชภาคิน พุทธนันท์
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.ภูมิพัฒน์ พงศ์พฤตภูมิกุล
สาขาวิชา	การจัดการ โลจิสติกส์และโซ่อุปทานในยุคดิจิทัล
ปีการศึกษา	2563

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรื่อง ผลกระทบของโควิดที่มีต่อปริมาณการสั่งซื้อสินค้าในตลาดโป้เบ้ : กรณีศึกษาสินค้ากางเกงขาสั้น JJ CLUB โดยการศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่เกี่ยวข้องกับสินค้ากางเกงขาสั้น JJ club ไม่ว่าจะเป็นเจ้าของบริษัท, เจ้าของร้าน พนักงานที่ทำงานในร้าน ลูกค้า รวมทั้งหมด 4คน โดยพิจารณาจากประสิทธิภาพในการขายสินค้าช่วงโควิดและปริมาณการสั่งซื้อสินค้าของเจ้าของร้านกางเกงขาสั้น JJ club ในช่วงโควิด 19 ผลจากการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพในการขายสินค้ากางเกงขาสั้น JJ club ลดน้อยลงในช่วงแรกของการระบาดของโควิด 19 เนื่องจากคนกลัวการระบาดของโรคและไม่มีกำลังที่จะซื้อสินค้าจึงทำให้ยอดขายลดลงจากช่วงก่อนมีโรคโควิด 19 ส่งผลปริมาณการสั่งซื้อสินค้าน้อยลงในด้าน2562แต่หลังจากที่มีการเยียวยาของรัฐบาลคือการแจกเงินส่งผลให้คนมีกำลังที่จะซื้อสินค้ามากขึ้นยอดขายทางร้านก็ดีขึ้นเทียบเท่ากับช่วงก่อนจะมีการระบาดของโควิด 19 ใน2563มีปริมาณการสั่งซื้อที่มากขึ้น จากผลการวิเคราะห์EOQผลกระทบของโควิดที่มีต่อปริมาณการสั่งซื้อสินค้าในตลาดโป้เบ้: กรณีศึกษาสินค้ากางเกงขาสั้น JJ club จากการศึกษาถึงปริมาณการสั่งซื้อสินค้าประเภทกางเกงขาสั้น JJ club ผลการวิเคราะห์ ในปี2562 eoq ออกมา 2304หน่วย ซึ่งน้อยกว่าในปี2563 ที่ 2466หน่วย จะเห็นได้ว่าปี2563 มีหน่วยที่มากกว่าเพราะการเยียวยาของรัฐบาลมีการกระตุ้นยอดขายและการสั่งซื้อให้มากขึ้นแต่ถึงอย่างไรจากผลคำนวณของeoqเจ้าของร้านกางเกงขาสั้น JJ club ต้องซื้อ มากกว่า3768 หน่วยจึงจะคุ้มต่อการสั่งในแต่ละปี

คำสำคัญ: EOQ ปริมาณการสั่งซื้อสินค้าที่คุ้มค่าในแต่ละครั้ง

Thesis Title The impact of Covid on purchasing volume in the Bobae market: a case study of the JJ CLUB shorts product

Author despakin puttanan

Thesis Advisor Dr. Phoommhiphat Pongpruttikul, PhD

Department Logistics and Supply Chain Management

Academic Year 2020

ABSTRACT

This research study aimed to study the subject. The impact of COVID-19 Pandemic on the volume of purchases in the Bo-Bae market: a case study of JJ CLUB shorts products. This study adopted in-depth interview method as a tool research with people involved with short pant JJ products, which included 4 people; business owner, shop owners, employee, and a customer. There were together four people. This research was conducted through an efficiency in selling product during Covid-19 pandemic and quantity number purchased for selling by the JJ Club shop owner. The result of study revealed that an efficiency of selling JJ Club short pants diminished at the beginning of the Covid-19 pandemic because people get scared of the pandemic situation and they did not have purchasing power. Therefore, the total sales were decreased and the quantity number of selling was declined in the same pattern in the year 2020. However, after the healing situation from the government through many governmental campaigns, many customers had better purchasing power. There was a slightly increase in sales in 2021. The result from an EOQ analysis found that an impact of Covid-19 on the purchase of JJ Club products was 2304 unit which was lower than the total sale of xxxxx units in the year 2020. After the healing by the governmental sector, the customers had better purchasing power. The EOQ was calculate again and it was at 3768 units.

Key Words: EOQ/ Number of Quantity of Purchasing Orders/ Covid-19 Pandemic/JJ Club short pants/ Efficiency

กิตติกรรมประกาศ

งานค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยความกรุณาและความช่วยเหลือเป็นอย่างดีสำเร็จจากอาจารย์ที่ปรึกษา ดร.ภูมิพัฒน์ พงศ์พฤติกุล ซึ่งท่านได้เสียสละเวลาในการให้คำปรึกษาเสนอแนะ แนวคิด ตลอดจนแก้ไขปัญหาค้นคว้าอิสระต่างๆ มาโดยตลอดจนการศึกษาค้นคว้าอิสระเล่มนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้ทำวิจัยขอกราบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอบคุณสถานประกอบการธุรกิจ ที่ได้ให้ข้อมูลมาใช้ในการศึกษาวิจัยฉบับนี้และได้ให้คำปรึกษาในข้อมูลด้านต่างๆ

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณพ่อแม่ และครอบครัวทุกคน เพื่อน ๆ ทุกท่านตลอดจนบุคคลต่างๆที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการทำวิจัยฉบับนี้โดยให้ความช่วยเหลือคำแนะนำและให้กำลังใจกับการทำงานเป็นแรงผลักดันของผู้วิจัยด้วยดีเสมอมาจนทำให้การวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีผู้วิจัยซาบซึ้งในความกรุณาและขอกราบ ขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

เดชภาทิน พุทธนันท์



สารบัญ

บทที่		หน้า
1	วิธีดำเนินงานวิจัย.....	23
	แนวคิดในการวิจัย.....	23
	ประชากรและตัวอย่าง.....	23
	เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย.....	24
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	24
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	25
2	ผลการวิจัย.....	26
	ผลกระทบจากโควิดต่อการขาย.....	26
	ก่อนช่วงโควิดถึงตอนนี้ยอดขายเพิ่มขึ้นไหมหรือลดลง.....	28
	การคำนวณยอดสั่งซื้อที่เหมาะสม.....	30
3	วิธีดำเนินงานวิจัย.....	23
	แนวคิดในการวิจัย.....	23
	ประชากรและตัวอย่าง.....	23
	เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย.....	24
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	24
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	25

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย.....	26
ผลกระทบจากโควิดต่อการขาย.....	26
ก่อนช่วงโควิดถึงตอนนี้ยอดขายเพิ่มขึ้นไหมหรือลดลง.....	28
การคำนวณยอดสั่งซื้อที่เหมาะสม.....	30
5 สรุปและอภิปรายผลวิจัย.....	36
ผลกระทบของโควิดที่มีผลต่อการขายของทางเกงขาสั้น JJ club.....	36
อธิปรายผล.....	37
ข้อเสนอแนะ.....	39



บทที่

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ตลาดโม่เบ้ หรือ ย่าน “โม่เบ้” แต่เดิมเป็นที่รู้จักว่าย่าน “ตลาดเก่า” โดยตลาดเก่านี้ตั้งอยู่บนที่ดินผืนเดียวกับวัดบรมนิวาส ซึ่งวัดเป็นเจ้าของที่ดิน ในสมัยรัชกาลที่ 5 มีการสร้างทางรถไฟ ทำให้วัดกับตลาดเก่าถูกแบ่งแยกโดยทางรถไฟ เดิมเป็นชุมชนที่เกิดขึ้นราว พ.ศ. 2470 ก่อนสงครามโลกครั้งที่สอง แต่ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 สินค้าอุปโภคบริโภคขาดแคลน โดยเฉพาะเสื้อผ้า-เครื่องนุ่งห่ม จึงมีผู้นำเสื้อผ้าเก่าสภาพดีมาขาย หรือแลกเปลี่ยนกับสินค้าจำเป็นอื่น ๆ เช่น ไข่ น้ำตาล ฯลฯ การค้าในสมัยนั้นทำโดยการวางขายกับพื้น ยังไม่มีการตั้งร้านค้า เมื่อสงครามยุติ จึงตั้งร้านค้าเป็นระเบียบมากขึ้น ต่อมาเมื่อพ.ศ. 2489 พระธรรมดิลก (ทองคำ จนฺทูปโม) ขณะยังเป็นรักษาการแทนเจ้าอาวาสวัดบรมนิวาส และพระเถรานุเถระของวัด ได้อนุมัติให้เปิด “ตลาดผ้า” ขึ้นบริเวณหน้าวัด มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาที่ดินหน้าวัดที่เต็มไปด้วยวัชพืช และหาทุนสำหรับทำนุบำรุงวัด บูรณะเสนาสนะที่ทรุดโทรมเพราะถูกระเบิดทำลาย ซึ่งการเปิดตลาดขายผ้าขึ้นในบริเวณหน้าวัดครั้งนั้นได้รับความนิยม ทำให้วัดมีรายได้วันละประมาณ 170 บาท การติดตลาดผ้าครั้งนั้น ได้รับความนิยมจากบรรดาพ่อค้าผ้าทั้งหลายเกินความคาดหมาย มีผู้สัญจรไปมาเพื่อการซื้อและการขายวันละมากๆ ดังนั้น ย่านโม่เบ้ได้กลายเป็นย่านขายสินค้าจำพวกเสื้อผ้า-เครื่องนุ่งห่ม เมื่อหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 นี้เอง อย่างไรก็ตาม ย่านโม่เบ้มีใช้ย่านการค้าขายแต่เพียงอย่างเดียว ยังเป็นย่านชุมชนที่อยู่อาศัยของคนหลากหลายเชื้อชาติ โดยเฉพาะคนจีน และในอดีตก็เคยมีโรงงานตั้งอยู่จำนวนมาก เช่น โรงซ่อมเรือ โรงเลื่อย โรงปูนกินหมาก โรงกระทะ โรงต้มถั่ว ฯลฯ

ปัจจุบันตลาดโม่เบ้ เป็นตลาดขายส่งขายปลีกอันดับต้นๆของกรุงเทพมหานครที่คนต่างจังหวัดจะมาซื้อของจากตลาดโม่เบ้เพื่อรับไปขายต่อ ถ้าพูดชื่อตลาดโม่เบ้คนส่วนมากก็จะรู้จักตลาดโม่เบ้แบ่งเวลาขายออกเป็น 2 ช่วง คือ เวลากลางวันตั้งแต่เวลา 09.00–15.00 น. และเวลากลางคืนตั้งแต่เวลา 23.00–05.00 น. โดยเฉพาะกลางคืนจะมีความคึกคักมาก จนกระทั่งถึงรุ่งสาง จากนั้นแผงลอยและอาคารพาณิชย์ซึ่งตั้งอยู่ด้านในก็จะกลับมาเปิดขายอีกครั้ง โดยลูกค้าส่วนใหญ่เป็นพ่อค้าแม่ค้าจากต่างจังหวัดหรืออาจมีชาวต่างชาติบ้าง เช่น ชาวจีน หรืออินเดีย เสื้อผ้าสำเร็จรูปยังเป็นที่นิยมของประเทศเพื่อนบ้าน

เช่น เวียดนาม, กัมพูชา, ลาว, สิงคโปร์ จีน อินเดีย และมาเลเซียส่วนตลาดส่งออกที่ใหญ่ที่สุดคือประเทศในกลุ่มตะวันออกกลาง โดยมีมูลค่าส่งออกถึงปีละหนึ่งหมื่นล้านบาทต่อปีตั้งแต่ช่วงปลายเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2563

ปัจจุบันประเทศไทยมีการระบาดของไวรัส COVID-19 ซึ่งทำให้บรรยากาศของตลาดโม่เบ็เป็นไปด้วยความเงียบเหงา นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เวียดนาม, กัมพูชา, ลาว, สิงคโปร์ จีน อินเดีย และมาเลเซีย ลดน้อยลง แตกต่างจากช่วงปกติที่มีผู้คนจำนวนมากเดินช้อปปิ้งกันตลอดแทบทั้งวัน และยังส่งผลให้เศรษฐกิจหยุดชะงัก การค้าขายสินค้าของตลาดโม่เบ็ได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจแย่งลงเป็นอย่างมากในช่วงที่เกิดโรคระบาดไข้หวัดไวรัสโควิด-19 อย่างรุนแรง แต่ต่อมารัฐบาลได้มีการเยียวยาประชาชนโดยมีมาตรการดูแลสำหรับแรงงานลูกจ้าง ลูกจ้างชั่วคราว และอาชีพอิสระรวมถึงผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด - 19 มีการแจกเงินจำนวน 5,000 บาท ต่อเดือน จึงทำให้ประชาชนมีเงินใช้จ่ายเยียวยาช่วงโควิด - 19 จึงทำให้พ่อค้าแม่ค้าตลาดโม่เบ็กลับมาขายสินค้าดีขึ้นบางส่วน และทำให้ต้องตั้งสินค้าจากโรงงานที่ผลิตสินค้ามามากขึ้นให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า แต่ปัญหาก็คือโรงงานที่ผลิตสินค้ากลับผลิตสินค้าไม่เพียงพอต่อการบริโภคของลูกค้าที่ต้องการจะซื้อสินค้าเนื่องจากพนักงานของโรงงานหรือลูกจ้างต่างหยุดงาน และหยุดการผลิตสินค้าจึงทยอยกันกลับบ้านในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด - 19 และทนต่อรายจ่ายในช่วงโควิดไม่ไหว ทำให้ไม่มีพนักงานที่ผลิตสินค้าที่เพียงพอ

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการขายสินค้าประเภทกางเกงขาสั้นในตลาดโม่เบ็ในช่วงโควิด - 19
- เพื่อศึกษาถึงปริมาณการสั่งซื้อสินค้าประเภทกางเกงขาสั้นในช่วงโควิด - 19
- เพื่อเปรียบเทียบการขายสินค้านี้ระหว่างช่วงก่อนโควิดและหลังเกิดโควิด - 19

1.3 ขอบเขตวิจัย

1.3.1 ขอบเขตการวิจัยด้านประชากร

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ประชากรที่ใช้การศึกษาได้แก่ เจ้าของบริษัททางเกงขาสั้น JJ club

เจ้าของร้านทางเกงขาสั้น JJ club พนักงาน และลูกค้า

1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้ศึกษาเพื่อทราบถึงผลกระทบจากโควิด 19 ที่มีต่อการสั่งซื้อสินค้าในช่วงโควิด

19

1.3.3 ขอบเขตสถานที่

ทำการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจากร้านทางเกงขาสั้น JJ club

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- ได้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคการขายสินค้าประเภททางเกงขาสั้นในช่วงโควิด
- ได้ทราบถึงปริมาณในการสั่งซื้อสินค้าประเภททางเกงขาสั้นในตลาดโป้เบ้
- ได้ทราบแนวทางในการแก้ไขปัญหาในการสั่งซื้อสินค้าประเภททางเกงขาสั้นในตลาดโป้เบ้

1.5 คำนิยามศัพท์

1.5.1 พนักงาน หมายถึง ลูกจ้างของบริษัทตามความหมายของกฎหมายคุ้มครองแรงงาน

พนักงานรายเดือน หมายถึง พนักงานที่ได้รับค่าตอบแทนเป็นรายเดือน

พนักงานรายวัน หมายถึง พนักงานที่ได้รับค่าตอบแทนเป็นรายวัน

พนักงานตามสัญญาจ้าง หมายถึง พนักงานที่บริษัทว่าจ้างไว้โดยมีกำหนดระยะเวลาการจ้างแน่นอน ในงานโครงการที่ไม่ใช่งานปกติของบริษัท หรือในงานที่เป็นตามฤดูกาล

1.5.2 ลูกค้า หมายถึง ลูกค้าที่มาซื้อสินค้าหรือบริการของบริษัท โดยนักการตลาดจะต้องทำการศึกษาลูกคาลูกค้าอย่างใกล้ชิด เนื่องจากตลาดแต่ละประเภทก็จะมีคุณลักษณะที่แตกต่างต่างกัน

1.5.3 สินค้าคงคลัง หรือ วัสดุคงคลัง หมายถึงสินค้าและวัสดุที่เก็บไว้อยู่ในกระบวนการผลิต ทั้งก่อนผลิต ระหว่างผลิต และผลิตสำเร็จรอจำหน่าย ในบางบริบทอาจหมายถึงสินค้าสำเร็จเท่านั้น สินค้าคงคลังถือว่าเป็นสินทรัพย์ขององค์กรธุรกิจ และเพื่อไม่ให้เกิดการดำเนินงานขาดตอน จึงจำเป็นต้องมีการจัดการสินค้าคงคลัง

1.5.4 EOQ คือ ปริมาณการสั่งซื้อที่ประหยัด โดย Economic Order Quantity หรือ EOQ คือ เครื่องมือที่ทำให้เห็นว่า ควรสั่งสินค้าเท่าไรจึงจะประหยัดที่สุด.

1.5.5 โบนัส หรือ ตลาดโบนัส คือสถานที่ขายส่งเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีราคาถูกแสนถูก แถมยังใหญ่ที่สุดในกรุงเทพมหานครอีกด้วย รวมทั้งมีสินค้าให้เลือกซื้อตั้งแต่จากเบียร์ยันเรือรบ วันนี้กระปุกดอทคอมเลยจะชวนเพื่อน ๆ ไปเดินเล่นเพื่อทำความรู้จักกับ โบนัส กันอีกสักนิด เพราะนอกจากแหล่งช้อปปิ้งแล้ว โบนัสยังมีทั้งของกินอร่อยๆ ให้ได้ชิมกันอีกเพียบ

1.5.6 โควิด 19 คือ โรคติดต่อซึ่งเกิดจากไวรัสโคโรนาชนิดที่มีการค้นพบล่าสุด ไวรัสและโรคอุบัติใหม่นี้ไม่เป็นที่รู้จักเลยก่อนที่จะมีการระบาดในเมืองอู่ฮั่น ประเทศจีนในเดือนธันวาคมปี 2019 ขณะนี้โรคโควิด19 มีการระบาดใหญ่ไปทั่วส่งผลกระทบต่อหลายประเทศทั่วโลก

บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ผลกระทบของโควิดที่มีต่อปริมาณการสั่งซื้อสินค้าในตลาดโบ้เบ้: กรณีศึกษา
สินค้ากางเกงขาสั้น JJ club ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาสร้างเป็นกรอบ
ดังนี้



2.1 นิยามของ EOQ หรือ Economic Order Quantity

หมายถึง ปริมาณการสั่งซื้อที่ประหยัดโดยการสั่งซื้อสินค้าในแต่ละครั้งว่าจะสั่งในปริมาณ
หรือจำนวนเท่าใดที่ทำให้ค่าใช้จ่ายรวมต่ำที่สุด ซึ่งค่าใช้จ่ายรวมนั้นเกิดจากค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อ
(Ordering Cost) และค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บสินค้า (Carrying Cost) (ค่าใช้จ่ายสองตัวนี้จะ
แปรผกผันกัน)

ข้อสันนิษฐานในการใช้แบบจำลองปริมาณการสั่งซื้อแบบประหยัด

- เป็นสินค้าชนิดเดียว
- ทราบความต้องการต่อปี
- ความต้องการสม่ำเสมอทั้งปี
- ทราบ Lead time ที่แน่นอน
- สินค้าที่สั่งซื้อไปจะต้องได้รับพร้อมกันทั้งหมด
- ไม่มีส่วนลดจากการสั่งซื้อ

สูตร EOQ : $\sqrt{2 DO / C}$

D = ความต้องการสินค้าใน 1 ปี

O = ค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อแต่ละครั้ง

C = ค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บสินค้าต่อหน่วยต่อปี

ประโยชน์ EOQ

- ทำให้กิจการสามารถเผชิญกับความผันแปรของ Demand ได้โดยไม่ทำให้เกิดปัญหาการขาด Stock
- ช่วยลดต้นทุนสินค้าเนื่องจากการสั่งซื้อในปริมาณมาก
- ช่วยประหยัดต้นทุนการสั่งซื้อ
- กระบวนการผลิตดำเนินไปอย่างสม่ำเสมอ ไม่หยุดชะงัก

ข้อจำกัด EOQ

- ความต้องการสินค้ามีปริมาณแน่นอน
- ระยะเวลาในการสั่งซื้อจนกระทั่งได้รับสินค้า (Lead time) ซึ่งมีระยะเวลาแน่นอน
- ต้นทุนในการสั่งซื้อสินค้าคงที่
- ราคาสินค้าต่อหน่วยคงที่
- ไม่มีการส่งคืนสินค้า
- ไม่มี Discount มาเกี่ยวข้อง
- การสั่งซื้อทุกครั้งจะได้รับสินค้าโดยการจัดส่งเพียงครั้งเดียว
- สินค้าไม่มีการขาด stock

สิ่งที่ต้องคำนึงถึงก่อนใช้งาน EOQ

- ต้นทุนในการสั่งซื้อ (Ordering Cost) เช่น การออกไปสั่งซื้อ การติดตามงานกับ Supplier
 - ต้นทุนการเก็บรักษา (Holding Cost) เช่น ค่าประกันภัยสินค้า ค่าเช่าโกดังสินค้า
- อัตราการใช้สินค้า หรือการซื้อซ้ำ (Reorder point) คำนวณจากการพยากรณ์ และ Lead time ด้วย
- Reorder point เป็นการตัดสินใจว่าจะทำการสั่งซื้ออีกเมื่อไหร่ ซึ่งอาจต้องมีการเผื่อ Safety Stock ไว้ระดับหนึ่ง เพื่อไม่ให้เกิดการขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิต

2.1.1 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ Economic Order Quantity

1. จุดสั่งซื้อรอบต่อไป (**Reorder Point**) หมายถึง เป็นช่วงเวลาที่จำเป็นต้องสั่งซื้อสต็อกอีกชุดใหม่หรือเติมสต็อกที่มีอยู่ EOQ จะถือว่าคุณสั่งซื้อในปริมาณเดียวกันในแต่ละจุดสั่งซื้อใหม่
2. ระยะเวลาออเดอร์สินค้า (**Purchase order lead time**) หมายถึง เวลาทั้งหมดในการสั่งซื้อออเดอร์สินค้าจนได้สินค้าหรือเรียกว่า “ระยะเวลา Lead Time” รอบเวลาในการสั่งซื้อซึ่งเป็นช่วงเวลาตั้งแต่สั่งซื้อจนได้รับสินค้าเรียบร้อยแล้ว
3. ต้นทุนการจัดซื้อต่อหน่วย (**Purchasing cost per unit**) หมายถึง ต้นทุนต่อหน่วยการสั่งซื้อที่ไม่เปลี่ยนแปลงตามปริมาณการสั่งซื้อ เช่น ซื้อ 1000 ชิ้น กับซื้อ 10 ชิ้นก็มีราคาต่อหน่วยเท่ากัน เพราะ EOQ จะคำนวณต้นทุนต่อหน่วยเท่ากันทั้งหมด
4. สินค้าหมดสต็อก (**Stockouts**) หมายถึง สถานการณ์ที่ธุรกิจร้านค้าไม่มีของเหลืออยู่ในสต็อกสินค้า ซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่ไม่ควรเกิดขึ้นถ้าเกิดขึ้นนอกจากจะทำให้ธุรกิจต้องหยุดชะงักแล้ว ยังทำให้ไม่สามารถคำนวณ EOQ ได้ เพราะตัวแปรในการคำนวณคลาดเคลื่อน ธุรกิจควรเตรียมของให้พร้อมสำหรับการค้าขาย
5. ต้นทุนคุณภาพ (**Cost of Quality**) หมายถึง ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการควบคุมคุณภาพของสินค้าการประเมิน และต้นทุนความเสียหายจากการผลิตที่ไม่เป็นไปตามคุณภาพ สำหรับปัจจัยข้อนี้เป็นสิ่งที่ EOQ ไม่ได้นำมาคำนวณด้วย
6. อุปสงค์หรือความต้องการสินค้า (**Demand**) หมายถึง ความต้องการสินค้าของผู้บริโภคหรือตลาดเป็นปัจจัยสำคัญที่ธุรกิจต้องรู้ว่ามีความเท่าไรจำนวนเท่าไรแล้วผู้บริโภคต้องการตอนไหน(อุปสงค์เกิดขึ้นช่วงใด)
7. ต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ (**Relevant Cost**) หมายถึง ต้นทุนที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนของธุรกิจยกตัวอย่าง เช่น บริษัทผลิตรถยนต์อาจปรับลดการผลิตลงเพราะขารถยนต์มีแนวโน้มต้นทุนสูงขึ้น เป็นต้น

8. **ต้นทุนในการถือครองสินค้า (Carrying Cost)** หมายถึง ต้นทุนจากค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษา วัสดุหรือสินค้า ในช่วงเวลาหนึ่งๆ ซึ่งปัจจัยนี้ "ไม่ได้ถูกนำมาคำนวณในการหา EOQ"

2.1.2 ประโยชน์ของการคำนวณ EOQ ต่อธุรกิจ คลังสินค้าและโรงงาน

จุดประสงค์หลักของการหา Economic Order Quantity ก็คือ การหาปริมาณการสั่งซื้อวัสดุ สินค้า ที่เหมาะสมและคุ้มค่าที่สุด เพื่อที่ลดต้นทุนต่อหน่วยสินค้าลงทั้งจากต้นทุนการสั่งซื้อ การขนส่ง ต้นทุนการจัดเก็บรักษา และต้นทุนจมอื่นๆ

อย่างไรก็ตามในความเป็นจริงแล้ว การที่เราจะสามารถประมาณการปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อ การคำนวณหาปริมาณการสั่งซื้อที่เหมาะสมได้อย่างแม่นยำนั้นเป็นเรื่องที่ยากมากๆ หากไม่มีการ ติดตามอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้น การคอยดูแลและมอร์นิเตอร์ปัจจัยต่างๆ เช่น ปริมาณสินค้าหรือวัสดุใน คลัง การเคลื่อนย้ายสินค้า การขนส่ง ออร์เดอร์ ฯลฯ อยู่ตลอดจึงเป็นเรื่องสำคัญมาก ซึ่งธุรกิจสามารถใช้ ซอฟต์แวร์ที่เรียกว่า WMS หรือ Warehouse Management System เข้ามาช่วยติดตามธุรกรรมต่างๆ ที่ เกิดขึ้นทั้งหมดในคลังหรือโรงงานได้

2.2 การจัดการสินค้าคงคลัง

สินค้าคงคลัง (Inventory) จัดเป็นสินทรัพย์หมุนเวียนชนิดหนึ่ง ซึ่งกิจการต้องมีไว้เพื่อใช้ในการผลิต สินค้าซึ่งประกอบด้วย

- วัตถุดิบ คือ สิ่งของหรือชิ้นส่วนที่ซื้อมาเพื่อใช้ในการผลิต
- งานระหว่างกระบวนการผลิต เป็นชิ้นงานที่อยู่ในขั้นตอนการผลิตหรือรอคอยที่จะผลิตใน ขั้นตอนต่อไปโดยที่ยังผ่านกระบวนการผลิตไม่ครบทุกขั้นตอน
- วัสดุซ่อมบำรุง คือ ชิ้นส่วนหรืออะไหล่เครื่องจักรที่สำรองไว้เพื่อเปลี่ยนเมื่อชิ้นส่วนเดิมเสียหาย หรือหมดอายุการใช้งาน
- สินค้าสำเร็จรูป คือ ปัจจัยการผลิตที่ผ่านทุกกระบวนการผลิตครบถ้วน พร้อมทั้งจะนำไปขายให้ ลูกค้าได้

● 2.3 บทบาทของสินค้าคงคลัง

สินค้าคงคลังมีวัตถุประสงค์ในการสร้างความสมดุลสำหรับการบริการ หรือขบวนการผลิตของโรงงานเพื่อให้ระดับสินค้าคงคลังต่ำสุด โดยไม่กระทบต่อระดับการให้บริการหรือการผลิตโดยปัจจัยนำเข้าของขบวนการผลิตที่มีความสำคัญอย่างยิ่งคือ วัตถุดิบ ชิ้นส่วน และวัสดุต่างๆ ที่เรียกรวมกันว่าสินค้าคงคลัง ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่ใหญ่ที่สุดของต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์หลากหลายชนิด นอกจากนั้นการที่มีสินค้าคงคลังที่เพียงพอยังเป็นการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าได้ทันเวลา จึงเห็นได้ว่าสินค้าคงคลังมีความสำคัญต่อกิจกรรมหลักของธุรกิจเป็นอย่างมากการบริหารสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพ จึงส่งผลกระทบต่อผลกำไรจากการประกอบการโดยตรง และในปัจจุบันนี้มีการนำเอาระบบคอมพิวเตอร์มาจัดการข้อมูลของสินค้าคงคลัง เพื่อให้เกิดความถูกต้อง แม่นยำ และทันเวลามากยิ่งขึ้น การจัดซื้อสินค้าคงคลังมานั้นต้องมีคุณสมบัติที่ตรงตามความต้องการ ปริมาณเพียงพอ ราคาเหมาะสม ทันเวลาที่ต้องการโดยซื้อจากผู้ขายที่ไว้วางใจได้ และนำส่งยังสถานที่ ที่ถูกต้องตามหลักการจัดซื้อที่ดีที่สุด เป็นจุดเริ่มต้นของการบริหารสินค้าคงคลัง การจัดการสินค้าคงคลังมีวัตถุประสงค์หลักอยู่ 2 ประการใหญ่ คือ

1. สามารถมีสินค้าคงคลังบริการลูกค้าในปริมาณที่เพียงพอ และทันต่อความต้องการของลูกค้าเสมอ เพื่อสร้างยอดขายและรักษาระดับของส่วนแบ่งตลาดไว้
2. สามารถลดระดับการลงทุนในสินค้าคงคลังต่ำที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพื่อทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำลงด้วย

2.4 ประโยชน์ของสินค้าคงคลัง มีดังนี้

1. ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ประมาณการไว้ในแต่ละช่วงเวลาทั้งใน และนอกฤดูฤดูกาล โดยธุรกิจต้องเก็บสินค้าคงคลังไว้ในคลังสินค้า

2. รักษาการผลิตให้มีอัตราคงที่สม่ำเสมอเพื่อรักษาระดับการว่าจ้างแรงงาน การเดินเครื่องจักร ฯลฯ ให้สม่ำเสมอโดยจะเก็บสินค้าที่ขายไม่หมดในช่วงขายไม่ดี ไว้ขายตอนช่วงขายดีซึ่งช่วงนั้นอาจจะผลิตไม่ทันขาย
3. ทำให้ธุรกิจได้ส่วนลดปริมาณจากการจัดซื้อจำนวนมากต่อครั้ง ป้องกันการเปลี่ยนแปลงราคา แลผลกระทบต่อเงินเพื่อเมื่อสินค้าในท้องตลาดมีราคาสูงขึ้น
4. ป้องกันวัตถุดิบขาดมือ เมื่อเวลารอคอยวัตถุดิบที่ส่งมามีล่าช้าหรือได้รับคำสั่งซื้อที่เพิ่มขึ้น กระทันหัน
5. ทำให้ขบวนการผลิตสามารถดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ไม่มีการหยุดชะงักเพราะของขาดมือจนเกิดความเสียหายแก่ขบวนการผลิตซึ่งจะทำให้คนงานว่างงาน เครื่องจักรถูกปิด ผลิตไม่ทันคำสั่งซื้อของลูกค้า

2.5 อุปสงค์ของสินค้าคงคลัง

จุดเริ่มต้นของการจัดการสินค้าคงคลังจะเริ่มจากอุปสงค์ของลูกค้าเพื่อจัดการให้เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งต้องใช้หลักการพยากรณ์โดยอุปสงค์จะแบ่งเป็น 2 ชนิด ดังนี้

1. อุปสงค์แปรตาม (Dependent Demand) เป็นอุปสงค์ของวัตถุดิบชิ้นส่วนและสินค้าที่ใช้ต่อเนื่องในขบวนการผลิต ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะอาจส่งผลกระทบต่อผลเสียอย่างรุนแรงถ้าขาดวัตถุดิบประเภทนี้ เช่น ถ้าโรงงานประกอบสารเคมีขาดหายไปแม้แต่สารชนิดเดียวก็จะทำให้โรงงานหยุดทันทีได้
2. อุปสงค์อิสระ (Independent Demand) เป็นอุปสงค์ของวัตถุดิบชิ้นส่วนและสินค้าที่ไม่ใช้ต่อเนื่องในขบวนการผลิตส่วนมากจำหน่ายในลูกค้าโดยตรงถ้าไม่มีอาจจะเสียโอกาส และถูกปรับ

2.6 สินค้าคงคลังและการจัดการคุณภาพ (Inventory and Quality Management)

การจัดการคุณภาพเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับบุคคลสองกลุ่มคือลูกค้าและเจ้าของผลิตภัณฑ์โดยทั้งสองฝ่ายตกลงกันโดยลูกค้าจะพิจารณาเรื่องลักษณะสินค้า ราคาที่สามารถซื้อได้ และเวลาที่ส่งมอบในทางตรงกันข้าม เจ้าของผลิตภัณฑ์ ต้องจัดหาทรัพยากรที่เป็นปัจจัยนำเข้า ไม่ว่าจะเป็นวัตถุดิบ แรงงาน เครื่องจักร และเงิน เพื่อนำมาผลิตให้มีสินค้าตามที่ลูกค้าต้องการในต้นทุนที่ดีไม่ขาดทุนและจัดส่งให้ลูกค้าได้ทันเวลาโดยไม่เสียค่าปรับ ซึ่งปัญหาส่วนมากจะเกิดจากปัจจัยภายนอกไม่ว่าเป็น เศรษฐกิจ สังคม การเมือง คู่แข่ง ลูกค้า ผู้ขายปัจจัยการผลิต จึงเกิดการจัดเก็บสินค้าคงคลังเพื่อรองรับระบบคุณภาพ

2.7 ต้นทุนของสินค้าคงคลัง (Inventory Cost) มี 4 ชนิด คือ

ค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อ (Ordering Cost) เป็นค่าใช้จ่ายที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าคงคลังที่ต้องการ ซึ่งจะแปรตามจำนวนครั้งของการสั่งซื้อแต่ไม่แปรตามปริมาณสินค้าคงคลัง เพราะสั่งซื้อของมากเท่าใดก็ตามในแต่ละครั้งค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อก็ยังคงที่แต่ถ้าสั่งซื้อบ่อยครั้ง ค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อจะยิ่งสูงขึ้นค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อได้แก่ค่าเอกสารใบสั่งซื้อ ค่าจ้างพนักงานจัดซื้อ ค่าโทรศัพท์ ค่าขนส่งสินค้า ค่าใช้จ่ายในการตรวจรับของและเอกสาร ค่าธรรมเนียมการนำของออกจากศุลกากร ค่าใช้จ่ายในการชำระเงิน เป็นต้น

1. ค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษา (Carrying Cost) เป็นค่าใช้จ่ายจากการมีสินค้าคงคลังและการรักษา สภาพให้สินค้าคงคลังนั้นอยู่ในรูปที่ใช้งานได้ซึ่งจะแปรตามปริมาณสินค้าคงคลัง ที่ถือไว้และระยะเวลาที่เก็บสินค้าคงคลังนั้นไว้ ค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษา ได้แก่ ต้นทุนเงินทุนที่จมอยู่กับสินค้าคงคลังซึ่งคือค่าดอกเบี้ยจ่ายถ้าเงินทุนนั้นมาจากการกู้ยืม หรือเป็นค่าเสียโอกาสถ้าเงินทุนนั้นเป็นส่วนของผู้เป็นเจ้าของ ค่าคลังสินค้าค่าไฟฟ้าเพื่อการรักษาอุณหภูมิค่าใช้จ่ายของสินค้าที่ชำรุดเสียหายหรือหมดอายุเสื่อมสภาพจากการเก็บนานเกินไป ค่าภาษีและการประกันภัย ค่าจ้างยามและพนักงานประจำคลังสินค้า ฯ

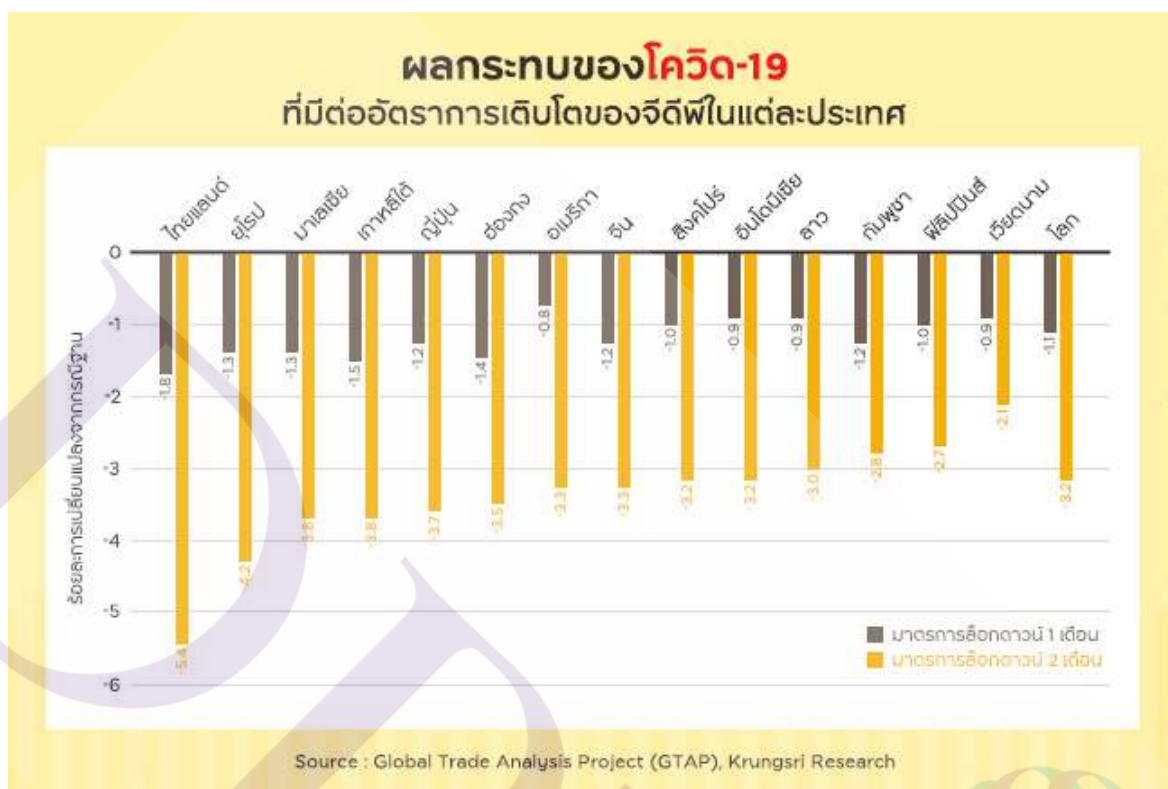
2. ค่าใช้จ่ายเนื่องจากสินค้าขาดแคลน (Shortage Cost หรือ Stock Out Cost) เป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการมีสินค้าคงคลังไม่เพียงพอต่อการผลิตหรือการขายทำให้ลูกค้ายกเลิกคำสั่งซื้อขาดรายได้ที่ควรได้ กิจกรรมเสี่ยงชื่อเสียงขบวนการผลิตหยุดชะงักเกิดการว่างงานของเครื่องจักร และคนงาน ฯลฯ ค่าใช้จ่ายนี้จะแปรผกผันกับปริมาณสินค้าคงคลังที่ถือไว้นั้นคือถ้าถือสินค้าไว้มากจะไม่เกิดการขาดแคลนแต่ถ้าถือสินค้าคงคลังไว้น้อยก็อาจเกิดโอกาสที่จะเกิดการขาดแคลนได้มากกว่าและมีค่าใช้จ่ายเนื่องจากสินค้าขาดแคลนนี้ขึ้นอยู่กับปริมาณการขาดแคลน รวมทั้งระยะเวลาที่เกิดการขาดแคลนขึ้นด้วยค่าใช้จ่ายเนื่องจากสินค้าขาดแคลนได้แก่คำสั่งซื้อของล็อตพิเศษทางอากาศ เพื่อนำมาใช้แบบฉุกเฉินค่าปรับเนื่องจากสินค้าให้ลูกค้าล่าช้า ค่าเสียโอกาสในการขาย ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการเสียค่าความนิยม เป็นต้น
3. ค่าใช้จ่ายในการตั้งเครื่องจักรใหม่ (Setup Cost) เป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการที่เครื่องจักรจะต้องเปลี่ยนการทำงานหนึ่งไปทำงานอีกอย่างหนึ่งซึ่งจะเกิดการว่างงานชั่วคราว สินค้าคงคลังจะถูกทิ้งให้รอกระบวนการผลิตที่จะตั้งใหม่ค่าใช้จ่ายในการตั้งเครื่องจักรใหม่นี้จะมีลักษณะเป็นต้นทุนคงที่ต่อครั้ง ซึ่งจะขึ้นอยู่กับขนาดของล็อตการผลิต ถ้าผลิตเป็นล็อตใหญ่มีการตั้งเครื่องใหม่นานครั้ง ค่าใช้จ่ายในการตั้งเครื่องใหม่ก็จะต่ำแต่ยอดสะสมของสินค้าคงคลังจะสูง ถ้าผลิตเป็นล็อตเล็กมีการตั้งเครื่องใหม่บ่อยครั้ง ค่าใช้จ่ายในการตั้งเครื่องใหม่ก็จะสูง แต่สินค้าคงคลังจะมีระดับต่ำลง และสามารถส่งมอบงานให้แก่ลูกค้าได้เร็วขึ้น

2.8 แนวคิดผลกระทบของโควิด - 19

สถานการณ์การระบาดของไวรัสโคโรนา หรือ COVID-19 ส่งผลให้รัฐบาลต้องใช้มาตรการที่เข้มข้นเพื่อควบคุมการระบาด โดยได้เริ่มใช้มาตรการล็อกดาวน์ในวันที่ 26 มีนาคม ไปจนถึงสิ้นเดือนเมษายนเป็นอย่างน้อย ส่งผลให้เศรษฐกิจหยุดชะงัก ซึ่งมาตรการต่างๆ นอกจากจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของเราแล้ว ยังส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจ และเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทยอีกด้วย

วิจัยกรุงศรีได้ประเมินผลกระทบของโรคระบาดไวรัสโควิด-19 ว่าจะทำให้เศรษฐกิจโลกหดตัว 3.2% และเศรษฐกิจอาเซียนจะลดลงราว 2.1-5.4% จากสถานการณ์ปกติ หากมีการบังคับใช้มาตรการล็อกดาวน์ 2 เดือน โดยประเทศไทยจะได้รับผลกระทบมากที่สุดในบรรดาประเทศสมาชิกอาเซียน จากการที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะลดลง 60% จากปีที่แล้ว การขาดตอนของห่วงโซ่การผลิตทั้งในและต่างประเทศ และผลของตัวทวีคูณ ทำให้การเติบโตของเศรษฐกิจไทยในปีนี้อาจหดตัว 5.4% จากกรณีที่ไม่มีโรคระบาด





ที่มา: Global Trade Analysis Project (GTAP), Krungsri

2.9 มาตรการล็อกดาวน์ส่งผลต่อสภาพคล่องของธุรกิจ

ในช่วงการระบาดของไวรัส ภาคธุรกิจส่วนใหญ่ไม่สามารถรักษายอดขายและกำไรไว้ได้ บางบริษัทอาจมีกำไรลดลงและเงินทุนลดลง อย่างไรก็ตาม บริษัทที่มีสภาพคล่องสูงจะผ่านพ้นสถานการณ์ที่ยากลำบากไปได้ วิจัยกรุงศรีจึงใช้อัตราส่วนสภาพคล่อง (สินทรัพย์หมุนเวียนเปรียบเทียบกับหนี้สินหมุนเวียน) ในปัจจุบันมาประเมินความสามารถในการชำระหนี้ของบริษัทในระยะสั้น หากบริษัทมีสินทรัพย์หมุนเวียนมากกว่าหนี้สินหมุนเวียนจะสะท้อนว่าบริษัทมีความสามารถในการชำระหนี้ในปัจจุบัน ในขณะที่บริษัทที่มีสินทรัพย์หมุนเวียนต่ำกว่าหนี้สินหมุนเวียนอาจจะมีปัญหาสภาพคล่องอย่างรุนแรงจากการหยุดชะงักของภาคธุรกิจ

เมื่อนำข้อมูลจีดีพีรายภาคธุรกิจมาประเมินร่วมกับข้อมูลรายบริษัทแล้วพบว่าการระบาดของไวรัสส่งผลให้จำนวนบริษัทที่ขาดสภาพคล่องหรือสภาพคล่องตึงตัวมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยหากใช้มาตรการล็อกดาวน์สองเดือนบริษัทที่เปราะบางและอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพคล่องรุนแรงจะเพิ่มขึ้นจาก 102,076 บริษัทก่อนที่จะมีการระบาด ไปเป็น 192,046 บริษัท จากจำนวนบริษัทที่มีในประเทศไทยทั้งหมด 747,390 บริษัท หรือเพิ่มขึ้นเกือบ 2 เท่าตัว



ที่มา: Global Trade Analysis Project (GTAP), Krungsri

ภาคธุรกิจที่ได้รับผลกระทบมาก แบ่งตามขนาดบริษัท

บริษัทขนาดเล็ก	บริษัทขนาดกลาง	บริษัทขนาดใหญ่
ร้านอาหาร	ร้านอาหาร	ร้านอาหาร
โรงแรม	บริการทางการเงินอื่นๆ	ดีลเลอร์รถยนต์
การขนส่งทางน้ำ	ดีลเลอร์รถยนต์	การขนส่งทางอากาศ
การขนส่งทางอากาศ	การขนส่งทางน้ำ	โรงแรม
บริการบันเทิงและบริการสันทนาการ	การค้าปลีก	บริการบันเทิงและบริการสันทนาการ

Source: MOC, Krungsri Research

ที่มา: Global Trade Analysis Project (GTAP), Krungsri

สำหรับจังหวัดที่อาจมีปัญหาสภาพคล่องเพิ่มขึ้น ได้แก่ จังหวัดสมุทรสาคร จันทบุรี และชลบุรี เพราะเป็นแหล่งอุตสาหกรรมและท่องเที่ยวที่สำคัญ ส่วนในกรุงเทพฯ จำนวนบริษัทที่อาจมีปัญหาสภาพคล่องเพิ่มขึ้น 20.6% ซึ่งอาจส่งผลให้โอกาสที่บริษัทจะผิคนัดชำระหนี้เพิ่มขึ้นได้ ทั้งยังอาจก่อให้เกิดผลกระทบทางลบที่วิฤตต่อเศรษฐกิจในพื้นที่จากการลดการจ้างงานและรายได้ที่ลดลง

2.10 การพัฒนาแบบจำลองเพื่อพยากรณ์การแพร่กระจายของเชื้อ COVID-19

งานวิจัยกลุ่มนี้เริ่มจากแบบจำลองพื้นฐานของสาขาวิชาระบาดวิทยาที่ชื่อว่า SIR แบบจำลองนี้แบ่งประชากรออกเป็น 3 กลุ่มคือ 1). กลุ่มผู้เสี่ยงติดเชื้อ (Susceptible) 2). กลุ่มผู้ติดเชื้อ (Infectious) และ 3). กลุ่มผู้ป่วยที่รักษาหาย (recovered) และใช้สมการเชิงอนุพันธ์ (differential equations) เพื่ออธิบายการแพร่กระจายของโรคระบาดจากกลุ่มผู้ติดเชื้อไปยังกลุ่มผู้เสี่ยงติดเชื้อ ตัวเลขที่สำคัญในแบบจำลองคือค่า R_0 ที่ชี้ว่าผู้ติดเชื้อหนึ่งคนจะแพร่เชื้อให้เกิดผู้ติดเชื้อรายใหม่อีกกี่คน นักระบาดวิทยาสรุปว่าตัวเลขนี้ต้องมีค่าน้อยกว่า 1 จึงจะทำให้โรคระบาดหยุดลงได้นักเศรษฐศาสตร์เข้ามาช่วยพัฒนาแบบจำลอง SIR ด้วยการเสริมการตัดสินใจของมนุษย์เข้าไป และเสนอว่าค่า R_0 อาจไม่ใช่ค่าคงที่และขึ้นอยู่กับปัจจัยภายนอกหลาย ๆ อย่าง เช่น Suwanprasert (2020) เสนอว่าประชาชนตอบสนองต่อจำนวนผู้ติดเชื้อในสังคมและความเสี่ยงที่จะเสียชีวิตของตนเอง

ดังนั้นกลุ่มผู้สูงอายุซึ่งมีโอกาสเสียชีวิตจากการติดเชื้อสูง จะยินดีกักตัวเองเพื่อลดความเสี่ยงลง ในขณะที่กลุ่มวัยกลางคนหลีกเลี่ยงสถานที่สาธารณะน้อยกว่าผู้สูงอายุเพราะพวกเขามีความเสี่ยงเสียชีวิตน้อยกว่า ส่วน Keppo et al. (2020) แนะนำว่าพฤติกรรมหลีกเลี่ยงสถานที่สาธารณะไม่ได้ขึ้นอยู่กับเพียงจำนวนผู้ติดเชื้อในสังคม แต่ยังขึ้นกับพฤติกรรมของประชากรคนอื่น ๆ ด้วย แนวคิดมาจากว่า แม้ในสังคมจะมีผู้ติดเชื้อจำนวนมาก แต่หากทุกคนกักตัวเองอยู่ในบ้านแล้วการที่เราออกนอกบ้านจะปลอดภัยเพราะไม่มีโอกาสติดเชื้อจากใคร ภายใต้แนวคิดนี้ ค่า R_0 จึงขึ้นอยู่กับ การตอบสนองต่อพฤติกรรมของประชากรคนอื่น ๆ เช่นกัน

2.11 การเสนอนโยบายต่อรัฐบาล

แม้ว่าการล็อกดาวน์ส่งผลต่อเศรษฐกิจ จากข้อมูลในอดีต Correia et al. (2020) พบว่า เมืองในสหรัฐอเมริกาที่มีมาตรการสาธารณสุขเข้มงวดมีการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจที่ไวกว่าแสดงว่า “เจ็บแต่จบ” น่าจะดีกว่าการปล่อยให้ยืดยาวในการปลดล็อก Alvarez et al. (2020) มีมุมมองว่านโยบายควรค่อยๆ ปลดล็อกประชากรทีละส่วนตามช่วงเวลาที่ผ่านไป ในขณะที่ Acemoglu et al. (2020) และ Oswald and Powdthavee (2020) เสนอนโยบายสอดคล้องกันว่า การปลดล็อกควรรีขยับลำดับประชากรตามความเสี่ยง โดย Acemoglu et al. (2020) เสนอให้ปลดล็อกกลุ่มอายุน้อยก่อน ในขณะที่ Oswald and

Powdthavee (2020) ระบุเพิ่มเติมว่าควรเป็นกลุ่มอายุน้อยที่ไม่อาศัยอยู่กับผู้สูงอายุ เพื่อลดความเสี่ยงในการนำเชื้อไวรัสไปติดผู้สูงอายุที่บ้าน

2.12 สินค้าประเภทกางเกงขาสั้น JJ club

หลายๆคนอาจจะรู้จักกางเกงเจเจกันพอสมควร บางคนเคยซื้อมาใส่ บางคนใส่แต่ไม่รู้ว่าเป็นกางเกงแบบนี้มีชื่อเรียกว่า กางเกงเจเจ หรือบางคนไม่เคยได้ยินชื่อและไม่รู้จักกางเกงเจเจเลย กางเกงเจเจ คือ กางเกงขาสั้นลายดอกหรือตัวการ์ตูนยี่ห้อลีสันสไตลเหมาะสำหรับใส่ในหน้าร้อนใส่อยู่บ้านใส่ในวันสบายๆซึ่งภายหลังได้มีการพัฒนารุ่นของกางเกงแต่ละรุ่นขึ้นมาพอสมควร

เหตุที่เรียกกางเกงลักษณะนี้ว่า เจเจ เพราะว่าเจ้าแรกที่ทำการกางเกงแบบนี้แล้วใส่ยี่ห้อหรือตราสินค้าเข้าไป ใส่ยี่ห้อไปว่า JJ club ทำให้พ่อค้าแม่ค้า ที่ซื้อไปขายก็เลยเรียกทับศัพท์ว่า เจเจ หรือกางเกงเจเจนั่นเอง โดยคำว่า JJ นั้นมาจากเริ่มแรกเดิมทีสินค้าตัวนี้มีต้นกำเนิดมาจากตลาดนัดจตุจักร หรือตลาดเจเจ ที่เรารู้จักกันนั่นเอง

แล้วคำว่าเจเจ แท้ กับปลอม ต่างกันอย่างไร ก่อนอื่นอยากให้ผู้อ่านลองนึกภาพตามก่อน โดยนี่ก็ว่าบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่เรารับประทานกันนั้น เรามักเรียกทับศัพท์ว่า มาม่า บางคนกินบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปยี่ห้อไวไว แต่พอคนถามก็บอกว่า กินมาม่าอยู่ หรือ ผงซักฟอก ที่เราใช้กันซึ่งจากคำพูดจะเห็นว่าคนไทยเรานิยมทับศัพท์ตามชื่อแบรนด์หรือตราสินค้าเจ้าแรกที่ทำการออกมาสู่ท้องตลาดทำให้จากบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่ชื่อยาวๆเรียกยาก เลยเรียกว่ามาม่า หรือจากผงซักฟอกที่มีหลายยี่ห้อ เลยเรียกสั้นๆว่าแป็บ ทั้งๆที่จริงคำว่าแป็บเองหรือมาม่าเองก็เป็นแค่ชื่อยี่ห้อ หรือแบรนด์ของผลิตภัณฑ์นั่นเอง

เมื่อมาดูเรื่องของกางเกงเจเจ สำหรับใครที่อยากซื้อกางเกงเจเจของแท้ ต้องทำความเข้าใจก่อนว่าของแท้ของท่านนั้นหมายถึงอะไร เพราะคำว่ากางเกงเจเจเป็นการเลขทับศัพท์ของกางเกงขาสั้น เอวยางยืด ถ้าคำว่าของแท้ของท่านหมายถึง กางเกงขาสั้นเอวยางยืดก็สามารถเลือกซื้อได้ทุกร้านที่ขายสินค้าประเภทนั้น เพราะกางเกงสไตลนี้มีขายทั่วไปตามท้องตลาด แต่ถ้าของแท้ของท่านเป็นคำว่าแท้ที่เป็นเจ้าแรก หรือยี่ห้อแรกที่ผลิตก็ต้อง JJ club American sport wear นี่คือนำตราสินค้าประเภทนี้ซึ่งในช่วงแรกของสินค้าประเภทนี้ JJ club เป็นที่นิยมมากจนทำให้ผู้ประกอบการรายอื่นสนใจเข้ามา

ส่วนแบ่งการตลาดด้วยแต่ส่วนมากในช่วงนั้นเจ้าที่เข้ามาทำตลาดมักใช้ชื่อยี่ห้อหรือชื่อแบรนด์ไปเลียนแบบหรือคล้ายคลึงกับ JJ club บางผู้ผลิตอาจจะมีการเล่นคำเป็น J.J. เป็น JJ Thailand ซึ่งการทำแบบนี้กลายเป็นว่าทำให้แบรนด์ JJ club แข็งแกร่งขึ้นไปอีก เพราะในช่วงนั้นผู้ผลิตรายอื่นๆที่ทำตามหลัง JJ club นั้นอยากลดต้นทุนจึงทำของที่คุณภาพด้อยกว่า หรือแย่กว่ามาขายเน้นขายถูกเอาปริมาณ ทำให้ผู้ซื้อเผลอคิดว่าอยากได้ของคุณภาพดีต้องบริโภคของแท้ JJ club เท่านั้น ต่อมาภายหลังกางเกงเจเจ เริ่มเข้าสู่ช่วงกลางของตลาดกางเกงเจเจ และเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ เนื่องจากเริ่มมีการนำลิขสิทธิ์ตัวการ์ตูน ชื่อดังจากประเทศต่างๆ อาทิเช่น Doraemon, Marvel, Captain America, Ironman, Hulk, Spiderman, Ben10, Mickeymouse, Winnie the pooh, Car, etc มาออกแบบลายผ้าในกางเกงเจเจ ซึ่งทำให้ภายหลังเริ่มมีผู้ประกอบการที่มีสิทธิ์ในการผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าลิขสิทธิ์ตัวการ์ตูนเหล่านี้ทำสินค้าประเภทนี้ขึ้นมาเอง โดยทำสินค้าคุณภาพเทียบเท่า JJ club เจ้าต้นแบบ ซึ่งจากที่เริ่มมีสินค้าคุณภาพใกล้เคียงกันและมีหลายหลากหลายทำให้เกิดการแข่งขันในเชิงคุณภาพ และมาตรฐานการผลิต ซึ่งเป็นผลดีแก่ผู้บริโภค ซึ่งเจ้าหลายๆที่เริ่มทำสินค้าคุณภาพเทียบเท่า หรือพัฒนาต่อยอดจากของ JJ club นั้น เช่น กางเกงของ PAJARA ทำให้ตอนนี้หากคุณต้องการกางเกงเจเจของแท้ นั้นคืออยู่กับว่าคำว่าแท้ของคุณเป็นแบบไหน

1. คำว่าแท้คือเป็นกางเกงขาสั้นคุณภาพดี ถ้าต้องการแบบนี้สามารถหาได้ตามแบรนด์ต่างๆที่มีอยู่ในท้องตลาด โดย วิธีดูหรือเลือกซื้อกางเกงแบบนี้ดูได้จาก

- 1.1 เนื้อผ้ากางเกงแบบนี้ถ้าเป็นเกรด A ก็จะมีอยู่ 2-3แบรนด์ที่คุณภาพเนื้อผ้าจะไม่แตกต่างกัน เนื้อผ้าจะจับแล้วรู้สึกนุ่มสบายใส่แล้วสบายไม่สากเนื้อ ถ้าเป็นของเกรด B หรือ C ก็จะมีเนื้อผ้าที่ไม่ค่อยดีเท่าที่ควรและมีระยะเวลาใช้งานที่สั้น
- 1.2 คุณที่กระเป๋ ผ้ากระเป๋ เกรด A กับ เกรดถูกโดยเกรดถูกใส่ไปไม่เท่าไรผ้ากระเป๋ก็ขาดเร็วกว่า
- 1.3 คุณที่ชอบขยี้ว่าดีแล้วห่อนดูจะเห็นว่าของดีใส่แล้วจะรัดกว่าไม่หลุดง่ายและทนทานใส่ได้นาน แต่ถ้าตัวเกรดถูกๆหน้อยใส่ไปบางที่สีผ้ายังสดอยู่เลยขยี้ตาย
- 1.4 คุณที่เชื่อกตรงกางเกงเกรด A จะเป็นเชื่อกคุณภาพดี หากผู้ซื้อลองจับดูจะสังเกตเห็นได้ด้วยตัวเองว่าเชื่อกแบบไหนดีกว่าซึ่งหากเป็นของ PAJARA จะสกรีนคำว่า PAJARA สีแดงใน

เชือกด้วย ซึ่งการทำแบบนี้สินค้าที่ทำตัวถูกหรือเกรด C มา เขาจะไม่สกรีนเพราะมันจะเพิ่มต้นทุน

2. คู่มือลายพิมพ์ของผ้า เกรด A สีจะสดกว่าเส้นการพิมพ์ของตัวการ์ตูนจะคมชัดและใช้งานพิมพ์จากโรงพิมพ์ผ้าคุณภาพดี

ซึ่งจริงๆ การเลือกของของคุณภาพดีหรือไม่ดีนั้น ไม่ยากเพียงแต่ว่าในท้องตลาดหากผู้ผลิตรายใด นำกางเกงเจจคุณภาพเกรด B หรือ C ไปจำหน่าย ก็จะทำให้ผู้ซื้อไม่สามารถเปรียบเทียบได้ แต่ถ้ามีของสองผู้ผลิตไปเทียบจะเห็นชัดเจนหากคำว่าแท่งของคุณคือกางเกงขาสั้นลายลิขสิทธิ์ของแท่งนั้น สามารถเลือกซื้อได้หลายแบรนด์ที่มีลิขสิทธิ์ครบ เช่นแบรนด์ PAJARA ที่แนะนำแบรนด์นี้เพราะ PAJARA เป็นแบรนด์ที่มีลิขสิทธิ์ตัวการ์ตูนดังอยู่เยอะในหมวดหมู่ของกางเกงขาสั้น-ขายาวครบซึ่ง PAJARA ได้รับสิทธิ์ในการผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าในหมวดหมู่กางเกงขาสั้นขายาวลายลิขสิทธิ์จาก MARVEL, IRONMAN, CAPTAIN AMERICA, DISNEY, ULTRAMAN และ ONEPIECE และได้สิทธิ์ในการจัดจำหน่ายกางเกงขาสั้น-ขายาวพิมพ์ลายกระจายทั่ว Doraemon ซึ่งตัวลายลิขสิทธิ์นั้นส่วนมากก็จะมีป้ายตัวการ์ตูนนั้นๆ เย็บติดกับขอบเอวกางเกงด้านในและมีป้ายกระดาษยิงคู่กันไป ซึ่งแสดงถึงการเป็นสินค้าลิขสิทธิ์แท้เพราะฉะนั้นหากต้องการหาซื้อกางเกงลายลิขสิทธิ์ของแท่งตัวการ์ตูนนั้นสามารถซื้อของ PAJARA ได้เลยครับ ส่วนลายที่เป็นลายธรรมดาทั่วไปเช่น ดอกไม้ กราฟฟิค ธงชาติ ทาง PAJARA ก็มีจำหน่าย ซึ่งทุกตัวทาง PAJARA เขาใส่ใจในการผลิต ตั้งแต่การออกแบบลาย การตัดเย็บเพื่อให้ผู้ใส่ทุกคนได้สินค้าดีมีคุณภาพ และสวมใส่สบาย ใส่สบาย มีความทันสมัย

อย่างไรก็ตามสภาวะปัจจุบันที่มีการแข่งขันทางด้านธุรกิจกันอย่างรุนแรงทั้งจากภายในประเทศและต่างประเทศทำให้สถานประกอบการต่างๆ ที่อยู่ในภาคอุตสาหกรรมการผลิตต้องมีการปรับตัวเป็นอย่างมาก การสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งกันโดยการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ (High Quality) ต้นทุนการผลิตต่ำ (Low Cost) และส่งมอบสินค้าได้ตรงกำหนดเวลา (On time Delivery) จึงมีความจำเป็นอย่างมาก

ด้วยเหตุนี้การเพิ่มศักยภาพบริหารการผลิตจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะช่วยสร้างความได้เปรียบขององค์กรโดยการนำแนวคิดการบริหารจัดการระบบ LEAN มาใช้เพื่อควบคุมการผลิตให้มี

ประสิทธิภาพ โดยการลดโอกาสการสูญเสีย 7 ประการสำคัญที่มีอยู่ในองค์กร ได้แก่ ความสูญเสียจากการผลิตมากเกินไป (Over Production Waste) ความสูญเสียจากการขนส่ง (Transportation Waste) ความสูญเสียจากการรอคอย (Waiting Waste) ความสูญเสียจากสินค้าคงคลัง (Inventory Waste) ความสูญเสียจากผลิตภัณฑ์บกพร่อง (Defects Waste) ความสูญเสียจากการเคลื่อนไหว (Motion Waste) และความสูญเสียจากกระบวนการมากเกินไป (Over processing Waste)

ลีน คือ ปรัชญาในการผลิต ที่ถือว่าความสูญเปล่าเป็นตัวทำให้เวลาที่ใช้ในการผลิตยาวนานขึ้น และควรที่จะมีการนำเทคนิคต่างๆมาใช้ในการกำจัดความสูญเปล่าเหล่านั้นออกไป การผลิตแบบลีน คือ การใช้หลักการชุดหนึ่งในการระบุและกำจัดความสูญเปล่า เพื่อส่งมอบสินค้าที่ลูกค้าต้องการทันเวลาที่ต้องการ "ลีน" คือ แนวทางที่จะพัฒนา จังหวะ (RHYTHM), การไหล (FLOW) และ สมดุล (BALANCE) ในกระบวนการผลิตใดๆ

2.13 แนวทางการปรับปรุงของลีน

1. การวิเคราะห์ผลผลิตภาพด้วยแผนภูมิสายธารแห่งคุณค่า (Value Stream Mapping) คือ การวิเคราะห์เส้นทางการไหลของสินค้าตั้งแต่เป็นวัตถุดิบจนกระทั่งเป็นสินค้าสำเร็จรูป เพื่อหากระบวนการที่มีคุณค่าและไม่มีคุณค่า และทำการกำจัดกระบวนการที่ไม่มีคุณค่าออกไปตามความต้องการของลูกค้า
2. การจัดสมดุลสายงาน (Line Balancing) คือ การจัดการในเรื่องความเร็วของการผลิตให้เกิดความสมดุลมากขึ้น เพื่อลด WIP ในกระบวนการผลิตลง และเพิ่มผลผลิตในการผลิตให้เพิ่มขึ้นได้
3. การผลิตอย่างต่อเนื่อง (Continuous Flow) คือ การกำจัดอุปสรรคในการผลิตให้ลดลง และเพื่อลดการ Downtime ของเครื่องจักร ทำให้ผลผลิตเพิ่มขึ้น และลด Loss ที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิต ส่งผลให้ค่า OEE ของเครื่องจักรเพิ่มขึ้น และสามารถผลิตและส่งมอบสินค้าได้ทันตามกำหนด
4. การลดความสูญเสีย 7 ประการ (7 Wastes) คือการลดความสูญเปล่าในกระบวนการผลิตในสายตาของลูกค้าให้ลดลง เช่น การรอคอยวัตถุดิบ การมีกระบวนการผลิตมากเกินไปหรือมีการเคลื่อนไหวของพนักงานผลิตและเส้นทางการขนส่งที่มากเกินไป จนทำให้เกิดความเมื่อยล้าและระยะเวลาการขนส่งที่มากเกินไป ส่งผลให้ผลทำการผลิตไม่ทันตลอดจนค่าใช้จ่ายการผลิตที่เพิ่มขึ้น

5. Kaizen (การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง) คือ การพัฒนากระบวนการผลิต กระบวนการดำเนินงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตที่ดีขึ้น ง่ายขึ้น เร็วขึ้น สะดวกขึ้น ปลอดภัยมากขึ้น จนเกิดเป็นมาตรฐานการทำงานที่ดีและความยั่งยืนในที่สุด

2.14 วิจัยที่เกี่ยวข้อง

สิริมา สิริยาภิวัดน์ (2558) อุตสาหกรรมทางด้านกลิ่นปรุงแต่ง (Flavor) จัดเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วและมีการแข่งขันที่สูงเนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่เน้นการบริโภคอาหารและเครื่องสำอาง ใหญ่ต้องมิกกลิ่นปรุงแต่งเป็นส่วนผสมอยู่ในอาหาร เพื่อให้อาหารมีรสชาติน่ารับประทานมากขึ้น บริษัทกรณิศศึกษา (บริษัท A) เป็นบริษัทอันดับหนึ่ง ที่มีการจำหน่ายวัตถุดิบ ไปยังทั่วโลกในระดับภูมิภาค และท้องถิ่นรวมถึงอาหาร เครื่องดื่ม สินค้าอุปโภคและบริโภค ในปีพ.ศ. 2556 มียอดขายทั่วโลก 4.4 พันล้านสวิสฟรังก์มีพนักงานกว่า 9,000 คน อยู่ใน 40 ประเทศทั่วโลก (Wullschleger, 2011) บริษัทกรณิศศึกษา (บริษัท A) เป็นตัวแทนในประเทศไทยเป็นผู้นำเข้าและจัดจำหน่าย สารกลิ่น หอม (Fragrance) กลิ่นปรุงแต่ง (Flavor) โดยมีบริษัทแม่อยู่ที่ประเทศสวิสเซอร์แลนด์ และบริษัทระดับภาคพื้นเอเชียอยู่ที่ประเทศสิงคโปร์บริษัท A มีอัตราการเติบโตทางธุรกิจที่สูงมากและเป็นอันดับหนึ่ง ในโลกเมื่อเทียบในอุตสาหกรรมเดียวกันกับคู่แข่ง บริษัท A ในประเทศไทยนำเข้ากลิ่นปรุงแต่งเพื่อจัดจำหน่ายให้กับโรงงานอาหารและเครื่องดื่ม และเป็นวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิตในประเทศไทยโดยการว่าจ้างโรงงานอื่นผลิต เพื่อจำหน่ายให้กับลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทั้งทางด้านการค้าปลีกนำเข้า ไซ่อุปทานรวมถึงการนำเข้า การส่งออกการวางแผนการผลิต การคำนวณสินค้าคงคลัง กำหนดปริมาณการใช้วัตถุดิบ การติดต่อและส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้า การจัดการทางด้านโลจิสติกส์ตัวแทนชิปปิ้ง รถขนส่งสินค้า โกดังเก็บสินค้า กิจกรรมเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งสำคัญในการบริหารจัดการอย่างยิ่ง จึงจำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนาระบบงานบุคลากรการวางแผนทางกลยุทธ์เทคโนโลยีด้านข้อมูลและงานที่เกี่ยวข้องทั้งหมดทางด้านไซ่อุปทาน ตั้งแต่การนำเข้าสินค้า จากหลายๆประเทศ หรือผลิตภายในประเทศเองจนถึงขั้นตอนการส่งมอบสินค้าให้ถึงมือลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สิริยุพา เลิศกาญจนพร (2553) การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันมีการแข่งขันระหว่างกันสูง อันเนื่องมาจากกระแสโลกาภิวัตน์ ความเจริญของเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อให้ธุรกิจสามารถเติบโตและดำเนินต่อไปได้อย่างมั่นคงผู้ประกอบการจึงให้ความสำคัญกับการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้วยการรับเทคโนโลยีและกลยุทธ์ทางธุรกิจต่างๆ เข้ามาประยุกต์ใช้ใน

องค์กร โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อลดต้นทุนการผลิต(Production Cost) ระยะเวลานำ(Lead Time) และ กระดับสินค้าคงคลัง(Inventory Level) เพื่อให้บริษัทมีผลกำไร ขณะเดียวกันก็ต้องการปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการ (Quality Improvement) เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Demand responsiveness) ให้ได้สูงสุดด้วยเหตุผลดังกล่าว การจัดการโซ่อุปทานจึงเป็นเครื่องมือทางธุรกิจอย่างหนึ่งที่ได้รับ ความสนใจอย่างมากจากธุรกิจ

ชุตติเดช วิชาลภิตติ (2555) ได้กล่าวไว้ว่าแบบจำลองโซ่อุปทานเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการเริ่มต้น การพัฒนาโซ่อุปทาน เพราะ SCOR Model มีการพัฒนามาเพื่อใช้อธิบายลักษณะ และแสดงกิจกรรมทาง ธุรกิจในโซ่อุปทานทั้งหมดโดยเกี่ยวข้องกับ การตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งช่วยในการ แก้ไขปัญหาการขาดภาษา มาตรฐาน กรอบการทำงาน (Framework) ในการพัฒนาและปรับปรุงโซ่อุปทาน และวิทยา สุหฤทธดำรง (2549) ได้กล่าวไว้ว่า แบบจำลอง SCOR จะบอกถึงขั้นตอนในการ Supply Chain Management เพื่อให้องค์กร สามารถดำเนินการปรับปรุง Supply Chain ทั้งการติดตามการตรวจประเมิน การสรุปพฤติกรรมของผู้บริหารที่ จำเป็น การรวบรวมกระบวนการวางแผน การจัดหา การผลิต การ จัดส่งและการส่งคืนสินค้าและขยายผลสู่ผู้ขาย (Supplier)ทุกชั้นจนถึงลูกค้าทุกชั้นกำหนดแนวทางกล ยุทธ์การปฏิบัติงาน การไหลของวัสดุงานและสารสนเทศ อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อ สร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้บริโภค ลดต้นทุนภายในองค์กรให้ ต่ำลง และสร้างความได้เปรียบเชิง การแข่งขันได้ โซ่อุปทานเป็นขั้นตอนที่ได้หลังจากการวางแผนแล้ว

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง ผลกระทบของโควิดที่มีต่อปริมาณการสั่งซื้อสินค้าในตลาดโป้เบ้: กรณีศึกษาสินค้ากางเกงขาสั้น ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนดังนี้

- 3.1 แนวคิดในการวิจัย
- 3.2 ประชากรและตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือในการวิจัย
- 3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 แนวคิดในการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการศึกษารูปแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative /approach) เพื่อให้กระบวนการวิจัยมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยการวิจัยเชิงคุณภาพนั้นมีจุดเด่นคือ สามารถเก็บข้อมูลเชิงลึกในเรื่องที่เฉพาะเจาะจงได้จากกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนจำกัด และสามารถคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างได้ เพื่ออธิบายปรากฏการณ์และสถานการณ์ของพื้นที่ที่ศึกษา และสามารถกำหนดปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องในเหตุการณ์ที่สนใจได้ ใช้ศึกษากระบวนการที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาได้ มีความยืดหยุ่นหากต้องมีการเปลี่ยนแปลงในระหว่างการวิจัย ในลักษณะของการวิจัยแบบขั้นตอนเชิงสำรวจ (Exploratory sequential design) ซึ่งเป็นการวิจัยที่แบ่งเป็น 2 ขั้นตอน ขั้นตอนแรกเป็นการวิจัยหลักเพื่อสำรวจข้อมูลโดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพและนำผลมาศึกษาต่อด้วยการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อยืนยันและนำผลไปวิเคราะห์แปลผลต่อไป

3.2 ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ เจ้าของร้านค้ากางเกงขาสั้นในตลาดโป้เบ้

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ใช้เครื่องมือ คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกเจ้าของร้านกางเกงขาสั้น j j club เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลรายได้ของปีนี้ ตัวอย่าง โดยมีขั้นตอน ดังนี้

- 1) เตรียมข้อคำถามหลักตามกรอบแนวคิดในการวิจัยที่ได้จากการวิเคราะห์และจัดหมวดหมู่จาก การศึกษาเอกสาร วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2) นำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาความถูกต้อง ความเหมาะสมของภาษา และความครอบคลุมของเนื้อหา ก่อนนำไปสัมภาษณ์
- 3) ปรับแก้ไขให้สมบูรณ์

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลมีรายละเอียด ดังนี้

- 1) ผู้วิจัยติดต่อขอความร่วมมือจากเจ้าของร้านกางเกงขาสั้น j j club ตัวอย่าง ที่เป็น กลุ่มตัวอย่างเพื่อเข้าพบและสัมภาษณ์
- 2) ติดต่อนัดหมายเวลา สถานที่ที่ผู้รับการสัมภาษณ์สะดวกในการให้สัมภาษณ์
- 3) ดำเนินการสัมภาษณ์ตามแนวข้อคำถามที่ได้จัดเตรียม พร้อมกับบันทึกคำ สัมภาษณ์ในรูปแบบบันทึกข้อมูล และบันทึกเทป (หากได้รับการอนุญาตจาก ผู้รับการสัมภาษณ์)

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ ตีความและสร้างเป็นข้อสรุป โดยใน การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยเชิงคุณภาพนั้น ซึ่งใช้เทคนิควิธีการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation technique) ประกอบด้วยการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data triangulation) ซึ่งเป็นการตรวจสอบ แหล่งที่มาของข้อมูลที่ต่างแหล่งกัน เช่น แหล่งที่เป็นเวลา แหล่งบุคคล และแหล่งสถานที่ นอกจากนี้ยังสามารถตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator triangulation) เป็นการตรวจสอบข้อมูลโดยการใช้ผู้ เก็บรวบรวมข้อมูลมากกว่าหนึ่งคนในประเด็นเดียวกัน หรือจะเป็นการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการ เก็บรวบรวมข้อมูล (Methodological triangulation) เป็นการเก็บข้อมูลจากหลากหลายวิธีการ หรือการ

ตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theoretical triangulation) เมื่อผ่านกระบวนการตรวจสอบข้อมูลแล้ว จึงนำข้อมูลนั้นวิเคราะห์และสรุปผลต่อไป โดยการวิจัยครั้งนี้ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล โดยผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั้งหมดมาดำเนินการตรวจแบบสามเส้า (Triangulation) ด้านข้อมูล โดยพิจารณาข้อมูลจากแหล่งที่มา 3 แหล่ง คือ ข้อมูลจากผู้ถูกสัมภาษณ์ ข้อมูลจากแนวคิดทฤษฎี และข้อมูลจากเอกสารจากสื่อที่เผยแพร่สู่สาธารณชนในเรื่องเดียวกัน โดยนำเอามาเปรียบเทียบเนื้อหาจากที่ได้ในการสัมภาษณ์ เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อความถูกต้องและความชัดเจนของข้อมูล และบทสัมภาษณ์ที่ได้เป็นไปในทิศทางเดียวกับทฤษฎี และเอกสารรวมไปจนถึงวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ทำให้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น ขั้นตอนมาทางดัชนีหรือกำหนดรหัสของข้อมูล โดยการใช้คำหลักและจึงสรุปข้อมูลหรือสร้างข้อสรุปชั่วคราวให้เหลือแต่ประเด็นหลักๆ ที่นำมาผูกโยงทำให้ข้อมูลกระชับมากขึ้น หลังจากนั้นจึงสร้างบทสรุปด้วยการตีความ หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาวิเคราะห์เปรียบเทียบกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ เพื่อหาความเหมือนหรือความต่างของเนื้อหา แล้วทำการค้นหาความสัมพันธ์ของประเด็นสำคัญเพิ่มขึ้น เพื่อให้ได้ความครบถ้วนของข้อมูล แล้วสรุปเป็นองค์ความรู้ต่อไป



บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ผลกระทบของโควิดที่มีต่อปริมาณการสั่งซื้อสินค้าในตลาดโป้เบ้:
กรณีศึกษาสินค้ากางเกงขาสั้น JJ club

1. ผลกระทบของโควิด-19 ที่มีต่อการยอดการสั่งซื้อกางเกงขาสั้น JJ Club
2. การคำนวณยอดการสั่งซื้อจาก EOQ
3. ประสิทธิภาพของการขายในช่วงที่เกิดผลกระทบจากโควิด -19

4.1 ผลกระทบจากโควิด-19 ที่มีต่อยอดการสั่งซื้อกางเกงขาสั้น JJ Club

4.1.1 เจ้าของบริษัทกางเกงขาสั้น JJ club

สถานการณ์การระบาดของไวรัสโคโรนา หรือ COVID-19 ส่งผลต่อประชากรทั่วโลก โดยรัฐบาลแต่ละประเทศต่างให้ความสำคัญ และต่างออกมาใช้มาตรการที่เข้มข้นเพื่อควบคุมการระบาด โดยได้เริ่มใช้มาตรการล็อกดาวน์ในวันที่ 26 มีนาคม 2562 จนกระทั่งถึงปัจจุบัน แม้ว่าจะมีการแพร่ระบาดที่ลดลงไปช่วงหนึ่ง แต่ภาวการณ์ขยายตัวของเชื้อโรคไม่ได้ลดน้อยลงไป กลับขยายตัวขึ้นมาอีกระลอกหนึ่ง ทำให้ทุกประเทศต่างมองหาวิธีการที่จะป้องกันไวรัสนี้ให้จงได้ จึงหันมาหามาตรการป้องกันด้วยการใช้วัคซีนซึ่งในปัจจุบันนี้ได้มีการนำมาใช้กันแล้วในหลายประเทศ ตั้งแต่มีการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ก็ทำให้มีการสั่งออเดอร์จากทางร้านค้าน้อยลงเป็นจำนวนมาก อย่างเห็นได้ชัดจากเจ้าของร้านในตลาดโป้เบ้ เนื่องจากคนที่ประชาชนคนทั่วไปไม่กล้าที่จะออกจากบ้าน ดังนั้น กางเกงขาสั้น JJ club จึงทำให้ร้านค้าขายไม่ดี รายได้ที่เคยได้หายไป เรียกได้ว่าครั้งต่อครั้งเลยทีเดียวจึงส่งผลทำให้เจ้าของร้านสั่งของน้อยลง ส่งผลกระทบต่อบริษัททำให้สินค้าและยอดขายรวมของบริษัทได้หายไป ออเดอร์ที่ได้รับน้อยลง จึงทำให้รายรับที่เคยได้หายไปเกือบครึ่ง ส่งผลให้บริษัทขาดทุน เนื่องด้วยรายรับน้อยลงแต่รายจ่ายเท่าเดิมทำให้ส่งผลกระทบต่อบริษัทเป็นอย่างมาก จึงต้องมีการลดรายจ่ายโดยการลดพนักงาน ทำให้พนักงานน้อยลง เพื่อให้เกิดความ

สมดุล และพอดีต่อการผลิตที่น้อยลงในช่วงโควิดต่อมารัฐบาลได้มีการเยียวยาประชาชนโดยให้เงินจำนวน 15,000 บาท

ทำให้ประชาชนมีเงินที่จะซื้อของใช้เสื้อผ้ามากขึ้น ส่งผลให้คนในประเทศออกมาใช้จ่ายมากขึ้น ตลาดโบริเบ้จึงกลับมาคึกคักอีกครั้ง และกลับมาขายดี มีคนเดินมากขึ้นทำให้มีออเดอร์มาเท่ากับช่วงแรกก่อนที่จะมีโควิด - 19 จึงทำให้มีการผลิตเท่าช่วงก่อนโควิด - 19 แต่พนักงานกับไม่พอต่อการผลิตทำให้ล่าช้าสินค้าไม่พอต่อความต้องการในช่วงนั้น

4.1.2 ความคิดเห็นของเจ้าของร้านกางเกงขาสั้น JJ club

ตั้งแต่มีการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลกระทบทำให้คนไม่กล้าออกจากบ้าน เนื่องจากสถานการณ์ที่ค่อนข้างแย่มากคนไม่กล้าที่จะออกมาจับจ่ายใช้สอย จึงทำให้เจ้าของกิจการร้านค้าหรือเจ้าของธุรกิจต่างมีผลกระทบกันทั่วประเทศผู้คนที่เคยเดินตลาดโบริเบ้น้อยลงมาก เรียกได้ว่า 50 เปอร์เซ็นต์หรือครึ่งต่อครึ่ง ทำให้ผู้ประกอบการร้านค้าได้รับผลกระทบในการขายสินค้าอย่างมาก ต้องจัดหน้าร้านใหม่เพื่อให้สัมผัสกับลูกค้าน้อยลงตามมาตรการของรัฐบาลในการป้องกันการติดเชื้อโควิด - 19 ทำให้ส่งผลกระทบในการเลือกซื้อสินค้าจากทางร้านขายกางเกง JJ club เป็นอย่างมาก ทางร้านค้าจะไม่ให้ลูกค้าเข้ามาเลือกสินค้าต่างๆ ของในร้านมากเกินไปไม่ได้ ถ้าเป็นลูกค้าปลีกจะให้เลือกสินค้าอยู่หน้าร้าน ถ้าเป็นลูกค้าซื้อส่งหรือซื้อเป็นจำนวนมากจะสามารถให้เข้ามาเลือกในร้านได้ได้ไม่เกิน 3-4 คน จึงมีผลกระทบทำให้ลูกค้าปลีก หรือลูกค้าที่ซื้อ 1-3 ตัว ทำให้ลูกค้าบางคนไม่สามารถที่จะเห็นสินค้าหรือเข้ามาเลือกสินค้าในร้านค้า ทำให้ลูกค้าไม่กล้าที่จะซื้อ และเสียลูกค้ากลุ่มลูกค้าปลีกเป็นจำนวนหนึ่งและลูกค้าส่งหรือลูกค้าที่อยู่ตามต่างจังหวัดไปท้ายที่สุด ลูกค้ากลุ่มนี้ก็จะไม่สามารถมาซื้อสินค้าได้ในช่วงนี้เพราะด้วยสถานการณ์โควิด-19 ลูกค้าเดินตลาดน้อยลงและกลัวเชื้อโควิด - 19

4.1.3 พนักงานหน้าร้านกางเกงขาสั้น JJ club

การมีการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด - 19 ทำให้พนักงานต้องเซฟตัวเองมากขึ้นพยายามที่จะไม่สัมผัสกับลูกค้าถ้าต้องสัมผัสก็พยายามสัมผัสให้น้อยที่สุด ส่งผลให้มีการปรับเปลี่ยนการขายสินค้าในร้านโดยการเปลี่ยนแบบร้านจัดหน้าร้านใหม่ เพื่อที่จะให้ลดความเสี่ยงที่จะติดเชื้อไวรัสโควิด-19 น้อยลง ผลทำให้มีการขายสินค้าที่ลำบากมากขึ้นและวุ่นวายมากขึ้น เนื่องจากทางร้านได้จัดหน้าร้านใหม่จากเดิมที่ให้ลูกค้าเข้ามาเลือกของหรือสินค้าในร้านได้ตามสบาย และไม่จำกัดจำนวน ทำให้ลูกค้าสะดวกสบายในการเลือกของมากแต่เนื่องด้วยปัจจุบันทางร้านได้จัดร้านใหม่จะให้ลูกค้าเข้ามาเลือกสินค้าได้ ไม่เกิน 5 คนทำให้ลดความเสี่ยงที่จะติดเชื้อไวรัสโควิด-19 มากขึ้นถ้ามากกว่า

นั้นจะให้ลูกค้าเลือกหน้าร้าน ส่งผลกระทบให้ลูกค้าที่อยู่หน้าร้านจะเลือกของหรือสินค้าได้ไม่เต็มที่ ลูกค้าส่วนมาก ที่เราจะให้เข้าไปเลือกในร้านส่วนมากจะเป็นลูกค้าที่ซื้อสินค้าแบบส่งหรือซื้อสินค้าเป็นจำนวนมากจึงจะให้เข้าไปเลือกในร้าน และส่วนลูกค้าที่ซื้อสินค้าแบบปลีก 1-3 ตัวทางพนักงานก็จะให้เลือกอยู่ที่หน้าร้านส่งผลให้ลูกค้าปลีกไม่ซื้อ เนื่องจากไม่ได้เข้าไปเลือกในร้านส่งผลกระทบให้เสียลูกค้าขายปลีก 1-3 ตัวไปจำนวนหนึ่ง ดังนั้นคือผลกระทบที่มากับโควิด-19 ไม่ว่าจะการขายที่ลำบากและวุ่นวายและการสูญเสียลูกค้าแบบขายปลีกไปอีกด้วย

4.1.4 ลูกค้า

ในช่วงโควิด19ระบาดทำให้ทุกคนต้องป้องกันตัวเอง ไม่ว่าจะเป็นการล้างมือด้วยบอชครั้งหรือการสวมใส่แมสแม้แต่ในการเลือกสินค้า พนักงานขายเค้าก็จะพยายามให้ลูกค้าเลือกสินค้าที่หน้าร้านถ้าไม่จำเป็นจะไม่ให้เข้าร้านไปเลือกสินค้าทำให้เราลูกค้าไม่ได้สินค้าที่ต้องการมากนัก ที่แตกต่างจากก่อนหน้าที่ยังไม่มีการระบาดของโควิด-19 พนักงานจะให้ลูกค้าเข้าไปเลือกในร้านได้ ทำให้สะดวกสบาย และลูกค้าได้สินค้าตามที่ลูกค้าต้องการผลกระทบก็คือลูกค้าไม่ได้เข้าไปเลือกในร้านและลูกค้าไม่ได้สินค้าที่ลูกค้าต้องการ

4.2 ก่อนช่วงโควิดถึงตอนนี้ยอดขายมีความเคลื่อนไหวเป็นอย่างไร

4.2.1 เจ้าของบริษัท

ก่อนช่วงเชื้อไวรัสโควิด-19 จะระบาด ยอดขายของกางเกงขาสั้น หรือยอดออเดอร์ของการสั่งซื้อมีมาอย่างต่อเนื่องมีผลกำไรที่ดี เราสามารถจะประมาณการได้ว่าช่วงไหนของปีจะมีการสั่งซื้อที่มากหรือน้อยในแต่ละเดือนในปี ยกตัวอย่างเช่นเดือนมกราคมถึงเมษายนจะมีการสั่งซื้อออเดอร์เข้ามาเยอะในทุกๆปีหลังจากเข้าครึ่งปีก็จะมีออเดอร์มาเรื่อยๆ ตั้งแต่มีการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ยอดขายก็ลดลงอย่างเห็นได้ชัดจากการสั่งซื้อออเดอร์ที่น้อยลงของร้านต่างๆ โดยเจ้าของบริษัทกล่าวว่า “จะมีรถของทางบริษัทมาส่งเป็นรอบๆ สำหรับการส่งแต่ละครั้งและพนักงานส่งของจะใส่แมสเพื่อป้องกันโรคโควิด-19” ในช่วงเดือนมกราคมถึงเมษายนในปีที่ผ่านมา จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่าหลังจากมีเชื้อไวรัสโควิด-19 เข้ามา ออเดอร์เริ่มน้อยลงเกือบครึ่งทำให้ทางบริษัทมีรายรับน้อยลง แต่รายจ่ายเท่าเดิมทำให้บริษัทต้องมีการลดรายจ่ายคือการจ้างพนักงานน้อยลง บริษัทก็ไม่ยอมส่งผลต่อการผลิตเนื่องจากการสั่งซื้อออเดอร์ที่น้อยลงในช่วงโควิดแต่หลังจากช่วงโควิด-19 การสั่งซื้อสินค้าดีในช่วงแรกรัฐบาลก็ได้มีการเยียวยาประชาชน โดยการแจกเงินช่วยเหลือประชาชนเดือนละ 5,000 บาทเป็นจำนวน 3 เดือนเป็นจำนวนเงิน 15,000 บาทเหมือนเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจทำให้ประชาชนมีเงินที่จะจับจ่ายใช้สอยมากขึ้น และมีเงินซื้อเสื้อผ้ามีเงินเดินซื้อของทำให้ร้านค้าในตลาด

ไบ้เบ้ กลับมาขายดี มีการสั่งของ หรือออเดอร์ ที่มากขึ้นเท่ากับในช่วงก่อนโควิด-19 ระบาดส่งผลให้มีการผลิตที่ล่าช้าเนื่องจากมีพนักงานไม่เพียงหลังจากที่ลดพนักงานออกไปเป็นจำนวนหนึ่ง ทำให้ทางเกษตรไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าในช่วงเวลานั้น แต่หลังจากที่ประชาชนใช้เงินที่รัฐบาลเยียวยาหมดก็กลับมาซื้อออเดอร์ที่น้อยลงเท่าช่วงโควิด-19 ระบาดในช่วงแรก ในส่วนของที่ขายไม่หมด เจ้าของกิจการก็จะเก็บไว้ เพื่อไว้ขายในเดือนต่อไป จัดเก็บตามความสะดวก ประเภทสินค้า น้ำหนักและขนาด ขนาดเล็ก น้ำหนักเบาจะเก็บไว้ที่ชั้นบนร้าน โดยเจ้าของร้านกล่าวว่า “ถ้าเป็นสินค้าที่มีน้ำหนักขึ้นมาหน่อยจะเก็บเรียงไว้ที่ด้านหลังร้านชั้นล่างเพื่อความสะดวกในการจัดของ และเรียงขึ้นชั้นวาง”

4.2.2 เจ้าของร้านเกษตรขาตั้ง JJ club

การระบาดของโควิด-19 ในระลอกแรกทำให้ยอดขายลดลงอย่างเห็นได้ชัดเจนขึ้น เพราะไม่มีคนเดินตลาดไบ้เบ้และคนไม่มีเงินซื้อของหรือจ่ายใช้สอย ประชาชนจึงเก็บเงินไว้ใช้ในสิ่งที่จำเป็นมากกว่า เช่น ซื้อของกินเพื่อประทังชีวิตมากกว่าที่จะมาซื้อเสื้อผ้า ทำให้เจ้ากิจการร้านค้าหรือเจ้าของธุรกิจในตลาดไบ้เบ้ต่างมียอดขายลดน้อยลงมากอย่างเห็นได้ชัด แต่หลังจากที่การระบาดของโควิดดีขึ้นรัฐบาลได้มีการเยียวยาประชาชนเป็นจำนวนเงินเดือนละ 5,000 เป็นจำนวน 3 เดือนเป็นจำนวนเงิน 15,000 บาทจึงทำให้ประชาชนมีเงินที่จะใช้สอยมากขึ้นกว่าเดิมและทำให้เจ้าของธุรกิจหรือเจ้าของร้านต่างๆ ในตลาดไบ้เบ้รวมทั้งร้านเกษตรขาตั้ง JJ club มียอดขายมากขึ้นทั้งขายปลีก 1-3 ตัวและขายส่งเป็นจำนวนมากแต่ที่ขายดีจะเป็นลูกค้าปลีก 1-3 ตัวมากกว่า เพราะลูกค้าประเภทนี้ส่วนมากจะได้เงินเยียวยาจากรัฐบาล โดยเจ้าของบริษัทกล่าวว่า “มีการขายทั้งปลีกและจัดส่ง ลูกค้าปลีกจะเป็นลูกค้าขจรมาซื้อช่วงวันหยุดเสียเป็นส่วนมาก 1-3 ชิ้นขึ้นไป ส่วนลูกค้าเจ้าใหญ่ที่ซื้อในราคาส่งจะเป็นวันธรรมดาและจะมีการโทรสั่งและจัดส่งตามขนส่ง” จึงมีเงินที่จะจ่ายใช้สอยมากขึ้นทำให้ร้านเกษตรขาตั้ง JJ club ดีขึ้นมากกว่าช่วงโควิด-19 จะระบาดในระลอกแรกแต่หลังจากนั้นไม่นาน ประชาชนใช้เงินเยียวยาหมด ก็กลับมายอดขายตกแบบช่วงโควิดระลอกแรกเหมือนเดิม

4.2.3 พนักงานร้านเกษตรขาตั้ง JJ club

ในช่วงก่อนโควิด-19 พนักงานจะมาทำงานเต็มวันได้รับเงินเดือนเต็มแต่หลังจากที่มีการระบาดของโควิด-19 ก็ทำให้ช่วงหลังต้องลดวันทำงานลงเงินเดือนก็น้อยลงตามจำนวนวันที่ทำเนื้องด้วยลูกค้าที่ออกมาเดินซื้อของในตลาดไบ้เบ้น้อยลงมาก ซื้อสินค้าน้อยลงทำให้เจ้าของร้านขาดทุนจึงมีการลดวันทำงานในช่วงโควิด-19 ระบาด ช่วงและแต่หลังจากที่รัฐบาลเยียวยาเงินให้

ประชาชนก็ได้กลับมาทำงานเต็มวันรับเงินเดือนเต็มเนื่องจากเงินคนออกมาซื้อของกันมากขึ้น คนเยอะขึ้นของขายดีขึ้นแต่หลังจากช่วงที่ประชาชนใช้เงินหมด คนซื้อน้อยลงก็ต้องกลับมาทำงานน้อยลง

4.2.4 ลูกค้า

การที่มีโรคระบาดโควิด-19 ทำให้ไม่ค่อยกล้าที่จะออกจากบ้านมาจับจ่ายใช้สอยและออกมาซื้อของที่ไม่จำเป็นเพื่อเลี่ยงการติดเชื้อโควิด-19 รวมทั้งประหยัดเงินไม่ซื้อของที่ไม่จำเป็นมากเช่น เสื้อผ้ารองเท้าเครื่องแต่งกายแต่หลังจากที่รัฐบาลให้เงินเยียวยา ก็ได้มีการออกมาเดินซื้อของในตลาดบ่อย เช่นเสื้อผ้าที่เราอยากได้มากขึ้นเพราะ โควิดก็ดีขึ้นบ้างแล้ว

4.3 การคำนวณยอดสั่งซื้อที่เหมาะสม

ตารางที่ 1 แสดงยอดขายปี 2562

มกราคม	64,000	กรกฎาคม	51,000
กุมภาพันธ์	45,000	สิงหาคม	49,000
มีนาคม	52,000	กันยายน	50,000
เมษายน	59,000	ตุลาคม	44,000
พฤษภาคม	42,000	พฤศจิกายน	42,500
มิถุนายน	38,000	ธันวาคม	39,500

ตารางที่ 2 แสดงการขาย หน่วยในการขายเท่ากับ 250 บาทต่อหน่วย

มกราคม	256	กรกฎาคม	204
กุมภาพันธ์	180	สิงหาคม	196
มีนาคม	208	กันยายน	200
เมษายน	236	ตุลาคม	176
พฤษภาคม	168	พฤศจิกายน	170
มิถุนายน	152	ธันวาคม	158
	1,200		1,104
ยอดรวม			2,304 หน่วย

$$EOQ = \sqrt{\frac{2 \times D \times S}{H}}$$

$$\begin{aligned} EOQ &= \sqrt{\frac{2 \times D \times S}{H}} \\ &= \sqrt{\frac{2 \times 2,304 \times 576,000}{20}} \\ &= \sqrt{265,420,800} \\ &= 3,642 \text{ หน่วย} \end{aligned}$$

ในขณะที่

D = ปริมาณของสินค้าที่มีความต้องการตลอดทั้งปี

S = ค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อสินค้าในแต่ละครั้ง

H = ค่าเก็บสินค้าต่อหน่วยตลอดทั้งปี

ยอดสั่งซื้อที่เหมาะสมสำหรับปี 2563

ตารางที่ 3 แสดงยอดขายปี 2563

มกราคม	69,000	กรกฎาคม	53,000
กุมภาพันธ์	51,000	สิงหาคม	50,000
มีนาคม	59,000	กันยายน	49,000
เมษายน	58,000	ตุลาคม	48,000
พฤษภาคม	49,000	พฤศจิกายน	49,000
มิถุนายน	41,000	ธันวาคม	40,500

ตารางที่ 4 แสดงการขาย หน่วยในการขายเท่ากับ 250 บาทต่อหน่วย

มกราคม	276	กรกฎาคม	212
กุมภาพันธ์	204	สิงหาคม	200
มีนาคม	236	กันยายน	196
เมษายน	232	ตุลาคม	192
พฤษภาคม	196	พฤศจิกายน	196
มิถุนายน	164	ธันวาคม	162
	1,308		1,158
ยอดรวม			2,466 หน่วย

$$EOQ = \sqrt{\frac{2 \times D \times S}{H}}$$

$$\begin{aligned}
 EOQ &= \frac{\sqrt{2 \times D \times S}}{H} \\
 &= \frac{\sqrt{2 \times 2,466 \times 616,500}}{200} \\
 &= \frac{\sqrt{2840832000}}{200} \\
 &= 3,768 \text{ หน่วย}
 \end{aligned}$$

ในขณะที่

D = ปริมาณของสินค้าที่มีความต้องการตลอดทั้งปี

S = ค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อสินค้าในแต่ละครั้ง

H = ค่าเก็บสินค้าต่อหน่วยตลอดทั้งปี

ดังนั้นจะสังเกตเห็นว่า ยอดสั่งซื้อที่เหมาะสมในปี 2562 จะเป็น 3,642 หน่วยต่อครั้ง เป็นยอดที่ปริมาณการสั่งซื้อที่ประหยัด โดยการสั่งซื้อสินค้าในแต่ละครั้งจะสั่งในปริมาณหรือ

จำนวนที่ทำให้ค่าใช้จ่ายรวมต่ำที่สุด ซึ่งค่าใช้จ่ายรวมนั้นเกิดจากค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อ และในปี 2563 จะเป็นยอดประมาณ 3,768 หน่วย

4.3 ประสิทธิภาพในการจำหน่ายสินค้าในช่วงโควิด-19

วิจัยกรุงศรีฯ ได้ประเมินผลกระทบของโรคระบาดไวรัสโควิด-19 ว่าจะทำให้เศรษฐกิจโลกหดตัว 3.2% และเศรษฐกิจอาเซียนจะลดลงราว 2.1-5.4% จากสถานการณ์ปกติ หากมีการบังคับใช้มาตรการล็อกดาวน์ 2 เดือน โดยประเทศไทยจะได้รับผลกระทบมากที่สุดในบรรดาประเทศสมาชิกอาเซียน จากการที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะลดลง 60% จากปีที่แล้ว ผลที่เกิดขึ้นเป็นดังเช่นการคาดคะเน และการเติบโตของเศรษฐกิจหดตัวลงไป โดยเฉพาะประเทศไทยยังเห็นได้ชัด ธุรกิจหลากหลายประเภทมีการปิดตัวลงดังเช่นปรากฏในข่าวตามหน้าสื่อต่างๆ ภาคธุรกิจส่วนใหญ่ไม่สามารถรักษายอดขายและกำไรไว้ได้ บางบริษัทอาจมีกำไรลดลงและเงินทุนลดลง อย่างไรก็ตามบริษัทที่มีสภาพคล่องสูงจะผ่านพ้นสถานการณ์ที่ยากลำบากไปได้ ส่วนธุรกิจกางเกงขาสั้น JJ Club เช่นเดียวกันเป็นกรณีศึกษาในการศึกษาครั้งนี้ที่ได้ทำการศึกษาประสิทธิภาพการสั่งซื้อกางเกง JJ ของประชากรในกรุงเทพฯ ในช่วงโควิด-19 ซึ่งประกอบด้วยหลายเหตุผล จากการศึกษาพฤติกรรมในการซื้อ เนื่องจากกลุ่มประชากรทำงานที่บ้านหรือที่เรียกว่า work from home มีความต้องการที่จะใส่เสื้อผ้าที่สะดวกสบาย เลยมีความต้องการที่จะซื้อกางเกงขาสั้น JJ มาใส่ที่บ้านด้วย แต่อุปสรรคคือเรื่องรายได้ ที่ต้องมีการประหยัด ดังนั้นถือเป็นเรื่องที่มีความขัดแย้งกัน อย่างไรก็ตาม ความต้องการในบางเดือนยังมีขึ้นในขณะที่บางเดือนอาจจะลดลง แต่โดยรวม ความต้องการในการซื้อ มีความต้องการในการซื้อที่เพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง

พฤติกรรมในการซื้อของของคนไทย ยังมีการซื้อของออนไลน์ที่สม่ำเสมอ แม้จะอยู่ในภาวะช่วงวิกฤติโควิด-19 อย่างไรก็ตาม หากมีการโฆษณาออนไลน์ที่มากขึ้นและเหมาะสม ตรงเป้าหมายทางการตลาด ผู้วิจัยเชื่อว่าสามารถเพิ่มยอดขายในการขายให้กับ JJ Club ได้เป็นอย่างดี ดังนั้น JJ Club ควรมีการศึกษาการตลาดออนไลน์เพิ่มเติมเพื่อเพิ่มยอดขาย ในหลายๆ ประเทศ รวมถึงประเทศไทย พฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าเกิดการเปลี่ยนแปลง มีการซื้อของออนไลน์เพิ่มขึ้นสังเกตได้จากมีกล่องบรรจุภัณฑ์ที่ตามถึงขณะตามบ้านเพิ่มมากขึ้นในแต่ละวันสูงมากขึ้น แสดงให้เห็นถึงปริมาณที่เพิ่มมากขึ้นของสินค้า ดังนั้น หาก JJ Club ทำการตลาดออนไลน์ การเพิ่มยอดขายไม่ใช่เรื่องใหญ่ที่จะเกินความสามารถที่จะทำเลย นอกจากนั้น กางเกงเจเจยังมีความเป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง บางคนไม่เคยได้ยินชื่อและไม่รู้จักกางเกงเจเจเลย กางเกงเจเจ คือกางเกงขาสั้นลายดอก

หรือตัวการ์ตูนสีสันสดใส เหมาะสำหรับใส่ในหน้าร้อน ใส่อยู่บ้าน ใส่ในวันสบายๆ ซึ่งภายหลังได้มีการพัฒนารุ่นของกางเกงแต่ละรุ่นขึ้นมาพอสมควร ศาสตะสิน ก้อนชัยภูมิ (2564) ศึกษาพบว่า ผู้บริโภควัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกันที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีการตอบสนองต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ที่แตกต่างกันในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ซึ่งในความหมายนี้กล่าวโดยภาพรวมและโดยในรายละเอียดรายด้านทุกด้าน ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการเปรียบเทียบกับสินค้ากางเกงขาสั้น JJ Club ในแนวคิดที่จะนำมาขายออนไลน์ด้วยเช่นกัน เนื่องจากปัจจุบันเป็นเครื่องมือทางการค้าที่มีกำลังสูง

4.3.1 เจ้าของบริษัท

ก่อนช่วงโควิด 19 มีการสั่งซื้อสินค้าจากบริษัทกางเกงขาสั้น JJ club ต่อเดือนมากแต่ไหนเจ้าของบริษัทกล่าวว่า ขึ้นอยู่กับว่ายอดขายจากทำร้านดีแค่ไหน ถ้ามีวันหยุดยาวยอดขายก็จะมากหน่อย ประมาณเดือนละ 8-9 ครั้งแต่หลังจากที่มีการระบาดของโควิด 19 ในช่วงแรกก็เริ่มมีการสั่งซื้อที่น้อยลงจากปกติทางร้านมีการสั่งซื้อเข้ามาทางบริษัท 8-9 ต่อเดือนจะมีรถของทางบริษัทมาส่งเป็นรอบๆ สำหรับการส่งแต่ละครั้งและพนักงานส่งของจะใส่แมสเพื่อป้องกันโรคโควิด

ตอนนี้มีการสั่งซื้อสินค้าเข้ามาทางบริษัทน้อยลงแค่ 5-6 ครั้งต่อเดือนทำให้รู้ว่าทางร้านกางเกงขาสั้น JJ club ที่ตลาดโบ๊เบ๊มีประสิทธิภาพในการขายน้อยลงสังเกตได้จากการสั่งซื้อสินค้าต่อมารัฐบาลได้มีการแจกเงินเยียวยาประชาชน ทำให้คนมีกำลังในการซื้อหรือใช้จ่ายให้ชดเชยมากขึ้นทำให้ส่งผลให้ร้านขายกางเกงขาสั้น JJ club มียอดขายมากขึ้นเทียบเท่ากับช่วงก่อนที่มีโรคระบาดโควิด 19 ส่งผลให้ร้านมีประสิทธิภาพในการขายมากขึ้นเทียบเท่ากับช่วงก่อนโควิด19 และทำให้มีการสั่งซื้อสินค้าจากทางบริษัทมากขึ้นทำให้บริษัทกลับมามีการผลิตมากเทียบเท่ากับช่วงโควิด19

4.3.2 เจ้าของร้าน

ลูกค้าส่วนใหญ่ จะเป็นลูกค้าส่งที่โทรสั่งโดยเจ้าของบริษัทกล่าวว่า “ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นพ่อค้าแม่ค้าตลาดนัดหรือตามหัวเมืองทั่วประเทศไทย และจะนำไปขายปลีกกระจายตามต่างจังหวัดอีกที” พ่อค้าแม่ค้าจากต่างจังหวัดก็ลดน้อยลงเนื่องด้วยกลัวโรคระบาดโควิด 19 ทำให้ลูกค้าจากต่างจังหวัดไม่มาเลือกซื้อสินค้าที่ร้านกางเกงขาสั้น JJ club ในช่วงนี้แต่เป็นการโทรมาสั่งแทนบ้าง บางเจ้า ที่ร้านจะมีการขายทั้งปลีกและจัดส่ง ลูกค้าปลีกจะเป็นลูกค้าขจรมาซื้อช่วงวันหยุดเสียเป็นส่วนมาก 1-3 ชิ้นขึ้นไป ส่วนลูกค้าเจ้าใหญ่ที่ซื้อในราคาส่งจะเป็นวันธรรมดาและจะมีการโทรสั่งและจัดส่งตามขนส่ง แต่ในช่วงโควิด 19 ทางร้านจะมียอดขายลดลงพอสมควรจากผลกระทบของโควิด 19 จากปกติทางร้านจะขายกางเกงขาสั้น JJ club ได้เฉลี่ยอย่างน้อยประมาณ 300-400 ตัวเลย

ที่เดียวโควิด 19ทำให้ประชาชนไม่ออกมาจับจ่ายใช้สอยแต่หลังจากที่รัฐบาลมีการเยียวยาประชาชน โดยการให้เงินเยียวยาประชาชนเดือนละ 5000 เป็นเวลา 3 เดือนทำให้ประชาชนมีเงินที่จะซื้อสินค้าในตลาดไปเป็นอย่างมากทำให้ทางร้านมีประสิทธิภาพในการขายมากขึ้นยอดขายกลับมามีขึ้นเหมือนช่วงก่อนที่จะมีการระบาดของโควิด 19 จึงทำให้รู้ว่าโควิดมีผลต่อประสิทธิภาพในการซื้อของประชาชนก็จริงแต่ถ้าประชาชนมีเงินหรือมีกำลังที่จะซื้อหรือจับจ่ายใช้สอยอย่างที่รัฐบาลได้เยียวยาประชาชนโควิด19 ก็จะไม่ส่งผลต่อกำลังในการซื้อของลูกค้าเจ้าของร้านก็จะมีประสิทธิภาพในการขายมากยิ่งขึ้น

4.3.3 พนักงาน

ในช่วงโควิด-19 มีการระบาดของโควิด19คนเดินตลาดไปเป็นน้อยลงอย่างเห็นได้ชัดเนื่องจากลูกค้าก็กลัวโควิด-19 จึงทำให้ลูกค้าไม่กล้าที่จะมาซื้อสินค้าด้วยตัวเองมากนักทำให้ยอดขายลดลงมากจากช่วงก่อนโควิด19 จากเมื่อก่อนมีรถมาส่งสินค้าของก็มาส่งเดือนละประมาณ8-9ครั้งอาทิตย์ละ2วันแล้วแต่จะสั่งของแต่ในช่วงที่มีการระบาดของโควิด19 ก็มีของมาส่งลดน้อยลงเดือนละ5-6ครั้ง อีกทั้งยังมีการเปลี่ยนรูปแบบร้าน ทำให้มีการขายสินค้าที่ยุ่ยยากขึ้นในช่วงโควิดทำให้มีประสิทธิภาพในการขายลงน้อยลง แต่หลังจากมีการเยียวยาของรัฐบาลคนมีกำลังที่จะซื้อมากขึ้นทำให้ยอดขายกลับมามีขึ้นเทียบเท่ากับช่วงก่อนโควิด 19 ประสิทธิภาพในการขายมากขึ้นแต่ก็มีความยุ่งยากในการขาย เนื่องจากการต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบของร้านและก็ต้องมีการเซฟตัวเองพนักงานให้ไม่เสี่ยงต่อการติดเชื้อโควิด19 อีกด้วย

บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องผลกระทบของโควิดที่มีต่อปริมาณการสั่งซื้อสินค้าในตลาดโบ้เบ้: กรณีศึกษาสินค้ากางเกงขาสั้น JJ club ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสัมภาษณ์ โดยวิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 4 คน โดยจำแนกออกเป็น 3กลุ่ม

- 1) ได้แก่เจ้าของบริษัทที่ผลิตกางเกงขาสั้น JJ club
- 2) เจ้าของร้านกางเกงขาสั้น JJ club ในตลาดโบ้เบ้
- 3) ลูกค้าที่มาซื้อสินค้ากางเกงขาสั้น JJ club ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์และอภิปรายผลการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

5.1 ผลกระทบของโควิดที่มีผลต่อการขายของกางเกงขาสั้น JJ club

5.1.1 บริษัทที่ผลิตกางเกงขาสั้น JJ club

จากการสัมภาษณ์บริษัทกางเกงขาสั้น JJ club พบว่า ด้านลักษณะการดำเนินงานของโรงงานหรือบริษัท

ซึ่งลักษณะโรงงานเป็น โกดังอยู่ย่านลาดพร้าว ไม่มีหน้าจะผลิตส่งเฉพาะเจ้าของร้านที่ได้ติดต่อกันหรือเจรจาและคุยกันเอาไว้แล้วเท่านั้นจะมีร้านที่บริษัทได้เจรจาไว้มีอยู่ทั่วประเทศอย่างน้อย40-50ร้านทั่วประเทศกางเกง JJ club มีมานาน15ปีเป็นอย่างน้อยและได้เจรจากับบ้านย่านโบ้เบ้มาอย่างน้อย10จึงทำให้คุ้นเคยกันเป็นอย่างดีจะมีการมาส่งของให้ร้านต่างๆแล้วแต่เจ้าของร้านสั่งออเดอร์ส่วนมากอย่างน้อยก็อาทิตย์ละ2ครั้ง จะเป็นวันอังคารกับวันพฤหัสบดีจะมีการมาส่งโดยรถกระบะของทางบริษัทและมีคนยกของประมาณ2-3คนเป็นอย่างน้อยส่วนพนักงานส่งของและแพ็คของในโรงงานจะมีประมาณ10-20คนส่วนพนักงานผลิตเย็บผ้าก็จะมีประมาณ30-40คนแต่การที่มีโรคระบาดโควิดเข้ามาทำให้บริษัทต้องลดการผลิตลงมาก

5.1.2 ผู้ประกอบการ (เจ้าของร้านกางเกงขาสั้น JJ club)

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ(เจ้าของร้านกางเกงขาสั้นJJ club) พบว่า หากเจ้าของร้านตั้งแต่มีการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด -19 ส่งผลกระทบบ้างทำให้คนไม่กล้าออกจากบ้านเนื่องจาก

สถานการณ์ที่ค่อนข้างแย่มากสำหรับผู้คนไม่กล้าที่จะออกมาจับจ่ายใช้สอย จึงทำให้เจ้าของกิจการร้านค้าหรือเจ้าของธุรกิจต่างมีผลกระทบกันทั่วประเทศผู้คนที่เคยเดินตลาดโบ้เบ้มีน้อยลงมาก เรียกได้ว่า50เปอร์เซ็นต์หรือครึ่งต่อครึ่งจึงทำให้ผู้ประกอบการร้านค้ามีผลกระทบในการขายสินค้าอย่างมาก ต้องจัดหน้าร้านใหม่เพื่อให้สัมผัสกับลูกค้าที่น้อยลงตามมาตรการของรัฐบาลที่ป้องกันการติดเชื้อโควิด - 19 ทำให้ส่งผลกระทบในการเลือกซื้อสินค้าจากทางร้านขายทางแองเจิ้ลคลับ เป็นอย่างมาก ทางร้านค้าจะไม่ให้ลูกค้าเข้ามาเลือกสินค้าต่างๆ ของในร้านมากเกินไปไม่ได้ ถ้าเป็นลูกค้าปลีกจะให้เลือกสินค้าอยู่หน้าร้าน ถ้าเป็นลูกค้าซื้อส่งหรือซื้อเป็นจำนวนมากจะสามารถให้เข้ามาเลือกในร้านได้ได้ไม่เกิน3-4คนจึงมีผลกระทบทำให้ลูกค้าปลีก หรือลูกค้าที่ซื้อ1-3ตัวทำให้ลูกค้าบางคนที่ไม่สามารถเห็นสินค้าได้ก็ไม่ได้เข้ามาเลือกในร้านค้า ก็ทำให้ลูกค้าไม่กล้าที่จะซื้อจึงทำให้เสียลูกค้ากลุ่มลูกค้าปลีกเป็นจำนวนหนึ่งและลูกค้าส่งหรือลูกค้าที่อยู่ตามต่างจังหวัด ก็จะไม่สามารถมาซื้อสินค้าได้ในขณะนี้เพราะด้วยสถานการณ์ โควิด ลูกค้าเดินตลาดน้อยลงและกลัวเชื้อ โควิด - 19

5.1.3 ลูกค้า

จากการสัมภาษณ์ลูกค้าในช่วงโควิด19ระบาดทำให้ทุกคนต้องป้องกันตัวเอง ไม่ว่าจะเป็นการล้างมือด้วยบ่อยๆหรือการสวมใส่แมสแม้แต่ในการเลือกสินค้า พนักงานขายเขาก็จะพยายามให้ลูกค้าเลือกสินค้าที่หน้าร้านถ้าไม่จำเป็นจะไม่ให้เข้าร้านไปเลือกสินค้าทำให้เราลูกค้าไม่ได้สินค้าที่ต้องการมากนัก ที่แตกต่างจากก่อนหน้านี้ที่ยังไม่มีการระบาดของโควิด-19พนักงานจะให้ลูกค้าเข้าไปเลือกในร้านได้ทำให้สะดวกสบาย และลูกค้าได้สินค้าตามที่ลูกค้าต้องการผลกระทบก็คือลูกค้าไม่ได้เข้าไปเลือกในร้านและลูกค้าไม่ได้สินค้าที่ลูกค้าต้องการมากนัก

5.2 อธิปไตย

จากผลการวิเคราะห์EOQผลกระทบของโควิดที่มีต่อปริมาณการสั่งซื้อสินค้าในตลาดโบ้เบ้: กรณีศึกษาสินค้าทางแองเจิ้ลคลับ JJ club จากการศึกษาถึงปริมาณการสั่งซื้อสินค้าประเภททางแองเจิ้ลคลับ ผลการวิเคราะห์ ในปี2562 eoq ออกมา 2304หน่วย ซึ่งน้อยกว่าในปี2563 ที่ 2466หน่วย จะเห็นได้ว่าปี2563 มีหน่วยที่มากกว่าเพราะการขยายตัวของรัฐบาลมีการกระตุ้นยอดขายและการสั่งซื้อให้มากขึ้น และต้องมีหน่วยการสั่งซื้อมากกว่า 3768 หน่วยจึงจะคุ้มต่อการสั่งในแต่ละปี

จากวัตถุประสงค์ข้อที่1 เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการขายสินค้าประเภททางแองเจิ้ลคลับ JJ club ในตลาดโบ้เบ้ในช่วงโควิด-19 จะเห็นได้ว่าในช่วงแรกที่โควิด19ระบาดทำให้มีความยากลำบากในการขายเพราะลูกค้ากลัวที่จะออกมาซื้อสินค้าและกลัวที่จะสัมผัสกับคนอื่นบวกกับ

การปรับเปลี่ยนร้านใหม่ไม่ให้ลูกค้าเข้ามาเลือกสินค้าในร้านเกินจำนวนที่รัฐบาลกำหนดทำให้มีความยากในการขายสินค้าว่านวายต่อการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้าและปัญหาคือการแพร่ระบาดของโควิด 19 ที่มีการระบาดตั้งแต่ มกราคม 2562 และเริ่มควบคุมการระบาด โดยได้เริ่มใช้มาตรการล็อกดาวน์ในวันที่ 26 มีนาคม ไปจนถึงสิ้นเดือนเมษายนเป็นอย่างน้อย ส่งผลให้เศรษฐกิจหยุดชะงัก ซึ่งมาตรการต่างๆ นอกจากจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของเราแล้ว ยังส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจ และเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทยทำให้มีอุปสรรคการซื้อของคนที่น้อยลงเนื่องจากผู้คนไม่มาเดินตลาดทำให้มีผลกระทบต่อการขายจะสังเกตได้ว่าในแต่ละบ้านหรือชุมชนในแต่ละที่จะมีกล่องวัสดุสินค้าออนไลน์นั้นก็แปลว่าการแก้ปัญหาและอุปสรรคควรส่งเสริมการขายออนไลน์ให้มากขึ้นสร้างเพจให้น่าเชื่อถือโฆษณาทางเพจหรือยิงแอดในเฟสบุ๊คให้มากขึ้นจึงจะทำให้ปัญหาและอุปสรรคในการขายสินค้าทางแก๊งชาส์ JJ club ดีขึ้นและถูกจุดมากขึ้น

จากวัตถุประสงค์ที่ 2 ศึกษาถึงปริมาณการสั่งซื้อสินค้าประเภทแก๊งชาส์ JJ club ในช่วงโควิด - 19 ในช่วงโควิด 19 ในช่วงแรกตั้งแต่ต้นปี 62 ทำให้มีปริมาณการสั่งซื้อที่น้อยลงมากเนื่องด้วยคนทั่วไปกลัวและไม่กล้าที่จะออกจากบ้านมาเดินเลือกซื้อของทำให้ตลาดไปเบียดเบียน คนเดินน้อยลงมากถ้าเทียบกับช่วงก่อนที่จะมีการแพร่ระบาดของโควิด 19 ส่งผลให้ยอดขายตกและส่งผลให้ปริมาณการสั่งซื้อสินค้าน้อยลงหลังจากที่มีการคำนวณของ EoQ ในการสั่งซื้อในปี 2562 ช่วงที่มีการระบาดของโควิด 19 รอบแรกมีการสั่งซื้ออยู่ที่ 2304 หน่วย แต่หลังจากที่มีการเยียวยาของรัฐบาลคือการแจกเงินให้ประชาชนเป็นจำนวน 3 เดือนเป็นจำนวนเงิน 15000 บาททำให้ประชาชนมีกำลังซื้อสินค้ายอดขายการสั่งซื้อสินค้ามากขึ้นส่งผลให้ปริมาณในการสั่งซื้อสินค้าของปี 2563 มากขึ้นอยู่ที่ 2466 หน่วย แต่ก็เห็นได้จากการคำนวณ EoQ ปริมาณการสั่งซื้อที่คุ้มในของทั้ง 2 ปีอยู่ที่ 3768 จึงจะคุ้มกับการสั่งซื้อในแต่ละปี

จากวัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อเปรียบเทียบการขายสินค้าระหว่างช่วงโควิดและหลังโควิด -19 ในช่วงกรโควิดลูกค้าสามารถมาเลือกสินค้าในร้านค้าได้ตามปกติและมีผู้คนมาเดินตลาดไปเบียดเบียนจำนวนมากทำให้การขายดีปกติแต่หลังจากโควิด 19 ช่วงต้นปี 2562 ยอดขายต่ำลงมาก แตกต่างจากช่วงที่ยังไม่มีการระบาดของโควิด 19 แต่หลังจากมีการเยียวยาของโควิด 19 จากรัฐบาลเป็นจำนวนเงิน 15000 ทำให้มียอดขายมากขึ้นคนมีกำลังในการซื้อสินค้ามากขึ้นทำให้ยอดขายกลับมาดีขึ้นเทียบเท่ากับช่วงก่อนโควิด 19 เลยทีเดียวแต่หลังจากที่คนเงินหมดไม่มีกำลังที่จะซื้อสินค้ายอดขายก็กลับมาลดลงอีกครั้งหลังจากนั้นได้ 2-3 เดือนหลังจากมีการแจกเงินของรัฐบาลแต่ปัจจุบันก็ยังมีการระบาดของโควิด 19 อยู่อย่างต่อเนื่องแต่หลังจากที่การระบาดของโควิด 19 ขึ้นควรมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการขายให้มีการขายออนไลน์มากขึ้นกว่าเดิมเนื่องจากการแพร่ระบาดของโควิด 19 ทำให้

เจ้าของร้านต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการขายให้ทันสมัยในปัจจุบันควรมีเพจของร้านหรือลงสินค้าของร้านในออนไลน์มากขึ้นเช่น ลงขายใน Lazada shopee หรือ ซ้อปปี่มากขึ้น

5.3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

จากการศึกษาค้างนี้ควรศึกษาเรื่องการสั่งสินค้า ต้นทุน การสต็อกของและอุปสรรคในส่วนอื่นๆเพื่อเข้าถึงข้อมูลที่ครอบคลุมได้ทุกส่วนของการดำเนินกิจการ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาค้างต่อไปควรศึกษาเรื่องEOQกระบวนการการสั่งซื้อสินค้าและใช้โปรแกรมที่ทันสมัยครอบคลุมต่องานวิจัย



บรรณานุกรม

ณัฐณี คงห้วยรอบ (2559) ศึกษาการสื่อสารการตลาดแบบดิจิทัลที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าออนไลน์บนเว็บไซต์ LAZADA ในกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระ) : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต

สิริมา สิริยาภิวัฒน์ (2558) การศึกษาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการโซ่อุปทานของบริษัทนำเข้ากลิ่นปรุงแต่ง : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ หลักสูตรนิเทศศาสตร์

ปัทมिता รัชชนิติกุล (2560) การรับรู้และการตอบสนองของผู้บริโภคต่อการสื่อสารในภาวะวิกฤตผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของธุรกิจร้านอาหาร(ค้นคว้าอิสระ) : มหาวิทยาลัยกรุงเทพหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล

สมฤทัย ไกยวรรณและ ดร.วีรวิษณุเลิศไทยตระกูล(2558). การพยากรณ์ความต้องการผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปและการลดต้นทุนสินค้าคงคลังในอุตสาหกรรมอาหาร: กรณีศึกษา บริษัทABC จำกัด. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาการจัดการ โลจิสติกส์มหาวิทยาลัย ศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.

อมรรัตน์ วัฒเหล็ก (2557) การเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการวางแผนการผลิต. หลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน คณะโลจิสติกส์มหาวิทยาลัยบูรพา.

พีรวัตร ลือสัก (2555) การจัดการสินค้าคงคลังสำหรับ โรงงานผลิตสินค้าจากผ้าฝ้าย. วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิศวกรรมอุตสาหการ บัณฑิต วิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

คำถามที่ใช้ถามพนักงาน

1. ที่ร้านมีการรับสินค้าอย่างไร
2. มีการจัดซื้อเดือนละกี่ครั้ง
3. มีคนอื่นช่วยหรือไม่อย่างไร
4. มีกระบวนการจัดเก็บสินค้าอย่างไร
5. มีกระบวนการจำหน่ายสินค้าอย่างไร
6. ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นใคร
7. แต่ละวันมีการขายสินค้าได้มากน้อยอย่างไร ได้วันละประมาณกี่ตัว
8. มีการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือไม่ อย่างไร
9. มีวิธีการรักษาลูกค้าอย่างไร
10. มีแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงอย่างไร

รายได้ของร้านขายกางเกงขาสั้น J J CLUB ปี 2562

มกราคม – 64,000

กรกฎาคม – 51,000

กุมภาพันธ์ – 45,000

สิงหาคม – 49,000

มีนาคม – 52,000

กันยายน – 50,000

เมษายน – 59,000

ตุลาคม – 44,000

พฤษภาคม – 42,000

พฤศจิกายน – 42,500

มิถุนายน – 38,000

ธันวาคม – 39,500

เจ้าของร้าน

ตอบ

- 1.จะมีรถของทางบริษัทมาส่งเป็นรอบๆสำหรับการส่งแต่ละครั้งและพนักงานส่งของจะใส่แมสเพื่อป้องกันโรคโควิด
- 2.ขึ้นอยู่กับว่ายอดขายดีแค่ไหน ถ้ามีวันหยุดขายยอดขายก็จะมากหน่อย ประมาณเดือนละ 8-9 ครั้งครับ
- 3.มีลูกน้องช่วย 2 คนช่วยและภรรยาอีก 1 คนครับ
- 4.จัดเก็บตามความสะดวก ประเภทสินค้า น้ำหนักและขนาด ขนาดเล็ก น้ำหนักเบาจะเก็บไว้ที่ชั้นบนร้าน ถ้าเป็นสินค้าที่มีน้ำหนักขึ้นมาหน่อยจะเก็บเรียงไว้ที่ด้านหลังร้านชั้นล่างเพื่อความสะดวกในการจัดของและเรียงชั้นชั้นวาง
- 5.มีการขายทั้งปลีกและจัดส่ง ลูกค้าปลีกจะเป็นลูกค้าขาจรมาซื้อช่วงวันหยุดจะส่วนมาก 1-3 ชิ้นขึ้นไป ส่วนลูกค้าเจ้าใหญ่ที่ซื้อในราคาส่งจะเป็นวันธรรมดาและจะมีการโทรสั่งและจัดส่งตามขนส่ง
- 6.ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นพ่อค้าแม่ค้าตลาดนัดหรือตามหัวเมืองทั่วประเทศไทย และจะนำไปขายปลีกกระจายตามต่างจังหวัดอีกที่
- 7.แล้วแต่วันถ้าไม่ใช่วันหยุดจะขายได้ประมาณ 300ตัวมีเกือบ400ตัวบ้างครับ
- 8.มีบ้างแต่จะต้องมาจากความผิดพลาดของทางโรงงานและยังไม่ได้ใส่หรือซักร
- 9.มีลดราคาให้บ้างกับลูกค้าปลีก แต่ถ้าลูกค้าประจำรายใหญ่เราจะลดให้ตามสัดส่วนหรืออาจจะส่งให้โดยไม่คิดค่าขนส่ง
- 10.ในช่วงโควิดนี้จะพยายามไม่ให้ลูกค้าเข้ามาในตัวร้านแต่จะให้ยื่นเลือกอยู่หน้าร้านแทน มีการจัดไซวสินค้าให้เห็นได้ง่ายมากขึ้นด้วยครับ

คำถามที่ใช้ถามพนักงาน

1. ที่ร้านมีการรับสินค้าอย่างไร
2. มีการจัดซื้อเดือนละกี่ครั้ง
3. มีคนอื่นช่วยหรือไม่อย่างไร
4. มีกระบวนการจัดเก็บสินค้าอย่างไร
5. มีกระบวนการจำหน่ายสินค้าอย่างไร
6. ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นใคร
7. แต่ละวันมีการขายสินค้าได้มากน้อยอย่างไร ได้วันละประมาณกี่ตัว
8. มีการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือไม่ อย่างไร
9. มีวิธีการรักษาลูกค้าอย่างไร
10. มีแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงอย่างไร



ภรรยาเจ้าของร้าน

ตอบ

1. รับสินค้าตามปกติรับจากรถกระบะที่ทางบริษัทมาส่งเป็นประจำแต่ในช่วงโควิดจะมีการสวมใส่แมสระหว่าง การเอาของมาส่งเพื่อรักษาความปลอดภัยในการระบาดของโควิด
2. สั่งของเดือนละ7-8ครั้งสั่งอาทิตย์ละ2ครั้งต่อสัปดาห์หรือแล้วแต่ประมาณความต้องการของลูกค้า
3. มีลูกน้องช่วย2คนช่วยจัดของและแพ็คของ
4. ส่วนมากจะจัดเก็บที่ชั้น2ของตึกแต่มีสินค้าบางอย่างที่อาจจัดเก็บไว้ข้างล่างเพื่อสะดวกต่อการนำมาขาย ของสินค้า
5. มีกระบวนการจัดจำหน่าย2กระบวนการคือ1แพ็คส่งตามออเดอร์ที่ลูกค้าโทรมาสั่ง2คือการขายปลีกหน้า ร้านขายลูกค้ารายย่อยที่ซื้อ1-3ตัว
6. แม้ค้ารายย่อยที่มาซื้อไปขายหรือโทรมาสั่งออเดอร์เพื่อจะไปขายตามตลาดนัดหรือร้านตามต่างจังหวัด
7. แล้วแต่วันถ้าเป็นวันธรรมดาวันจันทร์ถึงศุกร์ก็จะขายส่งเป็นส่วนมากประมาณวันละ300ตัวเสาร์อาทิตย์ก็ เท่าๆกันแต่ส่วนมากจะเป็นขายปลีกมากกว่าส่ง
8. มีบ้างเล็กน้อยแต่ไม่มากส่วนมากจะไม่ค่อยมีดำนิ
9. มีการลดราคาให้กับลูกค้าหรือบริการส่งฟรีเพื่อให้ลูกค้ารับรู้ถึงความจริงใจ
10. มีแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงร้านในช่วงโควิดคือนำสินค้ามาโชว์หน้าร้านมากขึ้นเพื่อให้ลูกค้าเลือกสินค้า ข้างหน้าร้านแทนการเข้ามาในร้านเพื่อรักษาความปลอดภัยในการแพร่ระบาดของโควิด

คำถามที่ใช้ถามพนักงาน

1. ที่ร้านมีการรับสินค้าอย่างไร
2. มีการจัดซื้อเดือนละกี่ครั้ง
3. มีคนอื่นช่วยหรือไม่อย่างไร
4. มีกระบวนการจัดเก็บสินค้าอย่างไร
5. มีกระบวนการจำหน่ายสินค้าอย่างไร
6. ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นใคร
7. แต่ละวันมีการขายสินค้าได้มากน้อยอย่างไร ได้วันละประมาณกี่ตัว
8. มีการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือไม่ อย่างไร
9. มีวิธีการรักษาลูกค้าอย่างไร
10. มีแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงอย่างไร



พนักงานคนที่ 1

ตอบ

- 1.รับสินค้าจากรถกระบะของบริษัทเหมือนเดิมครับแต่มีสวมใส่แมสและล้างมือด้วยเจลแอลกอฮอล์เพื่อรักษาความสะอาดให้มากขึ้นในช่วงโควิดครับ
- 2.ของก็มาส่งเดือนละประมาณ7-8ครั้งครับอาทิตย์ละ2วันแล้วแต่จะสั่งของครับ
- 3.มีน้องพนักงานอีกคนนึงครับที่ช่วยจัดของเรียงของผมก็เป็นคนแพ็คครับ
- 4.ก็เก็บของไว้ชั้น2ของร้านครับแต่ก็มีสินค้าบางอย่างก็เก็บไว้ข้างหลังร้านครับเพื่อสะดวกต่อการนำมาตั้งขายครับ
- 5.ก็มีขายส่งหน้าร้านและก็แพ็คส่งให้กับลูกค้าที่โทรมาสั่งเป็นจำนวนมากครับ
- 6.ลูกค้าส่วนใหญ่ก็จะเป็นแม่ค้าที่ขายตามตลาดนัดมาครับไปขายหรือโทรสั่งไว้ให้เราแพ็คส่งครับ
- 7.ก็วันละประมาณ200ถึง300ตัวครับแล้วแต่วัน
- 8.ก็ไม่ค่อยมีครับส่วนมากสินค้าของร้านเราไม่ค่อยมีตำหนิครับ
- 9.ก็อาจมีลดราคาบ้างครับและให้ความจริงใจกับลูกค้าพูดจาดีให้เป็นกันเองกับลูกค้า
- 10.ก็มีปรับปรุงร้านบ้างในช่วงโควิดครับคือการนำสินค้าออกมาตั้งโชว์ไว้หน้าร้านมากขึ้นเพื่อให้ลูกค้าเลือกสินค้าที่หน้าร้านเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโควิดครับ

คำถามที่ใช้ถามพนักงาน

1. ที่ร้านมีการรับสินค้าอย่างไร
2. มีการจัดซื้อเดือนละกี่ครั้ง
3. มีคนอื่นช่วยหรือไม่อย่างไร
4. มีกระบวนการจัดเก็บสินค้าอย่างไร
5. มีกระบวนการจำหน่ายสินค้าอย่างไร
6. ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นใคร
7. แต่ละวันมีการขายสินค้าได้มากน้อยอย่างไร ได้วันละประมาณกี่ตัว
8. มีการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือไม่ อย่างไร
9. มีวิธีการรักษาลูกค้าอย่างไร
10. มีแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงอย่างไร



พนักงานคนที่2

ตอบ

- 1.จะมีรถกระบะของบริษัทมาส่งของให้ค่ะและมีการตรวจสอบบิลสินค้าว่าตรงกันไหมแต่ในช่วงโควิดก็จะมีการรักษาความสะอาดมากขึ้นค่ะโดยการสวมแมสและล้างมือด้วยเจลแอลกอฮอล์ค่ะ
- 2.ของก็จะมาส่งที่ร้านเดือนละ7-8ครั้งค่ะตามจำนวนการสั่งของทางร้านค่ะ
- 3.ก็จะมีพนักงานเป็นผู้ขายอีกคนหนึ่งที่ช่วยแพ็คของค่ะ
- 4.ส่วนมากเราก็จะเก็บสินค้าไว้ชั้น2ของทางร้านค่ะแต่ก็จะมีสินค้าบางตัวที่นำไปเก็บไว้ข้างหลังร้านค่ะ
- 5.ขายปลีกขายย่อยหน้าร้านหรือแพ็คส่งตามออเดอร์ที่ลูกค้าโทรมาสั่งค่ะ
- 6.ลูกค้าส่วนใหญ่ก็จะเป็นลูกค้าประจำที่มาจับไปขายตามตลาดนัดหรือในตัวเมืองตามต่างจังหวัดค่ะ
- 7.ส่วนมากจะประมาณ200ตัววันไหนขายดีก็300ถึง400ตัวค่ะ
- 8.ก็มีนะค่ะแต่น้อยค่ะส่วนมากสินค้าจะไม่ค่อยมีต่าแน่ค่ะ
- 9.เราให้ใจลูกค้าค่ะอาจจะมึลดราคาให้บ้างตามความเหมาะสมและเราคุยกับลูกค้าแบบเป็นกันเองค่ะ
- 10.ก็มีค่ะคือการนำสินค้ามาตั้งโชว์หน้าร้านมากขึ้นเพื่อให้ลูกค้าได้เลือกสินค้าได้สะดวกขึ้นและเว้นระยะห่างเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโควิดค่ะ

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล เดชาภากิน. พุทธนันท์
ประวัติการศึกษา จบปริญญาตรีจากมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อีเมลล์. 615251110019@Gmail.com
วันเดือนปีเกิด. 7กรกฎาคม 2538

