

หลักการจัดซื้อ

Purchasing Principle



ตามหลักสูตรสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ
หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง พุทธศักราช 2546 (เพิ่มเติม พ.ศ. 2548)
ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์

3214-2004



ดร.คำนาย อภิปรัชญาสกุล FCILT,ESLog,SCORMaster

รหัสวิชา 3214 - 2004

หลักการจัดซื้อ (Purchasing Principle)

ตามหลักสูตรสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ
หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง พุทธศักราช 2546 (เพิ่มเติม พ.ศ. 2548)
ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์
จำนวน 3 หน่วยกิต

ผู้เขียน : ดร. คำนาย อภิปรัชญาสกุล

ดร.คำนาย อภิปรัชญาสกุล FCILT, ESLog

จัดพิมพ์โดย



บริษัท โฟกัสมีเดีย แอนด์ พับลิชซิ่ง จำกัด

มือถือ 085-2611551 โทร. 02-1752986-7 โทรสาร. 02-1753499

E-mail: Support@logisticsfocus.net

<http://www.logisticsfocus.net>

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของหอสมุดแห่งชาติ

ผู้แต่ง ดร.ค่านาย อภิปรีชญาสกุล

จำนวนหน้า 192 หน้า

ISBN : 978-974-280-033-8

ราคา 150 บาท

พิมพ์ครั้งที่ 1 พ.ศ. 2552 จำนวนที่พิมพ์ 3,000 เล่ม

พิมพ์ครั้งที่ 2 พ.ศ. 2554 จำนวนที่พิมพ์ 2,000 เล่ม

พิมพ์ครั้งที่ 3 พ.ศ. 2556 จำนวนที่พิมพ์ 2,000 เล่ม

พิมพ์ครั้งที่ 4 พ.ศ. 2558 จำนวนที่พิมพ์ 2,000 เล่ม

พิมพ์ครั้งที่ 5 พ.ศ. 2560 จำนวนที่พิมพ์ 1,000 เล่ม

พิมพ์ครั้งที่ 6 พ.ศ. 2562 จำนวนที่พิมพ์ 1,000 เล่ม

พิมพ์ครั้งที่ 7 พ.ศ. 2563 จำนวนที่พิมพ์ 1,000 เล่ม

สงวนลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติการพิมพ์ พ.ศ. 2537

จัดพิมพ์โดย : บริษัท โฟกัสมีเดีย แอนด์พับลิชซิ่ง จำกัด

75 ถนนปัญญาอินทรา แขวงบางชัน เขตคลองสามวา กรุงเทพฯ 10510

Tel : 02-1752986-7 Fax : 02-1753499

<http://www.logisticsfocus.net>

จำหน่ายโดย : บริษัท ดวงกลมสมัย จำกัด

DKTODAY

15/234 ซอยเสือใหญ่อุทิศ ถนนรัชดาภิเษก แขวงจันทระเกษม

เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

Tel : 0-2930-6215, 0-2541-7375

Fax : 0-2541-7377

E-mail : dktoday@dktoday.co.th

 : Dktodayonline  : dktodayclub

website: www.dktoday.co.th

ข้อความ ทฤษฎี และรูปภาพประกอบที่ปรากฏหนังสือเล่มนี้ เป็นข้อมูลผู้เขียนได้รวบรวมจากหลายแหล่งตามที่ระบุในบรรณานุกรม ร่วมกับแนวคิดในการประยุกต์ใช้งาน และความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียนเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ทางวิชาการมากที่สุด ทางผู้จัดจำหน่ายมีหน้าที่รับขนและจัดจำหน่ายเท่านั้น มิได้มีส่วนรับผิดชอบเกี่ยวความผิดด้านกฎหมายลิขสิทธิ์แต่ประการใด ซึ่งบทความ ข้อมูลหรือรายละเอียดต่างๆ ที่ปรากฏในหนังสือเล่มนี้ ได้ผ่านการเตรียมและการตรวจทานอย่างถี่ถ้วนแล้ว เพื่อให้ได้ความถูกต้อง สมบูรณ์มากที่สุดเท่าที่ความสามารถกระทำได้ก่อนการตีพิมพ์เผยแพร่ อย่างไรก็ตาม ความเสียหายอันอาจเกิดขึ้นจากการนำบทความ ข้อมูลหรือรายละเอียดที่ปรากฏในหนังสือฉบับนี้ไปใช้ ไม่ว่าจะโดยสาเหตุหรือ ลักษณะใดๆ ก็ตาม ทางผู้เขียนและผู้จัดจำหน่ายหนังสือมิได้มีภาระหน้าที่ในการรับผิดชอบต่อแต่ประการใดทั้งสิ้น

ลักษณะรายวิชา

- รหัสและชื่อวิชา** 3214 - 2004 หลักการจัดซื้อ (Purchasing Principle)
- สภาพรายวิชา** วิชาซีพบังคับ หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) พุทธศักราช 2546 (เพิ่มเติม พ.ศ. 2548) ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ
- ระดับรายวิชา** ภาคเรียนที่ 3
- พื้นฐาน** การบริหารธุรกิจขนาดย่อม
- เวลาที่ศึกษา** เรียนทฤษฎี 3 คาบต่อสัปดาห์ เรียนปฏิบัติ - คาบต่อสัปดาห์ รวมทั้งสิ้น 54 คาบ ตลอดภาคเรียน และควรมีเวลาศึกษานอกเวลาอีก 3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์
- หน่วยกิต** 3 หน่วยกิต (3-0-3)
- จุดประสงค์รายวิชา**
 1. มีความเข้าใจลำดับขั้นตอนและระเบียบวิธีการจัดซื้อ
 2. สามารถเลือกใช้เอกสารในการจัดซื้อ
 3. ตระหนักถึงความรับผิดชอบของการจัดซื้อ
- มาตรฐานรายวิชา**
 1. เขียน Flow Chart ลำดับขั้นตอนและวิธีการสั่งซื้อ
 2. จัดเก็บเอกสารการจัดซื้อและกำหนดปริมาณการจัดซื้อ
 3. กำหนดจุดสั่งซื้อและปริมาณสินค้าในคลัง
- คำอธิบายรายวิชา** ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับวิธีการจัดซื้อ จัดหาวัตถุดิบ ส่วนประกอบ วัสดุ สินค้าสำเร็จรูป ระเบียบวิธีการจัดซื้อ เทคนิคการเจรจาต่อรอง การกำหนดปริมาณการจัดซื้อ จังหวะและช่วงเวลาที่เหมาะสมในการจัดซื้อ การเลือกและหาแหล่งซื้อ การควบคุมสินค้าคงคลัง การตัดสินใจการผลิตหรือเลือกซื้อ วิธีการควบคุมและประเมินผลการจัดซื้ออย่างมีประสิทธิภาพ

กิตติกรรมประกาศ

ตำรา หลักการจัดซื้อ เล่มนี้ จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการเรียนโดยเป็นตำราชุด ประเภทวิชาการธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (เพิ่มเติม พ.ศ. 2548) สำหรับการศึกษาในระดับอาชีวศึกษาและระดับปริญญาตรี การผลิตตำราโลจิสติกส์ต้องอาศัยรูปภาพจำนวนมาก เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ในเชิงเนื้อหา ร่วมกับทฤษฎี และประสบการณ์ที่แท้จริงของผู้เขียนด้านโลจิสติกส์ ให้สามารถประยุกต์ใช้เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ตำราเล่มนี้จะไม่สามารถเกิดขึ้นได้ถ้า ไม่มีแผ่นดินไทย ที่ให้ผู้เขียนได้เกิดขึ้นมา ศาสนาที่สอนให้ผู้เขียนเป็นผู้ให้และปฏิบัติตนอยู่ในศีลธรรมอันดี พระมหากษัตริย์ไทยทุกพระองค์ที่ท่านทรงห่วงใยแผ่นดิน กอบกู้เอกราช ให้พสกนิกรทุกคนในประเทศมีความสุข พ่อขุนรามคำแหงมหาราช ที่ทรงประดิษฐ์อักษรไทยซึ่งเป็นรากฐานของหนังสือไทยที่ใช้อยู่จนถึงปัจจุบัน ทำให้มีหนังสือไทยในการเขียนตำราครั้งนี้ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชมหาราช ที่ผู้เขียนได้เกิดภายใต้ร่มโพธิสมภารของท่าน ได้ยึดแนวทางการปฏิบัติในรูปของระบบเศรษฐกิจพอเพียง ในการดำเนินชีวิต และใช้แนวพระราชดำรัสของท่านในการดำเนินชีวิต บรรพบุรุษทุกท่านที่ให้ชีวิต และจิตวิญญาณของการเป็นผู้ให้ ถึงแม้จะเกิดในครอบครัวที่ฐานะไม่ดีนัก ประชาชนชาวไทยทุกท่านที่เสียภาษีบำรุงประเทศชาติ ให้มีโครงสร้างพื้นฐานของประเทศที่ดี มีสถาบันการศึกษาให้ศึกษา ทั้งในระดับโรงเรียนและมหาวิทยาลัย คณาจารย์ที่ประสาทความรู้อย่างต่อเนื่องทั้งในประเทศไทย และต่างประเทศ ครอบครัวเพื่อนร่วมงาน หุ่นส่วน พนักงานทุกคนที่ปฏิบัติหน้าที่ในกลุ่มบริษัท ที่ให้กำลังใจในการฝ่าฟันอุปสรรคต่างๆ จนสามารถผ่านพ้นวิกฤตได้ เจ้าของตำราทุกเล่มที่ผู้เขียนอ้างอิง เจ้าของบทความ ตราผลิตภัณฑ์ที่มีในตำรา ซึ่งผู้เขียนให้ใช้ข้อความที่เกี่ยวข้องกับบทความ เนื้อหาตำรา ตราผลิตภัณฑ์ ที่มีในตำราในการเผยแพร่ อ้างอิงโดยไม่ถือว่าเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์

คำนำ

หลักการจัดซื้อ (3214-2004) เป็นวิชาหนึ่งในหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง พุทธศักราช 2546 (เพิ่มเติม พ.ศ. 2548) ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ นอกจากนั้นหลักสูตรนี้ สอดคล้องกับหลักสูตรการจัดซื้อในระดับปริญญาตรี โดยวิชานี้พัฒนาขึ้นเพื่อให้ผู้เรียน มีความเข้าใจลำดับ ขั้นตอนและระเบียบวิธีการจัดซื้อ สามารถเลือกใช้ออกสารในการจัดซื้อ และตระหนักถึงความรับผิดชอบของการจัดซื้อ ซึ่งครอบคลุมบทเรียน 11 บทเรียน ให้สนองต่อความต้องการของตลาดแรงงาน และพัฒนาบุคลากรด้านโลจิสติกส์ในระดับเทคนิคให้มีความรู้ ความชำนาญ ประสบการณ์ในสาขาอาชีพ สามารถดำเนินการ

ที่ผ่านมามีคณาจารย์หลายท่านได้ติดต่อมาที่ผู้เขียนในฐานะผู้เชี่ยวชาญด้านโลจิสติกส์ และคุ้นเคยกับหลักสูตรในวิชาต่างๆ ด้านโลจิสติกส์ ในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง และหลักสูตรในระดับปริญญาตรี ซึ่งใช้ในการกำหนดลักษณะงานแห่งชาติระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (National Vocational Qualification :NVQ) ของประเทศอังกฤษ และประเทศออสเตรเลีย และในฐานะผู้ทรงคุณวุฒิภาคเอกชนที่เข้าร่วมในการพัฒนาหลักสูตรสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ ของสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา และผู้เขียนกำลังศึกษาต่อระดับปริญญาเอกด้านการบริหารการศึกษา ซึ่งสมควรอย่างยิ่งที่จะมีส่วนร่วมในการพัฒนาระบบการศึกษาไทย จึงได้พัฒนาตำราด้านโลจิสติกส์ และการจัดการซัพพลายเชนโดยสอดคล้องกับจุดหมายของหลักสูตร จุดประสงค์สาขาวิชาครบถ้วนทุกรายวิชา

เนื่องจากการพัฒนาตำราชุดนี้ครั้งแรก ซึ่งผู้เขียนกำลังจัดทำคู่มือผู้สอน และเอกสารการนำเสนอ (Power Point Presentation File) และระบอบบรมอาจารย์ผู้สอน (Logistics Certified Teacher) ถ้าส่วนใด ส่วนหนึ่งของตำรามีข้อบกพร่อง และต้องการแนะนำเพิ่มเติม เพื่อให้ปรับปรุงให้เป็นตำราที่ทรงคุณค่า กรุณาติดต่อมาที่ kumnai@logisticsfocus.net ผู้เขียนขอขอบคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ดร. คำนาย อภิปรัชญาสกุล

Ph.D. , FCILT,ESLog, CPIT, CPIM, CCRM, CIFMA, PMC



สารบัญ

บทที่ 1 หลักการใจการจัดซื้อ

บทนำในการบริหารการจัดซื้อ.....	2
ความหมายของการจัดซื้อ.....	3
นโยบายการจัดซื้อ.....	4
วัตถุประสงค์ของการจัดซื้อ.....	5
หน้าที่เกี่ยวกับการจัดซื้อสินค้า.....	5
ความรับผิดชอบของฝ่ายจัดซื้อ.....	7
การสำรวจความต้องการของลูกค้า.....	10
การจัดการสารสนเทศในงานจัดซื้อสินค้าและวัตถุดิบ.....	11
หลักการพิจารณาจัดซื้อสินค้า.....	12
วิธีการบริหารการจัดซื้อ.....	13
การคัดเลือกแหล่งจัดซื้อสินค้า.....	14

บทที่ 2 การจัดซื้อกับโลจิสติกส์

โลจิสติกส์กับการจัดซื้อจัดจ้าง.....	18
การจัดซื้อ กับแบบจำลองอ้างอิงการดำเนินงานซัพพลายเชน.....	18
ความสัมพันธ์ของงานจัดซื้อกับฝ่ายงานอื่น.....	22
ต้นทุนรวมการได้มาของสินค้า.....	24
การกำหนดปริมาณการจัดซื้อสินค้า.....	25

บทที่ 3 วิธีการจัดซื้อจัดจ้าง

วิธีการจัดซื้อ.....	28
การจัดซื้อแบบพิเศษ และการจัดซื้อในซัพพลายเชน.....	29

บทที่ 4 ระเบียบวิธีในการจัดซื้อ

ขั้นตอนในการจัดซื้อเชิงกลยุทธ์.....	42
กิจกรรมที่เกี่ยวข้องในงานจัดซื้อ.....	44
การคัดเลือกผู้ขายปัจจัยการผลิตและการให้คะแนน.....	46
วิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดซื้อ.....	50
กระบวนการจัดซื้อภาครัฐระดับสากล.....	54
กระบวนการจัดซื้อแบบอิเล็กทรอนิกส์.....	56

บทที่ 5 การจัดการการจัดซื้อจัดจ้าง

การจัดการการจัดซื้อจัดจ้าง.....	64
วิธีการออกแบบโครงสร้างองค์กรฝ่ายจัดซื้อ.....	65

อำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ.....	67
การจัดการองค์การของฝ่ายจัดซื้อ.....	68
การบริหารบุคลากรฝ่ายจัดซื้อ.....	71
คุณสมบัติของบุคลากรฝ่ายจัดซื้อ.....	73
คุณสมบัติของผู้จัดซื้อ.....	74
การคัดเลือกบุคลากรฝ่ายจัดซื้อ.....	75
การพัฒนาผลงานและจรรยาบรรณของนักจัดซื้อ.....	75

บทที่ 6 การวางแผน และงบประมาณการจัดซื้อจัดจ้าง

วัตถุประสงค์ของการวางแผนจัดซื้อ.....	78
กระบวนการการวางแผนการจัดซื้อ.....	79
งบประมาณการจัดซื้อ.....	80
การคัดเลือกแหล่งผู้ขาย.....	83
การตรวจสอบและการควบคุมคุณภาพ.....	87

บทที่ 7 การบริหารเงินลงทุนในการจัดซื้อ

เป้าหมายการบริหารการลงทุนจัดซื้อจัดจ้าง.....	90
แหล่งเงินทุนเพื่อการกู้ยืมของธุรกิจ.....	90
การวางแผนการใช้จ่ายเงินทุน.....	98
การกำหนดเป้าหมายการขาย.....	99
การวิเคราะห์สถานการณ์เงินลงทุน.....	101
การเขียนโครงการลงทุนเพื่อขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน.....	102

บทที่ 8 การเจรจาต่อรองในการจัดซื้อ

ความหมายของการเจรจาต่อรอง.....	106
วัตถุประสงค์ของการเจรจาต่อรอง.....	107
เป้าหมายของการเจรจาต่อรอง.....	108
ความสามารถและคุณสมบัติของผู้เจรจาต่อรอง.....	110
การเจรจาต่อรองในการจัดซื้อ.....	111
เวลา และโอกาสที่ต้องมีการเจรจาต่อรอง.....	112
กระบวนการเจรจาต่อรอง.....	113
การวางแผนและการเตรียมตัวเพื่อเจรจาต่อรอง.....	114
กลยุทธ์การเจรจาต่อรอง.....	117
วิธีกรใช้ภาษาท่าทางในการเจรจาต่อรองทางธุรกิจ.....	118
การเจรจาต่อรองการซื้อสินค้าหรือวัตถุดิบ.....	120
ทางเลือกอื่นที่สามารถใช้แทนการเจรจาต่อรอง.....	121

บทที่ 9 กฎระเบียบ และกฎหมายในการจัดซื้อจัดจ้าง

กฎระเบียบการจัดซื้อ.....	124
ผังการเดินเอกสารในงานจัดซื้อ.....	126
การจัดซื้อและกฎหมาย.....	127
หลักเกณฑ์ในการพิจารณาเกี่ยวกับสัญญาซื้อ.....	127
การทำสัญญาซื้อขาย.....	129
สัญญาตัวแทน.....	130
ประเภทของสัญญา.....	130
ผลของสัญญาซื้อขาย และการยกเลิกสัญญาซื้อขาย.....	131
ข้อพิจารณาทางกฎหมาย.....	132
อนุญาโตตุลาการ.....	138

บทที่ 10 กฎระเบียบการจัดซื้อของหน่วยงานธุรกิจ

ระเบียบการจัดซื้อของหน่วยงานธุรกิจ.....	140
---	-----

บทที่ 11 การจัดซื้อกับคุณภาพมาตรฐาน 9001-2000

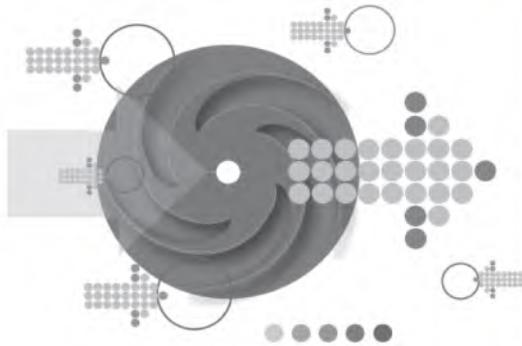
นโยบายของแต่ละกิจกรรมในคู่มือคุณภาพ.....	168
ระเบียบปฏิบัติในการจัดซื้อตามมาตรฐานสากล.....	170

บรรณานุกรม.....	183
-----------------	-----



บทที่ 1

หลักการในการจัดซื้อ



- บทนำในการบริหารการจัดซื้อ
- ความหมายของการจัดซื้อ
- นโยบายการจัดซื้อ
- วัตถุประสงค์ของการจัดซื้อ
- หน้าที่เกี่ยวกับการจัดซื้อสินค้า
- ความรับผิดชอบของฝ่ายจัดซื้อ
- จัดการสารสนเทศในการจัดซื้อสินค้าและวัตถุดิบ
- หลักการพิจารณาจัดซื้อสินค้า
- การคัดเลือกแหล่งจัดซื้อสินค้า
- วิธีการบริหารการจัดซื้อ

วัตถุประสงค์

- เข้าใจการบริหารการจัดซื้อ
- สามารถอธิบายความหมายของการจัดซื้อได้
- ทราบนโยบายการจัดซื้อ
- ทราบวัตถุประสงค์ของการจัดซื้อ
- เข้าใจหน้าที่เกี่ยวกับการจัดซื้อสินค้า
- ทราบความรับผิดชอบของฝ่ายจัดซื้อ
- เข้าใจการสำรวจความต้องการของลูกค้า
- สามารถจัดเตรียมสารสนเทศในการจัดซื้อสินค้าและวัตถุดิบ
- เข้าใจหลักการพิจารณาจัดซื้อสินค้า
- เข้าใจหลักการคัดเลือกแหล่งจัดซื้อสินค้า
- เข้าใจวิธีการบริหารการจัดซื้อ

1. บทนำในการบริหารการจัดซื้อ (Purchasing หรือ Procurement)

การจัดซื้อ เป็นการได้มาซึ่งวัสดุชิ้นส่วนหรือสินค้าที่องค์การธุรกิจต้องการใช้ด้วยต้นทุนที่ต่ำสุดจากแหล่งผู้ขายที่เชื่อถือได้บางครั้งจะต้องมีการพิจารณาเลือกกระหว่างการซื้อจากแหล่งภายนอกและการผลิตใช้เองภายในองค์การ การซื้อจากแหล่งผู้ขายภายนอก มีสาเหตุจาก

- ผู้ขายเชื่อถือได้ คุณภาพของวัตถุดิบสม่ำเสมอ เวลารอคอยแน่นอน ราคาสมเหตุสมผล
- วัตถุดิบหรือชิ้นส่วนที่จัดซื้อเป็นของที่มีมาตรฐานหาซื้อได้ง่าย
- ต้นทุนจากการจัดซื้อต่ำกว่าการผลิตเอง
- กำลังการผลิตที่มีอยู่ใช้เต็มที่แล้ว และไม่ต้องการเพิ่มกำลังการผลิตอีก
- เทคโนโลยีการผลิตชิ้นส่วนนั้นเปลี่ยนแปลงเร็วมาก ในบางครั้งควรผลิตเองถ้ายังมีกำลังการผลิตเหลืออยู่บางส่วน และต้องการใช้กำลังการผลิตให้เต็มประสิทธิภาพ
- วัตถุดิบหรือชิ้นส่วนที่ใช้เป็นชิ้นส่วนเฉพาะที่เป็นลิขสิทธิ์เฉพาะสำหรับธุรกิจ
- ต้นทุนจากการซื้อสูงกว่าการผลิตเอง
- เป็นการรับประกันคุณภาพและปริมาณของวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนนั้น
- ความต้องการของสินค้าสำเร็จรูปที่ใช้วัตถุดิบหรือชิ้นส่วนนั้นค่อนข้างสม่ำเสมอ
- ต้องการควบคุมกระบวนการผลิตทั้งหมด

การบูรณาการแนวตั้งของธุรกิจ (Vertical Integration) ในลักษณะของการขยายตัวย้อนหลัง (Backward Integration) ซึ่งเป็นการขยายธุรกิจโดยตั้งบริษัทขึ้นมาเพื่อผลิตวัตถุดิบและชิ้นส่วนให้แก่ผลิตภัณฑ์หลักของธุรกิจ จะเป็นการสร้างความมั่นคงให้แก่ธุรกิจอย่างครบวงจรและลดต้นทุนการผลิตรวมลงได้ แต่ในปัจจุบันแนวความคิดนี้ไม่เป็นที่นิยมใช้อีกต่อไปแล้ว เพราะไม่สามารถกระจายความเสี่ยงในการลงทุนของธุรกิจประเภทเดียวกันได้ จึงหันมาพึ่งพาและสร้างสัมพันธภาพในระยะยาวกับ ผู้ขายปัจจัยการผลิต แทนโดยมีสิ่งที่จะต้องปรับปรุงซัพพลายเชนจากการจัดซื้อในหลายรูปแบบ ซึ่งการจัดซื้อแบบใหม่ต้องมีการวิเคราะห์คุณค่า

การวิเคราะห์คุณค่า (Value Analysis) เป็นหลักสำคัญอีกประการหนึ่งของการจัดซื้อคือการจัดซื้อที่มีต้นทุนต่ำที่สุดอาจไม่ใช่การซื้อของด้วยราคาที่ถูกที่สุด ต้นทุนที่ต่ำสุดของวัสดุหรือชิ้นส่วนมาจากคุณภาพที่ตรงตามความต้องการใช้งาน ไม่ก่อให้เกิดปัญหาในการผลิต ไม่ส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยของคนงาน ต้นทุนที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพตามความต้องการใช้งานนี้ก่อให้เกิดคุณค่า (Value) ซึ่งไม่ได้นับจากตัวเงินที่จ่ายเมื่อซื้อแต่เพียงอย่างเดียว ดังนั้นฝ่ายจัดซื้ออาจร่วมมือกับฝ่ายผลิต ฝ่ายการตลาด ฝ่ายวิศวกรรมออกแบบ และฝ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ทำการวิเคราะห์คุณค่าเพื่อหาประโยชน์ใช้สอยหรือหน้าที่ของวัสดุหรือชิ้นส่วนตัวนั้นที่ต่อผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป แล้วพยายามหาสิ่งที่น่าสนใจทดแทนวัสดุนั้นได้โดยมีคุณค่าในการใช้งานคงเดิมแต่ต้นทุนต่ำลง เพื่อให้เกิดคุณค่าสูงสุดของการใช้ทรัพยากรขององค์การ

ปัจจัยของความสำเร็จในธุรกิจค้าปลีก ค้าส่ง อุตสาหกรรมการผลิตและบริการ การเกษตรรวมทั้งภาครัฐบาล และเอกชน คือการจัดกาการจัดซื้อจัดจ้าง ที่ทรงประสิทธิภาพ โดยรักษามลประโยชน์ขององค์การให้มากที่สุด ในแต่ละปีงบประมาณการจัดซื้อ การจัดจ้าง วัสดุ ครุภัณฑ์ สำหรับธุรกิจภาคเอกชนซื้อมาขายไปซื้อมาผลิต และจำหน่าย คิดเป็นมูลค่ามากกว่าร้อยละ 50 ของรายได้ จำเป็นต้องมีหน่วยจัดซื้อที่ได้รับการฝึกอบรมมาเป็นอย่างดี หน่วยจัดซื้อจะต้องบริหารข้อมูลอย่างถูกต้อง วิเคราะห์เปรียบเทียบ โดยใช้

ระบบสารสนเทศ (Management Information System หรือ MIS) เพื่อคัดเลือกสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน โดยนำเสนอราคาที่ยุติธรรมกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องและธุรกิจมีผลตอบแทนที่คุ้มกับการลงทุน

การดำเนินงานอุตสาหกรรมมีงานที่เกี่ยวข้องกับงานจัดซื้อ 3 งาน คือ การขาย การผลิต และการเงิน ในระยะแรกการจัดซื้อวัตถุดิบหรืออุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ แต่ละฝ่ายเป็นผู้จัดการซื้อเองตามความต้องการและเหมาะสม ขาดการวางแผนที่รัดกุม เมื่อกิจการอุตสาหกรรมเจริญเติบโตขยายตัวขึ้นทำให้การจัดซื้อ ซ้ำซ้อนไม่ประสานงานกัน ทำให้เสียเวลาและค่าใช้จ่ายสูง ในระยะต่อมาจึงจัดตั้งฝ่ายจัดซื้อขึ้น การซื้อสิ่งใดต้องผ่านสายงานจัดซื้อตามลำดับขั้นตอน โดยทำเป็นโครงการและงบประมาณ ฝ่ายจัดซื้อจะติดต่อหาวัตถุดิบและอุปกรณ์ให้ได้ในราคาที่เหมาะสม และจะเก็บข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการจัดซื้อให้ถูกต้องสอดคล้องกับความต้องการในการใช้งาน การศึกษาภาวะของตลาดที่เปลี่ยนแปลงให้เป็นประโยชน์ต่อการจัดซื้อ รวบรวมความต้องการไว้จำนวนหนึ่งก่อนและจัดวัตถุดิบอุปกรณ์ที่จำเป็นสำรองอยู่เสมอ เพื่อให้การผลิตไม่ขาดตอน ปัจจุบันฝ่ายจัดซื้อมีการวางแผนและวางโครงการระยะยาว ฝ่ายจัดซื้อแยกเป็นหน่วยงานอิสระขึ้นโดยตรงต่อกรรมการผู้จัดการ ทำให้การจัดซื้อคล่องตัวและทันกับเหตุการณ์อยู่เสมอ ในทางธุรกิจ การค้าก็มีลักษณะการจัดหาซื้อสินค้าเช่นเดียวกับกิจการอุตสาหกรรม ในกิจการผลิตสินค้าจำเป็นต้องมีวัตถุดิบชิ้นส่วนประกอบต่างๆ คนงานและเครื่องจักรเพื่อใช้ในการผลิตสินค้า ซึ่งวัตถุดิบต่างๆ เหล่านี้ได้มาด้วยการจัดซื้อโดยฝ่ายจัดซื้อของกิจการ และต้องมีการบันทึกเอกสารต่างๆ เกี่ยวกับการจัดซื้อของฝ่ายบัญชีด้วย ดังนั้น การที่กิจการมีระบบบัญชีเกี่ยวกับการจัดซื้อที่มีประสิทธิภาพย่อมก่อให้เกิดผลต่อกิจการหลายประการดังนี้

1. จัดวางระเบียบการจัดซื้อไว้ ทำให้การสั่งซื้อสินค้า วัสดุที่ใช้ในการผลิต เครื่องมือ เครื่องใช้ต่างๆ ก่อนที่จะเบิกใช้ต้องได้รับอนุมัติให้ซื้อได้โดยผู้มีอำนาจ
2. กิจการเมื่อได้รับของที่สั่งซื้อมาแล้วจำเป็นต้องมีการตรวจสอบปริมาณและคุณภาพของสินค้าก่อนเพื่อให้แน่ใจว่าถูกต้อง ครบถ้วนตามที่สั่งซื้อ
3. ควรมีการควบคุมสินค้าที่ได้รับมาแล้ว เพื่อป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น
4. การจ่ายเงินค่าสินค้าและทำใบสำคัญส่งจ่ายเป็นไปตามใบกำกับสินค้าและมีการอนุมัติถูกต้อง ครบถ้วน

2. ความหมายของการจัดซื้อ

การจัดซื้อ คือ กิจกรรมของผู้จัดซื้อโดยยึดหลัก 5R's พิจารณาเลือกซื้อสินค้าให้ได้คุณสมบัติที่ถูกต้อง (Right Quality) จำนวนที่ถูกต้อง (Right Quantity) เลือกซื้อจากแหล่งที่ถูกต้อง (Right Source) ในราคาที่ต้องการ (Right Price) และตรงต่อความต้องการของลูกค้ามากที่สุด (Right Needs) โดยสามารถนำออกขายแล้วมีกำไร

การจัดซื้อ คือ การกำหนดประมาณความต้องการใช้ของกิจการ การสรรหา การคัดเลือกแหล่งขาย ในราคาที่เหมาะสม เงื่อนไขการชำระเงินที่น่าพอใจ การจัดทำใบสั่งซื้อ การติดตามผลการสั่งซื้อ เพื่อให้ได้มา ซึ่งวัสดุอุปกรณ์ในเวลาที่กำหนดไว้

การจัดซื้อ คือ ภารกิจเพื่อให้ได้มาซึ่งวัตถุดิบ วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ตามที่กิจการต้องการ โดยมีคุณสมบัติที่ถูกต้อง จำนวนที่ถูกต้อง จังหวะเวลาที่ถูกต้อง ราคาที่ต้องการ จากแหล่งขายที่ถูกต้อง และจัดส่งไปยังสถานที่อย่างถูกต้อง ในสภาพที่พร้อมที่จะผลิต จัดจำหน่าย และเพื่อใช้งาน

ในการดำเนินการธุรกิจไม่ว่าจะเป็นกิจการของร้านค้าปลีก ค้าส่ง ซื้อมาขายไป อุตสาหกรรมฯ หรือสำนักงานก็ตาม การซื้อสินค้ามีความสำคัญมากไม่ว่ากิจการแบบเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน บริษัท เมื่อกิจการเจริญเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ จะมีฝ่ายจัดซื้อ ทำหน้าที่ป้อนสินค้าให้กับฝ่ายขาย ข้อมูลรายละเอียดที่ลูกค้าต้องการต้องจัดส่งให้กับฝ่ายจัดซื้อ เพื่อทำหน้าที่บริหารสินค้าให้ถูกต้องและมีประสิทธิภาพสูงสุด

3. นโยบายการจัดซื้อ

นโยบายการจัดซื้อ หมายถึง การซื้อสินค้า วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ให้ดีที่สุด (Best-Buy) ให้ได้คุณสมบัติที่ถูกต้อง ปริมาณที่ถูกต้อง เวลาที่ถูกต้อง ราคาที่เหมาะสม จากแหล่งขายที่ถูกต้อง และจัดส่งไปยังสถานที่ที่ถูกต้อง (To purchase materials of the right quality, in the right quality, at the right time, at the right price, from the right source, with delivery at the right place) การกำหนดนโยบายการจัดซื้อที่ชัดเจนให้แก่ผู้ทำหน้าที่จัดซื้อ เป็นงานขั้นแรกที่สำคัญในการบริหารการจัดซื้อ โดยการจัดซื้อมีขั้นตอนที่ต้องกำหนดไว้ในนโยบายของหน่วยงานดังนี้

1. **การเลือกแหล่งซื้อ** เนื่องจากมีผู้ขายและผู้ผลิตหลายรายในตลาดสินค้าประเภทเดียวกัน แต่ต่างกันในด้านคุณภาพ รูปแบบ ราคา ความสามารถในการจัดส่ง การพิจารณาผู้ขายต้องสอดคล้องกับเงื่อนไขในการจัดซื้อและนโยบายของกิจการ

2. **กำหนดจำนวนแหล่งจัดซื้อที่น่าเข้าสู่การตัดสินใจ** กลยุทธ์การจัดซื้อในซัพพลายเชน การเลือกจัดซื้อสินค้า ควรเลือกจากผู้ขายน้อยราย 2-3 รายเท่านั้น และพัฒนาเป็นพันธมิตร แต่ก็ไม่ใช่หลักเกณฑ์ที่ตายตัว ร้านโชว์ห่วยนิยมซื้อจากพนักงานขายของผู้ผลิตโดยตรง เพราะซื้อบ่อยครั้งและเป็นจำนวนมาก การจัดซื้อมักไม่มีปัญหามากนัก เพราะเจ้าของกิจการมักจัดการเองหรือตัดสินใจเอง จึงสามารถปรับปรุงนโยบายและวิธีการจัดซื้อได้ในกรณีที่เกิดปัญหาขึ้น จึงทำให้การตัดสินใจซื้อชัดเจนและถูกต้องตามวัตถุประสงค์ของกิจการ แต่สำหรับกิจการขนาดใหญ่ที่ผู้บริหารสูงสุดเป็นผู้กำหนดนโยบายการจัดซื้อ โดยถ้าไม่ได้หรือกับฝ่ายจัดซื้อ ทำให้ผู้จัดซื้ออาจจะไม่สามารถจัดจัดหาสินค้าที่ตรงกับนโยบายส่งเสริมการขายในแต่ละช่วงเวลา เช่น ในช่วงที่ห้างโลตัส หรือห้างเซ็นทรัล จัดรายการ "ลดราคาครั้งใหญ่ประจำปี" โดยมีทั้งรายการลดราคามีโฆษณามากเป็นพิเศษและมีรายการโปรโมชันจูงใจแบบอื่นๆ ด้วยนั้น ผู้จัดซื้อจะได้รับนโยบายจากผู้บริหารให้ต่อรองราคากับผู้ขาย เพื่อมาร่วมรายการนี้ ในกรณีนี้ถ้าผู้จัดซื้อได้รับนโยบายให้อิสระในทางหาแหล่งซื้อเพิ่มขึ้น รวมทั้งอำนาจต่อรองเรื่องเครดิต จำนวนที่ซื้อ และราคา จะทำให้ การจัดซื้อบรรลุเป้าหมายมากขึ้น โดยมีข้อเสนอในการร่วมส่งเสริมการขายสินค้ากับห้างฯ และการนำสินค้าไปร่วมรายการ และนำกลับหลังจากช่วงส่งเสริมการขาย ซึ่งข้อต่อรองต่างๆ เหล่านี้ ฝ่ายบริหารต้องแนะนำ และหารือกับผู้จัดซื้อ เพื่อให้สามารถทำงานได้บรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์และเทคนิคทางการตลาดที่ควร จะนำมาใช้ ซึ่งพอสรุปเป็นหลักการกำหนดวิธีปฏิบัติในการสั่งซื้อสินค้าได้ ดังนี้

● การปฏิบัติงานที่กำหนดไว้ต้องเหมาะสม ให้ผลสำเร็จรวดเร็ว ง่ายที่สุด มีความแน่นอน และเป็นที่ยอมรับของผู้ปฏิบัติงาน

● ยึดหลักความง่ายเป็นสิ่งสำคัญ (Simplicity) ควรจัดระบบขั้นตอนที่ยุงยากซับซ้อนอันเป็นสาเหตุทำให้การสั่งซื้อล่าช้า และมีโอกาสผิดพลาดได้ง่าย การสั่งซื้อสินค้าของกิจการขายปลีกต้องอาศัยความรวดเร็ว ถูกต้อง และได้รับผลกำไร ส่วนการจัดซื้อของกิจการโรงงานผลิต ต้องเป็นไปตามกำหนดตารางเวลาการผลิต

● วิธีปฏิบัติในการสั่งซื้อสินค้าจะต้องมีกำหนดไว้อย่างแน่นอน ผู้ปฏิบัติงานทุกคนเข้าใจระเบียบแบบแผนในการจัดซื้อ ทั้งนี้เพื่อลดความขัดแย้ง (Conflict) ขจัดข้อสงสัยที่จะทำให้เกิดการโต้แย้งผิดใจกันระหว่างผู้ร่วมงาน และเป็นการป้องกันการปฏิบัติงานซ้ำซ้อน

● ทุกขั้นตอนของการปฏิบัติงานจัดซื้อ จะต้องกำหนดอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบและขอบเขตการปฏิบัติงานทุกคนในฝ่ายไว้อย่างแน่นอน การปฏิบัติงานจัดซื้อต้องยืดหยุ่นได้ ปรับให้เข้ากับสถานการณ์ ฝ่ายขาย ฝ่ายส่งเสริมการขาย และสอดคล้องประสานงานกับทุกฝ่ายงานที่เกี่ยวข้อง

4. วัตถุประสงค์ของการจัดซื้อ

การดำเนินกิจกรรมการจัดซื้อ มีวัตถุประสงค์ต่างๆ กัน แล้วแต่ลักษณะของกิจการ ดังนี้

1. สามารถจัดซื้อวัสดุ หรือสินค้าเป็นไปตามข้อกำหนดรายละเอียดในเอกสารสั่งซื้อ และสามารถใช้งานได้ตามความต้องการขององค์กร ด้วยความรวดเร็ว ไม่มีความเสี่ยง สินค้าราคาต่ำสุด ทำให้กิจการมีกำไรมากขึ้น ในภาวะที่สามารถแข่งขันกับผู้ค้ารายอื่นๆ ได้

2. เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพ และปริมาณที่เหมาะสมกับผู้ซื้อ และผู้ใช้งาน ความต้องการของฝ่ายต่าง ๆ ในองค์กรและสอดคล้องกับนโยบายขององค์กร

3. เพื่อให้ได้สินค้าตามจำนวนโดยไม่ขาดตอน และการลงทุนในสต็อกต่ำสุด สอดคล้องกับจำนวนสั่งซื้อที่ประหยัดตามสภาวะความต้องการของตลาด นอกจากนั้นยังมีวัตถุประสงค์เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาการซื้อสินค้าซ้ำซ้อน สินค้าชำรุด เสียหายและล่าสมัย

4. หาแหล่งจัดซื้อได้ในระดับสากลทั้งการจัดซื้อแบบธรรมดา และการจัดซื้อในตลาดกลางทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้มาตรการพาเรโต ซึ่งมูลค่าสูง แต่จำนวนผู้ขายและรายการสินค้าน้อย สามารถจัดซื้อวัตถุดิบ ชิ้นส่วนประกอบ เพื่อนำผลิตสินค้าเพื่อส่งมอบให้แก่ลูกค้า ที่มีคุณภาพดี ปริมาณถูกต้อง ตรงเวลา สถานที่ที่กำหนด ราคาที่เหมาะสมและแน่นอน ส่วนการจ่ายเงินในการลงทุนต้องเหมาะสมกับวัสดุ หรือสินค้า และเป็นไปตามราคาที่ตกลงกันได้

5. สามารถนำความล้ำสมัย และเทคโนโลยี เพื่อนำมาจัดซื้อ และนำข้อมูลที่ได้จากการป้อนเข้าและผลลัพธ์ที่ได้มาเพื่อประกอบการตัดสินใจ ให้สามารถตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาในการสั่งซื้อสินค้าซ้ำซ้อน ชำรุด ล่าสมัย

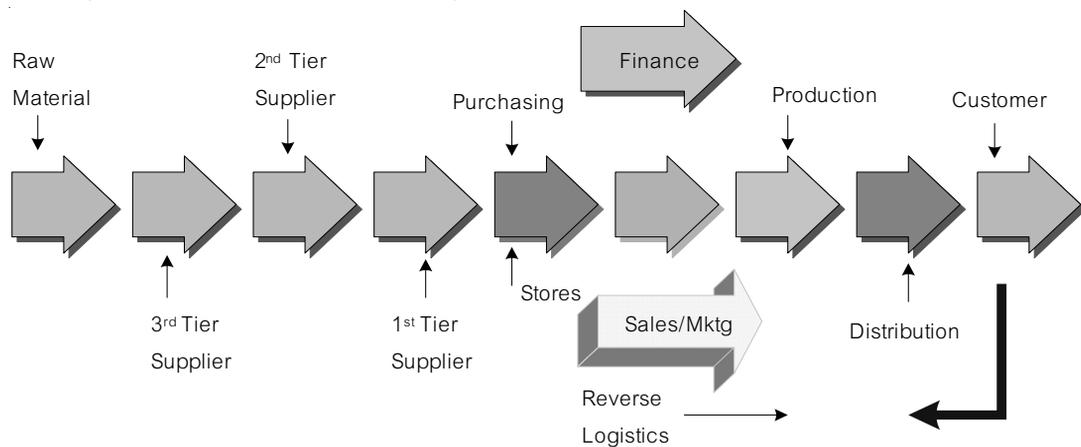
6. สามารถนำกลยุทธ์จัดซื้อมาเพื่อให้สามารถประสานงานกับลูกค้า และผู้ขายปัจจัยการผลิตเพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ และแข่งขันกับคู่แข่งได้

ดังนั้น เพื่อให้การจัดซื้อบรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ผู้รับผิดชอบในการจัดซื้อต้องพยายามจัดซื้อให้ดีที่สุด โดยจัดซื้อวัสดุให้ได้คุณสมบัติถูกต้องในจำนวนที่ถูกต้อง ในจังหวะเวลาที่ถูกต้อง จากผู้ขายที่ถูกต้อง และนำส่ง ณ. สถานที่ที่ถูกต้อง ดังได้กล่าวมาแล้ว

5. หน้าที่เกี่ยวกับการจัดซื้อสินค้า (Purchasing Roles)

บทบาทหน้าที่งานจัดซื้อ มีบทบาทหน้าที่ต้องประสานงานกับฝ่ายบัญชีการเงิน (Finance) ฝ่ายขาย การตลาด (Sale and Marketing) ฝ่ายผลิต (Production) ฝ่ายกระจายสินค้า(Distribution) ลูกค้า (Customers) เพื่อซื้อวัตถุดิบและสินค้าจากผู้ขายปัจจัยการผลิตชั้นที่ 1-3 (1st Tier Supplier-3rd Tier Supplier) จากรูปที่ 1.1 บทบาทหน้าที่งานจัดซื้อ มีดังนี้

1. รับผิดชอบในการวางแผน เพื่อดำเนินการจัดซื้อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กร
2. ประสานงานกับทุกฝ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งวัสดุ วัตถุดิบ สินค้าที่ต้องการ
3. รับผิดชอบในการออกไปสั่งซื้อ การรับสินค้า จนถึงการส่งสินค้าเก็บเข้าคลังสินค้า
4. กำหนดทิศทางในการจัดซื้อ โดยการหาทางเลือกระหว่างการจัดซื้อ การกระจายสินค้า และการจัดเก็บว่าวิธีการใดส่งผลดีที่สุด
5. รับผิดชอบในการบริหารสารสนเทศที่เกี่ยวกับงานจัดซื้อ รับผิดชอบในการนำสารสนเทศ มาใช้ในการวางแผน ปฏิบัติงาน และควบคุมให้การจัดซื้อเป็นตามข้อกำหนด
6. รับผิดชอบในการนำสารสนเทศมาประกอบการตัดสินใจเพื่อให้ระดับสินค้าคงคลัง เวลานำ และการลงทุนในสินค้าคงคลังและงานจัดซื้อต่ำสุด



รูปที่ 1.1 บทบาทหน้าที่งานจัดซื้อ

แต่ละกิจการควรมีการแบ่งหน้าที่ต่างๆ เกี่ยวกับการจัดซื้อตลอดจนการรับของและการจ่ายเงิน ค่าซื้อสินค้าออกจากกันเพื่อประโยชน์ในการควบคุมภายในและต้องมีการกำหนดวิธีการให้รัดกุมตลอดจนการให้แบบฟอร์ม เอกสารต่างๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด หน้าที่ในการจัดซื้อสามารถจำแนกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. หน้าที่หลัก หน้าที่หลักของการจัดซื้อสินค้าได้แก่

- การเก็บและรวบรวมข่าวสารเกี่ยวกับการจัดซื้อ เช่น ราคาวัสดุ อัตราการใช้ คุณลักษณะเฉพาะวิธีการผลิต
- การค้นคว้าวิจัยตลาดเศรษฐกิจ ความเปลี่ยนแปลงของวัสดุ การวิเคราะห์วัสดุและราคาวัสดุ
- การจัดซื้อสินค้า โดยเริ่มจากการตรวจสอบคำขอหรือใบเบิกวัสดุการวิเคราะห์ราคา การพิจารณาเลือกแบบสัญญา การกำหนดราคาซื้อและการนำส่ง การเจรจาต่อรองทำสัญญา การตรวจสอบเงื่อนไขสัญญา การตรวจรับวัสดุและการตรวจสอบใบเสร็จรับเงิน การมีหนังสือโต้ตอบกับผู้ขาย
- การจัดการงานวัสดุ เช่น การรักษาระดับวัสดุคงคลังให้ต่ำที่สุด รักษาคุณภาพของวัสดุ ปรับปรุงอัตราหมุนเวียนของสินค้าให้เหมาะสม การโยกย้ายวัสดุ การกำหนดมาตรฐานหีบห่อและการรายงานสถานภาพของวัสดุตามระยะเวลา

2. **หน้าที่รอง** เป็นหน้าที่ที่ฝ่ายจัดซื้อได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติในบางคราว เช่น การกำหนดมาตรฐานวัสดุ การกำหนดคุณลักษณะเฉพาะ การทำงานประมาณวัสดุ การควบคุมวัสดุ และการพิจารณาว่าจะซื้อเช่า หรือผลิตสินค้าเอง

3. **หน้าที่อื่นที่เกี่ยวกับการจัดซื้อ** เช่น การประกันภัยสินค้า การตรวจสอบวัสดุ การจำหน่ายของเสีย หรือของเหลือใช้และงานคลังวัสดุ หรือกล่าวในอีกลักษณะหนึ่งหากเน้นถึงกระบวนการจัดซื้อสินค้ามีหน้าที่ที่สรุปได้ คือ การเสนอซื้อหรือการขออนุมัติซื้อสินค้า การสั่งซื้อสินค้า การตรวจรับสินค้า และการตรวจสอบเอกสารหลักฐานเกี่ยวกับการจัดซื้อและทำใบสำคัญส่งจ่าย

6. ความรับผิดชอบต่อฝ่ายจัดซื้อ

ฝ่ายจัดซื้อมีความรับผิดชอบต่อในการสั่งซื้อสินค้าให้ดีที่สุด ซึ่งมีนโยบายเพื่อกำกับวิธีปฏิบัติงาน เพื่อให้ได้สินค้าที่ดี ดังนี้

6.1 **คุณภาพสินค้าต้องถูกต้อง** (Right Quality หรือ Right Specifications) หมายความว่า จัดหาสินค้าที่ตรงต่อข้อกำหนดรายละเอียดที่ตั้งใจจะนำไปใช้โดยมีจุดประสงค์ที่ชัดเจน และลูกค้าต้องการให้มากที่สุดและลูกค้าพร้อมที่จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นคุณสมบัติจึงมีราคาตั้งแต่ต่ำสุดถึงราคาสูงสุดตามอำนาจ ในการซื้อของผู้บริโภคแต่ละรายซึ่งฝ่ายขายและฝ่ายจัดซื้อสามารถวางแผนร่วมกัน โดยศึกษาจากประสบการณ์การขายสินค้าในอดีตที่ผ่านมา ตลอดจนจรรยาบรรณของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในตลาด ปัจจุบันและพฤติกรรมในการบริโภคของลูกค้าว่าเคยซื้อสินค้าจากแหล่งใด กำหนดคุณภาพที่ถูกต้องเป็นเรื่อง สำคัญมากซึ่งฝ่ายจัดซื้อต้องระบุกับคุณสมบัติของสินค้าที่ต้องการให้ชัดเจน โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

- บอกตรयी์ข้อสินค้าที่ต้องการให้ชัดเจน วิธีนี้เหมาะสมสำหรับวัสดุหรือสินค้าที่ไม่อาจบอกคุณลักษณะเฉพาะได้ ซึ่งอาจทำให้ต้องซื้อสินค้านี้ราคาแพง และมีโอกาสเลือกได้น้อย ซึ่งฝ่ายจัดซื้อควรแก้ไขโดยกำหนดหลายยี่ห้อที่ได้ผ่านการทดสอบแล้วว่าใช้ได้เหมือนกัน

- ระบุคุณลักษณะเฉพาะ ชี้ขายกันตามคุณลักษณะเฉพาะ เช่น บอกขนาดความกว้าง ลักษณะการผลิต และผลการใช้งาน

- กำหนดคุณสมบัติตามตัวอย่าง วิธีนี้ง่ายที่สุดโดยการยกตัวอย่างของวัสดุมาให้ผู้ขายดูเหมาะสำหรับวัสดุที่ไม่ได้ซื้อเป็นประจำ

- กำหนดคุณสมบัติตามมาตรฐานทางตลาด วิธีนี้ขึ้นอยู่กับความแน่นอนของมาตรฐาน และความสามารถในการตรวจให้ตรงกับมาตรฐานที่ตั้งไว้ เหมาะสำหรับการจัดซื้อวัสดุประกอบเกษตรกรรม

- วิธีผสม อาจใช้หลายวิธีร่วมกันเพื่อความเหมาะสมที่สุดโดยคำนึงถึงความเข้าใจของผู้ขาย และความสามารถในการหาวัสดุให้ได้ตรงตามที่ต้องการ

6.2 **ปริมาณสินค้าที่ถูกต้อง** (Right Quantity) จะต้องอาศัยข้อมูลการศึกษาข้อมูลจากการซื้อการขายในอดีต และการคาดคะเนความต้องการของผู้บริโภคในอนาคต ฤดูกาล ภาวะเศรษฐกิจหรือรายได้ จึงกำหนดจำนวนประมาณการสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ผลประโยชน์ที่จะได้รับในการจัดซื้อครั้งละหลายๆ โดยมีคลังสินค้าสนับสนุนต่อเนื่อง สินค้าไม่ขาด ถึงแม้ว่าจะขายดีมากหรือขายได้น้อยก็ตาม จำนวนสินค้าในคลังสินค้ายังคงเก็บรักษาไว้ในปริมาณต่ำ การกะประมาณจำนวนสินค้าที่ซื้อให้ถูกต้องนี้ ฝ่ายจัดซื้อควรคำนวณจากปริมาณการขาย รายการวัสดุที่ใช้ในการผลิต ข้อมูลแสดงอัตราการใช้วัสดุและ

ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนความต้องการที่จะใช้กับผลประโยชน์ที่จะได้รับการสั่งซื้อสินค้าในแต่ละครั้ง โดยมีปัจจัยที่ควรพิจารณาในการสั่งซื้อเพื่อจำนวนสินค้าที่ถูกต้อง ได้แก่

- ราคาและต้นทุนการผลิตสินค้า ในแต่ละหน่วยของสินค้า
- ค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อสินค้า การออกไปสั่งซื้อ การเก็บรักษาสินค้า การเจรจาตกลงซื้อหรือการเสี่ยงกับวัสดุขาดมือ
- ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับวัสดุคงเหลือ ถ้ามีการสั่งซื้อในจำนวนที่ไม่เหมาะสม อาจทำให้กิจการมีสินค้าคงเหลือในปริมาณมากเกินไป ทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาสูง หรือเกี่ยวกับสินค้าล้าสมัย

6.3 เวลาที่ถูกต้องในการได้สินค้า (Right Time) ในการสั่งซื้อสินค้าเชิงปฏิบัตินั้นเกี่ยวกับจังหวะเวลาในการซื้อที่ต้องให้สอดคล้องกับภาวะการตลาดซึ่งมี 3 ลักษณะคือ

- สั่งซื้อเมื่อสินค้าหมด วิธีนี้ใช้เมื่อราคาตลาดมีแนวโน้มที่จะลดลงจึงซื้อสินค้าแต่พอใช้ก่อนหมดแล้วจึงค่อยสั่งใหม่ หรือกิจการกำลังปรับปรุงสินค้าใหม่ไม่ให้ล้าสมัย ไม่ต้องการให้มีเงินทุนจม
- สั่งซื้อเมื่อคาดว่าราคาสินค้าจะสูงขึ้น เป็นการสั่งซื้อเพื่อเก็งกำไรในการขายต่อ โดยทั่วไปถือว่าไม่ใช่หน้าที่ปกติของผู้จัดซื้อ แต่อาจเพื่อความประหยัดต้นทุน โดยเฉพาะถ้าใช้ปริมาณการสั่งซื้อแบบประหยัด (EOQ)
- สั่งซื้อล่วงหน้า เป็นการสั่งซื้อเกินความต้องการใช้สินค้าในปัจจุบันแต่ไม่เกินจำนวนที่ต้องใช้จริงในอนาคตอันใกล้ เพื่อไม่ต้องเสี่ยงกับการขาดแคลนสินค้า การผลิตบางอย่างต้องทราบต้นทุนล่วงหน้า หรือในภาวะที่ตลาดมีราคาไม่แน่นอน ราคาปัจจุบันเป็นที่พอใจแล้ว มักจะมีการสั่งซื้อล่วงหน้าเพื่อประหยัดค่าขนส่ง วิธีนี้มีข้อเสียคือ การเสี่ยงภัยด้านราคา ดังนั้นจึงควรวิเคราะห์ภาวะตลาดให้แน่นอนก่อนเพื่อไม่ให้เกิดเงินทุนจมในสินค้า

6.4 สถานที่ที่ถูกต้อง (Right place) สถานที่ที่ขึ้นอยู่กับนโยบายการเก็บรักษาและการคลังสินค้าของแต่ละกิจการ ซึ่งจัดว่าเป็นส่วนประกอบที่สำคัญภายหลังการจัดซื้อที่ดี

6.5 ราคาที่ถูกต้อง (Right Price) ไม่ได้หมายถึงราคาที่ต่ำที่สุด ต้องเป็นราคาที่ยุติธรรม (Fair Price) ที่ผู้ขายในราคานั้นได้กำไรพอสมควร และผู้จัดซื้อไปแล้วก็จะได้ผลกำไรจากการนำไปผลิตต่อเนื่องหรือจำหน่ายอีกต่อหนึ่ง ผู้จัดซื้อจะต้องเปรียบเทียบราคาจากผู้ขายรายอื่นประกอบ มิใช่ราคาต่ำเพียงอย่างเดียวก็ตัดสินใจซื้อ จะต้องพิจารณาอย่างอื่นประกอบด้วย เช่น ความต้องการของลูกค้า เงื่อนไขการส่งมอบ และเงื่อนไขการชำระเงิน ซึ่งราคาที่ยุติธรรมซึ่งมี 3 ลักษณะคือ

- ราคาที่เกิดจากอุปสงค์ (demand) และอุปทาน (supply) ขึ้นอยู่กับตลาด ภาวะการเมือง เศรษฐกิจ และปัจจัยอื่น ที่เป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้
- ราคาที่เกิดจากการแข่งขัน การมีผู้ขายหลายราย ราคาที่ต่างกันทำให้ผู้ซื้อมีโอกาสเลือกซื้อได้มากขึ้น สามารถตรวจสอบราคาตามระยะเวลา และอาจเปิดการประกวดราคาเพื่อเปรียบเทียบได้
- ราคาที่ความสัมพันธ์กับต้นทุน ราคาที่คำนวณจากต้นทุนบวกกำไรที่เหมาะสมเพื่อความยุติธรรมทั้งผู้ขายและผู้ซื้อ ดังนั้นฝ่ายจัดซื้อควรเข้าใจถึงหลักการคำนวณราคาต้นทุนของสินค้าด้วย หลักการนี้นิยมใช้กันมากโดยทำเป็นสัญญาแบบมีการปรับราคาได้ ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงราคาวัตถุดิบและค่าแรง และมาเป็นสัญญาระยะเวลานาน