

บทที่ 7

แรงกระตุ้นและพฤติกรรม ของผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

แรงกระตุ้นในการซื้อ

ในตลาดอุตสาหกรรมมีแรงกระตุ้นในการซื้อ เหมือนกับตลาดอุปโภคบริโภค จะแตกต่างกันตรงที่การซื้อทางอุตสาหกรรมจะเป็นลักษณะของแรงกระตุ้นที่มีผล ส่วนการซื้อในตลาดอุปโภคจะเป็นลักษณะของแรงกระตุ้นทางอารมณ์ การซื้อสินค้าอุตสาหกรรมต้องใช้เหตุผล

กระบวนการซื้อ

การซื้อสินค้าในตลาดอุตสาหกรรม มีขั้นตอนหรือกระบวนการซื้อเหมือนกับการซื้อสินค้าในตลาดอุปโภคบริโภค คือต้องเกิดความต้องการซื้อแล้วจะเลือกแหล่งขายสินค้าและทำการเลือกสินค้า แตกต่างกันตรงที่ในตลาดอุตสาหกรรม ต้องมีการทำสัญญาระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย ส่วนในตลาดอุปโภคบริโภค ไม่ต้องมีการทำสัญญา

ขั้นตอนกระบวนการซื้อในตลาดอุตสาหกรรม

ขั้นที่ 1 ความต้องการ เริ่มต้นจากการมีความต้องการในสินค้านั้น ๆ แล้วส่งผ่านมาให้ฝ่ายจัดซื้อ หรือตัวแทนจัดซื้อเป็นผู้ซื้อ โดยระบุจำนวนและเวลาที่ต้องการจะใช้สินค้า

ขั้นที่ 2 แหล่งใด พิจารณาแหล่งเสนอขายต่าง ๆ ว่ามีอยู่ที่แหล่ง แต่ละแหล่งมีชื่อเสียงในด้านคุณภาพและบริการอย่างไร ความเชื่อถือได้ในการบริการ

ขั้นที่ 3 คัดเลือก จากแหล่งเสนอขายต่าง ๆ ที่มีอยู่เราจะต้องคัดเลือกจากแหล่งที่เหมาะสมกับความต้องการของเรา โดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณา คือ ระยะเวลา คุณภาพ การบริการ ความเต็มใจของแหล่งที่ขายและให้บริการ และความเชื่อถือได้

ขั้นตอนกระบวนการซื้อในตลาดอุตสาหกรรม

ขั้นที่ 4 การทำสัญญา หลังจากที่ได้คัดเลือกแหล่งเสนอขายสินค้า ก็ถึงขั้นของการทำสัญญาซื้อขาย ในกรณีที่ซื้อขายเป็นประจำก็สามารถที่จะใช้บัญชีรายการราคาของผู้เสนอขายหลายๆ คนแล้วเลือกกระดบราคาที่ดีที่สุดและเลือกจากแหล่งที่ดีที่สุด

ขั้นที่ 5 การติดตาม หลังจากตกลงทำสัญญาระหว่างกันแล้ว ต้องติดตามผลอย่างใกล้ชิดก่อนที่จะถึงวันส่งมอบสินค้า ทั้งนี้เพื่อป้องกันความไม่แน่นอน หรือเหตุการณ์บางอย่างที่ผู้เสนอขายอาจส่งสินค้าหรือวัตถุดิบไม่ได้ จะได้หาทางแก้ปัญหาต่อไป

กระแสการซื้อของผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

กระแสการซื้อของผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม มีลักษณะเช่นเดียวกับตลาดอุปโภคบริโภค คือต้องมีความเข้าใจว่า จะซื้ออย่างไร ซื้อเมื่อใด ซื้อที่ไหน และใครคือผู้ซื้อหรือผู้ที่ตัดสินใจซื้อ กระแสการซื้อในตลาดอุตสาหกรรมเราจะพิจารณาจาก

1. อิทธิพลในการซื้ออยู่กับคนหลายคน เช่นการซื้อสินค้าอุตสาหกรรมโดยเฉพาะเครื่องจักร หรือวัตถุดิบที่มีความสำคัญต่อกระบวนการผลิต จำเป็นต้องใช้บุคคลหลายฝ่าย ในการตัดสินใจ

กระแสการซื้อของผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม (ต่อ)

2. การซื้อโดยตรง ในตลาดอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมจะซื้อจากผู้ผลิตโดยตรง แตกต่างจากตลาดอุปโภคบริโภคที่ซื้อจากคนกลาง และในการที่ผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมซื้อโดยตรงจากผู้ผลิตก็ขึ้นอยู่กับปริมาณการสั่งซื้อเป็นจำนวนมากและความต้องการในด้านเทคนิค

3. ระยะเวลาในการเจรจา การซื้อขายสินค้าในตลาดอุตสาหกรรมจำเป็นต้องใช้ระยะเวลาในการเจรจา มีสาเหตุในการใช้ระยะเวลาในการเจรจาซื้อขาย ดังนี้

กระแสการซื้อของผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม (ต่อ)

- 1) ต้องใช้ผู้บริหารหลายคนในการตัดสินใจซื้อ
- 2) ปริมาณในการซื้อแต่ละครั้งมีปริมาณสูง
- 3) ต้องมีการปรึกษาหารือระหว่างผู้ผลิตกับผู้ใช้ทาง

อุตสาหกรรม

- 4) มีการใช้การประมูลราคา

3.1 ความถี่ในการซื้อ สินค้าอุตสาหกรรมแต่ละประเภทมีความถี่ในการซื้อแตกต่างกัน เช่นเครื่องจักรขนาดใหญ่อาจซื้อปีละครั้ง หรือส่วนประกอบวัสดุบางชิ้นอาจซื้อเดือนละครั้ง

กระแสการซื้อของผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม (ต่อ)

3.2 ขนาดของใบสั่งซื้อ ขนาดของใบสั่งซื้อในตลาดอุตสาหกรรมจะมีขนาดใหญ่กว่าใบสั่งซื้อในตลาดอุปโภคบริโภค เพราะผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมจะซื้อไปเพื่อใช้ในการผลิตหรือดำเนินกิจการและซื้อไม่บ่อยบ่อย

4. ซื้อขายตามแคตตาล็อก การขายสินค้าขนาดใหญ่จำเป็นต้องใช้แคตตาล็อกช่วยในการขาย

5. การตอบสนองต่อกัน การตอบสนองกันและกันเป็นลักษณะของการซื้อขายที่จะเพิ่มยอดขายที่แน่นอน เป็นลักษณะของคำพูด เช่น บริษัทของเราจะซื้อสินค้าจากบริษัทของท่าน ถ้าท่านจะซื้อสินค้าจากบริษัทเราด้วย หรือ เมื่อปีที่แล้วบริษัทเราซื้อสินค้าจากท่านเป็นจำนวนเงิน 3 ล้านบาท ปีนี้ท่านต้องซื้อสินค้าจากเราเป็นจำนวนเงิน 3 ล้านบาทเช่นกัน

6. การซื้อแบบผ่อนชำระ ในกรณีที่เครื่องจักรราคาสูงผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมไม่มีนโยบายที่จะเช่าเครื่องจักร จะใช้การซื้อแทนการเช่า แต่เงินไม่พอกับการซื้อ จึงต้องผ่อนชำระ โดยอาศัยธนาคารหรือบริษัทเงินทุน เป็นการกู้ยืมเงินแล้วทำสัญญาตามข้อตกลง

