

ตอนที่ 1

สิ่งที่ควรรู้ในการตลาดอุตสาหกรรม

ในการศึกษาการตลาดอุตสาหกรรมควรรู้ถึงแนวความคิดทั่วไปที่เกี่ยวกับการตลาดอุตสาหกรรม ประเภทสินค้าต่าง ๆ ของสินค้าอุตสาหกรรม ซึ่งส่งผลถึงการดำเนินงานทางการตลาด และยังคงศึกษาถึงโครงสร้างทั่วไป เกี่ยวกับหน่วยงานทางการตลาดอุตสาหกรรมด้วย

บทที่ 1

แนวความคิดทางการตลาดอุตสาหกรรม

แนวคิด

การตลาดอุตสาหกรรมเป็นตลาดที่ไม่ได้อยู่ใกล้ตัวผู้บริโภคเหมือนอย่างการตลาดผู้บริโภค เพราะว่าการตลาดอุตสาหกรรมเกี่ยวข้องกับผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม โดยผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมจะซื้อสินค้าอุตสาหกรรมมาใช้ในการผลิตหรือดำเนินการของตน อย่างไรก็ตามเราสามารถกล่าวได้ว่าสินค้าทุกอย่างที่ผู้บริโภคซื้อจะต้องผ่านขั้นตอนของการตลาดอุตสาหกรรมมาทั้งสิ้น

เนื้อหาแนวความคิดทางการตลาดอุตสาหกรรมประกอบด้วย

1. ความหมายของการตลาดอุตสาหกรรม
2. ความสำคัญของการตลาดอุตสาหกรรม
3. ขอบเขตของการตลาดอุตสาหกรรม
4. ความแตกต่างระหว่างสินค้าอุปโภคบริโภคกับสินค้าอุตสาหกรรม
5. สภาพแวดล้อมทางการตลาดอุตสาหกรรม

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

หลังจากศึกษาบทที่ 1 แล้ว นักศึกษาสามารถ

1. อธิบายความหมายของการตลาดอุตสาหกรรมได้
2. อธิบายความสำคัญของการตลาดอุตสาหกรรมได้
3. อธิบายขอบเขตตามการบริหารงานด้านการตลาดอุตสาหกรรมได้
4. อธิบายขอบเขตตามประเภทของอุตสาหกรรมได้
5. อธิบายความแตกต่างระหว่างสินค้าอุปโภคบริโภคกับสินค้าอุตสาหกรรมได้
6. อธิบายสภาพแวดล้อมทางการตลาดอุตสาหกรรมได้

บทที่ 1

แนวความคิดทางการตลาดอุตสาหกรรม

การตลาดอุตสาหกรรมเป็นกิจการที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าอุตสาหกรรมไปยังผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมโดยผู้ผลิต ซึ่งอาจจะต้องอาศัยคนกลางในการช่วยกระจายสินค้าไปยังผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมผู้บริหารการตลาดอุตสาหกรรมจำเป็นจะต้องตระหนักถึงพฤติกรรมของผู้ซื้อหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมตลอดจนสภาพแวดล้อมของตลาดอุตสาหกรรม อันประกอบไปด้วยทางสังคม เศรษฐกิจ เทคโนโลยี สภาพของการแข่งขันในท้องตลาดและรัฐบาล เป็นเรื่องของนักการตลาดที่จะต้องจัดการและปรับปรุงตัวในด้านนโยบายและแผนงานทางการตลาดให้เข้ากับพฤติกรรมของตลาดและสภาพแวดล้อม.

1. ความหมายของการตลาดอุตสาหกรรม

การตลาดอุตสาหกรรม คือ การปฏิบัติของธุรกิจในการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากผู้ผลิตไปยังผู้ใช้อุตสาหกรรมเพื่อเป็นการผลิตชิ้นส่วนให้กับสินค้าและบริการอื่น ๆ หรือเพื่อให้การปฏิบัติงานของธุรกิจหนึ่งธุรกิจใดมีความสะดวกคล่องตัวไม่ว่าธุรกิจนั้นจะเป็นธุรกิจเอกชน รัฐวิสาหกิจหรือองค์การที่ไม่หวังผลกำไร.

ผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม หมายถึง องค์การธุรกิจหรือสถาบันซึ่งซื้อสินค้าและบริการ เพื่อนำไปใช้ผลิตเป็นสินค้าหรือเป็นบริการอย่างอื่น หรือใช้ในธุรกิจของตนเอง.²

เราจะเห็นได้ว่าการที่สินค้าและบริการเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตมายังผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม อาจจะเป็นการติดต่อโดยตรงระหว่างผู้ผลิตกับผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมหรืออาจจะผ่านคนกลางก่อนจึงจะถึงมือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ธุรกิจหรือบริษัทที่ซื้อสินค้าและบริการมาก็เพื่อที่จะนำมาประกอบธุรกิจของตัวเอง ยกตัวอย่างเช่น บริษัทที่ผลิตสินค้าเกี่ยวกับไฟฟ้าจะซื้อมอเตอร์จากบริษัทแห่งหนึ่ง เพื่อนำมอเตอร์มาใช้ประกอบในสินค้าที่เกี่ยวกับไฟฟ้า เช่นมอเตอร์ที่ใช้กับพัดลมไฟฟ้า หรือธุรกิจที่ซื้อสินค้าและบริการมาเพื่อจะใช้ผลิตสินค้าของบริษัท เช่น ซื้อเครื่องจักรในมาใช้ป้อนกระป๋องที่จะขายไปให้ลูกค้าอีกอย่างหนึ่ง

¹ H. Robert Dodge, "Industrial Marketing" McGraw-Hill Book Company P.5

² สุธี นาทวาทดี และคณะ, "หลักการตลาด", 2516 โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ กรุงเทพมหานคร, หน้า 107

2. ลักษณะและความสำคัญของการตลาดอุตสาหกรรม

ผู้บริโภคโดยทั่วไปไม่ค่อยจะได้สัมผัสกับตลาดอุตสาหกรรม จึงทำให้ไม่รู้ถึงปริมาณของสินค้าที่ซื้อขายกันในตลาดอุตสาหกรรม เป็นเหตุให้มองเห็นความสำคัญของตลาดนี้น้อยไป แต่ความเป็นจริงแล้วจะเห็นได้ว่าปริมาณสินค้าอุตสาหกรรมมีอยู่เป็นปริมาณมาก สินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์เกษตร เหมือนแร่ ป่าไม้ และทะเล ซึ่งถือว่าเป็นสินค้าอุตสาหกรรมก็มีปริมาณอย่างมาก

ตลาดอุตสาหกรรมจะมีความซับซ้อนและขยายตัวกว้างซึ่งเห็นได้จากการที่ต้องซื้อขายหลายครั้งเพื่อที่จะทำการผลิตสินค้าชิ้นหนึ่ง เพื่อความเข้าใจยิ่งขึ้นจะยกตัวอย่างประกอบดังนี้ สมมติว่าต้องการศึกษาการผลิตเข็มขัดหนึ่งเพื่อที่จะดูถึงการซื้อขายและการผลิตที่เกี่ยวข้อง เราจะเริ่มจากกระป๋องที่มีชีวิตที่เลี้ยงไว้ตามชนบทหรือฟาร์ม ผ่านคนกลางเข้ามายังโรงงานทำอาหารกระป๋องซึ่งจะต้องอาศัยเนื้อกระป๋องแล้วจึงทำการแยกหนังดิบออกมาขายไปยังโรงงานฟอกหนัง โรงงานฟอกหนังเมื่อฟอกเสร็จก็จะขายไปยังโรงงานทำเข็มขัด โรงงานทำเข็มขัดเมื่อทำเสร็จอาจจะขายให้กับพ่อค้าขายส่ง พ่อค้าขายส่งก็จะขายเข็มขัดให้กับโรงงานหรือบริษัทที่จะทำเข็มขัดไปแจกจ่ายให้กับพนักงานเราจะเห็นได้ว่าหนังฟอกและเข็มขัดเป็นเรื่องธุรกิจการตลาดอุตสาหกรรม

นอกเหนือจากหนังฟอก โรงงานผลิตเข็มขัดยังต้องหาซื้อหัวเข็มขัด เชือกที่ใช้เย็บเข็มขัด และยาขัด ซึ่งทางโรงงานผลิตเข็มขัดจะไม่ทำการผลิตสินค้าเหล่านี้เอง แต่จะซื้อจากโรงงานที่ผลิตหัวเข็มขัด, เชือกที่ใช้เย็บเข็มขัดและยาขัด เห็นได้ว่าโรงงานอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องจะต้องมีโรงงานและสำนักงานซึ่งจะต้องมีเครื่องจักรและเครื่องตกแต่งสำนักงาน ตลอดจนเครื่องมืออื่น ๆ แม้กระทั่งตัวโรงงานเองก็ถือว่าเป็นสินค้าอุตสาหกรรมด้วย จึงกล่าวได้ว่าก่อนที่จะสินค้าจะถึงมือผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมจะต้องผ่านขั้นตอนของการซื้อขายและการผลิตในตลาดอุตสาหกรรมและสินค้าอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

จากตัวอย่างที่ยกมาดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่าปริมาณของยอดขายทั้งหมดในตลาดอุตสาหกรรมสูงมาก อาจจะกล่าวได้ว่าประมาณครึ่งหนึ่งของสินค้าทั้งหมดเป็นการขายในตลาดอุตสาหกรรม

3. ขอบเขตของการตลาดอุตสาหกรรม

การตลาดอุตสาหกรรมจะมีขอบเขตที่ครอบคลุมไปถึงการบริหารงานด้านตลาดและตามประเภทของอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่การตลาดอุตสาหกรรมได้เข้าไปถึง

ในเรื่องของการบริหารงานด้านการตลาดจะมีเนื้อหาที่ครอบคลุมไปถึง

1. การพิจารณาถึงตัวผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมหรือตลาดของสินค้าอุตสาหกรรมนั้น ๆ
2. การพิจารณาลักษณะความต้องการของตลาดอุตสาหกรรม

3. การพิจารณาถึงการวางแผนทางการตลาดอุตสาหกรรม
4. การศึกษาทางด้านการวิจัยตลาดอุตสาหกรรม
5. การศึกษาทางด้านการวางแผนและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางอุตสาหกรรม
6. การศึกษาทางช่องทางการตลาดในตลาดอุตสาหกรรม
7. การศึกษาทางการกำหนดราคาสินค้าอุตสาหกรรม
8. การศึกษาทางองค์ การหรือหน่วยงานในตลาดอุตสาหกรรม
9. การศึกษาทางการส่งเสริมทางการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วย
 1. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในตลาดอุตสาหกรรม
 2. การใช้พนักงานขายในตลาดอุตสาหกรรม
 3. การส่งเสริมการขายในตลาดอุตสาหกรรม
10. การศึกษาทางส่งกำลังบำรุงทางธุรกิจในตลาดอุตสาหกรรม
11. การศึกษาการบริการลูกค้าในตลาดอุตสาหกรรม
12. การศึกษาการควบคุมในตลาดอุตสาหกรรม

ในเรื่องขอบเขตตามประเภทของอุตสาหกรรมต่าง ๆ จะมีเนื้อหาครอบคลุมถึง³

1. การเกษตร การป่าไม้ และการประมง
2. เหมืองแร่
3. การก่อสร้าง
4. การผลิตในตลาดอุตสาหกรรม
5. การขนส่ง การคมนาคมและสาธารณูปโภคอื่น ๆ
6. การขายส่งและขายปลีก
7. การเงิน การประกันภัยและการซื้อขายที่ดิน
8. การบริการ
9. รัฐบาล (ทั้งในส่วนกลาง จังหวัด ท้องถิ่นและระหว่างประเทศ)
10. อื่น ๆ

ในหัวข้อการเกษตร การป่าไม้และการประมง เหมืองแร่ การก่อสร้าง และการผลิตในตลาดอุตสาหกรรมเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับตลาดอุตสาหกรรมเพราะเป็นลักษณะของการตลาดอุตสาหกรรมอยู่ในตัวเองแล้ว ในหัวข้อการขนส่ง การคมนาคมและสาธารณูปโภคอื่น ๆ ก็เป็นเรื่อง

³ สุธี นาทวรทติ และคณะ, "หลักการตลาด", 2516, โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ กรุงเทพมหานคร, หน้า 119-120

ของตลาดอุตสาหกรรม เพราะจะต้องมีการใช้ยานพาหนะเป็นหลักในการดำเนินงานซึ่งเป็นลักษณะของตลาดอุตสาหกรรม หัวข้อการขายส่งก็เป็นส่วนหนึ่งของช่องทางการจำหน่ายในตลาดอุตสาหกรรม หัวข้อการขายปลีกก็ถือเป็นส่วนหนึ่งของช่องทางการจำหน่ายในตลาดอุตสาหกรรมเช่นเดียวกัน เพราะเป็นการขายปลีกของสินค้าในจำนวนน้อยให้แก่ผู้ซื้อหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม เช่น การที่ช่างไม้หาซื้อเลื่อย กบ สว่านและอื่น ๆ เพื่อนำไปใช้ในการทำงานของตนเอง ในหัวข้อการคลัง การประกันภัย และการขายอสังหาริมทรัพย์ก็เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการตลาดอุตสาหกรรมแต่จะต้องเป็นลักษณะของตลาดอุตสาหกรรม ยกตัวอย่างเช่น การประกันภัยตัวสินค้าอุตสาหกรรม เป็นต้น ในหัวข้อของการบริการก็จะเน้นทางด้านอุตสาหกรรม ได้แก่การขายบริการทางอุตสาหกรรมแก่ลูกค้า (เช่น การทาสีของตัวอาคาร) และการให้บริการลูกค้า (เช่น การบริการทางเทคนิค การบริการทางการเงิน) ในหัวข้อของรัฐบาลจะเห็นได้ว่ารัฐบาลจะซื้อสินค้าเพื่อเป็นการใช้ในแง่ของการอุตสาหกรรม

4. สินค้าอุตสาหกรรมและสินค้าอุปโภคบริโภค

ในตลาดจะมีสินค้าที่แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ คือ

1. สินค้าอุตสาหกรรม
2. สินค้าอุปโภคบริโภค

ซึ่งสินค้าทั้ง 2 ประเภทนี้ก็มีความแตกต่างที่สำคัญอยู่ 3 ประการดังนี้

1. ความแตกต่างทางตลาด ตลาดของสินค้าอุปโภคบริโภคจะให้แก่ผู้บริโภคคนสุดท้ายไม่ว่าจะซื้อไปเพื่อบริโภคเองหรือซื้อไปให้ผู้อื่นบริโภค ส่วนสินค้าอุตสาหกรรมตลาดจะให้แก่ผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม เช่น โรงงาน บริษัทธุรกิจ รัฐบาล

2. ความแตกต่างทางวิธีการซื้อขาย ในกรณีของสินค้าอุปโภคบริโภคผู้บริโภคจะซื้อเป็นปริมาณน้อย แต่จะซื้อบ่อยครั้ง ซื้อเป็นประจำจนเป็นนิสัย ใช้อารมณ์ในการซื้อมาก ซื้อด้วยความพอใจส่วนตัว ส่วนสินค้าอุตสาหกรรมผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมจะซื้อเป็นปริมาณมาก ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในด้านการผลิตหรือการดำเนินงาน ขั้นตอนในการซื้อมีอยู่หลายขั้นตอน เริ่มตั้งแต่การตัดสินใจซื้อซึ่งจะต้องใช้บุคคลหลายระดับช่วยในการตัดสินใจซื้อ เพราะว่าสินค้าอุตสาหกรรมจะมีราคาสูง โดยเฉพาะพวกเครื่องจักร (อย่างไรก็ตามสินค้าอุตสาหกรรมบางประเภทก็ไม่ต้องใช้การตัดสินใจซื้อมากนัก เช่น วัสดุสิ้นเปลืองดำเนินงาน) จึงต้องทำการศึกษาหาหนทางพิจารณาว่าการซื้อสินค้านี้จะคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่ การซื้อขายส่วนมากจะมีเงื่อนไขการซื้อขายตลอดจนการให้บริการ เช่น การบริการติดตั้งเครื่องจักร การส่งช่างเทคนิคมาช่วยฝึกสอนวิธีการใช้สินค้าอุตสาหกรรมนั้น ๆ

3. ความแตกต่างทางวัตถุประสงค์ สินค้าอุปโภคบริโภคนั้นผู้บริโภคจะซื้อไปเพื่อที่จะอุปโภคหรือบริโภคเอง ส่วนสินค้าอุตสาหกรรมผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมซื้อไปเพื่อใช้ในการผลิตหรือการดำเนินงาน

5. สภาพแวดล้อมทางการตลาดอุตสาหกรรม

ในตลาดย่อมจะต้องสัมผัสกับสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่อยู่โดยรอบ. และในตลาดของอุตสาหกรรมก็หนีไม่พ้นจากสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ซึ่งสภาพแวดล้อมต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลหรือส่งผลกระทบต่อตลาดอุตสาหกรรม เป็นเรื่องของนักการตลาดที่จะต้องพิจารณาอยู่เสมอ สภาพแวดล้อมที่สำคัญทางการตลาดอุตสาหกรรมมีดังนี้

1. อิทธิพลจากสังคม

จำนวนของประชากรมีอิทธิพลต่อปริมาณสินค้าอุตสาหกรรม จริงอยู่แม้ว่าผู้ซื้อสินค้าอุตสาหกรรมจะเป็นผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมที่มีอยู่เพียงไม่กี่ราย แต่ทว่าผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมเหล่านี้จะต้องนำเอาสินค้าอุตสาหกรรมที่ซื้อเข้ามาทำการผลิตแล้วขายต่อไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย ยกตัวอย่างเช่น โรงงานทอผ้าขนหนูซื้อเครื่องทอผ้าจากผู้ผลิต และซื้อเส้นด้ายเข้ามาทอผ้าขนหนู เห็นได้ว่าโรงงานทอผ้าขนหนูซึ่งเป็นผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมได้ซื้อเครื่องทอผ้าจากผู้ผลิตเครื่องทอผ้า และขณะเดียวกันก็ต้องซื้อเส้นด้ายจากผู้ผลิตเส้นด้าย แล้วทำการทอผ้าขนหนูขึ้นมาให้กับผู้บริโภคได้ใช้ โดยที่ผู้บริโภคอาจจะซื้อผ้าขนหนูจากคนกลางหรือผู้บริโภคอาจจะซื้อผ้าขนหนูจากโรงพยาบาลที่ซื้อผ้าขนหนูมาใช้ในการดำเนินงาน จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าถ้าจำนวนผู้บริโภคมีน้อยก็จะส่งผลให้โรงงานทอผ้าขนหนูทอผ้าได้น้อยและก็จะส่งผลทำให้ซื้อเส้นด้ายซึ่งเป็นสินค้าอุตสาหกรรมน้อยลงด้วย ส่วนเครื่องทอผ้าขนหนูทางโรงงานก็จะซื้อน้อยเครื่อง ในทางกลับกันถ้ามีจำนวนผู้บริโภคมากก็จะทำให้โรงงานผลิตผ้าขนหนูมากตาม โดยจะสั่งซื้อเส้นด้ายและเครื่องทอผ้าเพิ่มจำนวนขึ้น อย่างไรก็ตามจำนวนเครื่องทอผ้าอาจจะไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงไปตามจำนวนประชากรมากนัก หรือถ้าจะเปลี่ยนแปลงก็จะเป็นไปตามสัดส่วนเดียวกัน

สรุปจากตัวอย่างที่กล่าวมาข้างต้นได้ว่า จำนวนประชากรก็มีผลต่อตลาดอุตสาหกรรม ทั้งนี้โดยผลมาจากความต้องการของสินค้าอุตสาหกรรมเป็นความต้องการต่อเนื่องมาจากความต้องการอื่น ๆ

2. อิทธิพลจากเศรษฐกิจ

นอกจากจำนวนประชากรจะมีอิทธิพลต่อตลาดอุตสาหกรรมแล้ว อิทธิพลจากเศรษฐกิจก็มีผลต่อตลาดอุตสาหกรรมเช่นเดียวกัน การที่ประชากรมีรายได้ต่อหัวสูงแล้วย่อมจะก่อให้เกิดอำนาจซื้อ ทำให้สามารถจะซื้อสินค้าต่าง ๆ ได้ และจะช่วยให้ตลาดอุตสาหกรรมขยายตัวขึ้นได้

ในที่สุด ทั้งนี้จากที่ได้กล่าวแล้วว่าสินค้าอุตสาหกรรมจะต้องนำมาผลิตเป็นสินค้าที่จะขายให้กับผู้บริโภค ถ้ารายได้ต่อหัวของประชากรต่ำก็จะทำให้ตลาดอุตสาหกรรมไม่ขยายตัวตามไปด้วย

การกระจายรายได้ของประชากรก็มีส่วนสำคัญต่อการขยายตัวของตลาดอุตสาหกรรมในสังคมหรือในประเทศที่มีการกระจายรายได้อย่างทั่วถึงและมีระดับรายได้ที่ใกล้เคียงกันย่อมจะดีกว่าสังคมหรือประเทศที่มีความแตกต่างในด้านระดับรายได้ เพราะว่าประเทศที่มีการกระจายรายได้ไม่ดี (ประชากรส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในระดับต่ำ) ย่อมจะทำให้อำนาจซื้อของทั้งประเทศต่ำ

3. อิทธิพลจากเทคโนโลยี

ในตลาดอุตสาหกรรมย่อมจะมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมีผลกระทบต่อตลาดอุตสาหกรรม กระบวนการผลิต การประดิษฐ์เครื่องจักรใหม่ การดัดแปลงการใช้วัตถุดิบแล้วมีผลต่อกิจการอุตสาหกรรมทั้งสิ้น การที่ธุรกิจใดเฟื่องเจยต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีย่อมจะทำให้เสียเปรียบในด้านการแข่งขัน ยกตัวอย่างเช่น การใช้เครื่องจักรเก่าล้าสมัยย่อมจะก่อให้เกิดการสูญเสียวัตถุดิบมากกว่าที่ควรจะเป็น ทำให้เสียค่าใช้จ่ายในด้านวัตถุดิบโดยใช้เหตุและเสียเปรียบในด้านการแข่งขัน

4. อิทธิพลจากคู่แข่ง

การแข่งขันในตลาดอุตสาหกรรมจะมีอยู่ด้วยกันหลายด้าน นับตั้งแต่การวางแผนและพัฒนาลิตรภัณฑ์ การใช้ช่องทางจำหน่าย การส่งเสริมทางการตลาด การกำหนดราคาการวิจัยตลาด และการบริการลูกค้า เห็นได้ว่าคู่แข่งย่อมจะมีอิทธิพลที่ผลักดันให้เราต้องปรับปรุงการบริหารอยู่ตลอดเวลา ถ้าเฟื่องเจยอยู่ต่อคู่แข่งย่อมจะเป็นผลเสียในด้านส่วนแบ่งตลาด โดยที่ลูกค้าจะหันไปสนับสนุนคู่แข่ง จึงต้องคอยติดตามการเปลี่ยนแปลงคู่แข่งอยู่ตลอด

5. อิทธิพลจากรัฐบาล

รัฐบาลจะเป็นผู้ออกกฎหมายข้อบังคับต่าง ๆ ให้กับธุรกิจอุตสาหกรรม ได้แก่ การกำหนดมาตรฐานของสินค้า ซึ่งจะมีผลต่อการประกอบธุรกิจทางอุตสาหกรรม นโยบายของรัฐบาลที่จะส่งเสริมการลงทุนย่อมจะส่งผลต่อการขยายตัวทางอุตสาหกรรม การกำหนดอัตราค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำจะส่งผลถึงต้นทุนทางการตลาด การควบคุมการผูกขาดจะช่วยให้การตลาดเป็นไปอย่างยุติธรรมแก่สมาชิกในตลาดอันได้แก่ผู้ผลิต คนกลาง ผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมและผู้บริโภคคนสุดท้าย.

บทสรุป

ตลาดอุตสาหกรรมเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับตัวธุรกิจไม่ใช่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค โดยที่ธุรกิจจะซื้อสินค้าอุตสาหกรรมเข้าไปใช้ในการผลิตหรือในการดำเนินกิจการภายในของตน ในการซื้อขายอาจจะใช้คนกลางก็ได้ แต่ทว่าความสำคัญสู่คนกลางในตลาดอุปโภคบริโภคไม่ได้

ตลาดสินค้าอุตสาหกรรมเป็นตลาดที่ผู้บริโภคโดยทั่วไปไม่ค่อยจะได้สัมผัสหรือได้พบเห็นมากนัก จึงเห็นว่าการตลาดอุตสาหกรรมไม่มีความสำคัญ แต่ที่จริงแล้วการตลาดนั้นมีความสำคัญทั้งนี้เพราะว่าสินค้าที่ผู้บริโภคใช้อยู่กันทุกวันนี้ต้องผ่านขั้นตอนของตลาดอุตสาหกรรมทั้งสิ้น การตลาดอุตสาหกรรมนั้นมีความซับซ้อนและมีการขยายตัวอย่างกว้างขวาง

ขอบเขตการตลาดอุตสาหกรรมมีเนื้อหาคลุมถึงการบริหารด้านตลาด เช่น ตลาดส่วนประสมทางการตลาด การวิจัยตลาด การส่งกำลังบำรุงทางธุรกิจ การบริการลูกค้า การควบคุมและการวางแผนทางการตลาด นอกจากนี้ยังคลุมถึงประเภทของอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น การเกษตร การป่าไม้ การประมง การเหมืองแร่ การก่อสร้าง การผลิต การขนส่ง การขายส่งและขายปลีก การเงิน การบริการและรัฐบาล

ลักษณะของสินค้าอุตสาหกรรมแตกต่างไปจากสินค้าอุปโภคบริโภคตรงที่ตลาดมีความแตกต่างกันคือ ระหว่างผู้บริโภคกับธุรกิจ วิธีการซื้อขายต่างกันคือระหว่างซื้อเป็นปริมาณน้อยกับซื้อเป็นปริมาณมาก ความแตกต่างทางวัตถุประสงค์คือระหว่างซื้อไปใช้เองกับซื้อไปเพื่อดำเนินธุรกิจ

สภาพแวดล้อมทางตลาดอุตสาหกรรมก็มีอิทธิพลต่อนักการตลาดที่จะต้องตระหนักซึ่งอิทธิพลเหล่านี้ประกอบด้วย

1. อิทธิพลจากสังคม ได้แก่จำนวนประชากร
2. อิทธิพลจากเศรษฐกิจ ได้แก่รายได้ของประชากรและการกระจายรายได้ของประชากร
3. อิทธิพลจากเทคโนโลยี ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี
4. อิทธิพลจากคู่แข่ง
5. อิทธิพลจากรัฐบาล

คำถามท้ายบทที่ 1

อثنัย

1. จงอธิบายความหมายของการตลาดอุตสาหกรรม
2. จงอธิบายความสำคัญของการตลาดอุตสาหกรรม
3. จงอธิบายขอบเขตตามการบริหารงานด้านการตลาดอุตสาหกรรม
4. จงอธิบายขอบเขตตามประเภทของอุตสาหกรรม
5. จงอธิบายความแตกต่างระหว่างสินค้าอุปโภคบริโภคกับสินค้าอุตสาหกรรม
6. จงอธิบายสภาพแวดล้อมทางการตลาดอุตสาหกรรม

ปรนัย

เลือกคำตอบที่ดีที่สุดเพียง 1 คำตอบ

1. การตลาดอุตสาหกรรมหมายถึงข้อใด
 1. ตลาดที่มีแต่อุตสาหกรรม
 2. ตลาดที่มีแต่โรงงาน
 3. ตลาดที่มีผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม
 4. ตลาดที่มีบริษัทการค้า
 5. ตลาดที่มีองค์กร
2. การตลาดอุตสาหกรรมมีความสำคัญต่อสังคมอย่างไร
 1. เป็นหลักในการบริหารประเทศ
 2. เป็นจุดเริ่มต้นที่จะมีสินค้าในประเทศ
 3. เป็นตลาดซื้อขายสุดท้าย
 4. เป็นตลาดที่มีความสมบูรณ์
 5. เป็นตลาดที่มีคนสามารถมาก
3. ข้อใดที่จัดว่าเป็นขอบเขตของการตลาดอุตสาหกรรม
 1. ขนาดของโรงงาน
 2. จำนวนของโรงงาน
 3. ประเภทของอุตสาหกรรม
 4. การวางตลาดทั่วไป
 5. เงินลงทุนในกิจการ

4. ตลาดสินค้าอุตสาหกรรมต่างกับตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคอย่างไร
 1. มีผู้ซื้อมากกว่า
 2. มีตลาดกว้างกว่า
 3. ซื้อในปริมาณที่มากกว่า
 4. ซื้อในปริมาณที่น้อยกว่า
 5. ซื้อในระดับความพอใจต่างกัน
5. การตลาดอุตสาหกรรมได้รับอิทธิพลจากสภาพแวดล้อมใดบ้าง
 1. การกำหนดราคา
 2. การออกแบบผลิตภัณฑ์
 3. อำนาจซื้อในตลาด
 4. การใช้คนกลาง
 5. การให้บริการลูกค้า

เฉลยคำตอบปรนัย

ข้อ 1. (3) ข้อ 2. (2) ข้อ 3. (3) ข้อ 4. (3) ข้อ 5. (3)