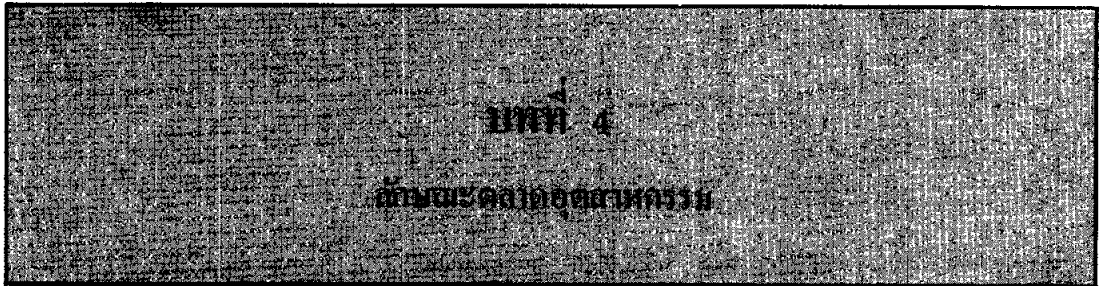


ตอนที่ 2

สิ่งสำคัญในการตลาดอุตสาหกรรม

ในการตลาดอุตสาหกรรมก็มีลักษณะเดียวกับการตลาดผู้บริโภค กล่าวคือ การให้ความสำคัญต่อตลาดของอุตสาหกรรมว่าใครคือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมและผู้ซึ่งค้นคว้าอุตสาหกรรม ลักษณะความต้องการในตลาดอุตสาหกรรมเป็นอย่างไร ตลอดจนจนถึงแรงกระตุ้นและพฤติกรรมของตลาดอุตสาหกรรมว่ามีลักษณะเฉพาะอย่างไร



แนวคิด

จากที่ศึกษามาแล้วว่าตลาดอุตสาหกรรมได้แก่ ผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ซึ่งในการศึกษา ลักษณะของตลาดอุตสาหกรรมจะพิจารณาถึงลักษณะของผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ลักษณะของผู้ซื้อทางอุตสาหกรรม และลักษณะความประหยัดในตลาดอุตสาหกรรม ลักษณะของผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมจะประกอบไปด้วยจำนวน ขนาด ทำเลที่ตั้ง ตลาดแนวนอนและแนวยืน อำนาจซื้อของผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม สำหรับลักษณะของผู้ซื้อสินค้าอุตสาหกรรมจะประกอบไปด้วย ธุรกิจขนาดเล็ก ธุรกิจขนาดใหญ่ และตัวแทนจัดซื้อ ลักษณะประหยัดมีโอกาสเกิดขึ้นได้มากในตลาดอุตสาหกรรม เพราะว่ามีลักษณะของการดำเนินการขนาดใหญ่ ลักษณะประหยัดที่เกิดขึ้นได้แก่ วัสดุ กระบวนการผลิต แรงงาน การขนส่ง เวลา สินค้าคงคลัง และราคา

เนื้อหาหลักลักษณะตลาดอุตสาหกรรมประกอบด้วย

1. ลักษณะของผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม
2. ลักษณะของผู้ซื้อทางอุตสาหกรรม
3. ลักษณะความประหยัดในตลาดอุตสาหกรรม

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

หลังจากศึกษาบทที่ 4 แล้วนักศึกษาสามารถ

1. อธิบายลักษณะของผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมได้
2. อธิบายลักษณะของผู้ซื้อทางอุตสาหกรรมได้
3. อธิบายลักษณะความประหยัดในตลาดอุตสาหกรรมได้

บทที่ 4

ลักษณะตลาดอุตสาหกรรม

สิ่งสำคัญที่นักการตลาดจะต้องตระหนักอยู่เสมอก็คือ ตลาด จะต้องรู้ว่าใครคือลูกค้า ลูกค้ามีปริมาณมากน้อยเท่าไร ลูกค้าจะซื้อสินค้าอย่างไรและทำไมจึงซื้อสินค้า ซึ่งเป็นเรื่องของนักการตลาดจะต้องตอบปัญหาเหล่านี้ และจะต้องกระทำให้บรรลุผลในทางปฏิบัติ

1. ลักษณะของผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

ลักษณะที่สำคัญของตลาดสินค้าอุตสาหกรรมก็ได้แก่ ผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ซึ่งจะประกอบไปด้วยผู้ผลิต อุตสาหกรรมบริการ ธุรกิจก่อสร้าง ธุรกิจการค้า (ที่ซื้อไปเพื่อใช้ในธุรกิจของตน) กลุ่มอาชีพต่าง ๆ เช่น นายแพทย์ ทันตแพทย์ เป็นต้น พวกธุรกิจการค้าจะซื้อพวกเครื่องประดับบ้าน วัสดุทำความสะอาด หีบห่อและวัสดุที่ใช้หีบห่อ เครื่องเขียน เครื่องมือประกอบ ส่วนพวกกลุ่มอาชีพจะซื้อเครื่องมือที่เกี่ยวข้องกับอาชีพการงาน เช่น ซื้อเครื่องมือแพทย์ เป็นต้น

ลักษณะที่สำคัญของผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมจะประกอบไปด้วย

1.1 จำนวนของผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

จำนวนของผู้ซื้อในตลาดสินค้าอุตสาหกรรมจะมีจำนวนน้อยกว่าผู้ซื้อในตลาดสินค้าอุปโภคบริโภค ผู้บริโภคจะเป็นประชากรทั้งหมดของประเทศเพราะทุกคนจะต้องซื้อสินค้าเพื่อการอุปโภคบริโภคส่วนผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมจะมีปริมาณน้อยเพราะตลาดของสินค้าจะมีขนาดค่อนข้างจะจำกัดเนื่องจากสินค้าที่ขายเป็นเพียงส่วนหนึ่งของสินค้าที่ขายทั้งหมด ยกตัวอย่างเช่น โรงงานทำกล่องกระดาษจะมีลูกค้าอยู่เพียงไม่กี่ราย ทั้งนี้เพราะว่าผู้ที่ซื้อกล่องกระดาษจะเป็นพวกบริษัทต่าง ๆ ที่จะใช้กล่องกระดาษในการบรรจุสินค้าของตน

ในจำนวนของผู้ซื้อในตลาดอุตสาหกรรมจะพบว่ารัฐบาลจะมีการแบ่งหน่วยงานออกไปตามจังหวัด อำเภอ เทศบาล ตำบล ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วจะเห็นได้ว่ามีจำนวนหน่วยย่อยเป็นจำนวนมาก หน่วยราชการเหล่านี้จะทำการซื้อขายกับธุรกิจโดยการทำสัญญากันขึ้น

1.2 ขนาดของผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

ถึงแม้ว่าจำนวนของผู้ซื้อสินค้าอุตสาหกรรมจะมีจำนวนน้อยก็ตาม แต่ทว่าในผู้ซื้อแต่ละรายจะซื้อสินค้าเป็นปริมาณมาก ทั้งนี้ก็เพราะว่าเป็นการซื้อเพื่อนำมาใช้ในการดำเนินกิจการ

โดยเฉพาะถ้าผู้ซื้อเป็นกิจการขนาดใหญ่ด้วยแล้วอำนาจในการซื้อก็จะยิ่งมากตามขึ้นไปด้วย อาจ จะกล่าวได้ว่าอำนาจซื้อในตลาดอุตสาหกรรมรวมขึ้นอยู่กับบริษัทเพียงไม่กี่ราย การที่ตลาดมีลักษณะ ดังกล่าวจึงทำให้มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายด้านช่องทางจำหน่ายของผู้ขาย โดยที่ผู้ขายจะมี โอกาสในการที่จะขายโดยตรงไปยังผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การใช้คนกลางจึงมีความสำคัญลดน้อย ลงไป

นอกจากนี้ในผลิตภัณฑ์หนึ่ง ๆ จะถูกผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมหลาย ๆ ระดับซื้อไป ใช้ ยกตัวอย่างเช่นยางรถยนต์ของรถบรรทุก จะมีผู้ซื้อหลายระดับได้แก่ ผู้ผลิตรถยนต์ ผู้บริการ รถเช่า ผู้ผลิตรถยนต์จะซื้อยางรถยนต์เพื่อนำไปใช้เป็นส่วนประกอบในการประกอบ ผู้บริการ รถเช่าจะซื้อยางรถยนต์เพื่อใช้เป็นอะไหล่ในการเปลี่ยนยางที่สึกหรอ จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่า ตลาดสินค้าอุตสาหกรรมของผลิตภัณฑ์หนึ่ง ๆ จะถูกแบ่งย่อยไปสู่ตลาดหลาย ๆ ตลาด ลักษณะ ดังกล่าวนี้อาจมีผลเสียต่อนักการตลาดโดยเฉพาะกับผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น จะเกิดความผิดพลาดได้ ง่ายจากการคาดคะเนยอดขายของผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีผลกระทบต่อวางแผนทางการตลาด สำหรับ ในด้านพนักงานขายก็จะต้องขายผลิตภัณฑ์หนึ่ง ๆ ในหลาย ๆ ส่วนของตลาด การโฆษณา ก็จะมี ความยากลำบากในการที่จะแบ่งการโฆษณาไปยังตลาดต่าง ๆ การประสานงานในด้านตลาดก็มีความลำบากเช่นเดียวกัน จากปัญหาเหล่านี้จึงเป็นเรื่องที่นักการตลาดจะต้องตระหนักและให้ ความสนใจเป็นพิเศษ เพื่อที่ลดความยากลำบากให้น้อยลงโดยอาจจะใช้การวิจัยตลาดเข้าช่วยใน การศึกษาหาทางแก้ไขพร้อมไปกับประสบการณ์และความรอบรู้ของนักการตลาด

1.3 ทำเลที่ตั้งของผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

ผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมอาจจะอยู่กันหนาแน่นในบางท้องถิ่น เช่น ในเขตส่งเสริม การลงทุนของรัฐบาล จะมีที่ตั้งของโรงงานเป็นจำนวนมาก หรือในเขตชุมชนที่เจริญก็จะมีกิจการ ประเภทธุรกิจการค้าอยู่เป็นจำนวนมาก ในบางท้องถิ่นก็อาจจะมีผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมอยู่กระจัด- กระจาย ซึ่งทำเลที่ตั้งของผู้ใช้อุตสาหกรรมดังกล่าวจะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ช่องทางจำหน่าย กล่าวคือ ถ้าผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมอยู่รวมกันก็เหมาะที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายจะขายเองโดยตรงโดยใช้ พนักงานขายของตัวเอง แต่ถ้าผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมอยู่กระจัดกระจายก็เหมาะที่ผู้ผลิตหรือผู้ขาย จะเลือกใช้คนกลาง ทั้งนี้ก็เพื่อจะลดค่าใช้จ่ายในการขายที่จะขายเองโดยตรง

1.4 ตลาดแนวนอนและแนวยืน

ตลาดแนวนอนเป็นตลาดที่มีผู้ซื้อเป็นจำนวนมากในอุตสาหกรรมหนึ่ง ๆ ยกตัวอย่าง เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทำความสะอาด น้ำมันหล่อลื่น ตะปู น๊อต เป็นต้น จะมีอุตสาหกรรมต่าง ๆ ซื้อไปใช้การคาดคะเนตลาดแบบนี้จะทำได้ยากถึงเราจะใช้วิธีการวิเคราะห์ลูกค้าแต่ละราย แต่จะ

สะดวกถ้าจะใช้วิธีการประมาณค่าใกล้เคียง การจัดจำหน่ายก็มีลักษณะคล้ายกับสินค้าอุปโภค-บริโภค ทั้งนี้เพราะว่าตลาดดังกล่าวนี้จะมีผู้ซื้อไปใช้เป็นจำนวนมาก เพื่อจะได้เห็นจินตภาพได้ดียิ่งขึ้นจะแสดงชนิดสินค้าดังนี้

- ก. สินค้าประเภทบำรุงรักษา (Maintenance) ซึ่งได้แก่ สี อุปกรณ์ทำความสะอาด
- ข. สินค้าประเภทซ่อมแซม (Repair) ได้แก่ ชิ้นส่วนประกอบต่าง ๆ
- ค. สินค้าประเภทปฏิบัติการ (Operation) ได้แก่ พวกรุ่นน้ำมันหล่อลื่น ถ่านหิน กระดาษ ปากกา เป็นต้น

ตลาดแนวนี้เป็นตลาดที่มีการใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยผู้ซื้อน้อยราย เป็นตลาดที่แคบกว่าตลาดแนวนอน ยกตัวอย่างเช่น เครื่องมือที่ผลิตขึ้นมาใช้กับการเดินเรือ ก็จะขายให้กับตลาดที่เกี่ยวกับการเดินเรือหรืออุตสาหกรรมอาหารไก่ที่ผลสมยาป้องกันและรักษาโรคไก่ จะขายให้กับผู้ที่เลี้ยงไก่เท่านั้น ปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาดแบบนี้ก็คือ ลูกค้ายิ่งมีขนาดเล็กและจะต้องรวบรวมข้อมูลจำนวนมากจากลูกค้ารายย่อย ๆ เหล่านี้ ซึ่งเป็นเรื่องที่ยากที่จะเก็บข้อมูลได้ครบหมดทุกรายการ ปัญหาในด้านพนักงานขายที่จะต้องมีความรู้ทั้งนี้เพราะว่าการสูญเสียลูกค้ารายหนึ่งเป็นเรื่องน่าวิตก ดังนั้นปัญหาการวางแผนทางการตลาดจึงเป็นเรื่องที่ลำบากและคลาดเคลื่อนได้ เพราะการที่มีลูกค้ารายย่อยและลูกค้าเกิดเปลี่ยนแปลงการซื้อขึ้นมาก็จะมีผลกระทบต่อยอดขายทันที

จากปัญหาต่าง ๆ ทั้ง 2 ตลาดเราสามารถจะใช้การวิจัยตลาดเข้าช่วย เพื่อที่จะกำหนดนโยบายการตลาดในตลาดแนวนี้และแนวนอน โดยที่ตลาดแนวนี้ อาจจะมีการผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการโดยเฉพาะของอุตสาหกรรมนั้น ๆ ส่วนตลาดแนวนอนก็อาจจะปรับปรุงสินค้าให้ใช้ประโยชน์ได้ทั่วไปและอาศัยคนกลางเข้าช่วยกระจายสินค้า

1.5 อำนาจซื้อของผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

ปกติแล้วผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมจะมีอำนาจซื้ออยู่ในตัวเอง แต่จะแตกต่างกันที่ว่าใครมีอำนาจซื้อเล็กน้อยแค่ไหน อำนาจซื้อสามารถจะวัดออกมาในรูปของเงินรายจ่ายของผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมหรือวัดจากยอดปริมาณการขาย อย่างไรก็ตามการวัดออกมาในรูปของรายจ่ายหรือปริมาณการขายอาจจะวัดออกมาหรือประมาณค่าได้ยาก ทางหนึ่งที่จะทำได้ก็โดยใช้ตัวชี้ทางกิจกรรม (Activity Indicator) หรือ องค์กรประจักษ์ทางตลาด (Market Factor) ซึ่งมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับรายจ่ายหรือยอดขายมาเป็นตัวพิจารณาแทน ตัวชี้ทางกิจกรรมจะประกอบไปด้วย

ก. การวัดโดยใช้กิจกรรมการผลิต

การขายสินค้าให้กับอุตสาหกรรมต่าง ๆ สามารถจะใช้ตัวชี้ทางอุตสาหกรรม ซึ่งได้แก่จำนวนคนงาน จำนวนโรงงาน ยกตัวอย่างเช่น บริษัทที่ผลิตรองเท้ายางที่ใช้กันน้ำสำหรับคนงานใช้ ก็จะสามารถหาจำนวนคนงานของบริษัทเพื่อใช้เป็นขนาดของตลาดรองเท้ายางได้ หรือบริษัทที่ขายเครื่องกรองน้ำก็สามารถหาจำนวนโรงงานที่จะใช้เป็นขนาดของตลาดได้

ข. การวัดโดยใช้กิจกรรมเหมืองแร่

ในกิจกรรมเหมืองแร่เราสามารถที่จะวัดจำนวนเหมือง ปริมาณแร่ที่ผลิตได้ มูลค่าของแร่ที่ขายออกไป ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้สามารถที่จะวัดอำนาจซื้อของกิจกรรมเหมืองแร่ได้

ค. การวัดโดยใช้กิจกรรมการเกษตร

บริษัทที่ขายสินค้าอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร ได้แก่ ปุ๋ย เมล็ดพันธุ์พืช อาหารสัตว์ อุปกรณ์หรือเครื่องมือการเกษตร ยาปราบศัตรูพืช เป็นต้น สามารถที่จะประมาณอำนาจซื้อของตลาดดังกล่าวได้ โดยพิจารณาจากรายได้ของเกษตรกร เนื้อที่ที่ใช้เพาะปลูก ผลผลิตที่เก็บได้ เป็นต้น ถ้าเราจะพิจารณาให้ลึกลงไปถึงธุรกิจบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับตลาดเกษตร ได้แก่ โรงงานที่ผลิตเคมีภัณฑ์เพื่อจะขายให้กับโรงงานทำปุ๋ยเคมี ก็จะต้องทำการศึกษอำนาจซื้อของเกษตรกรด้วย ทั้งนี้เพราะว่าความต้องการมีลักษณะที่ต่อเนื่องกันไป

ง. การวัดโดยใช้กิจกรรมก่อสร้าง

ธุรกิจที่ขายสินค้าอุตสาหกรรมก่อสร้าง เช่น ไม้แผ่น ไม้อัด อิฐ กระเบื้อง ปูนทราย เหล็กเส้น เป็นต้น ก็สามารถหาอำนาจซื้อของตลาดที่เกี่ยวข้องได้โดยพิจารณาจากจำนวนอาคารที่ก่อสร้าง (ซึ่งอาจจะแบ่งไปตามลักษณะการก่อสร้าง เช่น ตึกแถว บ้านอยู่อาศัย สำนักงาน แฟลต เป็นต้น) แล้วก็ประมาณถึงปริมาณของสินค้าที่จะต้องใช้ในการก่อสร้างนั้น ๆ

2. ลักษณะของผู้ซื้อสินค้าอุตสาหกรรม

ผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมก็คือผู้ซื้อสินค้าอุตสาหกรรมนั่นเอง แต่จะแตกต่างกันตรงที่ว่าผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมจะมีผู้ที่ทำหน้าที่ซื้อแตกต่างกันไป ซึ่งผู้ที่ทำหน้าที่ซื้อก็อยู่ในหน่วยงานหรือมีความเกี่ยวข้องอยู่กับผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม เพื่อที่จะได้เข้าใจถึงผู้ที่ทำหน้าที่ซื้อสินค้าอุตสาหกรรมก็จะพิจารณาได้ดังนี้

ก. ธุรกิจขนาดเล็ก

เกณฑ์ในการพิจารณาว่าเป็นธุรกิจขนาดเล็กจะถือเอาจำนวนคนงานที่ต่ำกว่า 100 คนในธุรกิจหนึ่ง ๆ เป็นธุรกิจขนาดเล็ก¹ นอกจากนี้ยังจะต้องใช้คนเพียงคนเดียวเป็นผู้จัดการ ซึ่งอาจจะเป็นเจ้าของกิจการหรืออาจจะเป็นทั้งนักบัญชี นักการตลาดตลอดจนเป็นผู้ใช้แรงงาน แยกหาหมายสินค้านำด้วยตนเอง ดังนั้นในธุรกิจขนาดเล็กดังกล่าวเจ้าของกิจการหรือผู้จัดการจะเป็นผู้ทำหน้าที่จัดซื้อสินค้าอุตสาหกรรมเข้ามาใช้ในกิจการข้อผิดพลาดที่เกิดจากการตัดสินใจซื้อสินค้าเป็นความรับผิดชอบของเจ้าของกิจการหรือผู้จัดการแต่ผู้เดียว แต่ทว่าความคล่องตัวเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อจะสูง เพราะเจ้าของกิจการเป็นผู้ตัดสินใจแต่ผู้เดียว ไม่จำเป็นที่จะต้องปรึกษาหารือกับผู้อื่น

ข. ธุรกิจขนาดใหญ่

ธุรกิจขนาดใหญ่จะมีความซับซ้อนและยุ่งยากมากกว่าธุรกิจขนาดเล็ก ไม่สามารถที่จะรวมหน้าที่ต่าง ๆ ไว้ที่คนเพียงคนเดียวเหมือนอย่างธุรกิจขนาดเล็ก จำเป็นต้องมีการแบ่งหน้าที่ออกไปตามความชำนาญเฉพาะอย่าง ดังนั้นหน้าที่ในการซื้อสินค้าขึ้นอยู่กับฝ่ายจัดซื้อโดยเฉพาะ ซึ่งฝ่ายจัดซื้อจะทำหน้าที่เกี่ยวกับการซื้อสินค้าอุตสาหกรรมให้ตรงตามความต้องการของกิจการ ได้แก่ สินค้าต้องมีคุณภาพตามที่ต้องการมีการบริการจากผู้ขาย ฝ่ายจัดซื้อจะต้องศึกษาถึงแหล่งของสินค้าอยู่ตลอดเวลาทั้งนี้ก็จะเลือกแหล่งที่เสนอสินค้าได้ดีที่สุด และสามารถจะเลือกแหล่งสำรองไว้เผื่อสำหรับกรณีแหล่งเสนอขายที่เลือกตอนแรกไม่สามารถจะส่งสินค้ามาได้ อย่างไรก็ตามในกรณีสินค้าที่มีราคาสูง เช่น จะซื้อเครื่องจักรใหม่จำเป็นจะต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้บริหารระดับเบื้องบนหรือในระดับที่มีส่วนเกี่ยวข้องก่อน

ก. ตัวแทนจัดซื้อ (Purchasing Agent)

ตัวแทนจัดซื้อจะเป็นลักษณะของธุรกิจภายนอกที่มีความชำนาญในด้านการจัดซื้อสินค้า นอกจากจะมีหน้าที่ในการจัดซื้อแล้วยังมีหน้าที่ในการพัฒนาหรือช่วยพัฒนานโยบายด้านคลังสินค้าว่าควรจะมีสินค้าคงคลังไว้มากน้อยเท่าไร จึงจะเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายและเพียงพอกับความต้องการใช้วัตถุดิบนั้น มีหน้าที่ในการจัดการด้านรับและตรวจนับวัตถุดิบหรือสินค้า มีหน้าที่ในการจัดการด้านค่าเสื่อมราคาของวัตถุดิบหรือสินค้า

¹ ดร.แสง สวงนเรือง, สมศักดิ์ แด่มบุญเลิศชัย, นิตย์ สัมมาพันธ์, "อุตสาหกรรมขนาดย่อมและขนาดกลางในประเทศไทย" หน้า 22

การที่ธุรกิจต้องใช้ตัวแทนจัดซื้อก็มีเหตุผลดังนี้

1. ตัวแทนจัดซื้อมีความชำนาญในด้านการจัดซื้อ ได้แก่ งานทางด้านเอกสารที่ต้องออกไปสั่งซื้อไปยังผู้เสนอขาย
2. ตัวแทนจัดซื้อรู้แหล่งเสนอขายได้ดีเพราะเป็นลักษณะงานของตัวเอง
3. ในกรณีที่มีฝ่ายจัดซื้อของตัวเองและคิดว่าไม่คุ้มค่ากับการที่เราไปว่าจ้าง (หรือให้ค่าตอบแทนในการซื้อ) แก่ตัวแทนจัดซื้อ ก็เหมาะสมที่จะเลือกใช้ตัวแทนจัดซื้อ เพราะเป็นการประหยัดค่าใช้จ่าย

3. ลักษณะความประหยัดในตลาดอุตสาหกรรม

ในตลาดอุตสาหกรรมผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมจะซื้อสินค้าเป็นปริมาณมาก จึงทำให้เกิดการประหยัดขึ้นได้ ซึ่งการประหยัดที่เกิดขึ้นนี้เป็นประโยชน์ต่อโครงสร้างของเงินทุนในกิจการได้ การประหยัดที่จะเกิดขึ้นในตลาดอุตสาหกรรมมีดังนี้

1. การประหยัดของวัสดุ

ในกรณีที่ต้องซื้อวัสดุเป็นปริมาณมาก ๆ และสามารถซื้อวัสดุได้ในราคาที่ต่ำโดยที่คุณภาพของวัสดุเหมือนเดิม (โดยที่นำมาผลิตเป็นสินค้าแล้วยังคงคุณภาพตามที่ต้องการ) ก็จะเป็นการประหยัดเงินได้

2. การประหยัดในกระบวนการผลิต

ในการผลิตย่อมจะมีขั้นตอนของกระบวนการผลิตเกิดขึ้น กระบวนการผลิตเปรียบเสมือนกับระบบที่จะต้องมีการประสานงานระหว่างชิ้นส่วนต่าง ๆ ของเครื่องจักรตลอดจนขั้นตอนทั้งหมดของกระบวนการผลิต ดังนั้นถ้ากระบวนการผลิตมีความสะดวกและต่อเนื่องสม่ำเสมอไม่ติดขัด ย่อมจะเป็นประโยชน์ด้านเวลาโดยไม่ต้องเสียเวลากับการเข้ากระบวนการผลิต ซึ่งถือว่าการประหยัด

3. การประหยัดของแรงงาน

ในกรณีที่ผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมได้เลือกซื้อเครื่องจักรหรือวัตถุดิบที่จะช่วยประหยัดแรงงานได้ย่อมจะเป็นการลดต้นทุน การที่เราใช้เครื่องจักรแบบเก่าที่ต้องใช้คนงานเป็นจำนวนมากเมื่อเปรียบเทียบกับเครื่องจักรระบบใหม่ที่ใช้คนงานน้อยแล้วจะเห็นว่าการใช้เครื่องจักรแบบใหม่จะช่วยประหยัดแรงงานได้

4. การประหยัดในการขนส่ง

จากการที่ผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมซื้อสินค้าเป็นปริมาณมาก ๆ ย่อมจะต้องมีการขนส่งเป็นปริมาณมาก ๆ เช่นเดียวกัน ซึ่งจะเห็นได้ว่าการขนส่งเป็นปริมาณมาก ๆ ย่อมจะเป็น

การประหยัดต้นทุนในการขนส่งต่อหน่วยยกตัวอย่างเช่น การขนส่งจากกรุงเทพมหานครไปยังจังหวัดอยุธยาโดยรถบรรทุกทุกสิบล้อจะเสียค่าใช้จ่ายต่อเที่ยว = 300 บาท (เป็นค่าน้ำมัน 200 บาท, ค่าคนขับรถ 70 บาทและค่าคนขนสินค้าขึ้นลง 30 บาท) การขนส่งจะบรรทุกเต็มคันรถโดยคิดเป็นน้ำหนัก = 3,000 กิโลกรัม เพราะฉะนั้นค่าขนส่งของสินค้าต่อ 1 กิโลกรัม = 0.10 บาท (300 กิโลกรัม ก็จะเสียค่าขนส่งสินค้าต่อ 1 กิโลกรัม = 0.30 บาท (300 บาท ÷ 1,000 กิโลกรัม = 0.30 บาท) ที่เป็นดังนั้นก็เพราะว่าการขนส่งในเที่ยวหนึ่งจะต้องเสียค่าใช้จ่ายคงเดิมคือ 300 บาท ไม่ว่าจะขนส่งเป็นปริมาณเท่าใดก็ตาม จึงกล่าวได้ว่าการขนส่งเป็นปริมาณมาก ๆ ในเที่ยวหนึ่ง ๆ จะช่วยประหยัดค่าขนส่งได้

5. การประหยัดด้านเวลา

ผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมโดยเฉพาะผู้ผลิตหรือโรงงานย่อมสามารถที่จะเพิ่มปริมาณการผลิตได้ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ถ้าในขณะนั้นต้องการจะเพิ่มปริมาณการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดก็สามารถจะทำได้หรืออาจต้องการที่จะลดต้นทุนการผลิตก็สามารถจะเพิ่มปริมาณการผลิตในช่วงเวลาที่กำหนดได้เช่นกัน จะเห็นได้ว่าในอุตสาหกรรมสามารถที่จะเพิ่มปริมาณการผลิตได้โดยไม่ต้องเพิ่มเวลาแต่อย่างไร (โดยจะเป็นการเพิ่มจำนวนเครื่องจักรเพื่อเพิ่มปริมาณการผลิตหรืออาจจะเพิ่มค่าล่วงเวลาก็ได้)

6. การประหยัดในสินค้าคงคลัง

ในการที่เก็บสินค้าคงคลังไว้ในระดับที่เหมาะสม คือไม่เก็บจนมากเกินไปหรือน้อยเกินไป ก็จะช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนที่ใช้ในการเก็บรักษาสินค้า การเก็บสินค้าคงคลังไว้มากเกินไปย่อมจะเสียโอกาสของต้นทุนที่ไปจมอยู่กับตัวสินค้าคงคลัง (ซึ่งเราสามารถคิดออกมาเป็นรูปดอกเบี้ยที่ซุกๆ ยืมกัน) ตลอดจนค่าประกันภัยค่าเก็บรักษาและค่าเสื่อมราคา ส่วนการเก็บที่น้อยเกินไปย่อมจะทำให้การผลิตหยุดชะงักได้ซึ่งจะเป็นผลทำให้สูญเสียค่าใช้จ่ายในการเริ่มการผลิตใหม่ ดังนั้นถ้าเราสามารถเก็บสินค้าคงคลังไว้ในระดับที่พอเหมาะก็จะไม่ก่อให้เกิดปัญหาดังกล่าว

7. การประหยัดในด้านราคา

ในกรณีของการซื้อเครื่องจักรอาจจะไม่มีผลในด้านการลดราคา เพราะสินค้าเครื่องจักรสามารถที่จะผลิตสินค้าได้ในปริมาณที่มากเพื่อจะชดเชยกับระดับราคาของเครื่องจักรและก็เป็น การซื้อเพียงครั้งเดียว ส่วนในกรณีของวัตถุดิบหรือวัสดุใช้สิ้นเปลืองหรือส่วนประกอบที่ซื้อเป็นปริมาณมาก ๆ ย่อมจะได้ส่วนลดราคาตามปริมาณ

บทสรุป

ตลาดอุตสาหกรรมจะมีลักษณะที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. ลักษณะของผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม
2. ลักษณะของผู้ซื้อสินค้าอุตสาหกรรม
3. ลักษณะความประหยัดในตลาดอุตสาหกรรม

ลักษณะของผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมจะประกอบไปด้วยจำนวนของผู้ซื้อซึ่งจะมีจำนวนน้อยกว่าผู้ซื้อในตลาดอุปโภคบริโภค ประเภทของผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมจะประกอบไปด้วยเกษตรกรรม การป่าไม้ การประมง เหมืองแร่ การก่อสร้าง อุตสาหกรรม การขนส่ง สาธารณูปโภค การขายส่ง การขายปลีก การเงิน การบริการ รัฐบาลและอื่น ๆ ในเรื่องขนาดของผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมนั้น ผู้ซื้อแต่ละคนจะซื้อสินค้าเป็นปริมาณมาก และสินค้าอุตสาหกรรมหนึ่ง ๆ ก็จะมีผู้ซื้อหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมหลาย ๆ ระดับ ในด้านทำเลที่ตั้งของผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมจะอยู่ในเขตการค้าหรือตัวเมือง ลักษณะของตลาดอุตสาหกรรมจะมีทั้งที่เป็นตลาดแนวนอนและแนวยืน ตลาดแนวนอนเป็นตลาดที่มีผู้ซื้อเป็นจำนวนมากสำหรับสินค้าหนึ่ง ๆ ตลาดแนวยืนเป็นตลาดที่มีผู้ซื้อเป็นจำนวนน้อยสำหรับสินค้าหนึ่ง ๆ ส่วนอำนาจซื้อของผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมสามารถจะดูได้จากกิจกรรมการผลิต เหมืองแร่ การเกษตร และการก่อสร้าง

ลักษณะของผู้ซื้อสินค้าอุตสาหกรรมจะประกอบไปด้วยผู้ที่จะมีส่วนเกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้า เช่นธุรกิจขนาดเล็กจะมีผู้จัดการหรือเจ้าของกิจการเป็นผู้ซื้อ ธุรกิจขนาดใหญ่จะมีฝ่ายจัดซื้อเป็นผู้ซื้อ และจะมีตัวแทนจัดซื้อที่มีความชำนาญในการหาแหล่งเสนอขายสินค้า

ลักษณะความประหยัดในตลาดอุตสาหกรรมจะมีอยู่หลายด้านด้วยกัน เช่น ความประหยัดของวัสดุ แรงงาน กระบวนการผลิต การขนส่ง เวลา สินค้าคงคลังและราคา

คำถามท้ายบทที่ 4

อัตนัย

1. จงอธิบายลักษณะของผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม
2. จงอธิบายลักษณะของผู้ซื้อทางอุตสาหกรรม
3. สินค้ากระดาษที่ใช้ในการพิมพ์ติดกับสินค้าที่เป็นรถยก (Fork Lift Truck) ชนิดใดมีขนาดของตลาดกว้างกว่ากัน ให้เหตุผล
4. ตลาดของน้ำมันหล่อลื่นกับตลาดของเครื่องคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่มีปัญหาทางการตลาดแตกต่างกันอย่างไร
5. โรงงานทอผ้าที่ซื้อเส้นด้ายเข้ามาเป็นวัตถุดิบนั้น ถ้ามว่าโรงงานจะเกิดความประหัยอย่างไรบ้าง
6. ถ้าท่านเป็นโรงงานผลิตเครื่องสุขภัณฑ์ (ได้แก่ อ่างอาบน้ำ, อ่างล้างหน้า, โถส้วม) ถ้ามว่าท่านจะพิจารณาอำนาจซื้อของลูกค้าอย่างไร อธิบายให้เหตุผล

ปรนัย

เลือกคำตอบที่ดีที่สุดเพียง 1 คำตอบ

1. ตลาดอุตสาหกรรมจะมีผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมลักษณะใด
 1. จะมีขนาดเล็กและจำนวนมาก
 2. จะมีโรงงานตามชนบท
 3. ตลาดจะเป็นแนวยืน
 4. จะมีโรงงานอยู่กระจัดกระจาย
 5. ซื้อวัตถุดิบโดยใช้เงินเชื่อ
2. ลักษณะของผู้ซื้อในตลาดอุตสาหกรรมจะมีลักษณะเป็นอย่างไร
 1. จะมีอำนาจซื้อน้อย
 2. จะมีอำนาจซื้อสูง
 3. ถ้ากิจการขนาดเล็กเจ้าของเป็นคนซื้อ
 4. ถ้ากิจการขนาดใหญ่เจ้าของเป็นคนซื้อ
 5. เหมือนกับผู้บริโภค
3. ความประหัยในการขนส่งของตลาดอุตสาหกรรมจะเป็นอย่างไร
 1. ขนส่งในปริมาณน้อยต่อเที่ยว
 2. ขนส่งในปริมาณมากต่อเที่ยว
 3. การขนส่งอย่างต่อเนื่อง
 4. การขนส่งตลอดเวลา

5. การขนส่งเป็นช่วง ๆ
4. ความประหยัดในตลาดอุตสาหกรรมได้แก่อะไร
 1. ประหยัดแรงงาน
 2. ประหยัดค่าขนส่ง
 3. ประหยัดวัสดุ
 4. ประหยัดเวลา
 5. ที่กล่าวมาทั้งหมด

เฉลยคำตอบปรนัย

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