

## บทที่ 6

### แรงกระตุ้นและพฤติกรรมของผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

#### แนวคิด

ผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมจะมีแรงกระตุ้นและพฤติกรรมในการซื้อแตกต่างไปจากตลาดอุปโภคบริโภค โดยที่การซื้อในตลาดอุตสาหกรรมจะใช้แรงกระตุ้นทางเหตุผลมากกว่าทางอารมณ์ การซื้อสินค้ามีขั้นตอนของกระบวนการซื้อ โดยเริ่มจากการมีความต้องการ พิจารณาดูแหล่งเสนอขายสินค้า ทำการคัดเลือกว่าแหล่งเสนอขายใดที่เหมาะสม ทำสัญญาตกลงซื้อขาย และติดตามผล นอกจากนี้การซื้อของตลาดอุตสาหกรรมยังมีลักษณะของกระสวนหรือแบบอย่างอีกด้วย ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 4 ลักษณะคือ ใครคือผู้ซื้อ ซื้อที่ไหน ซื้อเมื่อใด และซื้ออย่างไร

เนื้อหาแรงกระตุ้นและพฤติกรรมของผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมประกอบด้วย

1. แรงกระตุ้นในการซื้อ
2. กระบวนการซื้อ
3. กระสวนการซื้อผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

#### จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

หลังจากศึกษาบทที่ 6 แล้วนักศึกษาสามารถ

1. อธิบายแรงกระตุ้นในการซื้อได้
2. อธิบายขั้นตอนของกระบวนการซื้อได้
3. อธิบายกระสวนการซื้อในแง่ใครคือผู้ซื้อได้
4. อธิบายกระสวนการซื้อในแง่ซื้อที่ไหนได้
5. อธิบายกระสวนการซื้อในแง่ซื้อเมื่อใดได้
6. อธิบายกระสวนการซื้อในแง่ซื้ออย่างไรได้

## บทที่ 6

### แรงกระตุ้นและพฤติกรรมของผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

แรงกระตุ้นและพฤติกรรมของผู้บริโภคย่อมจะแตกต่างกันไปจากของผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ทั้งนี้ก็มีสาเหตุสืบเนื่องมาจากจุดประสงค์ของการซื้อแตกต่างกันไป ผู้บริโภคมีจุดประสงค์ที่จะซื้อไปเพื่ออุปโภคและบริโภคเอง ส่วนผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมมีจุดประสงค์ที่จะซื้อไปเพื่อใช้ในการดำเนินกิจการ แรงกระตุ้นและพฤติกรรมของผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมมีสาระสำคัญดังนี้

#### 1. แรงกระตุ้นในการซื้อ (Buying Motives)

ในตลาดอุตสาหกรรมก็มีแรงกระตุ้นในการซื้อเหมือนกับตลาดอุปโภคบริโภค จะแตกต่างกันตรงที่ว่า การซื้อทางอุตสาหกรรมจะเป็นลักษณะของแรงกระตุ้นที่มีเหตุผล ส่วนการซื้อในตลาดอุปโภคบริโภคจะเป็นลักษณะของแรงกระตุ้นทางอารมณ์ การซื้อสินค้าอุตสาหกรรมที่ต้องใช้เหตุผลก็เนื่องจากผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมต้องการคุณภาพของสินค้าและมีวัตถุประสงค์ที่จะนำสินค้าเข้ามาใช้ในการปฏิบัติงาน

ในการดำเนินธุรกิจก็ต้องการที่จะหวังกำไร ผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมจึงพยายามที่จะหาซื้อสินค้าที่จะให้ราคาต่ำสุดเท่าที่จะทำได้ โดยมีข้อแม้ว่าคุณภาพและการบริการจะต้องเหมาะสมหรือตรงกับความต้องการ

แรงกระตุ้นในการซื้ออีกลักษณะหนึ่ง ก็คือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมจะซื้อสินค้าที่มีชื่อเสียงเข้ามาเป็นส่วนประกอบในการผลิตสินค้าของตน เพื่อให้สินค้าที่ผลิตขายดี ยกตัวอย่างเช่น โรงงานตัดเย็บเสื้อผ้าจะใช้ซิฟที่มีชื่อเสียงเข้ามาเป็นส่วนประกอบของเสื้อผ้าสำเร็จรูป

ตามที่เรากล่าวตอนต้นของหัวข้อนี้ที่ว่าผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมจะซื้อสินค้าด้วยความมีเหตุผล แต่ทว่าก็ไม่ใช่เสียทั้งหมด อาจจะมีการใช้อารมณ์ประกอบอยู่ด้วยทั้งนี้ก็เพราะการซื้อสินค้าอุตสาหกรรมต้องใช้บุคคลเป็นผู้ซื้อ ยกตัวอย่างเช่น การที่พนักงานขายจากผู้เสนอขายหลายบริษัทมาเสนอสินค้าชนิดเดียวกัน ผู้ที่มีหน้าที่ซื้อจะซื้อจากพนักงานขายที่ตนชอบพอหรือเป็นเพื่อนรู้จักกัน

#### 2. กระบวนการซื้อ (The Buying Process)

การซื้อสินค้าในตลาดอุตสาหกรรมจะมีขั้นตอนหรือกระบวนการซื้อเหมือนกับ การซื้อสินค้าในตลาดอุปโภคบริโภค คือจะต้องเกิดความต้องการขึ้นก่อนแล้วจะเลือกแหล่งขายสินค้า และก็ทำการเลือกสินค้า จะแตกต่างกันก็ตรงที่ว่าในตลาดอุตสาหกรรมจะต้องมีการทำสัญญา

ระหว่างผู้ซื้อกับผู้เสนอขาย ส่วนในตลาดอุปโภคบริโภคจะไม่ต้องมีการทำสัญญา ขั้นตอนของกระบวนการซื้อในตลาดอุตสาหกรรมมีดังนี้

ขั้นที่ 1 ความต้องการ เริ่มต้นจากการมีความต้องการในสินค้านั้น ๆ แล้วก็ส่งผ่านมาให้ฝ่ายจัดซื้อหรือตัวแทนจัดซื้อเป็นผู้ซื้อสินค้า โดยจะต้องระบุจำนวนและเวลาที่ต้องการจะใช้สินค้าหรือวัตถุดิบไว้

ขั้นที่ 2 แหล่งใด พิจารณาถึงแหล่งเสนอขายต่าง ๆ ว่ามีอยู่ที่แหล่ง แต่ละแหล่งมีชื่อเสียงในด้านคุณภาพและบริการเป็นอย่างไร ความเชื่อถือได้ในการบริการเป็นอย่างไร มีความใกล้เคียงมากน้อยเท่าไร

ขั้นที่ 3 คัดเลือก จากแหล่งเสนอขายต่าง ๆ ที่มีอยู่เราก็จะต้องคัดเลือกจากแหล่งที่เหมาะสมกับความต้องการของเรา โดยจะใช้เกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้

1. ระยะทาง ควรจะเน้นแหล่งที่อยู่ใกล้กับกิจการ ทั้งนี้เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการขนส่งและประหยัดค่าขนส่ง

2. คุณภาพ พิจารณาถึงคุณภาพของสินค้าหรือวัตถุดิบจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อจะเลือกระดับคุณภาพที่ตรงกับความต้องการ สินค้าหรือวัตถุดิบที่มีคุณภาพสูง อาจจะไม่อยู่ในความต้องการของเราก็ได้ เพราะคุณภาพนั้นดีเกินกว่าความต้องการของกิจการและยังอาจจะมีราคาสูงอีกด้วย ดังนั้นจึงไม่จำเป็นที่จะต้องตั้งใจจะซื้อสินค้าหรือวัตถุดิบที่มีคุณภาพสูงเสมอไป แต่ที่สำคัญกิจการไม่ควรที่จะซื้อสินค้าหรือวัตถุดิบที่มีคุณภาพต่ำกว่าที่ต้องการ เพราะจะส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ของเรามีคุณภาพต่ำไปด้วย อันจะเป็นการทำลายจินตภาพของกิจการเอง

3. การบริการ พิจารณาว่าแหล่งเสนอขายมีบริการในด้านคลังสินค้าอย่างไร กล่าวคือมีระดับสินค้าคงคลังเพียงพอกับความต้องการของกิจการอยู่ตลอดเวลาหรือไม่เพื่อจะได้เป็นหลักประกันว่าการผลิตของกิจการจะไม่หยุดชะงัก อันเนื่องมาจากแหล่งเสนอขายไม่มีสินค้าอยู่ในคลังสินค้าเพียงพอกับความต้องการของกิจการ

4. ความเต็มใจของแหล่งเสนอขายที่จะให้บริการ แหล่งเสนอขายบางแหล่งอาจจะไม่สนใจหรือให้บริการที่ไม่ดีพอแก่ผู้ซื้อ (โดยเฉพาะผู้ซื้อรายย่อย) หรือเก็บส่งซื้อจำนวนน้อย

5. ความเชื่อถือได้ ความเชื่อถือได้ในเรื่องระยะเวลาการขนส่ง การให้บริการในด้านระดับสินค้าคงคลังและคุณภาพ

ขั้นที่ 4 การทำสัญญา หลังจากที่ได้คัดเลือกแหล่งเสนอขายสินค้า ก็จะมาถึงขั้นของการทำสัญญาซื้อขาย ในกรณีที่ซื้อเป็นประจำก็สามารถที่จะใช้บัญชีรายการราคาของผู้เสนอขายหลายคนแล้วก็เลือกระดับราคาที่ต่ำที่สุด (แต่ต้องมีคุณภาพและบริการตรงตามต้องการ) ในบางกรณีอาจจะใช้การประมูลราคา (Bidding) เพื่อจะเลือกราคาต่ำที่สุด ในบางกรณีก็ใช้การติดต่อกับผู้เสนอ

ขายหลาย ๆ รายแล้วก็เลือกจากแหล่งที่ดีที่สุด

ขั้นที่ 5 การติดตาม หลังจากที่ได้ตกลงทำสัญญาระหว่างกันแล้ว ยังจะต้องติดตามผลอย่างใกล้ชิดก่อนที่จะถึงวันส่งมอบสินค้า ทั้งนี้ก็เพื่อป้องกันความไม่แน่นอน หรือเหตุการณ์บางอย่างที่ผู้เสนอขายอาจจะส่งสินค้าหรือวัตถุดิบมาให้ไม่ได้ จะได้หาทางแก้ไขปัญหาต่อไป

### 3. กระบวนการซื้อของผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม (Buying Pattern of Industrial Users)

กระบวนการซื้อของตลาดอุตสาหกรรมก็มีลักษณะเช่นเดียวกับตลาดอุปโภคบริโภค คือจะต้องมีความเข้าใจว่า จะซื้ออย่างไร ซื้อเมื่อใด ซื้อที่ไหน และใครคือผู้ซื้อหรือผู้ที่ตัดสินใจซื้อ กระบวนการซื้อในตลาดอุตสาหกรรมเราจะพิจารณารายละเอียดดังนี้

#### 3.1 การพิจารณาในแง่ของใครคือผู้ซื้อหรือผู้ที่ตัดสินใจซื้อ

**อิทธิพลในการซื้ออยู่กับคนหลายคน** ในการซื้อสินค้าอุตสาหกรรมโดยเฉพาะสินค้าพวกเครื่องจักรที่มีราคาสูง หรือวัตถุดิบที่มีความสำคัญต่อกระบวนการผลิต จำเป็นต้องใช้บุคคลหลายฝ่ายตัดสินใจซื้อ เช่น ประธานของบริษัท รองประธานบริษัท ช่างเครื่องใหญ่ ผู้จัดการทั่วไป เป็นต้น ในกรณีบริษัทขนาดใหญ่หรือขนาดกลางที่ใช้ฝ่ายจัดซื้อหรือตัวแทนจัดซื้อไม่ได้หมายความว่าฝ่ายจัดซื้อหรือตัวแทนจัดซื้อจะเป็นผู้มีอำนาจในการจัดซื้อแต่ผู้เดียว ทั้งนี้เพราะฝ่ายจัดซื้อหรือตัวแทนจัดซื้อจะเป็นผู้ออกไปสั่งซื้อหรือเลือกผู้เสนอขายเท่านั้น ส่วนการตัดสินใจก็ยังต้องหารือกับผู้บริหารที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกรณีของบริษัทขนาดเล็กเจ้าของหรือผู้จัดการก็จะต้องอาศัยการหารือกับคนบางคนในบริษัทอยู่ดี

ดังนั้นพนักงานขายที่จะติดต่อขายสินค้าจึงต้องรู้ว่าผู้ซื้อมีใครบ้างที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อจะต้องเข้าหาบุคคลที่เกี่ยวข้องครบทุกคนเพื่อจะบังเกิดผลในการซื้อขาย จึงเห็นได้ว่าจะต้องใช้ระยะเวลาในการเจรจาซื้อขาย

#### 3.2 การพิจารณาในแง่ของซื้อที่ไหน

**การซื้อโดยตรง** ในตลาดอุตสาหกรรมส่วนใหญ่แล้วผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมจะซื้อจากผู้ผลิตโดยตรง (ซึ่งแตกต่างไปจากในตลาดอุปโภคบริโภคที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่แล้วจะซื้อจากคนกลางมากกว่าจะซื้อโดยตรงจากผู้ผลิต) อย่างไรก็ตามผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมก็อาจจะซื้อจากคนกลางได้แต่ก็เป็นส่วนน้อย ในการที่ผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมซื้อโดยตรงจากผู้ผลิต ก็ขึ้นอยู่กับปริมาณการสั่งซื้อเป็นจำนวนมากและความต้องการในด้านเทคนิคทั้งก่อนและหลังการซื้อขาย ถ้าเรามองในแง่ของผู้เสนอขายการซื้อโดยตรงก็มีความสมเหตุสมผล ถ้าผู้ซื้อหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมรายใหญ่มีอยู่เพียงไม่กี่ราย หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมอยู่รวมกันเป็นกลุ่มซึ่งสะดวกต่อการติดต่อซื้อขายและการขนส่งก็จะเป็นการประหยัดเวลาและค่าขนส่ง

อย่างไรก็ตามสินค้าบางประเภท เช่น เครื่องมือขนาดเล็ก วัสดุใช้สิ้นเปลือง เป็นต้น อาจจะต้องใช้คนกลางในการซื้อขาย เพราะว่าสินค้าดังกล่าวไม่จำเป็นต้องใช้เทคนิคมากนัก คนกลางจึงสามารถที่จะขายได้ หรือเพราะผู้ซื้อหรือผู้ขายทางอุตสาหกรรมมีจำนวนมากและอยู่กระจัดกระจาย ไม่สะดวกที่ผู้ผลิตจะขายโดยตรง (ยกเว้นผู้ขายทางอุตสาหกรรมรายใหญ่เท่านั้นที่ผู้ผลิตจะขายโดยตรง)

จากการที่ผู้ผลิตต้องขายสินค้าโดยตรงไปยังผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ผู้ผลิตจึงต้องจัดการด้านพนักงานขายเพื่อให้พนักงานขายมีคุณภาพเหมาะกับการให้ข้อมูลและเสนอแนะวิธีการใช้สินค้าอุตสาหกรรมเหล่านั้น

### 3.3 การพิจารณาในแง่ของซื้อเมื่อใด

3.3.1 ระยะเวลาในการเจรจา ในการซื้อขายสินค้าในตลาดอุตสาหกรรมจำเป็นต้องใช้ระยะเวลาในการเจรจา ซึ่งต่างไปจากการซื้อขายในตลาดอุปโภคบริโภคที่ใช้เวลาในการซื้อขายน้อย เพราะผู้บริโภคซื้อเป็นจำนวนน้อยและซื้อไปเพื่ออุปโภคบริโภคเอง การที่ผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมต้องใช้ระยะเวลาในการเจรจาซื้อขายก็มีสาเหตุมาจาก

1. จะต้องใช้ผู้บริหารหลายคนในการตัดสินใจซื้อ โดยเฉพาะสินค้าประเภทเครื่องจักรที่มีราคาสูง หรือวัตถุดิบที่มีความสำคัญต่อกระบวนการผลิต

2. ปริมาณในการซื้อแต่ละครั้งมีปริมาณสูง โดยเฉพาะพวกวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตจำเป็นต้องซื้อเป็นปริมาณมากเพื่อประโยชน์ในการผลิต ส่วนสินค้าพวกเครื่องจักรก็ต้องใช้จำนวนเงินเป็นปริมาณสูง เช่นกัน

3. จะต้องมีการปรึกษาระหว่างผู้ผลิตกับผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ในกรณีที่จะต้องผลิตสินค้าตามใบสั่งซื้อ จำเป็นต้องใช้การปรึกษาหารือเพื่อจะกำหนดลักษณะที่เฉพาะเจาะจงกับความต้องการ

4. มีการใช้การประมูลราคา ในกรณีที่ใช้การประมูลราคาจะต้องใช้เวลาในการดำเนินการเรื่องการประมูลราคาเข้ามาเกี่ยวข้อง

3.3.2 ความถี่ในการซื้อ ในสินค้าอุตสาหกรรมแต่ละประเภทจะมีความถี่ห่างในการซื้อแตกต่างกันไป เครื่องจักรขนาดใหญ่จะมีการซื้อขายกันหลาย ๆ ปี ครั้งหนึ่งเพราะเป็นการซื้อไปเพื่อใช้ในการผลิต สินค้าส่วนประกอบและวัสดุที่ใช้เป็นส่วนประกอบ อาจจะมีการซื้อขายปีละครั้ง สินค้าประเภทวัสดุใช้สิ้นเปลืองดำเนินงานจะมีการซื้อขายบ่อย อาจจะเป็นเดือนละครั้ง

เนื่องจากลักษณะการซื้อดังกล่าว จำเป็นจะต้องใช้การวางแผนในด้านการโฆษณาและการใช้พนักงานขาย เพื่อให้เกิดความคุ้นเคยต่อเนื่องกับผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ในด้านการโฆษณาจะต้องให้ชื่อของผู้เสนอขายอยู่ในความทรงจำของผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมตลอดเวลา ในด้านพนักงานขาย

จะต้องเยี่ยมชมผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมอยู่ตลอดเวลา เพื่อจะรู้ว่าผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมต้องการสินค้าอะไร

3.3.3 ขนาดของใบสั่งซื้อ ขนาดของใบสั่งซื้อในตลาดอุตสาหกรรมจะมีขนาดใหญ่มากกว่าใบสั่งซื้อในตลาดอุปโภคบริโภค เพราะผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมจะซื้อไปเพื่อใช้ในการผลิตหรือดำเนินกิจการและซื้อไม่ค่อยบ่อย อีกประการหนึ่งผู้ขายก็ต้องการอยากจะทำให้ผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมที่ซื้อเป็นปริมาณน้อยหันมาซื้อเป็นปริมาณมาก เพราะการซื้อในปริมาณน้อยจะไม่ค่อยได้กำไรมากเท่าที่ควร เนื่องจากต้องเสียค่าใช้จ่ายในการขาย (เช่นค่าขนส่ง ค่าจ้างพนักงาน) ต่อหน่วยสูง

### 3.4 การพิจารณาในแง่ของการซื้ออย่างไร

3.4.1 ซื้อขายตามแคตตาล็อก ในการขายสินค้าที่มีขนาดใหญ่จำเป็นที่จะต้องใช้แคตตาล็อกช่วยในการขาย โดยอาจจะส่งไปทางไปรษณีย์หรือจะให้พนักงานขายนำติดตัวไปแสดงต่อผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม เพื่อจะได้ดูแบบและรายละเอียดของสินค้า

3.4.2 การตอบสนองกันและกัน การตอบสนองกันและกันนี้จะ เป็นลักษณะของการซื้อขายที่จะเพิ่มยอดขายที่แน่นอน ยกตัวอย่างออกมาเป็นลักษณะคำพูดได้ดังนี้ “บริษัทของเราจะซื้อสินค้าจากบริษัทของท่าน ถ้าท่านจะซื้อสินค้าจากบริษัทเราด้วย” หรืออาจจะเป็นว่า “เมื่อปีที่แล้วบริษัทเราซื้อสินค้าจากท่านเป็นจำนวนเงิน 3 ล้านบาท ปีนี้ท่านจะต้องซื้อสินค้าจากเราเป็นจำนวนเงิน 3 ล้านบาทเช่นกัน” หรืออาจจะมีลักษณะ 3 ฝ่าย เช่น บริษัท ก พุดกับบริษัท ข ว่า “ผมจะซื้อสินค้าจากคุณถ้าคุณจะซื้อสินค้าจากบริษัท ค.” และบริษัท ก ก็พุดกับบริษัท ค ว่า “ผมสามารถจะหาใบสั่งซื้อจากบริษัท ข ให้คุณ ถ้าคุณจะซื้อสินค้าจากผม” แต่ในกรณี 3 ฝ่ายจะไม่ค่อยเกิดขึ้นบ่อยนัก

ข้อดีของการใช้การตอบสนองกันและกัน

1. ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้น เป็นการมีอุปถัมภ์ระหว่างกันและกัน
2. สามารถป้องกันคู่แข่งชั้นของบริษัทได้ ทำให้คุมตลาดได้ดียิ่งขึ้น
3. สามารถแก้ไขปัญหายอดขายที่ลดลง
4. เป็นวิธีการแข่งขันสำหรับการแย่งลูกค้า เป็นการแข่งขันที่นอกเหนือไปจากการแข่งขันทางด้านคุณภาพที่ใกล้เคียงกัน

ข้อเสียของการใช้การตอบสนองกันและกัน

1. เป็นการทำลายขวัญของกำลังฝ่ายขายหรือฝ่ายจัดซื้อ เพราะฝ่ายขายหรือฝ่ายจัดซื้อจะมีความรู้สึกว่าไม่ได้รับอะไรเลย เปรียบเสมือนกับว่าเป็นการขอมากกว่าจะเป็นการแสดงความสามารถ นอกเสียจากจะมีการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการตอบสนองกันและกันไว้
2. บริษัทเล็ก ๆ อาจจะถูกรอบคลุมและตกอยู่ภายใต้การควบคุมของบริษัทขนาดใหญ่ได้

3.4.3 การให้การเช่าแทนการซื้อ การให้การเช่าในตลาดอุตสาหกรรมได้ขยายตัวออกไปอย่างกว้างขวาง นับตั้งแต่เครื่องจักรขนาดใหญ่ เช่น เครื่องจักรที่ใช้เย็บรองเท้า เครื่องจักรที่ใช้ทำหีบห่อสินค้า เครื่องทอผ้า เครื่องมือในการก่อสร้าง เป็นต้น จนกระทั่งถึงสินค้าที่มีราคาถูกลงมา เช่น รถยนต์บรรทุก สถานีเก็บสินค้า เป็นต้น

#### ข้อดีของการเช่าในแง่ของผู้ให้เช่า

1. รายได้สุทธิหลังจากหักรายจ่ายค่าซ่อมแซมและค่าบำรุงรักษาเครื่องจักรแล้ว มักจะสูงกว่ารายได้ที่ได้รับจากการขายออกไปทีเดียว
2. ผู้ให้เช่าอาจจะขายสินค้าบางอย่างที่จะต้องใช้กับเครื่องจักร

#### ข้อดีของการเช่าในแง่ของผู้เช่า

1. สามารถนำเงินไปใช้จ่ายเพื่อประโยชน์ในด้านอื่น
2. เหมาะสำหรับผู้เริ่มกิจการใหม่ที่ยังไม่มีเงินทุนมากพอที่จะซื้อเครื่องจักร
3. มีโอกาสที่จะเลือกเช่าเครื่องจักรที่ใหม่ที่สุดจากผู้ให้เช่าได้
4. การเช่าจะได้รับการบริการจากผู้ให้เช่า ซึ่งจะเป็นการตัดปัญหาในด้านที่จะต้องเสาะแสวงหาบริการ

5. ในกรณีที่ต้องการใช้เครื่องจักรบางฤดูกาลหรือเป็นครั้งคราวก็นิยมใช้การเช่า มากกว่าการซื้อ เช่น อุปกรณ์ที่ใช้ในการก่อสร้าง

6. ค่าใช้จ่ายในด้านค่าเช่าสามารถนำไปคิดเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ซึ่งจะเป็นการลดภาระด้านภาษี ในกรณีที่เราซื้อเครื่องจักรมาแล้วเราหักค่าเสื่อมประจำปีค่าเสื่อมดังกล่าวจะมีอัตราต่ำกว่าค่าเช่า ซึ่งเมื่อนำไปหักเพื่อการลดภาษี ก็จะได้รับประโยชน์น้อยกว่ากรณีของการเช่า

7. ในกรณีที่เกิดการผิดพลาดในด้านธุรกิจหรือการทำงาน ก็สามารถที่จะเลิกธุรกิจได้ง่าย เพราะไม่ต้องกังวลกับตัวเครื่องจักร

3.4.4 การซื้อผ่อนชำระ ในกรณีที่เครื่องจักรมีราคาสูงและผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมไม่มีนโยบายที่จะเช่าเครื่องจักร ก็จะใช้การซื้อแทนการเช่า แต่ทว่ายังมีเงินไม่เพียงพอกับการซื้อก็จะใช้การผ่อนชำระโดยอาศัยธนาคารหรือบริษัทเงินทุน หรือบริษัทขายประกัน กล่าวคือเป็นการขอกู้ยืมเงินจากธนาคารหรือบริษัทเงินทุน หรือบริษัทขายประกันมาซื้อเครื่องจักร โดยที่ผู้ซื้อหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมจะต้องนำเครื่องจักรไปวางไว้กับธนาคารหรือสถาบันดังกล่าวแล้วก็ผ่อนชำระกับธนาคาร หรือสถาบันดังกล่าวจนครบตามข้อตกลงของสัญญา

## บทสรุป

ตัวผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมย่อมจะมีแรงกระตุ้นและพฤติกรรมเกี่ยวกับการซื้อ แรงกระตุ้นในการซื้อของผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมจะเป็นลักษณะของการใช้เหตุผลมากกว่าอารมณ์ ทั้งนี้เพราะว่าสินค้าอุตสาหกรรมมีราคาสูงและนำมาใช้เพื่อประโยชน์ในการผลิต ดังนั้น การจะซื้อสินค้าอุตสาหกรรมจึงจำเป็นต้องอาศัยกระบวนการซื้อ อันได้แก่ ความต้องการ พิจารณาแหล่งซื้อ คัดเลือกแหล่งซื้อ การทำสัญญาและการติดตาม

ลักษณะที่สำคัญอีกประการหนึ่งของผู้ใช้อุตสาหกรรมก็คือ กระบวนการซื้อซึ่งจะพิจารณาในแง่ต่าง ๆ ดังนี้

1. ใครคือผู้ซื้อหรือผู้ที่ตัดสินใจซื้อ
2. ซื้อจากที่ไหน
3. ซื้อเมื่อไร
4. ซื้ออย่างไร

ผู้ซื้อหรือผู้ตัดสินใจซื้อสินค้าอุตสาหกรรมจะขึ้นอยู่กับหลาย ๆ ฝ่ายในกิจการ เพราะสินค้านั้นมีราคาสูงและเกี่ยวข้องกับฝ่ายต่าง ๆ ด้วย การซื้อขายสินค้าอุตสาหกรรมจะทำในลักษณะของการซื้อขายโดยตรงเสียส่วนใหญ่ โดยเฉพาะพวกเครื่องจักรหลัก ส่วนสินค้าพวกวัสดุใช้สิ้นเปลืองหรือเครื่องมือขนาดเล็กก็อาจมีการใช้คนกลางช่วยกระจายสินค้าบ้าง ส่วนเวลาในการซื้อขายเมื่อใดนั้นก็ขึ้นอยู่กับระยะเวลาในการเจรจาที่ค่อนข้างยาวนาน เพราะเป็นการซื้อในปริมาณสูงหรือราคาสูง ต้องมีการปรึกษาหารือกัน ต้องใช้ผู้บริหารหลายคนเพื่อตัดสินใจซื้อ และต้องมีการประมูลราคาในบางกรณี ความถี่ในการซื้อก็เกี่ยวข้องกับระยะเวลาในการซื้อด้วย สินค้าอุตสาหกรรมมักจะซื้อกันนาน ๆ ครั้งหนึ่งเพราะซื้อเป็นปริมาณมากในครั้งหนึ่ง ๆ หรืออย่างกรณีเครื่องจักรก็จะซื้อกันเพียงครั้งเดียวก็ใช้ไปได้นาน ส่วนในแง่ว่าจะซื้ออย่างไรก็จะเป็นการซื้อขายตามแคตตาล็อก การซื้อขายในลักษณะตอบสนองกันและกัน การให้เช่าแทนการซื้อ (เพราะสินค้านั้นมีราคาสูงมาก) และการซื้อผ่อนชำระ

## คำถามท้ายบทที่ 6

### อัตรณ์

1. จงอธิบายแรงกระตุ้นในการซื้อสินค้าอุตสาหกรรม
2. ท่านมีความเข้าใจถึงกระบวนการซื้อของผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมในด้าน ระยะเวลาในการซื้อ, ความถี่ในการซื้อ, และขนาดใบสั่งซื้อ อย่างไร อธิบาย
3. โดยส่วนใหญ่แล้วผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมมักจะซื้อสินค้าโดยตรงหรือโดยอ้อมมาจากผู้ผลิตหรือผู้ขาย เพราะเหตุใด ให้เหตุผล
4. ถ้าท่านมีความต้องการจะเช่าสินค้าอุตสาหกรรมประเภทหนึ่ง ท่านมีเหตุผลสนับสนุนอย่างไรบ้าง อธิบาย
5. ในการที่ท่านต้องการจะซื้อสินค้าจากแหล่งเสนอขายสินค้า ท่านจะมีหลักเกณฑ์ในการซื้ออย่างไร อธิบาย
6. จงอธิบายกระบวนการซื้อของผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมในด้านใครคือผู้ซื้อ และซื้ออย่างไรของสินค้าเครื่องจักร

### ปรณัย

เลือกคำตอบที่ดีที่สุดเพียง 1 คำตอบ

1. ในตลาดอุตสาหกรรมจะมีแรงกระตุ้นในลักษณะใด
  1. พิจารณาถึงความสวยงาม
  2. พิจารณาถึงการใช้งาน
  3. พิจารณาถึงระดับราคาอย่างมาก
  4. พิจารณาถึงรูปแบบสินค้า
  5. ยังสรุปไม่ได้
2. กระบวนการซื้อในตลาดอุตสาหกรรมเริ่มต้นจากอะไร
  1. การคัดเลือกแหล่งเสนอขาย
  2. มีความต้องการ
  3. พิจารณาระยะทางการขนส่ง
  4. พิจารณาการให้บริการ
  5. พิจารณาราคา
3. ในตลาดอุตสาหกรรมใครจะเป็นผู้ซื้อในแง่กระบวนการซื้อ
  1. ผู้จัดการฝ่ายการเงิน
  2. ประธานบริษัท

3. ผู้จัดการโรงงาน
4. ผู้จัดการซื้อ
5. กลุ่มผู้บริหาร
4. ในตลาดอุตสาหกรรมจะซื้อสินค้าได้ที่ไหนในแง่กระบวนการซื้อ
  1. ซื้อจากตลาด
  2. ซื้อจากผู้ขายโดยตรง
  3. ซื้อจากคนกลาง
  4. ซื้อจากแคตตาล็อก
  5. ซื้อทางไปรษณีย์
5. ในตลาดอุตสาหกรรมจะซื้อสินค้าเมื่อไรในแง่กระบวนการซื้อ
  1. เมื่อมีความต้องการ
  2. ขึ้นอยู่กับความพอใจ
  3. ขึ้นอยู่กับระดับราคา
  4. ขึ้นอยู่กับระยะเวลาในการเจรจาซื้อขาย
  5. ขึ้นอยู่กับปริมาณการผลิตของผู้ขาย
6. ในตลาดอุตสาหกรรม จะซื้อสินค้าได้อย่างไรในแง่กระบวนการซื้อ
  1. ซื้อตามแคตตาล็อก
  2. ซื้อด้วยเงินสด
  3. ซื้อด้วยเช็คตกลง
  4. ซื้อด้วยเงื่อนไขพิเศษ
  5. ซื้อด้วยความต้องการ

**เฉลยคำตอบปรนัย**

ข้อ 1. (2) ข้อ 2. (2) ข้อ 3. (5) ข้อ 4. (2) ข้อ 5. (4) ข้อ 6. (1)