

# ยูพีเอสชี้เทรนด์การจัดซื้อองค์กรเพื่อสร้างโอกาสใหม่ ให้ผู้จัดจำหน่าย ผู้ขายสินค้าต้องสร้างระบบขาย ออนไลน์โดนใจ ก่อนลูกค้าเมินไปซื้อตรงกับผู้ผลิต



ผลการศึกษาทิศทางการจัดซื้อสินค้าอุตสาหกรรม (Industrial Buying Dynamics) จากยูพีเอสเผยว่า ผู้จำหน่ายสินค้าอุตสาหกรรม จำเป็นต้องปรับปรุงเว็บไซต์ขายสินค้าออนไลน์ให้สามารถแข่งขันได้ เนื่องจากผู้จัดซื้อในธุรกิจต่าง ๆ ส่วนใหญ่ในเอเชีย (86%) ยุโรป (75%) และสหรัฐอเมริกา (72%) เริ่มหันไปซื้อสินค้าจากผู้จำหน่ายที่มีเว็บไซต์ที่ใช้งานสะดวก โดยการศึกษาี้ทำการสำรวจจากผู้ทำงานฝ่ายจัดซื้อ 2,821 คนในเอเชีย ยุโรป และสหรัฐอเมริกา

ในเอเชีย แม้ผู้จัดซื้อจำนวนมากนิยมซื้อสินค้าอุตสาหกรรมจากผู้จำหน่ายในประเทศ ผู้จัดจำหน่ายจากต่างประเทศก็ยังมีโอกาสขยายตลาดโดยอาศัยระบบอีคอมเมิร์ซ ผู้จัดซื้อในเอเชียเต็มใจที่จะซื้อสินค้าจาก ซัพพลายเออร์หลายรายมากขึ้น ซึ่งเป็นแนวโน้มที่เห็นได้ชัดในประเทศจีน (57%) เกาหลีใต้ (32%) ซึ่งมากกว่าในญี่ปุ่น (18%) นอกจากนี้ ยังมีข้อสังเกตอื่น ๆ เช่น ลูกค้าซื้อสินค้าจากผู้ผลิตโดยตรงมากขึ้น มีการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น และลูกค้ามีความต้องการระบบการส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งเทรนด์เหล่านี้ล้วนก่อให้เกิดความท้าทายในรูปแบบต่าง ๆ แก่ผู้จำหน่ายสินค้า

ลูกค้าซื้อตรงจากผู้ผลิตมากขึ้น

ผู้ซื้อสินค้าอุตสาหกรรมหลายรายหันมาซื้อตรงจากผู้ผลิตซึ่งเป็นแนวโน้มที่กำลังเติบโต ผลการศึกษาพบว่าผู้ทำงานฝ่ายจัดซื้อ 65% ในยุโรปซื้อสินค้าอุตสาหกรรมโดยไม่ผ่านผู้จัดจำหน่ายแล้ว ตามด้วยสหรัฐอเมริกา (64%) และเอเชีย (55%) แนวโน้มดังกล่าวกำลังเติบโตในเอเชีย เห็นได้จาก 77% ของผู้ซื้อที่ไม่เคยซื้อตรงจากผู้ผลิตเริ่มหันมาซื้อตรงบ้างแล้ว

ริอบ ฮุก รองประธานฝ่ายการตลาด ยูพีเอส เอเชียแปซิฟิก กล่าวว่า “อีคอมเมิร์ซคือสื่อกลางที่ช่วยให้ผู้ผลิตเข้าถึงผู้ซื้อได้โดยตรง โดยไม่ผ่านผู้ขายคนกลางอีกต่อไป ผู้ซื้อมักอยากซื้อสินค้ากับผู้ผลิตซึ่งมีบริการสนับสนุนทางเทคนิคที่ดี ซึ่งแนวโน้มแบบนี้จะเติบโตมากขึ้น ผู้ทำธุรกิจจัดจำหน่ายจึงจำเป็นต้องสร้างจุดแข็งให้ตัวเองโดยการเพิ่มความหลากหลายของสินค้าและให้โซลูชันที่ลูกค้าต้องการได้ ไม่ว่าจะเป็นพนักงานขายที่สามารถให้บริการที่ตรงใจยิ่งขึ้น และสามารถจัดส่งสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพกว่าเดิมได้”

การสั่งซื้อสินค้าอุตสาหกรรมออนไลน์มีแนวโน้มขยายตัว

ผู้ซื้อสินค้าอุตสาหกรรมหันไปสั่งซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น โดยเฉพาะที่ประเทศจีนซึ่งมีผู้ซื้อใช้ช่องทางนี้แล้ว 82%

ตามด้วยเกาหลีใต้ 69% และญี่ปุ่น 56% แนวโน้มดังกล่าวน่าจะเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามจากเอเชียถึง 87% ตอบว่ามีโอกาสสั่งซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มขึ้น แนวโน้มดังกล่าวยังเกิดขึ้นในสหรัฐอเมริกาและยุโรปซึ่งผู้ซื้อสินค้าอุตสาหกรรมสั่งซื้อสินค้าส่วนใหญ่ออนไลน์และจะเพิ่มสัดส่วนมากขึ้น

ผู้ตอบแบบสอบถามในเอเชียซึ่งไม่ได้ซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ระบุว่าอุปสรรคหลัก ๆ คือหาข้อมูลรายละเอียดสินค้าลำบาก (46%) และมีปัญหาในการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า (41%) ผู้ตอบแบบสอบถามในสหรัฐฯ และยุโรปก็มีเหตุผลคล้าย ๆ กัน โดยปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการซื้อสินค้าออนไลน์อีกข้อคือไม่มีบุคลากรที่สามารถเจรจาต่อรองราคาด้วยได้

นูนเทียม ดัน กรรมการผู้จัดการ ยูพีเอส ประเทศไทย กล่าวว่า “จีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ต่างเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญของไทย โดยมีมูลค่าการส่งออกรวมกันถึงเกือบ 50,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯในปี 2558 แต่ด้วยภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้น ผู้ส่งออกและผู้จำหน่ายสินค้าอุตสาหกรรมของไทยจำเป็นต้องรู้ทันและปรับตัวตามเทรนด์ของตลาดปัจจุบัน เมื่อผู้ซื้อหันมาใช้ช่องทางออนไลน์มากขึ้น ธุรกิจของไทยก็จำเป็นต้องสร้างแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซที่ดี มีโซลูชันครบวงจร มีทัชพอยท์กับลูกค้าในทุกขั้นตอนของการสั่งซื้อ”

ความสามารถในการจัดส่งได้ครอบคลุมมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าในเอเชีย

ความสามารถในการจัดส่งได้ครอบคลุมของผู้จำหน่ายสินค้ามีผลอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อในเอเชีย

สำหรับประเทศจีนซึ่งเป็นประเทศที่มีพื้นที่กว้างใหญ่และโครงสร้างพื้นฐานด้านโลจิสติกส์ยังอยู่ในช่วงกำลังพัฒนา ผู้ซื้อถึง 50% จะพิจารณาเรื่องความเร็วของการจัดส่งสินค้าในการเลือกผู้ขาย ในขณะที่ผู้ซื้อ 45% ในญี่ปุ่น และ 31% ในเกาหลีใต้ก็ใช้เกณฑ์ดังกล่าว การมีโหมดการจัดส่งสินค้าที่หลากหลายให้เลือกก็เป็นปัจจัยสำคัญสำหรับผู้ซื้อในจีน 29% ในขณะที่ส่งผลต่อผู้ซื้อในญี่ปุ่น 12% และเกาหลีใต้ 17%

ในปัจจุบัน สิ่งที่คุณจำหน่ายสินค้าต้องเผชิญคือความคาดหวังที่มากขึ้นจากลูกค้าซึ่งต้องการทั้งขั้นตอนการจัดส่งที่สะดวกรวดเร็วและราคาที่คุ้มค่า โดยเกือบ 8 ใน 10 ของผู้ตอบแบบสอบถามในเอเชียระบุว่าอยากให้ขั้นตอนการจัดส่งทั้งหมดดำเนินการโดยผู้ส่งสินคารายเดียว ซึ่งมีผู้จำหน่ายสินค้าเพียง 21% เท่านั้นที่ทำเช่นนี้ได้

“ทุกวันนี้ ผู้ซื้อสินค้ามองหาผู้จำหน่ายซึ่งสามารถให้ได้มากกว่าสินค้าคุณภาพและราคาที่คุ้มค่า และเป็นเรื่องสำคัญที่ผู้จำหน่ายสินค้าต้องมีบริการส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพ การรวบรวมออร์เดอร์ต่าง ๆ เพื่อส่งโดยผู้ส่งสินคารายเดียวคือวิธีหนึ่งซึ่งผู้จำหน่ายสินค้าสามารถช่วยผู้ซื้อสินค้าประหยัดต้นทุนและลดขั้นตอนซับซ้อนในการส่งสินค้าได้” นูนเทียม ดัน กล่าว

เกี่ยวกับยูพีเอส

ยูพีเอส เป็นผู้นำระดับโลกในธุรกิจโลจิสติกส์ ด้วยโซลูชันต่างๆ ที่หลากหลายครบวงจรสำหรับการจัดส่งพัสดุภัณฑ์ บริการอำนวยความสะดวกสำหรับการค้าระหว่างประเทศ ตลอดจนการมุ่งใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อการบริหารโลกของธุรกิจให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ยูพีเอสมีสำนักงานใหญ่อยู่ที่เมืองแอตแลนต้า และให้บริการในกว่า 220 ประเทศ และเขตการปกครองต่างๆ ทั่วโลก ค้นหาข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับบริษัทฯ ได้ที่เว็บไซต์ [UPS.com](http://UPS.com) หรือบล็อก

[longitudes.ups.com](http://longitudes.ups.com) หรือติดตามข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับยูพีเอสได้ที่ [pressroom.ups.com/RSS](http://pressroom.ups.com/RSS)

เกี่ยวกับการสำรวจ Industrial Buying Dynamics

การศึกษา Industrial Buying Dynamics ของยูพีเอส จัดทำในปี 2558 โดยสำรวจจากผู้ทำงานในฝ่ายจัดซื้อ 2,821 รายในเอเชีย (จีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้) ยุโรป (ฝรั่งเศส เยอรมนี อิตาลี และอังกฤษ) และสหรัฐอเมริกา เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในการสั่งซื้อสินค้าอุตสาหกรรม และเป็นแนวทางให้ผู้จำหน่ายสินค้าเล็งเห็นถึงตำแหน่งของตนในตลาดและจุดที่ควรปรับปรุง ตลอดจนโอกาสในการเติบโต

ยูพีเอส มีบริการด้านซัพพลายเชนครบวงจรสำหรับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าอุตสาหกรรม ตั้งแต่การตรวจสอบ ติดตามทุกขั้นตอนการส่งสินค้า บริการแวร์เฮาส์ บริหารคลังสินค้า บริการขนส่งแบบต่อเนื่องหลายรูปแบบทั่วโลก ระบบคืนสินค้า อีคอมเมิร์ซ ประกันการขนส่ง และบริการทางการเงิน

\*\*\*\*\*