

รายการ รอบรู้ธุรกิจ กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตอนที่ 42 กลยุทธ์การต่อรองกับคู่ค้า

โดย กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

กลยุทธ์การต่อรองกับคู่ค้า

คู่ค้าในทางธุรกิจ (Suppliers) อาจจะเป็น ผู้ขายเครื่องจักร ผู้ขายวัตถุดิบ ผู้ขายชิ้นส่วน ผู้ให้บริการขนส่ง ผู้ให้บริการทำความสะอาด เป็นต้น ซึ่งในการต่อรองกับคู่ค้าให้ประสบความสำเร็จ ธุรกิจจะต้องเริ่มต้นจาก

- 1. การสร้างภาพพจน์ที่ดีขององค์กร** ธุรกิจที่มีภาพพจน์ที่ดีจะเป็นที่ดึงดูดใจของคู่ค้าทั้งหลาย เวลาที่ธุรกิจแสดงความประสงค์ต้องการสินค้าหรือบริการใด ผู้ขายหลายรายจะเร่งรีบนำเสนอสินค้าหรือบริการให้ธุรกิจพิจารณาทันที แต่ถ้าธุรกิจที่มีภาพพจน์ไม่ดี เช่น เหนียวหนึ่ ตกตึก กดราคา ชอบหาเรื่องต่อว่าสินค้าเพื่อขอส่วนลดฐานะไม่มั่นคง มีปัญหาการจ่ายชำระหนี้ เป็นต้น ผู้ขายที่เป็นคู่ค้าก็ไม่อยากจะติดต่อกับคู่ค้าด้วย นอกจากนี้ธุรกิจที่มีภาพพจน์ที่ดีมักจะได้รับการบริการพิเศษจากคู่ค้า เช่น การให้ส่วนลดพิเศษ การได้รับข้อเสนอพิเศษ ได้ยืดระยะเวลาเครดิต การปรับเปลี่ยนเงื่อนไขในการจ่ายชำระ เป็นต้น
- 2. การเลือกคู่ค้า** ธุรกิจก็ใช้หลักการเช่นเดียวกับที่คู่ค้าใช้ในการพิจารณาเลือกลูกค้า เช่น ลักษณะธุรกิจของคู่ค้า ความมั่นคง คุณภาพสินค้า ความตรงต่อเวลาในการส่งมอบสินค้า การให้บริการ ความรับผิดชอบในการทำธุรกิจ เป็นต้น

นอกเหนือจากปัจจัยสองประการข้างต้น ในการต่อรองกับคู่ค้ามีประเด็นสำคัญที่ธุรกิจจะต้องดำเนินการ ได้แก่

- ก. การต่อรองเรื่องราคา** เพราะถ้าธุรกิจได้เปรียบทางด้านราคา ต้นทุนสินค้าของธุรกิจก็จะต่ำกว่าคู่แข่ง ส่วนของต้นทุนที่ประหยัดได้นี้ธุรกิจสามารถนำไปเพิ่มงบทางด้านการตลาดแทนได้ ทำให้งบประมาณมากกว่าคู่แข่ง หรืองบในการส่งเสริมการขายโดยการลดแลกแจกแถมก็มากกว่าคู่แข่ง
- ข. การต่อรองด้านสินเชื่อ** ธุรกิจจะต้องขอระยะเวลาเครดิตที่ยาวนานขึ้น ซึ่งทำให้ธุรกิจมีกระแสเงินสดเพิ่มขึ้น สามารถนำไปใช้ในสิ่งที่จำเป็นของธุรกิจได้มากขึ้น

- ค. การต่อรองเรื่องปริมาณการสั่งซื้อ ผู้ขายบางรายอาจกำหนดปริมาณการสั่งซื้อขั้นต่ำซึ่งมากกว่าความสามารถในการเก็บรักษาของธุรกิจ ธุรกิจก็ต้องขอต่อรองลดปริมาณที่จะต้องสั่งซื้อในแต่ละงวดลง
- ง. การต่อรองเรื่องการสั่งซื้อล่วงหน้า ผู้ขายบางรายอาจกำหนดเงื่อนไขให้ผู้ซื้อต้องสั่งซื้อล่วงหน้าเป็นเวลานาน ซึ่งเป็นภาระของธุรกิจที่จะต้องมีการวางแผนและเก็บรักษาสินค้าไว้เป็นจำนวนมากเพื่อรองรับการส่งมอบของผู้ขายที่ต้องจัดเตรียมสินค้าเพื่อส่งมอบเป็นเวลานาน ธุรกิจก็ต้องต่อรองให้ผู้ขายลดระยะเวลาในการต้องสั่งซื้อล่วงหน้าลงให้สั้นที่สุดเท่าที่จะทำได้
- จ. การต่อรองสิทธิพิเศษเหนือคู่แข่ง ถ้ายอดการสั่งซื้อของธุรกิจมีเป็นจำนวนมาก ธุรกิจควรจะขอต่อรองสิทธิพิเศษเพิ่มเติมบางประการ เช่น ราคาขายพิเศษที่แตกต่างจากคู่แข่ง การขายให้กับธุรกิจเพียงรายเดียว เป็นต้น ประโยชน์ที่ได้จากการต่อรองนี้จะทำให้ธุรกิจมีเอกลักษณ์พิเศษที่คู่แข่งไม่สามารถทำได้

ในเบื้องต้นธุรกิจอาจค้าขายกับคู่ค้าหลายราย แต่ในระยะยาวธุรกิจอาจต้องคัดเลือกคู่ค้าให้เหลือเพียงรายเดียว เพราะการมีคู่ค้าที่ดีต้องตั้งอยู่บนความสัมพันธ์ที่มีต่อกัน มีความไว้วางใจกัน ธุรกิจจะสามารถอาศัยความสัมพันธ์ที่เป็นลูกค้าประจำขอสิทธิพิเศษ และในท้ายที่สุดอาจขอเป็นหุ้นส่วนในธุรกิจของคู่ค้า ซึ่งจะสร้างความมั่นคงและผลประโยชน์ในระยะยาวแก่ธุรกิจโดยตรง

