

المحور الرابع- سلوك المشتري الصناعي

تمهيد:

1- **سلوك المشتري الصناعي:** هو سلوك أو أسلوب شراء المؤسسات التي تشتري سلعا، أو خدمات لاستخدامها في انتاج منتجات ، وخدمات أخرى، والتي تباع أو تَوجَر أو تورَد لآخرين بهدف تحقيق ربح.

2- **عملية الشراء الصناعي:** هو عملية تتضمن التعاقد مع مجهز معين من أجل الحصول على مواد وخدمات معينة تستخدمها المؤسسة في تصنيع المنتجات التي يحتاجها زبائنُها

كما أن الشراء الصناعي هو عملية امتلاك أو اكتساب السلع والخدمات، التي ينبغي أن تحقق ما يلي:

- المساعدة في تحديد السلع والخدمات التي يمكن تحصيلها من الخارج.

- تطوير وتقييم وتحديد أفضل (مجهز، سعر، تسليم) لتلك السلع والخدمات.

3- **مسؤوليات وظيفة الشراء للمؤسسة الصناعية:** يمكن إيجاز مهام وظيفة الشراء فيما يلي:

- توفير كافة احتياجات المؤسسة.

- التوازن بين الأداء الأمثل لوظيفة الشراء وتحقيق الاستخدام الأمثل لأموال المؤسسة.

- تجنب التكرار عند الشراء وكذلك تجنب التعرض للتقادم والتلف.

- الحصول على الاحتياجات اللازمة بمستوى الجودة المناسب.

- الحصول على المواد المطلوبة بأقل تكلفة ممكنة.

- الشراء في الوقت المناسب.

- تقوية المركز التنافسي للمؤسسة.

4- **حالات الشراء:** توجد ثلاثة أنواع من قرارات الشراء للمنتجات الصناعية هي:

أ- إعادة الشراء المباشر (إعادة الصفقة):

ب- عملية الشراء الجديدة (المهمة الجديدة):

ج- إعادة الشراء المعدل (إعادة صفقة معدلة):

5- مركز الشراء (وحدة صنع القرار):

يعرف مركز الشراء أو وحدة صنع القرار بأنه الكيان أو الهيئة الذي يحوي جميع الأفراد والمجموعات المشاركة في عملية صنع القرار الشرائي والتي تجمعهم أهداف مشتركة ويتشاركون في نفس المخاطر. وهذا المركز هو الذي يجيب على سؤال: من هم المشتركون في عملية صنع القرار الشرائي؟،

يحتاج التسويق الصناعي الكفؤ إلى معرفة من هم الأشخاص في كل مؤسسة الذين يؤثرون في قرارات شراء السلع والخدمات، حيث يعرف هؤلاء الأشخاص بمؤثري الشراء.

ويمكن تعريف تأثير الشراء على أنه: "هو أي شخص في المنظمة المشتري ليس فقط لديه السلطة في اتخاذ قرار لصالح شراء المنتج المقصود، وإنما كذلك الشخص الذي قد يصوت ضد شراء هذا المنتج أو ذاك".

فالعدد الفعلي المؤثر في الشراء يختلف من منظمة صناعية لأخرى، ويعتمد على عدة عوامل منها¹:

- حجم المنظمة المشتري.
- اتساع أو كثرة استخدام المنتج المقصود من طرف المؤسسة الزبون
- كلما زادت قيمة المنتج المراد شراؤه كلما زادت احتمالية كثرة مؤثري الشراء.
- كلما زادت خصوصية المنتج تقنيا كلما قل عدد الأفراد الذين يفهموه، وبالتالي قلت درجة تأثير الأطراف الأخرى على عملية الشراء.

6 - أدوار مركز الشراء: هناك ستة أدوار لأعضاء مركز الشراء:

- المبادرون: **initiators**.
- المشترين: **buyers**.
- المستخدمون: **users**.
- المؤثرون: **influences**.
- المقررين: **deciders**.
- الحاجبون (حراس البوابة): **gatekeepers**.

7- مراحل عملية الشراء الصناعي:

تمثل عملية الشراء الصناعي سلسلة من النشاطات التي تؤدي لاتخاذ قرار الشراء المناسب، وتشكل هذه النشاطات مراحل متتابعة ومتعاقبة بهدف الوصول على القرار الملائم، وتتكون من المراحل التالية:

7-1- تحديد الاحتياجات:

تتضمن مرحلة تحديد الاحتياجات الصناعية خطوتين رئيسيتين هما:

- أ- تمييز المشكلة.
- ب- إعداد مواصفات المنتج.

7-2- مرحلة تحليل المجهز:

تتضمن مرحلة تحليل المجهز الخطوات الرئيسية التالية:

- البحث عن المجهزين المحتملين.
- تقييم المجهزين ومنتجاتهم.
- اختيار المجهز المناسب.

7-3- تفعيل أو تنشيط الشراء.

7-4- تقييم ما بعد الشراء.