المحاضرة السادسة - الفصل الخامس

سلوك الشراء لدى مشتري المنشآت

أولاً: تعريف مشتري المنشآت Business Buyers :

هم المنشآت والافراد الذي يقومون بشراء السلع والخدمات – ليس بهدف الاستهلاك – ولكن بهدف :

- **انتاج سلع وخدمات أخرى:**

شراء المواد المصنعة والمواد الخام أو الآلات والمهمات لاستخدامها في انتاج سلع أخرى.

- **اعادة البيع للمنشآت أو للمستهلك النهائي:**

مثل: الوسطاء (تجار الجملة أو تجار التجزئة) الذين يقومون ببيع المنتجات التي يحصلون عليها من الموردين او الشركات للمستهلك النهائي، أو المشتري الذي يقوم بشراء ثلاجة لتبريد المنتجات التي يبيعها للآخرين.

ثانياً: أوجه الاختلاف بين سوق المشتري النهائي وسوق مشتري المنشآت:

سوق المشتري النهائي	سوق مشتري المنشآت
١. الطلب المشتق :	
طلب المنشآت على السلع والخدمات يتبع طلب المستهلك على تلك السلع. مثلاً : يعتمد منتج الأخشاب على طلب مصانع الاثاث التي بدورها تعتمد على طلب الموزعين للأثاث الذين يعتمدون بدورهم على طلب المستهلك الفردي أو العائلي. "حاولت أدور اختلاف مالقيت"	
٢. محدودية سوق المنشآت واتساع سوق المستهلك :	
سوق المستهلك : متسع ومنتشر وتوجد صعوبة في الوصول إليه والتواصل مع المستهلكين. قيمة الصفقة : منخفضة مع زيادة عدد المستهلكين. معدل تكرار الشراء: مرتفع بشكل ملحوظ.	سوق المنشآت : محدو وسهل الاتصال به وهو في الغالب مركز في مناطق جغرافية (منطقة صناعية) قيمة الصفقة : مرتفعة معدل تكرار الشراء: منخفض
٣. اتخاذ القرار :	
يكون فردي أو عدد قليل من الافراد ويمكن بسهولة تحديد الادوار الشرائية والتأثير فيها	جماعي وتكون عدة جهات تشترك في اتخاذ القرار وتوجد صعوبة في تحديد الادوار الشرائية والتأثير فيها
٤. اختيار مصدر التوريد:	
فردي ويستطيع المستهلك التعامل مع الكثير من الموردين للحصول على احتياجاته.	جماعي ويتعامل مع عدد محدود من الموردين الذي تنطبق عليهم معايير معينة.
٥. الدوافع التي تأثر على القرارات الشرائية:	
دوافع عاطفية، التكاليف والمخاطر قليلة	دوافع عقلانية، المخاطر والتكاليف كبيرة حيث تمر القرارات الشرائية بالعديد من المراحل التي تشتمل على تجميع معلومات ودراسة وتحليل
٦. نوع الاتصال بين المستهلك والمنتج (البائع والمشتري) :	
غير مباشر	مباشر، حيث يحتاج مشتري المنشآت الى الشرح والتوضيح والتوجيه بكيفية الاستخدام
٧. مرونة الطلب :	
المرونة مرتفعة حيث يأثر الارتفاع المفاجئ بالسعر مباشرة على المستهلك	المرونة منخفضة حيث لا يؤثر ارتفاع السعر المفاجئ لأنه محدود على سعر المنتجات التي يتم انتاجها بكميات كبيرة.
٨. التركيز :	
يركز المستهلك النهائي على المنافع ولا يلتفت كثيراً إلى الخصائص الفنية للمنتج.	يركز مشتري المنشآت على الخصائص الفنية للمنتج ليتأكد من مطابقتها للمطلوب.

ثالثاً : توصيف السلوك واتخاذ القرار الشرائي لدى مشتري المنشآت:

❖ توقيت الشراء:

هناك عدة عوامل فنية تؤثر في توقيت الشراء لدى مشتري المنشآت:

- سياسات الشراء والتخزين، حيث تشتري المنشآت كميات من المنتجات طبقاً لتكلفة التخزين والحاجة اليه وتكلفة اعادة الشراء.
- معدلات استخدام الاصناف في المنشأة ومدى أهمية كل صنف من اصناف المنتجات والبدائل المتاحة امام المنشأة.
- الهدف من استخدم الاصناف المشتراه والحاجة لتلك الاصناف والتي تتحدد تبعاً لطبيعة الانتاج (مستمر ، حسب الطلبيات)
- مدى الموسمية في الانتاج والشراء والتشغيل، ويرتبط ذلك بحالة الطلب والعرض.
- الامكانيات المادية للمنشأة، حيث تحدد القدرة المالية للمنشأة وشروط الائتمان لدى الموردين

❖ المشاركون في اتخاذ القرار الشرائي:

تشارك عدة ادارات في اتخاذ القرار الشرائي في المنشآت وعادة ما تتكون لجان تضم اطراف عديدة لاتخاذ القرار، واحياناً يؤثر العاملون في المستوى التنفيذي في اتجاهات المدراء.

وهناك عدة تصنيفات للمشاركين في اتخاذ القرارات الشرائية:

- **المستخدمون:** القسم أو الموظف أو العامل الذي يستخدم المنتج. والمستخدم له تأثير قوي ومباشر في تحديد المواصفات المطلوبة في المنتج

- **المؤثّرون:** هم الأفراد او الاقسام او الادارات المؤثرون في اتخاذ القرارات الشرائية من خلال المشاركة في وضع المواصفات المطلوبة وتقييم البدائل. (مثل اقسام التصميم والاقسام الهندسية)

- **اصحاب قرار الشراء:** هم الافراد والاقسام والادارات الذين لديهم سلطة اصدار القرار الشرائي والاختيار النهائي

- **المشترون:** هم الافراد او الاقسام او الادارات الذي يقومون بإجراءات الشراء والتفاوض والتعاقد مع الموردين

- **صمام الحركة:** هم المؤثرون في حركة معلومات الشراء داخل المنشأة (موظفي المشتريات، السكرتارية)

❖ ماذا يبحث عنه المنتجون ؟

هناك اربع دوافع رئيسية تؤثر في مشتري المنشآت أو المشتري الصناعي :

١. هدف الربحية
٢. تقليل تكاليف الانتاج الى اقل حد ممكن
٣. القيام بالمسؤوليات الاجتماعية والقانونية (شراء مواد مشروعة ولا تسبب اضرار للمستهلك)
٤. تقديم خدمات أو منتجات ذات جودة مناسبة لاحتياجات المستهلك.