

الفصل الخامس

سلوك الشراء لدى مشتري المنشآت

أولاً: تعريف مشترى المنشآت Business Buyers

هم المنشآت والأفراد الذين يقومون بشراء السلع والخدمات – ليس بهدف الاستهلاك – ولكن بهدف:

□ إنتاج سلع وخدمات أخرى: شراء المواد المصنعة والمواد الخام أو الآلات والمهمات لاستخدامها في إنتاج سلع وخدمات أخرى

□ إعادة البيع للمنشآت أو للمستهلك النهائي: مثال الوسطاء (تجار الجملة، تجار التجزئة) الذين يقومون ببيع المنتجات التي يحصلون عليها من الموردين أو الشركات للمستهلك النهائي، أو المشتري الذي يقوم بشراء ثلاجات لاستخدامها في تبريد وحفظ المنتجات التي يبيعها لآخرين

ثانياً: أوجه الاختلاف بين سوق المستهلك النهائي وسوق مشتري المنشآت

1. **الطلب المشتق Derived demand**: طلب المنشآت على السلع والخدمات يتبع طلب المستهلك على تلك السلع والخدمات (يعتمد منتج الأخشاب على طلب مصانع الأثاث والتي تعتمد بدورها على طلب الموزعين للأثاث والتي تعتمد بدورها على طلب المستهلك النهائي الفردي أو العائلي)

- هناك خياران متاحان أمام المنتج لتنمية الطلب على منتجاته، الأول التركيز على المستهلك النهائي وتقديم الحوافز والمغريات التسويقية والبيعية وتعريفه بالمنتجات ليطلب شرائها فيقوم المستهلك النهائي بطلب المنتج من الوسطاء. الخيار الثاني هو حث وتحفيز الوسطاء على تنمية الطلب لدى المستهلك النهائي ودعمهم في ذلك

ثانياً: أوجه الاختلاف بين سوق المستهلك النهائي وسوق مشتري المنشآت

2. **محدودية سوق المنشآت واتساع سوق المستهلك النهائي:** في حين يقوم الملايين من المستهلكين النهائيين باستهلاك المنتجات، فإن عدد محدود وقليل من مشتري المنشآت يقوموا بشراء الآلات والأدوات.. الخ. ولذلك فإن قيمة الصفقة (التعامل) تكون منخفضة في حالة المستهلك النهائي مع زيادة عدد المستهلكين، بينما ترتفع قيمة الصفقة في حالة مشتري المنشآت (ارتفاع أسعار الآلات). كما أن معدل تكرار الشراء لدى المستهلك النهائي مرتفع بشكل ملحوظ حيث يشتري بشكل يومي بل وعدة مرات في اليوم الواحد أحياناً بينما معدل تكرار الشراء منخفض في حالة مشتري المنشآت التي تقوم بشراء آلات أو أدوات كل فترة تمتد لسنوات طويلة، فالعمر الانتاجي للسلع الاستهلاكية قصير في حالة السلع الاستهلاكية وطويل في حالة السلع الانتاجية أو الرأسمالية. كذلك فإن سوق المستهلك النهائي يتسم بالاتساع والانتشار وهناك صعوبة في الوصول لكافة أرجائه والتواصل مع المستهلكين، بينما سوق المنشآت محدود ويسهل الاتصال به وهو في الغالب مركز في مناطق جغرافية معينة (مثل المناطق الصناعية)

ثانياً: أوجه الاختلاف بين سوق المستهلك النهائي وسوق مشتري المنشآت

3. **فردية اتخاذ القرار لدى المستهلك النهائي وجماعيته لدى مشتري المنشآت:** متخذ القرار الشرائي في حالة المستهلك هو فرد واحد أو عدد قليل من الأفراد ويمكن بسهولة تحديد الأدوار الشرائية في سوق المستهلك النهائي، بينما في حالة المشتري الصناعي أو مشتري المنشآت هناك عدة جهات تشارك في اتخاذ القرار (إدارة الإنتاج، إدارة المشتريات، الإدارة المالية) ومن ثم هناك صعوبة يواجهها التسويق في تحديد الأدوار المؤثرة في القرار الشرائي في سوق المنشآت.

ثانياً: أوجه الاختلاف بين سوق المستهلك النهائي وسوق مشتري المنشآت

4. فردية اختيار مصدر التوريد لدى المستهلك النهائي وجماعيته لدى مشتري المنشآت: يتعامل المستهلك النهائي في معظم الأحيان مع الكثير من الموردين للحصول على احتياجاته من المواد الغذائية والملابس..الخ. بينما يتعامل مشتري المنشآت مع عدد محدود من الموردين الذين تنطبق عليهم مواصفات ومعايير معينة تضعها الإدارات المختلفة داخل المنشآت

ثانياً: أوجه الاختلاف بين سوق المستهلك النهائي وسوق مشتري المنشآت

5. الدوافع العاطفية لها التأثير أكبر في اتخاذ المستهلك النهائي لقراراته الشرائية بينما الدوافع العقلانية هي المسيطرة على مشتري المنشآت في اتخاذ قراراته الشرائية: حيث ترتفع التكاليف والمخاطر لدى مشتري المنشآت مقارنة بالتكاليف والمخاطر التي يتحملها المستهلك النهائي ومن ثم تمر القرارات الشرائية لدى مشتري المنشآت بالعديد من المراحل التي تشتمل على تجميع معلومات ودراسة وتحليل...الخ

ثانياً: أوجه الاختلاف بين سوق المستهلك النهائي وسوق مشتري المنشآت

6. الاتصال غير مباشر بين المنتج والمستهلك (البائع والمشتري) في سوق المستهلك النهائي بينما هو اتصال مباشر في سوق مشتري المنشآت حيث يحتاج مشتري المنشآت الى شرح وتوضيح وتوجيهات بكيفية الاستخدام وخدمات ضمان وصيانة... الخ

ثانياً: أوجه الاختلاف بين سوق المستهلك النهائي وسوق مشتري المنشآت

7. ارتفاع مرونة الطلب في سوق المستهلك النهائي وانخفاضه في سوق مشتري المنشآت: حدوث ارتفاع في السعر يؤثر بشكل مباشر على المستهلك النهائي في طلبه للمنتج، بينما لا يؤثر ارتفاع السعر كثيراً في سوق مشتري المنشآت، فعندما يرتفع سعر آلة تستخدم في الإنتاج فإن تأثير هذا الارتفاع يكون محدود على سعر المنتجات التي يتم إنتاجها بكميات كبيرة

ثانياً: أوجه الاختلاف بين سوق المستهلك النهائي وسوق مشتري المنشآت

8. **تركيز المستهلك النهائي على المنافع، بينما يركز مشتري المنشآت على الخصائص:** المستهلك النهائي يهتم بالدرجة الأولى بالمنافع التي يحصل عليها ولا يلتفت كثيراً للخصائص الفنية للمنتج (تركيبه ومكوناته وطريقة عمله) بينما يركز مشتري المنشآت على المواصفات الفنية ليتأكد من مطابقتها للمطلوب فأي عيب في تلك المواصفات يكلف المشتري الصناعي الكثير من النفقات.

ثالثاً: توصيف السلوك واتخاذ القرار الشرائي في سوق المنشآت

❖ توقيت الشراء لدى مشتري المنشآت:

- هناك عدة عوامل فنية تؤثر في توقيت الشراء لدى مشتري المنشآت (المشتري الصناعي):
- سياسات الشراء والتخزين التي تطبقها المنشأة حيث تشتري المنشآت كميات من المنتجات طبقاً لتكلفة التخزين والحاجة اليه وتكلفة اعادة شراء المنتجات
- معدلات استخدام الأصناف في المنشأة ومدى أهمية كل صنف من أصناف المنتجات والبدائل المتاحة أمام المنشأة
- الهدف من استخدام الأصناف المشتراة، والحاجة لتلك الأصناف والتي تتحدد تبعاً لطبيعة الانتاج (مستمر، حسب الطلبات)
- مدى الموسمية في الانتاج والشراء والتشغيل، ويرتبط ذلك بحالة الطلب والعرض (المنتجات الغذائية يتم شرائها في موسم معين وتخزينها ثم اعادة بيعها)
- الامكانيات المادية للمنشأة، حيث تحدد القدرة المالية للمنشأة وشروط الائتمان لدى الموردين

ثالثاً: توصيف السلوك واتخاذ القرار الشرائي في سوق المنشآت

❖ المشاركون في اتخاذ القرار الشرائي لدى مشتري المنشآت:

تشارك عدة إدارات في اتخاذ القرار الشرائي في المنشآت وعادة ما تتشكل لجان تضم أطراف عديدة لاتخاذ القرارات الشرائية (مشتريات، مالية، انتاج). وأحياناً يؤثر العاملون في المستوى التنفيذي في اتجاهات المدراء وهم يتخذون القرار الشرائي

هناك عدة تصنيفات للمشاركين في اتخاذ القرارات الشرائية في المنشآت:

ثالثاً: توصيف السلوك واتخاذ القرار الشرائي في سوق المنشآت

- **المستخدمون Users:** القسم أو الموظف أو العامل الذي يستخدم المنتج (المهندس الذي يستخدم الخامات في التصميم) والمستخدم له تأثير مباشر وقوي في تحديد المواصفات المطلوبة في المنتج
- **المؤثرون Influencers:** هم الأفراد أو الأقسام أو الإدارات المؤثرون في اتخاذ القرار الشرائي من خلال المشاركة في وضع المواصفات المطلوبة في المنتج وتقييم البدائل المتاحة (مثال: أقسام التصميم والأقسام الهندسية)
- **أصحاب قرار الشراء Deciders:** هم الأفراد أو الإدارات أو الأقسام الذين لديهم سلطة اصدار القرار الشرائي والاختيار النهائي للموردين
- **المشترون Buyers:** هم الأفراد أو الأقسام أو الإدارات الذين يقومون باجراءات الشراء والتفاوض والتعاقد مع الموردين
- **صمام الحركة Gatekeepers:** هم الأفراد المؤثرون في حركة معلومات الشراء داخل المنشأة (موظفي المشتريات، السكرتارية)

ثالثاً: توصيف السلوك واتخاذ القرار الشرائي في سوق المنشآت

❖ ماذا يبحث عنه المنتجون؟

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

- هدف الربحية
- تقليل تكاليف الانتاج الى أقل حد ممكن
- القيام بالمسؤوليات الاجتماعية والقانونية (شراء مواد مشروعة ولا تسبب أضرار للمستهلك النهائي)
- تقديم منتجات أو خدمات ذات جودة مناسبة لاحتياجات المستهلك النهائي