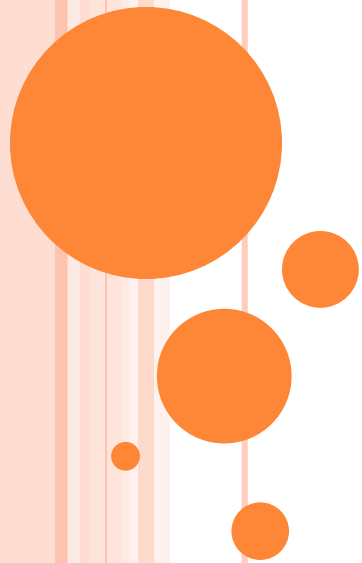




قرارات المشتري التجاري

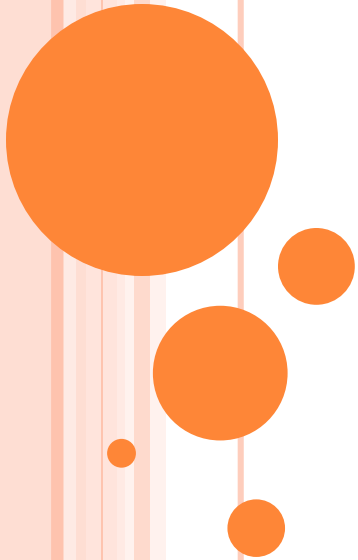
عملية اتخاذ قرار المشتري التجاري THE BUSINESS BUYER DECISION PROCESS

هناك ثمانية مراحل لعملية اتخاذ القرار بشأن المشتري التجاري عادة ما يمر المشترون الذين يواجهون حالة شراء مهمة جديدة بجميع مراحل عملية الشراء في المقابل يمكن للمشتريين الذين يقومون بعمليات إعادة شراء معدلة أو مباشرة تخطي بعض المراحل

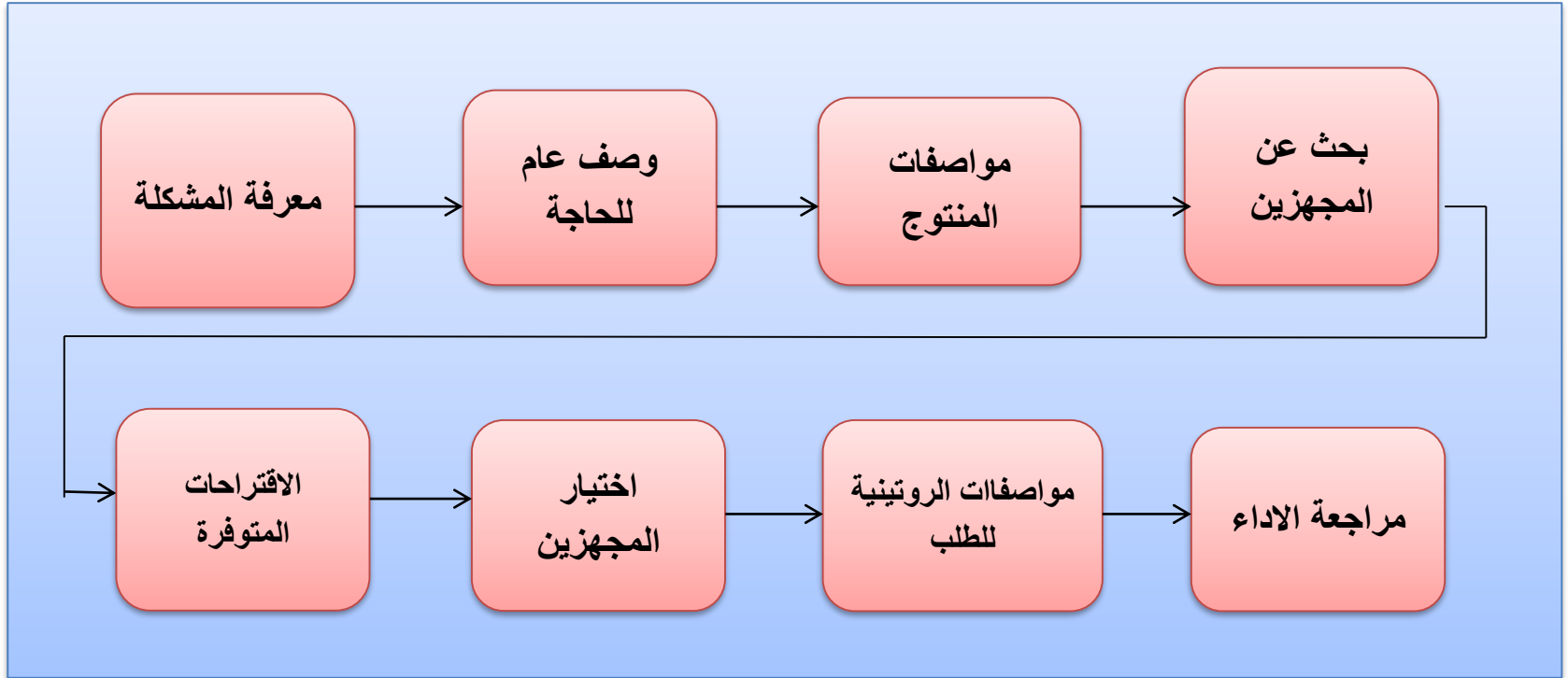


وهذه المراحل هي :

1. معرفة المشكلة
2. وصف عام للحاجة
3. مواصفات المنتج
4. البحث عن المجهزين
5. الاقتراحات المتوفرة
6. اختيار المجهزين
7. المواصفات المتكررة للطلب
8. مراجعة الاداء



مراحل عملية اتخاذ قرار الشراء للمشتري التجاري



الشكل 6.3

مراحل عملية اتخاذ القرار الشراء للمشتري التجاري



التعرف على المشكلة PROBLEM RECOGNITION

التعرف على المشكلة : المرحلة الأولى من عملية الشراء حيث يتعرف شخص ما في الشركة على مشكلة أو حاجة يمكن تلبيتها من خلال الحصول على سلعة أو خدمة .

. تبدأ عملية الشراء عندما يدرك أحد الأشخاص في الشركة وجود مشكلة أو حاجة يمكن تلبيتها من خلال الحصول على منتج أو خدمة معينة. يمكن أن ينجم التعرف على المشكلة عن محفزات داخلية أو خارجية داخليًا

. قد تقرر الشركة إطلاق منتج جديد يتطلب معدات ومواد إنتاج جديدة. أو قد تتعطل الآلة وتحتاج إلى أجزاء جديدة.

. ربما يكون مدير المشتريات غير راض عن جودة المنتج أو الخدمة أو الأسعار الحالية للمورد. في الواقع، غالبًا ما ينبه مسوقوا الأعمال الزبائن إلى المشكلات المحتملة ثم يوضحون كيف توفر منتجاتهم وخدماتهم الحلول

. قد يحصل المشتري على بعض الأفكار الجديدة في معرض تجاري، أو يشاهد إعلانًا أو موقعًا إلكترونيًا، أو يتلقى مكالمة أو بريدًا إلكترونيًا من مندوب مبيعات يقدم منتجًا أفضل أو سعرًا أقل

وصف عام للحاجة GENERAL NEED DESCRIPTION

- وصف عام للحاجة :هي المرحلة في عملية الشراء التجارية التي يصف فيها المشتري الخصائص العامة والكمية للعنصر المطلوب
- بعد التعرف على الحاجة، يقوم المشتري بعد ذلك بإعداد وصف عام للحاجة يصف خصائص وكمية العنصر المطلوب. بالنسبة للعناصر القياسية، تمثل هذه العملية بعض المشكلات. ومع ذلك، بالنسبة للعناصر المعقدة، قد يحتاج المشتري إلى العمل مع الآخرين - المهندسين والمستخدمين والاستشاريين - لتحديد العنصر
- قد يرغب الفريق في تصنيف أهمية الموثوقية والمتانة والسعر والسمات الأخرى المطلوبة في العنصر. في هذه المرحلة، يمكن لمسوق الأعمال التنبيه مساعداً المشتريين على تحديد احتياجاتهم وتوفير معلومات حول قيمة خصائص المنتج المختلفة.

مواصفات المنتج PRODUCT SPECIFICATION

مواصفات المنتج هي مرحلة عملية الشراء التجارية التي تقرر فيها منظمة الشراء وتحدد أفضل خصائص المنتج الفنية للعنصر المطلوب

الاستعانة بفريق هندسي لتحليل القيمة تحليل قيمة المنتج هو أسلوب لخفض التكلفة يتم من خلاله دراسة المكونات بعناية لتحديد ما إذا كان من الممكن إعادة تصميمها أو توحيدها أو تصنيعها بطرق إنتاج أقل تكلفة. يقرر الفريق أفضل خصائص المنتج ويحددها وفقًا لذلك يمكن للبائعين أيضًا استخدام تحليل القيمة كأداة للمساعدة في تأمين حساب جديد. من خلال إظهار طريقة أفضل للمشتري لصنع شيء ما، يمكن للبائعين الخارجيين تحويل مواقف إعادة الشراء المباشرة إلى مواقف مهام جديدة تمنحهم فرصة للحصول على أعمال جديدة.

بحث عن المجهزين SUPPLIER SEARCH

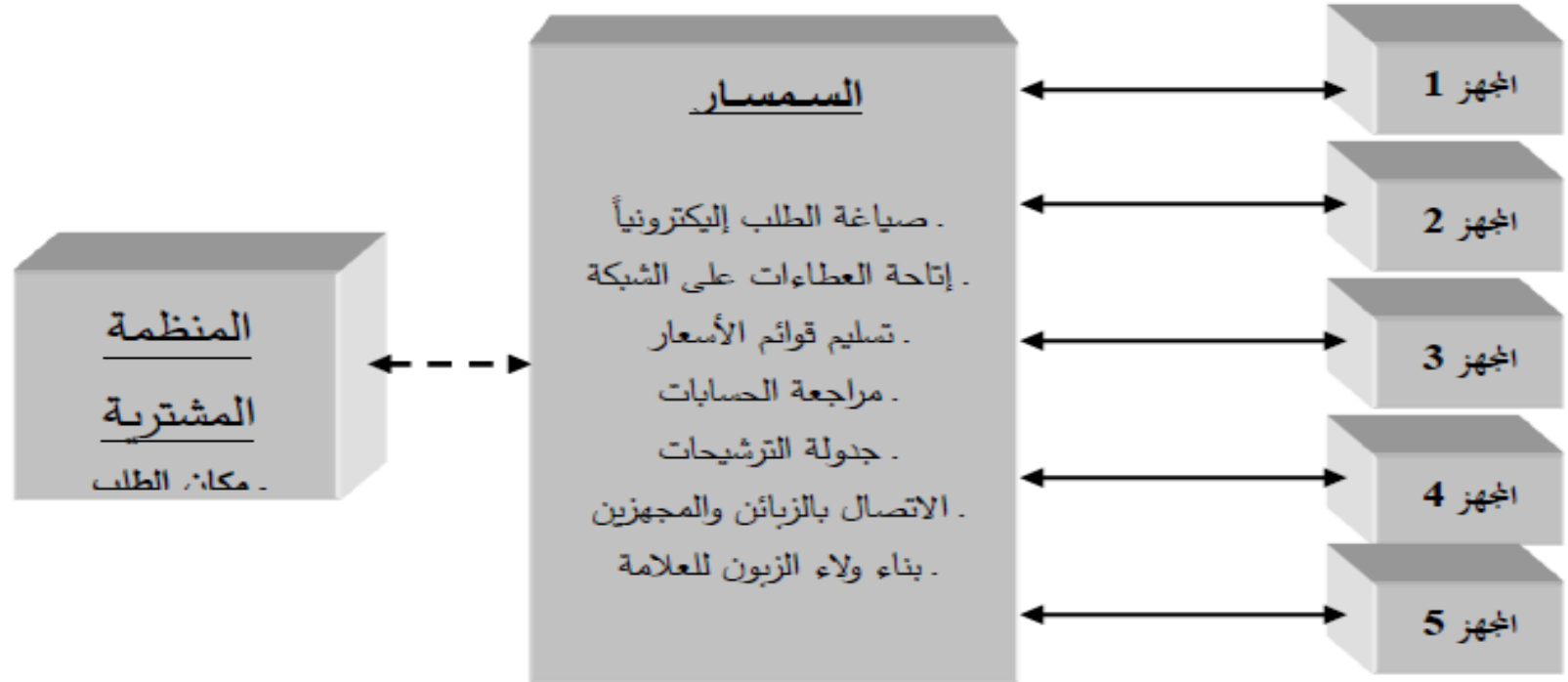
- البحث عن المجهزين : مرحلة من عملية الشراء التجارية حيث يحاول المشتري العثور على أفضل البائعين
- إجراء بحث عن المجهزين للعثور على أفضل البائعين يمكن للمشتري تجميع قائمة صغيرة من المجهزين المؤهلين من خلال مراجعة الأدلة التجارية، أو إجراء عمليات بحث عبر الإنترنت، أو الاتصال بشركات أخرى للحصول على توصيات.
- الشراء الاحداث، تكون السلعة أكثر تعقيدًا وتكلفة، زاد مقدار الوقت الذي سيقضيه المشتري في البحث عن الموردين تتمثل مهمة المورد في الإدراج في الدلائل الرئيسية، وإنشاء حضور قوي عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، وبناء سمعة طيبة في السوق. يجب على مندوبي المبيعات مراقبة الشركات أثناء عملية البحث عن الموردين والتأكد من أخذ شركاتهم في الاعتبار.

أهم المعايير التي تستخدم في تحليل المجهز

المعيار	مضامينه
سعر المنتج	سعر الوحدة ، سعر الكميات الكبيرة ، الخصم المتاح
نوعية المواد	امتلاك المجهز لتأكيد النوعية ، مثل ISO-9000
المعولية	ماضي المجهز في تلبية التسليم في مواعيده
خدمات ما بعد البيع	استبدال الأجزاء المعيبة ، تعليمات الاستخدام ، تصليح المنتج
موقع المجهز	تكاليف النقل ، زمن الاستجابة للطلب
توفر الخزين	تأخر الاستلام بسبب نفاذ خزين المجهز
مرونة التجهيز	استجابة المجهز للتغيرات التي قد تحصل في الطلب من حيث الكمية والنوعية والتصميم
الاستقرار المالي	مدة بقاء المجهز في صناعته ، مستوى أرباحه وديونه
المقدرة التقنية	طاقة المجهز في البحث والتطوير ، التكنولوجيا التي يستخدمها في التصنيع والنقل
النطاق الإنتاجي	إمكانية المجهز في تقديم مدى واسع من المنتجات ، عدد خطوطه الإنتاجية

Source:

Romo, Maija, "Import as a Mode of Internalization Case: Finnish SMEs Buying from Vietnam", Doctoral Thesis in Economic, Pereston University, 2002, P: 81.



شكل (1-5) اختيار المجهز إلكترونياً

Source:

Ramani, Senthil K., Shunk, Dan L. and Henderson, Mark R.,
"Electronic Supplier Selection System", **AMSMA**, Vol. (8587), 2000,
P:2.