



Manara University
College of Business

جامعة
المنارة

MANARA
UNIVERSITY

Consumer Behavior

CBMC202

LECTURE 13

Prepared by

Dr. Rizane Nassour

2018-2019



جامعة
المنارة

MANARA
UNIVERSITY

سلوك المستهلك المؤسساتاتي





جامعة
المنارة

MANARA
UNIVERSITY

- يختلف سلوك المستهلك النهائي عن سلوك المستهلك الصناعي؛ فالمستهلك النهائي يشتري المنتجات لإشباع حاجاته ورغباته الشخصية، أما المشتري الوسيط فيقوم بشراء السلع والخدمات التي تساعد على إنتاج أو تزويد المستهلكين النهائيين بما يحتاجونه من منتجات.



جامعة
المنارة

MANARA
UNIVERSITY

- ولذلك فإنهما يختلفان في كيفية اتخاذ القرار الشرائي وكذا مختلف العوامل المؤثرة عليه. ولا شك أن رجل التسويق بحاجة إلى تفهم السلوك الشرائي لكل من النوعين فالمستهلك النهائي والذي يستهلك السلع أو الخدمات من أجل إشباع حاجاته له دوافعه وثقافته التي تؤثر في سلوكه الشرائي. والمشتري الصناعي أيضا له دوافعه التي تدفعه إلى الشراء وإن كان لا يفكر بطريقة عاطفية كالمشتري النهائي.



جامعة
المنارة

MANARA
UNIVERSITY

- تعريف المستهلك المؤسساتي:
- هو المشتري الذي يشتري السلع من أجل إعادة تصنيعها أو لمساعدته في عملية التصنيع
- أو لإعادة بيعها أو إيجارها من أجل الحصول على عائد من ذلك.



جامعة
المنارة

MANARA
UNIVERSITY

- ويمكن تصنيف سوق المشتري المؤسساتي إلى ما يلي:
- ✓ سوق المنتجات الصناعية: حيث يتكون من عدد من المنظمات تشتري السلع من أجل إدخالها في العملية الصناعية ويدخل في ذلك السوق المنشآت الصناعية المختلفة والزراعية والتعدينية والمصرفية والمالية... الخ.



جامعة
المنارة

MANARA
UNIVERSITY

- ✓ سوق منشآت إعادة البيع: وهي التي تشتري السلع من أجل إعادة بيعها إلى الغير وتحقيق ربح من ذلك
- فالمنظمات الصناعية، النوع الأول، يعمل على تحقيق المنفعة الشكلية للسلعة، بينما تعمل منشآت إعادة البيع على تحقيق المنفعة المكانية والزمانية ومنفعة الحياة.
- ويتكون سوق هذه الفئة من منشآت الجملة والتجزئة التي تشتري السلع من أجل إعادة بيعها وتحقيق ربح من وراء ذلك.



جامعة
المنارة

MANARA
UNIVERSITY

- ✓ المشتري الحكومي: حيث تعتبر الحكومة من أكبر المشتريين حيث تشتري المهمات والعدد المختلفة والأدوات المكتبية من أجل تسيير دولا ب العمل وهناك طرق معينة للشراء الحكومي عن طريق المناقصات.

خصائص سوق المشتري الوسيط

- يتميز المشتري الصناعي بمجموعة من الخصائص ندرجها في النقاط التالية:
- ✓ يتكون سوق المشتري الصناعي من عدد محدد من المشتريين الذين يشترون بكميات كبيرة.
- ويمكن ملاحظة ذلك في صناعة المياه الغازية مثلا: فعدد محدود جدا من المصانع يشتري من عدد محدود جدا من المنشآت مدخلات الإنتاج المختلفة ليتم بيعها لملايين المستهلكين النهائيين



جامعة
المنارة

MANARA
UNIVERSITY

- ✓ يتركز سوق المشتري الصناعي جغرافياً؛
- ✓ طلب المشروعات الصناعية طلب مشتق
- ✓ يخضع سوق المشتري الصناعي لكثير من التقلبات التجارية والفصلية؛
- ✓ في كثير من الأحيان يكون الطلب غير مرن، فالطلب على السلع الصناعية لا يتأثر كثيراً بتقلبات الأسعار.



جامعة
المنارة

MANARA
UNIVERSITY

خطوات الشراء عند المشتري الوسيط

- يمكن تلخيص خطوات الشراء عند المشتري الوسيط في الآتي:
- ✓ التأكد من أن هناك حاجة أكيدة للشراء وأن هناك إمكانية إشباع تلك الحاجات عن طريق الشراء،
- ومعنى ذلك التأكد من أن الأشياء المطلوبة غير موجودة فعلا سواء في المخازن أو في أي من أقسام
- أو وحدات أخرى في المصنع؛



- ✓ توصيف المشتريات وتحديد الكمية المطلوبة حيث يتم ذلك من قبل الإدارة الطالبة؛
- ✓ البحث عن المصادر المناسبة للتوريد ويلزم تجميع المعلومات عن الموردين المحتملين وعمل حصر شامل لهم ثم وضع معايير لاختيارهم وفقا لاعتبارات الجودة والخدمة والسعر؛
- ✓ دراسة العروض المقدمة من الموردين؛



جامعة
المنارة

MANARA
UNIVERSITY

- ✓ إرساء الاختيار على مورد معين أو أكثر من مورد وفقا للسياسة التي تتبعها إدارة المشتريات، أما سياسة التركيز على مورد وحيد أو توزيعها على أكثر من مورد؛



جامعة
المنارة

MANARA
UNIVERSITY

- ✓ تحديد إجراءات الاستلام والرقابة على الجودة وتسديد ثمن البضاعة المشتراة؛
- ✓ تقييم عملية الشراء بقصد تحديد نتائج الصفقات السابقة لأنه يرشد القرارات المستقبلية إما
- الاستمرار مع المورد أو الامتناع عن تكرار التعامل معه مع ذكر الأسباب.

المتدخلون في عملية الشراء:

جامعة
المنارة

MANARA
UNIVERSITY

- يشارك عدد كبير من الأفراد في اتخاذ القرار الشرائي في منظمات الأعمال، ويلعب كل منهم دورا مختلفا في هذه العملية، وتحدث داخل وحدة الشراء أو مركز الشراء. ونوجز هذه الأدوار في النقاط التالية:



جامعة
المنارة

MANARA
UNIVERSITY

- ✓ المستخدمون: وهم الذين يستعملون السلعة ويلعبون دورا بارزا في تحديد مواصفاتها؛
- ✓ المؤثرون: وهم الأشخاص الذين يؤثرون بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في عملية الشراء وفي الغالب وغالبا ما يكون الأشخاص المؤثرون من
- الأشخاص الفنيين؛



جامعة
المنارة

MANAR
UNIVERSITY

- ✓ المشترون: وهم الذين يقومون بعملية الشراء. وفي الغالب عدد من الأفراد يشتركون في ذلك أي عمل اللجان.
- ولهم تأثير كبير في اختيار المورد والتفاوض وفقا لمحددات الشراء الموضوعة سلفا.
- ✓ متخذو القرار: وهم الأشخاص الذين يختارون المورد النهائي؛



العوامل المؤثرة في اتخاذ قرار الشراء:

- ✓ عوامل داخلية تتعلق بالمنظمة ترتبط بعدد المتخصصين والخبراء من فنيين وإداريين المتدخلين في عملية الشراء؛
- ✓ عوامل تنظيمية تنبع من داخل التنظيم، وتتمثل في الأهداف والسياسات والإجراءات التنظيمية، والهيكل التنظيمي للمنظمة والأنظمة الداخلية؛
- ✓ حالة الشراء؛ فهناك شراء لأول مرة أو إعادة شراء معدلة أو إعادة شراء روتينية؛

- ✓ طبيعة المنتجات التي يتم شراؤها؛ فكلما زاد مستوى التعقيد في المنتج وارتفعت قيمته المادية يتم اللجوء
- إلى تشكيل قرار تشاركي بين العديد من الأطراف (فنيين، ماليين وخبراء) لتقليل حجم المخاطر؛
- ✓ عوامل بيئية: تتمثل في متغيرات البيئة الخارجية للمنظمة وهي مثل مستوى الطلب الأولي، الظروف الاقتصادية والمالية، معدل التغير التكنولوجي بالإضافة إلى العوامل السياسية وظروف المنافسة.
- ✓ عوامل شخصية: والمتمثلة في سلطة الأشخاص المكونين لفريق التفاوض أو لجنة الشراء ووضعهم
- التنظيمي؛
- ✓ العوامل الفردية: مثل العمر والدخل والتعليم والوضع الوظيفي، الشخصية وكيفية مواجهة المخاطر.



جامعة
المنارة

MANARA
UNIVERSITY

أنواع قرار الشراء

- يتخذ المستهلك ثلاثة أنواع من القرارات :
- - اعادة شراء سابق من غير أي تعديل عن طريق قسم المشتريات بشكل روتيني والعامل الاساسي هنا هو درجة الرضا عن المنتج والمورد .



جامعة
المنارة

MANARA
UNIVERSITY

- - اعادة الشراء مع التعديل:
- تجري عملية الشراء هنا بإعادة عملية شراء سابقة مع بعض التعديلات عليها قد يكون التعديل في المورد أو السعر أو تعديل في مواصفات المنتج.



جامعة
المنارة

MANARA
UNIVERSITY

- - الشراء لأول مرة:
- وهي شراء منتج مادي أو خدمي لأول مرة.
- يتطلب هذا القرار تدخل عدد كبير من المختصين في اختصاصات مختلفة وكلما زادت الكلفة زادت الخطورة وازداد عدد المشاركين باتخاذ القرار.

- نهاية المحاضرة