

المحاضرة رقم 7: السلوك الشرائي للمنظمات

1-تعريف السلوك الشرائي للمنظمات: وتعرف على أنها عملية اتخاذ القرار التي من خلالها تقوم المنظمة بتحديد حاجاتها من السلع والخدمات، وتكتشف، وتقيم، وأخيرا تختار العلامات التجارية والموردين.

2-أنواع أسواق المنظمات: الأسواق التجارية، أسواق الوسطاء، الأسواق الحكومية، الأسواق المؤسسية.

3-خصائص أسواق المنظمات: عدد قليل من المشتريين بحجم مشتريات أكثر أهمية، علاقات تجارية ضيقة، المشترون خبراء، تعدد المتدخلين، بيع يركز على العديد من الزيارات، الطلب مشتق، الطلب غير مرن، الطلب متقلب، الشراء المباشر، التركيز الجغرافي.

4-أنواع الوضعيات الشرائية للمنظمات: الشراء الجديد، إعادة الشراء المعدلة، إعادة الشراء البسيطة.

5-مراحل القرار الشرائي للمنظمات: الشعور بالمشكلة، وصف خصائص المنتج ومواصفاته، البحث عن الموردين، استقبال وتحليل العروض، اختيار الموردين، إجراء الطلبية، متابعة وتقييم النتائج.

6-العوامل المؤثرة في السلوك الشرائي للمنظمات: وهي:

- العوامل البيئية؛
- العوامل التنظيمية؛
- العوامل التفاعلية بين الأفراد؛
- العوامل الفردية.