

**أثر مركز الشراء على جودة القرارات الشرائية  
بالمؤسسات الصناعية لولاية تبسة  
- دراسة تحليلية - \***

**أ. غريب الطاوس\*\***

**أ.د. رجم نصيب\*\*\***

---

\* تاريخ التسليم: 2016/4/26م، تاريخ القبول: 2016/7/2م.  
\*\* طالب دكتوراه/ جامعة باجي مختار- عنابة/ الجزائر.  
\*\*\* أستاذ التعليم العالي/ جامعة باجي مختار- عنابة/ الجزائر.

## مقدمة

تعدّ عمليات شراء المنتجات من العمليات المهمة والأساسية في المؤسسات الصناعية، وذلك يعود إلى حاجة هذه المؤسسات إلى منتجات مختلفة تتسم بالجودة المناسبة، الكمية المطلوبة، الأسعار الملائمة وفي الوقت المناسب... من أجل أن تتمكن هذه المنظمات من تنفيذ خططها الإنتاجية وتلبية حاجة الأسواق التي تتعامل معها، إن تحقيق أهداف المؤسسات الصناعية يعتمد على مدى نجاحها في تنفيذ عملية الشراء واختيار الموردين القادرين على توفير متطلبات عملية الإنتاج لمنتجاتها وفقاً للمواصفات المطلوبة.

والى جانب ذلك تؤثر وظيفة الشراء في ربحية المؤسسة، إذ يوجد بينها وبين الربحية علاقة مباشرة، نتيجة لأن أي توفير يتحقق في شراء احتياجات المؤسسة يضاف مباشرة إلى الربحية دون أي أعباء إضافية، كما تبرز أهمية وظيفة الشراء باعتبارها أحد الروابط الرئيسية التي تربط بين المؤسسة والبيئة المحيطة بها، وذلك من خلال الدور الذي تمارسه هذه الوظيفة حيث تعمل على توفير قدر كبير من المدخلات (المتواجدة في البيئة الخارجية) والتي تمثل أحد أهم العناصر التي يتوقف عليها نجاح المؤسسة (Webster, 1984, 20).

ولضمان نجاح وكفاءة واستمرارية المؤسسة الصناعية لابد وأن تعمل على تحسين كفاءة وظيفة الشراء، ومن بين الأسس التي تضمن تحقيق ذلك «اتخاذ قرار شرائي جيد»، ويكون ذلك من خلال توفير أكبر عدد ممكن من البدائل والطول والمفاضلة بينها على أسس موضوعية، وهذا ما يميز قرار الشراء الصناعي بمجموعة من السمات عن قرار الشراء عند المستهلك النهائي (أبو جمعة، 1989، 5).

ومن أهم سمات قرار الشراء في المؤسسات الصناعية تعدد الجوانب المرتبطة به، فله جوانب مالية، فنية، بيئية وأخرى قانونية، مما يتطلب ضرورة تعدد الجهات المشاركة في اتخاذ قرار الشراء وهذا ما يشكل وحدة صناعة القرار الشرائي بالمؤسسة الصناعية.

يستخدم مفهوم مركز الشراء كأحد المفاهيم التي يمكن الاستعانة به لتحسين جودة قرار الشراء، على اعتبار أنه وحدة تتولى عملية اتخاذ القرار الشرائي، ومن أهم سمات هذه الوحدة تعدد الجهات المشاركة فيها لاتخاذ مختلف القرارات الشرائية في المؤسسات الصناعية، وعلى هذا الأساس سيتم التركيز على درجة الجودة التي تتخذ فيها القرارات الشرائية بالمؤسسات الصناعية في ولاية تبسة عند شراء التجهيزات المكتبية.

ومن هذا المنطلق سيتم تسليط الضوء على مركز الشراء كأحد المفاهيم الأساسية في عملية شراء المنتجات الصناعية، إضافة إلى تحديد أثره على جودة القرارات الشرائية بالمؤسسات بالاعتماد على دراسة تحليلية احصائية لمجموعة من المؤسسات الصناعية بولاية تبسة، وذلك من خلال العناصر المولية:

- ◆ أولاً: الإطار العام للبحث.
- ◆ ثانياً: الإطار النظري للبحث.
- ◆ ثالثاً: الإطار العملي للبحث.

## ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل مدى إدراك المؤسسات الصناعية لمفهوم مركز الشراء كأحد المفاهيم الأساسية في التسويق الصناعي، ودوره في تحسين جودة اتخاذ القرار الشرائي، ومن ثم تحديد أثر تطبيق هذا المفهوم في جودة القرارات الشرائية بالمؤسسات الصناعية بولاية تبسة، وقد اتبعت هذه الدراسة المنهجية الوصفية في وصف متغيرات الدراسة، إضافة إلى المنهجية التحليلية حيث اختبرت تأثير عدد من المتغيرات المستقلة في المتغير التابع، ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة تم استخدام عينة عمدية تكونت من 37 مؤسسة صناعية بولاية تبسة للإجابة على أسئلة الاستبيان، وقد توصلت الدراسة إلى إثبات وجود علاقة ذات دلالة إحصائية لتطبيق مفهوم مركز الشراء على نجاح العملية الشرائية نتيجة التزام المورد بتسليم المنتجات، الأمر الذي ينعكس إيجاباً على جودة القرارات الشرائية المتخذة بالمؤسسات الصناعية.

وفي الأخير جرى اقتراح جملة من التوصيات الواجب أخذها بعين الاعتبار من طرف المؤسسات المدروسة.

الكلمات المفتاحية: مركز الشراء، اتخاذ القرار الشرائي، جودة القرار.

## The Impact of the Buying Center on the Quality of Purchasing Decisions at Industrial Establishments

### Abstract:

The objective of this study is to analyze the extent to which industrial establishments perceive the concept of the buying center as one of the basic concepts in industrial marketing, and its role in improving the quality of purchasing decision making, in order to determine the effect of applying this concept on the quality of purchasing decisions in the industrial establishments of Tebessa. The study followed a descriptive method to describe the study's variables, in addition to the analytic method which has tested the impact of a number of independent variables on the dependent variable. In order to achieve the objectives of the study, a sample of 37 industrial establishments in the state of Tebessa received the questionnaire to answer it. The study confirmed the existence of a statistically significant relationship between the application of the buying center concept and the success of purchasing operation as a result of the commitment of supplier to deliver the products, which in turn reflects positively on the quality of the purchasing decision made by industrial organizations. Finally, a number of recommendations were proposed to be considered by the industrial establishments.

**key words:** buying center, purchasing decision, quality of the decision.

## أولاً: الإطار العام للبحث

### 1. إشكالية البحث

لقد ظهر مفهوم مركز الشراء وجرى تقديمه الى دائرة التسويق في عام 1967 بواسطة روينسون وزملائه، إذ بدا من خلاله أن المشتري كمؤسسة صناعية يختلف عما هو عليه المشتري كمستهلك نهائي في العديد من الجوانب، على الرغم من كون الفرد هو جوهر العملية الشرائية، ولكن الدوافع والأهداف والغرض من الشراء تختلف من حالة الى أخرى، وكون المشتري في المؤسسة الصناعية هو فرد مسؤول بدرجة وظيفية معينة ضمن الهيكل الوظيفي، وأن سلوكه وتصرفه ينبع من تحقيق أهداف المؤسسة وسياساتها التسويقية والانتاجية، لذلك فإن سلوكه الشرائي والخطوات التي يعتمدها في اتخاذ قرار الشراء سوف تختلف كلياً عما هو عليه في سلوك المستهلك النهائي.

لذلك يمكن القول، إن قرار الشراء في المؤسسات الصناعية هو سلوك منظم يتألف من مجموعة أفعال وإجراءات تنظيمية مخططة مسبقاً، تعمل على تطوير أهداف المؤسسة الشرائية، وعلى تنفيذ عدة نشاطات معينة وذلك للحفاظ على تدفق كاف من السلع والخدمات لتدفق سير واستمرار العمليات.

وانسجاماً مع ما تقدم فإن مشكلة البحث تبرز من خلال ما يأتي:

◀ إلى أي مدى يؤثر مركز الشراء في جودة قرار شراء التجهيزات المكتبية في المؤسسات الصناعية بولاية تبسة؟

وتنبثق من التساؤل الرئيسي عدة أسئلة فرعية أهمها:

◀ كيف يسهم تطبيق مفهوم مركز الشراء في نجاح العملية الشرائية بالمؤسسات الصناعية لولاية تبسة؟

◀ إلى أي مدى يؤثر تطبيق مفهوم مركز الشراء في التزام المورد بتوفير احتياجات المؤسسات الصناعية بولاية تبسة؟

وتجدر الإشارة إلى أنه قد ركز على شراء التجهيزات المكتبية في هذا البحث راجع للأسباب التالية:

♦ تعد من السلع الرأسمالية المعمرة التي يستثمر فيها جزء كبير من رأس المال، وهي لا تساهم مباشرة في الإنتاج وإنما تسهم بشكل غير مباشر.

♦ ارتفاع القيمة المالية لهذه المعدات.

♦ أهمية التركيز على جوانب متعددة عند اتخاذ قرار شرائها، حيث يتم التركيز على عنصرى الجودة (الجانب الفني) وخدمات ما بعد البيع إلى جانب التركيز على السعر كمتغيرات أساسية عند اتخاذ قرار الشراء.

♦ أهمية اشتراك أكثر من جهة في اتخاذ قرار شراء التجهيزات المكتبية نتيجة تعدد الجوانب المرتبطة بها.

♦ تميز هذه المعدات بوفرة التشكيل، مما يؤدي إلى ظهور عدد كبير من البدائل للمفاضلة بينها عند اتخاذ قرار الشراء الخاص بهذه التجهيزات.

### 2. أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى ما يأتي:

♦ السعي لبلورة مفهوم مركز الشراء وأهمية تطبيقه في المؤسسات الصناعية، بالاستفادة مما طرحته الأدبيات العلمية؛

♦ الاستعانة بمفهوم مركز الشراء كوسيلة لتحسين جودة القرار الشرائي.

♦ تقييم النظام الشرائي المتبع وتحديد الأسباب المؤدية إلى انخفاض جودة القرار الشرائي الخاص بالتجهيزات المكتبية في المؤسسات الصناعية بولاية تبسة.

♦ تفسير الأسباب المؤدية إلى انخفاض جودة القرارات الشرائية الصناعية والمتعلقة بالتجهيزات المكتبية، وعلاقة هذه الأسباب بمدى التطبيق والأخذ بمفهوم مركز الشراء.

### 3. أهمية الدراسة

تنبع أهمية هذا البحث من خلال إلقاء الضوء على أحد مجالات دراسة التسويق الصناعي وهو دراسة السلوك الشرائي للمؤسسات بشكل عام، ومركز الشراء كوحدة صنع قرار الشراء في المؤسسات بشكل خاص وذلك من خلال التركيز على دور مركز الشراء في تحقيق جودة القرارات الشرائية بالمؤسسات الصناعية، على أساس أن الشراء هو الجانب الآخر لعملية التسويق الصناعي، إذ تعد وظيفة الشراء وظيفة هامة جداً في المؤسسة، فهي تعمل على توفير احتياجات المؤسسة لتسهيل العمليات التشغيلية اليومية.

وتنبثق أهمية هذه الدراسة في توضيح أثر اعتماد مفهوم مركز الشراء بمختلف أعضائه في عملية اتخاذ القرارات الشرائية بنجاح، وذلك بالاعتماد على مراحل وخطوات محددة ومدروسة تحقيقاً لأهداف المؤسسة الشرائية والتسويقية.

### 4. فرضيات الدراسة

لبلوغ أهداف الدراسة، سيتم صياغة فرضيات الدراسة على النحو الآتي:

#### الفرضية الأساسية

♦ (توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية  $(\alpha \leq 0.05)$  بين تطبيق مفهوم مركز الشراء وجودة القرار الشرائي في المؤسسات الصناعية لولاية تبسة)

وتتجلى منها الفرضيات الفرعية الآتية:

- الفرضية الفرعية الأولى: (توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية  $(\alpha \leq 0.05)$  بين تطبيق مفهوم مركز الشراء ونجاح العملية الشرائية في المؤسسات الصناعية لولاية تبسة)

- الفرضية الفرعية الثانية: (توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية  $(\alpha \leq 0.05)$  بين تطبيق مفهوم مركز الشراء والتزام المورد مع المؤسسات الصناعية لولاية تبسة)

وقد يتطلب اختبار صحة الفرضيات تطوير عدة مؤشرات لتحديد مدى إدراك مفهوم مركز الشراء، حيث يزداد عدد المشاركين في مركز الشراء ويختلف مجالهم الوظيفي حسب هذه المؤشرات،

ويعرفه الباحثان على أنه وحدة فرعية ليس لها شكل رسمي داخل المنظمة ولكن تتكون من مجموعة أفراد يشتركون معا في الوصول الى هدف معين وهو اتخاذ قرار الشراء.

#### اتخاذ القرار الشرائي:

ويمكن تعريفه على أنه: (سلسلة من الاجراءات المتضمنة تخطيط وتنظيم وإنجاز جميع الأعمال التي يجب القيام بها لتوفير جميع المواد والسلع المطلوبة) (النداوي، 2010، 58)، كما يعرف اتخاذ القرار الشرائي على انه: (عملية أو أسلوب الاختيار الرشيد بين عدد من البدائل المتاحة لإتمام عملية الشراء وتحقيق اهدافها خلال فترة زمنية معينة، وفي ضوء معطيات كل من البيئة الداخلية والخارجية، والموارد المتاحة للمنظمة) (حنفي، ابو قحف، 1993، 138).

ويمكن تعريفه على أنه عملية اختيار دقيق بعد دراسة تحليلية لعدد من البدائل المتاحة حول توفير احتياجات المنظمة من المواد ومستلزمات العمل خلال فترة زمنية معينة، من أجل تحقيق الاهداف المرجوة.

#### 7. الدراسات السابقة

دراسة (Webster, Wind, 1972) بعنوان: (النموذج العام لفهم سلوك الشراء الصناعي)

تعد هذه الدراسة أول من طور نمودجا لسلوك الشراء الصناعي، وباحتثها هما اللذان أطلقا الموجة الأولى لفهم قضية الشراء الصناعي وسلوكه، عرفت هذه الدراسة الشراء الصناعي بأنه عملية اتخاذ قرار يؤديها أشخاص معينين في ظل تفاعلهم مع أشخاص آخرين داخل محيط المنظمة الرسمي.

أجريت هذه الدراسة ميدانيا في شركة فورد الأمريكية لصناعة محركات الزوارق البحرية، وقد حاولت تقديم تعريفا لمركز الشراء وتحديد العلاقات التبادلية والتفاعل بين المشترين في صنع القرار الشرائي، وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج أهمها:

- السلوك الشرائي للمنظمات ظاهرة معقدة نظرا لتعدد وتنوع المتغيرات المؤثرة على هذا السلوك وتتراوح هذه المتغيرات بين متغيرات بيئية وتنظيمية فضلا عن المتغيرات السلوكية.

- جماعية قرار الشراء تعد أحد المظاهر الرئيسية للسلوك الشرائي للمنظمات، وترجع جماعية القرار أساسا الى تعدد المتغيرات المؤثرة على هذا القرار والى حاجة متخذ القرار الى معلومات متنوعة عن نواحي متعددة تمثل جوانب هذا القرار:

- تعتبر العلاقات التبادلية بين أعضاء مركز الشراء أحد المؤثرات على فاعلية قرار الشراء.

- هناك أدوار متعددة يمكن التمييز بينها في عملية الشراء، وتتوزع هذه الأدوار على المشاركين في صنع قرار الشراء وفقا لمدى إدراك كل فرد لأهميته النسبية وأهمية الدور الذي يقوم به ضمن مركز الشراء.

أفادت هذه الدراسة البحث عن طريق تأكيدها أهمية مركز الشراء وتحديد طبيعة العلاقات التفاعلية بين أفرادها، كما أنها بينت أن تكوين مركز الشراء يساهم في تفسير السلوك الشرائي للمنظمات ويعزز فاعلية القرارات الشرائية.

التي تستمد مقوماتها من خلال متغيرات الموقف الشرائي، بالإضافة الى مؤشرات أخرى لقياس جودة قرار الشراء، وتستمد هذه المؤشرات مقوماتها من الأهداف الرئيسية لإدارة المشتريات المتمثلة تباعا في:

♦ جماعية قرار الشراء وتعدد الأدوار المشاركين في عملية اتخاذ القرار.

♦ التخطيط المسبق لمختلف جوانب القرار.

♦ القيمة المالية للمنتج.

♦ المخاطرة المدركة عند الشراء.

♦ مراحل اتخاذ القرار الشرائي.

♦ توفير احتياجات المؤسسة بالجودة وبالكمية وفي الوقت وبالثلث ومن المصدر المناسب.

#### 5. حدود الدراسة

تحدد حدود الدراسة بالآتي:

- الحدود النظرية: جرى التطرق إلى دراسة مركز الشراء كونه يمثل أحد أبرز المواضيع المرتبطة بالسلوك الشرائي للمنظمات، ويشكل قدر كبير من اهتمام الباحثين في مجال التسويق الصناعي.

- الحدود المكانية: تطرقت الدراسة الميدانية لأثر مركز الشراء على القرارات الشرائية على مستوى المؤسسات ذات الطابع الصناعي لولاية تبسة، احدى ولايات الشرق الجزائري.

- الحدود الزمانية: أجريت هذه الدراسة على مستوى المؤسسات الصناعية لولاية تبسة بين شهر سبتمبر 2015 وشهر نوفمبر 2015.

#### 6. مصطلحات الدراسة

سيقدم الباحث بعض التعاريف لمصطلحات وهي:

مركز الشراء:

يشير كل من (Robinson et al, 1967) إلى أن مركز الشراء يقصد به (جميع الأعضاء المشاركين في عملية اتخاذ القرار الشرائي)، ويؤكد هذا المفهوم على البعد الخاص بجماعية قرار الشراء وذلك عند تحديد المقصود بمركز الشراء، أيضا يشير هذا المفهوم وإن كان بطريقة ضمنية أن المشاركة في صنع القرار تقتصر أساسا على العاملين بالمنظمة دون خارجها.

وتختلف وجهة النظر هذه عما قدمه بكنر، حين يرى في مفهومه لمركز الشراء أن المشاركة في صنع قرار الشراء قد تمتد لتشمل أيضا الخبرات من خارج المنظمة حيث قدم تعريفا لمركز الشراء على انه (وحدة صنع قرار الشراء بالمنظمة والتي تتكون من أعضاء من داخلها وأيضا من خارجها) (Buckner, 1967).

ويركز كل من (Webster, Wind, 1972) في تعريفهما لمركز الشراء على العلاقات التبادلية والتفاعل الذي يتم بين المشاركين في صنع قرار الشراء، وفي ضوء وجهة النظر هذه يعرفا مركز الشراء على انه: (العلاقات التبادلية التي تحدث بين أعضاء المنظمة من أجل تحقيق غرض معين وهو القيام بمهمة الشراء، وتنعكس طبيعة هذه العلاقات واتجاهاتها على النتائج المرتبطة بالقرار الشرائي).

مركز الشراء، مقابل المشتريين كوكلاء الشراء الذين يمتلكون النفوذ الاقل في مركز الشراء.

دراسة (Asa,2002) بعنوان: (سلوك الشراء الصناعي للشركات السويدية الكبيرة)

جرى تطبيق هذه الدراسة في أربع شركات سويدية كبيرة هي شركة (فنادق سكاندك) وشركة (نقلات فيليا)، وشركة (وارسون للأثاث)، وشركة (أس أي بي للسياسة)، إذ تم تبني مدخل دراسة الحالة، وتحصيل البيانات عن طريق الملاحظة الشخصية واللقاءات المباشرة بين منفذ الدراسة وذوي العلاقة في 29 موقع وظيفي في الشركات الأربعة.

وجدت الدراسة أن عملية الشراء الصناعي لمعظم تلك الشركات كانت تتكون من 11 مرحلة متعاقبة، كما وجدت اختلافات واضحة بين أدوار أعضاء مركز الشراء فيها.

افترضت هذه الدراسة أن عملية اختيار المجهز يجري التخطيط لها بإحكام ودقة، لأنها ليست عملية اعتيادية عابرة، وأنها تتكون من خمس مراحل متتابعة، ووجدت أن معظم أعضاء مركز الشراء في الشركات موضوع البحث كانت تركز في اختيارها للمجهز على الخدمات التي يقدمها.

أشارت الدراسة الى وجود معايير معينة تستخدم في تقييم ومقارنة المجهزين المحتملين، إذ يتقرر قبول المجهز أو رفضه في ضوء معيار معين يطلق عليه (معياري الاختيار والرفض)، يختلف هذا المعيار في مرحلة وأخرى من مراحل عملية الشراء، وقد توصلت الدراسة الى وجود اختلاف دائم بين أعضاء مركز الشراء بشأن تطبيق معيار الاختيار والرفض.

أوصت الدراسة بضرورة بناء علاقات طويلة المدى مع المجهزين للمشتريين الرئيسية نظرا لأهمية تلك العلاقات بالنسبة للمنظمة، كما أوصت بضرورة التأكيد على عملية البحث عن المجهزين الجدد للمشتريين الجانبية بين الحين والآخر.

أفادت هذه الدراسة البحث بتأكيد أهمية تحديد وتدقيق مراحل عملية الشراء الصناعي وخطوات كل مرحلة، إضافة على تأكيدها على ضرورة توفيق الثقة المتبادلة بين المنظمة المشتري والمجهز مما يساعد في بناء علاقات طويلة المدى.

دراسة (آل زويد، 2008) بعنوان: (دور المؤثرات البيئية في الشراء الصناعي)

أجريت هذه الدراسة بمصنع اسفلت الموصل أحد فروع شركة آشور العامة للمقاولات الانشائية في العراق، من اجل تسليط الضوء على المؤثرات البيئية في الشراء الصناعي وتحليلها وابدان أكثرها تأثيرا، وذلك من خلال الاعتماد على مدخل دراسة الحالة، وقد توصلت الى العديد من النتائج:

- يتبين أن مجال الشراء مقارنة بمجال البيع في المنظمات الصناعية أصعب فهما وأكثر تعقيدا، بسبب تضمنه لعدة مراحل وعدة خطوات، وعدة أشخاص داخل المنظمة وخارجها كالمجهز:

- يعتبر الشراء الصناعي أكثر فاعلية وأجدي طريقة لتعزيز المركز التنافسي للمنظمة من خلال ضمانه للمدخلات المتميزة:

- إدارة الجودة الشاملة مدخل إداري يؤكد على الجودة من

دراسة (Sheth, 1973) بعنوان: (نموذج السلوك الشرائي للمنظمات الصناعية)

قدمت هذه الدراسة نموذجا لتفسير السلوك الشرائي للمنظمات تحددت أهم أهدافه في إبراز العوامل المؤثرة في هذا السلوك، وقد أكد الباحث أهمية المتغيرات البيئية والتنظيمية والسلوكية، كما أبرز أهمية مجموعة أخرى من المتغيرات ذات التأثير على مركز الشراء وهذه المتغيرات هي:

- المخاطر المدركة في قرار الشراء، حيث تنعكس درجة المخاطرة على عدد ونوعية المشاركين في صنع قرار الشراء، ووفقا لظاهرة توزيع المخاطر فان قدرة الفرد عندما يكون عضوا في جماعة على تحمل المخاطر تكون أكبر نسبيا.

- درجة الحاج الحاجة، ينعكس تأثير هذا المتغير في نوعية المشاركين في مركز الشراء وعلى التخصصات المطلوب مشاركتها في اتخاذ القرار.

- نوعية الموقف الشرائي وما إذا كان جديدا أو معدلا أو متكررا، وتظهر أهمية المشاركة الجماعية في قرار الشراء عندما يكون الموقف الشرائي جديدا، حيث درجة المخاطرة أيضا تكون كبيرة.

أفادت هذه الدراسة البحث عن طريق تأكيدها لمختلف متغيرات الموقف الشرائي وتأثيرها على تكوين مركز الشراء وتعدد أعضائه وطبيعة المشاركين في اتخاذ القرار الشرائي.

دراسة (Anderson,Chu,Weitz,1987) بعنوان: (الشراء الصناعي - بحث استكشافي)

وجهت هذه الدراسة الأنظار خلال الثمانينيات من القرن الماضي نحو سلوك الشراء الصناعي، إذ أشارت إلى أهمية الموضوع ومدى القصور الذي يعانيه، حتى إن متغيرات ذلك السلوك ليست معروفة بشكل كاف مما دعا لأن يقوم الباحثون الثلاثة بهذه الدراسة.

جرت الدراسة ميدانياً في 21 مصنع كعينة عشوائية أخذت من شركة كوست الأمريكية للصناعات الالكترونية، افترضت الدراسة ثلاثة أبعاد لسلوك الشراء الصناعي هي: حداثة المشكلة، المعلومات المطلوبة، البدائل المتاحة، كما افترضت أن مركز الشراء هو من يمتلك التأثير الأكبر في تلك الأبعاد الثلاثة، وفي عملية الشراء بالكامل.

توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها ما يأتي:

- يتخذ قرارات الشراء الصناعي أعضاء مركز الشراء في المنظمات الحكومية المشتريه دائما بشكل بطيء.

- يميل اعضاء مركز الشراء الى ان تستخدم المخاطرة كمعيار أول وأساسي في تقييم بدائل الشراء المتاحة للتجهيز.

- أظهرت الجهود البحثية في اجمالي عينة البحث ان 16 مصنع يحاول أن يعتمد الشراء بالسعر الأقل، وأن 4 مصانع تحاول ان تعتمد الشراء بالنوعية الأفضل، أن مصنع فقط يحاول أن يعتمد الشراء بضمان موعد التجهيز.

- يمتلك المؤثرون كالفنيين والمهندسين نفوذا كبيرا في

بالجانب النظري، وتتجسد في المصادر والمراجع العربية والأجنبية، والاطلاع على بعض النتائج والدراسات التي جرت في إطار متغيرات البحث، أما أدوات جمع البيانات المتعلقة بالجانب الميداني، ستتلوور في المقابلة الشخصية لمديري المؤسسات الصناعية، وشكل (الاستبيان) الأداة الرئيسية في الحصول على البيانات الأولية للبحث، وسيتم اعتماد مقياس ليكرت (Likert Scale) خماسي التدرج لقياس استجابات أفراد العينة، كما سيتم الاعتماد على برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package For Social Sciences SPSS 15.0 لمعالجة البيانات واستخراج النتائج، وسيتم الاعتماد على مجموعة من المؤشرات الإحصائية لمعالجة البيانات وأهمها الوسط الحسابي، الانحراف المعياري، معامل ارتباط بيرسون، اختبار (t) واختبار (F).

## ثانياً: الإطار النظري للبحث

### 1. الجوانب والأبعاد النظرية لمركز الشراء في المؤسسات الصناعية

على الرغم من أن مركز الشراء قد بدأ يأخذ طريقه إلى الفكر التسويقي بشكل صريح في عام 1970 إلا أن المتبع لتاريخ هذا المفهوم يجد أنه قد تمت الإشارة إليه قبل ذلك وبالتحديد منذ عام 1930 في مختلف كتب التسويق الصناعي، حيث وجهت الأنظار إلى طبيعته وأهمية قرار الشراء الذي يميل إلى أن يكون قراراً جماعياً (Malaval, Benaroya, 2009, 30).

#### 1. مفهوم مركز الشراء

توجد مفاهيم متعددة لمركز الشراء نظراً إلى إلقاء الضوء على الجوانب المختلفة والمرتبطة بهذا المفهوم، ولعلها أكثرها شمولية وعمقا هو أن مركز الشراء عبارة عن (وحدة صنع قرار الشراء في المؤسسة والتي تتكون من أفراد سواء من داخل المنظمة أو من خارجها، والتي تتحدد مهمتها في دراسة وتوفير المعلومات عن مختلف جوانب قرار الشراء بطريقة تمكن من زيادة كفاءة المؤسسة في صنع أو اتخاذ القرارات الشرائية المختلفة) (السويدان، العبادي، 2011، 75).

ويشير تحليل المفهوم السابق إلى أن مركز الشراء:

- ◆ يعبر عن وحدة صنع قرار الشراء بالمؤسسة.
- ◆ يتمثل الدافع الأساسي وراء ظهور مفهوم مركز الشراء في الطبيعة المميزة لقرار الشراء الصناعي، وإلى حاجة توفر معلومات متنوعة يصعب الإلمام بها من قبل فرد واحد بالمؤسسة، مما يركز على ضرورة المشاركة الجماعية:

◆ يعد مركز الشراء منظراً من مناظر التنظيم غير الرسمي بالمؤسسة.

◆ يتكون مركز الشراء من أعضاء من داخل المؤسسة، كما يمكن الاستعانة بخبرات أعضاء من خارج المؤسسة إذا تطلب الأمر.

◆ ترتبط فاعلية مركز الشراء في جانب من جوانبها بنوعية وطبيعة العلاقات التبادلية السائدة بين أعضائه.

◆ يتحمل أعضاء مركز الشراء مسؤولية جماعية عن تحقيق أهداف العملية الشرائية.

المجهز إلى الزبون، ويتفق أغلب روادها على أهمية إدارة الشراء كجزء من إدارة سلاسل التجهيز، وإدارة العلاقات مع الزبون الصناعي كجزء أساسي في تطبيق إدارة الجودة الشاملة.

أوصت الدراسة بضرورة تحديد مؤثرات الشراء الصناعي خاصة البيئية منها، كما أوصت على ضرورة تأكيد مرحلة تحليل المجهز في عملية الشراء الصناعي لأن هذه المرحلة تحدد مصير العملية بأكملها.

أفادت هذه الدراسة البحث في تسليط الضوء على مختلف العوامل المؤثرة في قرار الشراء، وتأكيداً تحليل معايير اختيار المجهز وبناء علاقات جيدة معه.

### 8. منهجية البحث

تستخدم هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي باعتباره المنهج الذي يقوم بوصف الظاهرة ودراساتها، والذي يستند على المعلومات والبيانات حول مركز الشراء ودوره في جودة القرارات الشرائية بالمؤسسات الصناعية، بالإضافة إلى اعتماد أسلوب الاستبيان كقائمة أسئلة موجهة إلى مسيري ومديري المؤسسات الصناعية بولاية تبسة.

### 9. مجتمع البحث

نظراً لطبيعة البحث الذي يهتم بأحد جوانب التسويق الصناعي، وبالتحديد مركز الشراء في المؤسسات الصناعية، هذا ما يضيف صعوبة في تحديد مجتمع الدراسة بدقة، لتوزع هذه المؤسسات على كامل التراب الوطني، كما أن إجراء مسح شامل أو اختيار عينة من كافة المناطق أمر يصعب تطبيقه.

وكمحاولة لتحديد مجتمع الدراسة، تقرر أن تقتصر على المؤسسات الصناعية لولاية تبسة، وعلى هذا الأساس سيجري حصر مجتمع الدراسة في إجمالي المؤسسات الصناعية بالولاية مهما كان شكلها كبيرة أو مؤسسات صغيرة ومتوسطة، وقد قدر عددها بـ 417 مؤسسة صناعية تنشط في مجالات متعددة (الصناعة الغذائية، صناعة الخشب والورق والطباعة، صناعة الصلب والمعادن، الصناعة الميكانيكية، صناعة الغزل والنسيج، صناعة الجلود والأحذية، الصناعة الكيماوية، صناعة البلاستيك، صناعة السيراميك والزجاج ومواد البناء، صناعة المناجم والفوسفات، الصناعة البترولية وصناعات مختلفة) (مديرية الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية تبسة، 2015).

### 10. عينة البحث

هناك عدة طرق للمعاينة وفقاً لطبيعة الدراسة وفرضياتها، وستعتمد هذه الدراسة على عينة تحتوي 37 مؤسسة صناعية بولاية تبسة حيث يوجه الاستبيان إلى مسيري ومديري هذه المؤسسات، وهي عينة عمدية (قصديّة) تجمع بين المؤسسات الصناعية في مجالات مختلفة وأحجام مختلفة (كبيرة، صغيرة ومتوسطة)، وسيتم الاعتماد على هذا العدد ليكون هناك ميل طبيعي يساعد في استخدام أسلوب التحليل الإحصائي.

### 11. أدوات جمع البيانات

سيغتمد الباحث على أدوات جمع البيانات ذات العلاقة

## 2. أدوار مركز الشراء

تتوزع هذه الأدوار على المشاركين في صنع قرار الشراء، وتختلف طبيعة المشاركة التي يقوم بها هؤلاء المشاركون باختلاف المراحل التي يمر بها قرار الشراء وهي:

◆ المستخدمون: وهم الذين يستخدمون السلعة أو الخدمة، وفي بعض الحالات يقترح المستخدمون شراء السلعة (النسور، 2013، 245).

◆ المؤثرون: وهم الأفراد الذين يؤثرون على القرار الشرائي للمنتج، ويساعدون في الغالب على تحديد المواصفات، وتوفير المعلومات لاستخدامها في تقييم البدائل، وقد يكونون من الخبراء أو الفنيين (Bingham, Raffield, 1990, 68).

◆ المقررون: وهم الأفراد الذين يقررون مواصفات السلعة أو الخدمة، وتحديد هوية المورد لها.

◆ المشترون: هم الأفراد الذين لديهم القوة والسلطة لاختيار المورد أو شروط الشراء، ويساعد المشترون في تحديد مواصفات المنتج، لكن يكمن دورهم الأساسي في اختيار الموردين والتفاوض معهم، وفي كثير من المؤسسات تمارس الإدارة العليا هذا الدور خاصة في عمليات الشراء المعقدة (الصميدعي، يوسف، 2011، 111).

◆ الحاجبون: وهم الأشخاص الذين يستطيعون التحكم بتدفق أو فلترة المعلومات الخاصة بالسلع والخدمات إلى أعضاء مركز الشراء (Reeder, Brierty & Reeder, 1991, 92).

### 3. تحديد الأعضاء الرئيسيين في مركز الشراء

يلعب أعضاء مركز الشراء دورا مهما في التأثير على القرارات الشرائية، خاصة وأن هذه القرارات تختلف حسب حالات ومواقف الشراء، ويمكن اختيار هؤلاء الأعضاء على النحو الآتي:

#### ◆ أعضاء الإدارة العليا

تسهم الإدارة العليا بشكل عام فيما يأتي: (السويدان، العبادي، 2011، 77):

- القرارات الخاصة بسياسات الشراء مثل التنوع في المنتج أو مشروع جديد.
- الموافقة على الشراء وميزانيات الشراء السنوية.
- اقرار البنود الرئيسية الخاصة بقرارات الشراء خاصة المشتريات عالية القيمة.

#### ◆ الفنيون

وهم مهندسو التصميم، مدراء الإنتاج، مدير الجودة وكذلك المهندسون الصناعيون، حيث يساهون بشكل عام في تحديد خصائص أو صفات المنتج، والتقييم الفني للعروض المستلمة من طرف المجهزين.

#### ◆ إدارة المواد

وهم العاملون في قسم المشتريات، ويساهمون بشكل عام في معظم مراحل وخطوات الأنشطة الشرائية، ويعملون على التنسيق مع باقي أعضاء مركز الشراء.

## ◆ المحاسبون/الماليون

تأتي مساهمة المحاسبين في عملية الإجراءات النهائية للبنود التجارية مثل طريقة الدفعات، إصدار الضمانات البنكية، لموافقة المالية على المشتريات، إصدار الدفعات للمجهزين (Day-an, 1999, 49).

#### ◆ وظيفة التسويق

عندما يكون للقرار الشرائي تأثير على القدرة التسويقية للمنتج الذي تقدمه المؤسسة، يصبح لإدارة التسويق تأثير كبير في القرار الشرائي للمؤسسة الصناعية.

### II- مراحل اتخاذ قرار الشراء للمنتجات الصناعية

تتكون أنشطة الشراء الصناعي من مراحل متعددة، فالأهمية التي تعطى للمراحل مختلفة تعتمد على نوعية قرار الشراء، لذا يستلزم فهم كل مرحلة ومتطلباتها في عملية اتخاذ القرار الشرائي الصناعي.

هناك العديد من العوامل المؤثرة في مسار شراء المنتجات الصناعية، من بينها (قيو، 2008، 58):

◆ بعض متغيرات البيئة مثل الظروف الاقتصادية والمنافسين:.

◆ العوامل المتعلقة بالمؤسسة مثل الأهداف، الإجراءات والأنشطة.

◆ العوامل المتعلقة بالعلاقات بين المؤسسة والمجهزين.

◆ العوامل الموضوعية والنفسية المتعلقة بالأفراد المكونين لمركز الشراء.

وتتكون عملية اتخاذ القرار الشرائي في المؤسسة الصناعية من المراحل التالية:

#### 1. تحديد المشكلة

تبدأ عملية الشراء عندما تحدد المؤسسة مشكلة ما، أو حاجة معينة يمكن معالجتها بتوفير سلعة ما، ويكون من جراء تحفيز داخلي كتطوير المنتج، حاجة إلى معدات ومواد أولية، قطع غيار... أو تحفيز خارجي كعروض أفضل في السعر أو الجودة (اللامي، 2013، 190).

#### 2. تحديد الخصائص والكميات المطلوبة من المنتج

حالما يحصل تحديد المشكلة تصبح المرحلة الثانية هي البحث عن حلول لهذه المشكلة، وذلك بتحديد المؤسسة الصناعية المواصفات العامة للمادة المطلوبة والكمية اللازمة، يكون هذا سهلا بالنسبة للأجزاء البسيطة، أما الأجزاء المعقدة فعلى المهندسين والفنيين والمسوقين بالمؤسسة التدخل لتحديد دقيق للمواصفات (Malaval, Benaroya, 2009, 43).

#### 3. البحث عن المجهزين المحتملين

تحاول المؤسسة الصناعية تحديد أنسب المجهزين من خلال المفكرات التجارية، والاتصال بعدة شركات أو الإعلانات أو المعارض أو الانترنت، ثم تدعو المؤسسة المجهزين لتقديم عروضهم، فكلما كانت المادة معقدة وذات قيمة عالية تطالب المؤسسة بتقديم

هذه الحالة نمطياً وقليل المخاطرة (توفيق، معلا، 2009، 144).

#### ◆ الشراء المعدل

يظهر هذا النوع من القرارات عندما تقوم المؤسسة الصناعية بتعديل الحاجات التي يطلبها من المجهزين، نظراً لتغييرات في خصائص المنتج، أو قد يكون التغيير نابع من الرغبة في إعادة تقييم المجهزين.

هناك العديد من الأسباب التي تدفع إلى إتباع هذا الأسلوب، فقد تكون الرغبة في تخفيض التكاليف، أو أن يقوم بعض المجهزين الجدد بتقديم عروض سعرية، ونوعية ومواصفات جديدة للمنتج (النسور، 2013، 243).

#### ◆ الشراء الجديد

تحدث هذه المهمة عندما تكون للمؤسسة الصناعية حاجة جديدة ولديها خبرة بسيطة أو دون خبرة سابقة في شراء هذا النوع من المنتج، وتحتاج إلى معلومات كثيرة تتضمن وضع مواصفات المنتج، مصادر التجهيز، فكلما ارتفعت التكلفة أو المخاطرة زاد عدد المشاركين في اتخاذ القرار، وكلما تطلب الأمر البحث للحصول على معلومات أكثر، استغرق وقت اتخاذ القرار فترة أطول (السويدان، 2012، 174).

#### 2. طرق وممارسات الشراء الصناعي

يستخدم المشتري الصناعي أربعة مداخل لتقييم وشراء المنتجات، ويمكن توضيحها فيما يأتي:

#### ◆ المواصفات

وهذا الأسلوب يستخدم عندما تكون السلع المشتراة ذات مواصفات محددة مقدماً (الحجم، الشكل، الوزن واللون)، ومعظم السلع الصناعية والزراعية تشتري بهذا الأسلوب (Mahin, 1991, 118).

#### ◆ الفحص

ويستخدم هذا الأسلوب حين تكون السلع الرأسمالية كبيرة، وغير نمطية، أي أن السلع غير متشابهة كالمعدات والآلات المستعملة، وتباع هذه السلع عادة في الأسواق المفتوحة والمزادات العلنية.

#### ◆ العينة

وفي هذه الحالة تكون خصائص العينة المختارة مشابهة لخصائص المجموعة الكلية، وتستخدم العينة عندما يكون فحص كل وحدة من المجموعة مرتفع التكاليف، أو غير عملي كمشراء كميات كبيرة من الحبوب.

#### ◆ التفاوض

وهذا الأسلوب يشير إلى عقد اتفاقية بين المشتري الصناعي والمنتج، وبه يسمح للمشتري إجراء تغييرات على ترتيبات الشراء، حسب ما يستجد من ظروف، كبناء المعدات والأبنية ذات المواصفات الخاصة (السويدان، حداد، 2006، 187).

ومما سبق يتضح دور وأهمية مركز الشراء كوحدة تعمل على رفع كفاءة القرار الشرائي في المؤسسات الصناعية نظراً لتعدد أدواره، واختلاف خبرات أعضائه، فالاهتمام بمفهوم مركز الشراء والتركيز عليه من المؤسسات الصناعية يسهم في إنجاح مختلف القرارات الشرائية المتخذة.

عرض تحريري مفصل (Reeder, Brierty & Reeder, 1991, 86).

#### 4. تقييم العروض واختيار المجهزين

تقوم المؤسسة بتقييم العروض المقدمة من المجهزين المتنافسين، ودراساتها من حيث إجراء المقارنات على المنتجات المعروضة من المجهزين والخدمات المصاحبة، مواعيد التسليم، وكذلك السعر الإجمالي والخصم المقترح، الشحن والتأمين، واعتماد العديد من العوامل المتفق عليها، ثم يتم اختيار المجهز الأفضل ويتم الاتفاق معه (Hutt, Speh, 1981, 50).

#### 5. اتخاذ قرار الشراء

بعد أن يجري اختيار المجهز، يصبح أمر اتخاذ القرار الشرائي واجباً للتسريع في عملية تنفيذ الطلبية وفقاً للشروط والمواصفات المتفق عليها وبشكل تفصيلي، ويصدر أمر الشراء على ضوء القرار الجماعي المتخذ من قبل مركز الشراء، ويتضمن تحديد الشروط والالتزامات بين الطرفين، والشروط الجزائية، مع إصدار التعليمات إلى الإدارات الأخرى (المخازن، الإنتاج) للاستعداد لاستلام وفحص المواد (البكري، 2011، 203).

#### 6. التغذية المرتدة للأداء وتقييم ما بعد عملية الشراء

هي المرحلة الأخيرة من خطوات اتخاذ قرار الشراء، وهي ضرورية جداً لكونها ستدخل لاحقاً في عملية تقييم القرار المتخذ ومدى توافق عملية الشراء مع الحاجة التي تم تحديدها، فضلاً عن الاحتفاظ بالمعلومات الخاصة بالشراء لاستخدامها لاحقاً في عمليات شراء أخرى (البكري، 2011، 204).

فهذه الخطوة تمثل عملية تقييم شاملة لأداء المجهز والتي على ضوءها سيتم تحديد إمكانية التعامل معه مستقبلاً أم لا، ويجري التقييم على ضوء الشروط والمواصفات والوقوف على صحة الإجراءات المعتمدة في كل خطوة من خطوات اتخاذ قرار الشراء الصناعي.

يعد فهم المراحل المختلفة في عملية صنع قرار الشراء أمراً مهماً، حيث أن الشراء لا يتوقف بمجرد استلام المنتجات، ولكن يستمر إلى ما بعد الشراء من أجل القيام بعملية التقييم واتخاذ إجراءات تصحيحية، إضافة إلى اختلاف الأهمية النسبية لكل مرحلة حسب موقف وحالة القرار الشرائي إن كان جديداً، معدلاً أو مكرراً.

### III. عمليات شراء المنتجات الصناعية

#### 1. أنواع القرارات الشرائية (حالات الشراء)

إن قرار الشراء للسلع الصناعية قد يتخذ أشكالاً وأنواعاً مختلفة حسب مهمة الشراء، ودرجة تكرارها، ويمكن تصنيف الشراء الصناعي إلى ثلاثة أصناف وهي:

#### ◆ الشراء المكرر

ويحصل هذا النوع من الشراء عندما تقوم المؤسسة بشراء نفس السلعة بطريقة روتينية تحت نفس الظروف تقريباً، وتحتاج المؤسسة في هذه الحالة معلومات قليلة لأنها تتعامل مع نفس المجهزين، وهذا يعني بأن المنتج، السعر، فترة التسليم وشروط الدفع تبقى كما هي في طلب الشراء، ولهذا يعتبر قرار الشراء في

## ثالثاً: الإطار العملي للبحث (التحليل الإحصائي)

### 1. صدق الاداة وثباتها

بهدف التحقق من صدق الاداة وفعاليتها للتحليل الإحصائي، تم الاعتماد على حساب معامل ألفا كرونباخ (cronobach alpha) ومعامل الصدق (validity) وكانت النتائج مبينة في الجدول الموالي:

جدول رقم (01)

نتائج اختبار صدق وثبات أداة الدراسة

المحاور	عدد العبارات	معامل الثبات	معامل الصدق
تطبيق مفهوم مركز الشراء	17	0.955	0.912
جودة القرار الشرائي الصناعي	13	0.960	0.921
الاجمالي	30	0.971	0.942

المصدر: من اعداد الباحثين وفقا لنتائج برنامج التحليل الإحصائي SPSS

وتعتبر نتائج هذا الاختبار جيدة وذات دلالة احصائية عالية، مما يشير الى علاقة ثبات وترابط عالي بين عبارات الاستبيان والوثوق في النتائج التي تم التوصل لها، كما تشير الى امكانية

الحصول على نتائج نفسها فيما لو حصل تكرار القياس في ظل ظروف مشابهة وباستخدام نفس الاداة.

### 2. المعالجة الإحصائية

بعد تطبيق اداة الدراسة وجمع البيانات، تمت معالجتها باستخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSS، وذلك حسب أغراض الدراسة، واعتمادا على الاساليب الإحصائية التي تناسب فرضيات الدراسة ومتغيراتها على النحو الآتي:

#### ♦ التحليل الوصفي للمتغيرات الدراسة

تهدف عملية تحليل البيانات ومناقشة النتائج الى اظهار مستويات اجابات أفراد عينة البحث الممثلة بمؤسسات صناعية بولاية تبسة، وذلك لتقييم مدى استيعابهم ودرائتهم بمفهوم مركز الشراء ودوره في تحسين جودة القرارات الشرائية للمؤسسة الصناعية وتحقيقا لهذا الغرض تم استخدام الادوات الإحصائية المناسبة مثل (التكرار، المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري).

أ. تحليل اجابات أفراد العينة نحو متغير تطبيق مفهوم مركز الشراء

أجري تحليل وصفي لإجابات عينة الدراسة المتعلقة بفهم طبيعة ومعنى مركز الشراء وتطبيقه في المؤسسة الصناعية، وكانت النتائج موضحة في الجدول الموالي:

جدول رقم (02)

التحليل الوصفي لمحور تطبيق مفهوم مركز الشراء

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التحقق
01	قسم المشتريات هو المسؤول عن اتخاذ القرار الشرائي بالمؤسسة	3.81	1.023	عالية
02	يؤثر موظفوا الاقسام الأخرى على العمليات الشرائية	3.81	0.776	عالية
03	اتخاذ القرار يتم بناءا على اراء أفراد من أقسام اخرى	3.70	0.845	عالية
04	تحديد دور كل فرد في المجموعة المكلفة بعملية الشراء	3.84	0.764	عالية
05	يمكن لأفراد خارج المؤسسة المشاركة في اتخاذ القرار الشرائي	3.76	0.863	عالية
06	يتحمل أعضاء مركز الشراء مسؤولية جماعية لتحقيق أهداف العملية الشرائية	3.65	0.875	عالية
07	لا بد من تحديد حاجة المؤسسة من المنتج	3.78	0.750	عالية
08	البحث عن المعلومات بناءا من مصادر متنوعة	3.62	1.010	عالية
09	الاعتماد بشكل أساسي على العروض المقدمة من طرف الموردين	3.65	0.789	عالية
10	الاعتماد على الانترنت أو المعارض التجارية لإتمام عملية الشراء	3.62	0.794	عالية
11	تنوع المعلومات يساعد على التحديد الدقيق للمواصفات المطلوبة	3.57	0.959	عالية
12	تؤثر القيمة المالية للمنتوج على عدد الافراد القائمين باتخاذ قرار الشراء	3.41	0.896	عالية
13	يؤثر مدير المالية والمحاسبة على قرار الشراء	3.65	0.949	عالية
14	مدير المشتريات له الحق باتخاذ قرار الشراء بناءا على القيمة المالية للمنتوج	3.57	0.929	عالية
15	التوفر والتنوع في المعلومات المتاحة يخفف من المخاطرة	3.46	0.931	عالية
16	التفاوض مع الموردين حول الاسعار وشروط الدفع	3.57	1.015	عالية
17	تقييم نتائج الشراء السابق	3.49	0.837	عالية
	نتيجة المحور الاول	3.64	0.650	عالية

مصدر: من اعداد الباحثين وفقا لنتائج برنامج التحليل الإحصائي SPSS

بدرجة عالية، وذلك من خلال العبارات (من 12 الى 14) ما يبين تأثير القيمة المالية للمنتج في عدد الافراد القائمين باتخاذ القرار الشرائي، ما يتطلب أحيانا تدخل مدير المالية والمحاسبة للتأثير على القرار الشرائي من جهة، ويؤكد المسؤولية الجماعية لتحقيق أهداف الشراء من جهة أخرى.

كما يسهم العمل الجماعي في اتخاذ القرار الشرائي على التخفيف من درجة المخاطرة المدركة، وهذا ما تؤكده نتائج التحليل للعبارات (من 15 الى 17) حيث كانت درجة التحقق عالية حول تنوع المعلومات، والعمل على التفاوض مع الموردين وتقييم نتائج الشراء السابق مما يساعد على تخفيف درجة المخاطرة أثناء الشراء.

يتضح من خلال النتائج السابقة لمحور تطبيق مفهوم مركز الشراء أن جميع المتوسطات الحسابية مرتفعة تعكس درجة موافق، بمعنى أن اجابات عينة الدراسة موافقة على تطبيق مفهوم مركز الشراء كمجموعة من الأعضاء تعمل بشكل جماعي وبأدوار مختلفة لتحقيق أهداف الشراء الصناعي.

ب. تحليل اجابات أفراد العينة نحو متغير جودة القرار الشرائي الصناعي

أجري تحليل وصفي لإجابات عينة الدراسة المتعلقة بمؤشرات قياس جودة اتخاذ القرار الشرائي بالمؤسسة الصناعية، وكانت النتائج موضحة في الجدول الموالي:

أظهر التحليل الوصفي لإجابات عينة الدراسة أن درجة إدراك المؤسسات الصناعية المدروسة لتطبيق مفهوم مركز الشراء عالية إذ بلغ المتوسط الحسابي لهذا المحور 3.64 (هذا المتوسط ينتمي للمجال الرابع في قيم المتوسطات المطبقة على سلم ليكرات الخماسي (3.40 - 4.19)، أما قيمة الانحراف المعياري فقد بلغت 0.65، ما يدل على وجود تشتت متوسط للقيم عن وسطها الحسابي.

ويتضح من اجابات عينة الدراسة أن ادراكهم لمفهوم مركز الشراء كان عاليا وذلك حسب نتائج العبارات (من 1 الى 6) المستخدمة لقياس مدى إدراك مفهوم مركز الشراء، وهذا يدل على أنه بالإضافة الى ادارة المواد يمكن ان تتدخل بعض الادارات الاخرى في اتخاذ قرار الشراء مما يستدعي توفر خبرات ومعارف مختلفة وتحمل المسؤولية الجماعية لتحقيق أهداف العملية الشرائية.

كما تعمل المؤسسات الصناعية على عملية التخطيط المسبق لعملية الشراء وجمع معلومات متنوعة ومن مصادر مختلفة حتى يتوضح الموقف الشرائي بدقة، وهذا وفقا لما توضحه اجابات عينة الدراسة في الفقرات (من 7 الى 11)، فالمؤسسات تعمل على تحديد حاجاتها من المنتجات مسبقا والبحث عن مصادر متنوعة لجمع المعلومات وتحديد كيفية التعامل مع العروض المقدمة من طرف المجهزين، وتحديد دور كل عضو من أعضاء مركز الشراء لإتمام عملية الشراء.

بالإضافة إلى ذلك، أظهرت نتائج التحليل أن هناك تأثيرا للقيمة المالية للمنتج على تعدد الأعضاء المتخذين لقرار الشراء

### جدول رقم (03)

#### التحليل الوصفي لمحور جودة القرار الشرائي الصناعي

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التحقق
01	وضوح مراحل عملية اتخاذ القرار تساعد على انجاح العملية الشرائية	3.95	0.682	عالية
02	تختلف مراحل اتخاذ القرار الشرائي حسب طبيعة الشراء	3.81	1.076	عالية
03	تختلف أدوار الاشخاص داخل المجموعة حسب مراحل اتخاذ القرار	4.03	0.763	عالية
04	الحرص على المطابقة مع المواصفات المطلوبة	3.84	0.834	عالية
05	درجة الاعتمادية تعكس جودة المنتج	3.95	1.117	عالية
06	خدمات ما بعد البيع تعكس مدى نجاح عملية الشراء	3.84	1.014	عالية
07	نجاح المورد مبني على مدى استمرار تدفق المنتجات	3.92	0.795	عالية
08	الاهتمام بتسهيلات الدفع المقدمة من قبل المورد	3.76	0.830	عالية
09	تقديم التخفيضات يشجع على التعامل مع المورد	4.00	0.850	عالية
10	يعتبر وقت استلام المنتجات معيار مهم لتقييم المورد	3.30	0.909	عالية
11	تأخر المورد في تسليم المنتجات يؤثر سلبا على وظيفة الشراء	3.95	0.998	عالية
12	مراجعة اداء المورد يسمح باتخاذ قرار مواصلة التعامل معه	3.76	0.830	عالية
13	الثقة المتبادلة تساعد في توقيع عقود طويلة المدى مع المورد	3.97	0.763	عالية
	نتيجة المحور الثاني	3.82	0.690	عالية

المصدر: من إعداد الباحثين وفقا لنتائج برنامج التحليل الإحصائي SPSS

الشراء الصناعية خاصة إذا ارتبط بتسهيلات الدفع أو التخفيضات المقدمة من طرف المورد، وهذا ما توضحه العبارات (من 4 إلى 11)، بالإضافة إلى أن التزام المورد يشجع على التعامل واتخاذ القرار الشرائي، وهذا ما توضحه نتائج تحليل العبارات (من 12 إلى 13) إذ كانت درجة التحقق كبيرة.

وقد كان مستوى إجابات عينة الدراسة عاليا في جميع العبارات الدالة على جودة القرار الشرائي الصناعي من خلال مدى التزام المورد مما يوضح وجود ثقة متبادلة بين المورد والمؤسسات الصناعية لمواصلة التعامل وإنجاح العملية الشرائية.

#### 1. اختبار الفرضيات

جرى الاعتماد على فرضيتين فرعيتين من أجل معرفة العلاقة بين تطبيق مفهوم مركز الشراء وجودة القرارات الشرائية الصناعية، وسيتم اختبارهما على النحو الآتي:

#### - اختبار الفرضيات الفرعية

تتلخص نتائج التحليل في الجدول الموالي:

جدول رقم (04)

تحليل تباين خط الانحدار للفرضيات الفرعية

المتغير المستقل	المتغير التابع	ثابت الانحدار a	معامل الانحدار b	معامل الارتباط R	معامل التحديد R <sup>2</sup>	قيمة t المحسوبة	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة sig
تطبيق مفهوم مركز الشراء	نجاح العملية الشرائية	0.639	1.190	0.715	0.512	6.054	36.653	0.000
التزام المورد	نجاح العملية الشرائية	0.633	1.250	0.672	0.451	5.364	28.773	0.000

المصدر: من اعداد الباحثين وفقا لنتائج برنامج التحليل الاحصائي SPSS

#### الفرضية الفرعية الأولى:

فرض العدم: لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين تطبيق مفهوم مركز الشراء ونجاح العملية الشرائية في المؤسسات الصناعية لولاية تبسة.

الفرض البديل: توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين تطبيق مفهوم مركز الشراء ونجاح العملية الشرائية في المؤسسات الصناعية لولاية تبسة.

يوضح الجدول اعلاه نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط الذي استخدم لتحديد العلاقة بين تطبيق مفهوم مركز الشراء ونجاح العملية الشرائية بالمؤسسات الصناعية محل الدراسة، وجود علاقة تأثير موجبة ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ )، حيث بلغ معامل الارتباط 0.715، في حين بلغ معامل الانحدار 1.190 وهي قيم تدل على وجود تأثير وارتباط قوي بين تطبيق مفهوم مركز الشراء ونجاح العملية الشرائية في المؤسسات الصناعية، وهذا ما اوضحه اختبار (t)، بالإضافة الى معامل التحديد الذي يبين أن نسبة 51.2% من نجاح العملية الشرائية الصناعية راجع لتطبيق مفهوم مركز الشراء في المؤسسات الصناعية محل الدراسة، وقد أظهر اختبار (F) بأن نموذج الانحدار بشكل عام ذو دلالة احصائية إذ إن مستوى الدلالة  $\text{sig}=0.000$  أقل من مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ).

وبناء على النتائج السابقة ترفض الفرضية الفرعية العدمية وتقبل الفرضية البديلة الآتية:

(توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين تطبيق مفهوم مركز الشراء ونجاح العملية الشرائية في المؤسسات الصناعية لولاية تبسة)

#### الفرضية الفرعية الثانية:

فرض العدم: لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين تطبيق مفهوم مركز الشراء والتزام المورد مع المؤسسات الصناعية لولاية تبسة.

الفرض البديل: توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين تطبيق مفهوم مركز الشراء والتزام المورد مع المؤسسات الصناعية لولاية تبسة.

يوضح الجدول اعلاه نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط الذي استخدم لتحديد العلاقة بين تطبيق مفهوم مركز الشراء والتزام المورد مع المؤسسات الصناعية محل الدراسة أن هناك علاقة تأثير ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية بين المتغيرين إذ بلغ معامل الارتباط 0.672، مما يدل على وجود ارتباط موجب قوي، أما معامل الانحدار فقد بلغ 1.250، وهذه المعاملات ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ )، وهذا ما اوضحه

(توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية  $\alpha \leq 0.05$ ) بين تطبيق مفهوم مركز الشراء والتزام المورد مع المؤسسات الصناعية لولاية تبسة)

#### - اختبار الفرضية الرئيسية

فرض العدم: لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين تطبيق مفهوم مركز الشراء وجودة القرار الشرائي في المؤسسات الصناعية لولاية تبسة.

الفرض البديل: توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين تطبيق مفهوم مركز الشراء وجودة القرار الشرائي في المؤسسات الصناعية لولاية تبسة.

تتلخص نتائج التحليل في الجدول الموالي:

#### جدول رقم (05)

تحليل تباين خط الانحدار للفرضية الرئيسية

المتغير المستقل	المتغير التابع	ثابت الانحدار a	معامل الانحدار b	معامل الارتباط R	معامل التحديد R <sup>2</sup>	قيمة t المحسوبة	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة sig
تطبيق مفهوم مركز الشراء	جودة القرار الشرائي الصناعي	0.678	1.055	0.718	0.516	6.107	37.294	0.000

المصدر: من اعداد الباحثين وفقا لنتائج برنامج التحليل الاحصائي SPSS

ولقد توصلت الدراسة الى مجموعة من الاستنتاجات النظرية والميدانية سيتم عرضها تباعا كما يأتي:

- يعتبر مفهوم مركز الشراء أحد المفاهيم الأساسية في التسويق الصناعي، إذ يعمل على تحسين كفاءة وظيفة الشراء الصناعي ومن ثمة تحقيق أهدافه.

- تفرض طبيعة القرار الشرائي الصناعي توفر معلومات متعددة ومتنوعة مما يشكل دافع أساسي إلى ضرورة المشاركة الجماعية لتحسين عملية اتخاذ القرار الشرائي.

- يهتم مركز الشراء بمشاركة أعضاء من ذوي خبرات مختلفة مما يوضح التعدد في الأدوار، واختلاف هذه الأدوار في كل مرحلة من مراحل اتخاذ القرار الشرائي.

- يعمل مركز الشراء على زيادة فاعلية العلاقات التبادلية بين اعضاءه مما يعزز المسؤولية الجماعية التي يتحملها أعضاء مركز الشراء حول تحقيق أهداف العملية الشرائية.

- تحدد جودة اتخاذ القرار الشرائي مدى التزام المورد بعملية تسليم المنتجات بالجودة والكمية المتفق عليها وبالسعر وفي الوقت المناسبين، مما يؤدي الى نجاح العملية الشرائية وزيادة مستوى الثقة المتبادلة بين المؤسسة الصناعية ومورديها.

- أشارت اجابات عينة الدراسة الى وجود إدراك لمعنى مركز الشراء في المؤسسات الصناعية المدروسة، مما يدل على تطبيق وتكوين مركز الشراء بهذه المؤسسات.

- أوضحت نتائج التحليل الاحصائي وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين تطبيق مفهوم مركز الشراء ونجاح العملية الشرائية بالمؤسسات الصناعية لولاية تبسة.

- أظهرت ذات النتائج وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين

اختبار (t) ما يعني أن تطبيق مفهوم مركز الشراء يؤثر في التزام المورد بتسليم المنتجات بالكمية والجودة المطلوبة وبالسعر وفي الوقت المناسبين، ما يدعم الثقة بين الطرفين ويساعد على بناء علاقة طويلة الأمد.

إضافة الى ذلك، وضح معامل التحديد القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار إذ إن نسبة 45.1% من التزام المورد مع المؤسسات الصناعية راجع لتطبيق مفهوم مركز الشراء، وقد أظهر اختبار (F) بأن النموذج بشكل عام ذو دلالة إحصائية: إذ إن مستوى الدلالة sig=0.000 أقل من مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ).

وبناء على النتائج السابقة ترفض الفرضية الفرعية العدمية وتقبل الفرضية البديلة الآتية:

يوضح الجدول اعلاه، وجود علاقة تأثير موجبة وقوية ذات دلالة احصائية بين تطبيق مفهوم مركز الشراء وجودة القرارات الشرائية في المؤسسات الصناعية محل الدراسة، إذ بلغت قيمة الانحدار 1.055 و معامل الارتباط 0.718، وهي معاملات ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ). وهذا ما اوضحه اختبار (t) ويدل معامل التحديد على القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار: إذ بلغ المعامل 0.516 أي أن نسبة 51.6% من جودة القرارات الشرائية الصناعية تعود إلى إدراك وتطبيق مفهوم مركز الشراء، وقد أظهر اختبار (F) بأن النموذج بشكل عام ذو دلالة احصائية: فمستوى الدلالة sig=0.000 أقل من مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ).

وبناء على النتائج السابقة ترفض الفرضية الفرعية العدمية وتقبل الفرضية البديلة الآتية:

(توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين تطبيق مفهوم مركز الشراء وجودة القرار الشرائي في المؤسسات الصناعية لولاية تبسة)

#### نتائج الدراسة

لقد تناولت هذه الدراسة علاقة تطبيق مفهوم مركز الشراء بجودة القرارات الشرائية الصناعية، إذ تعتبر عملية الشراء من المهام الصعبة في المؤسسات الصناعية لما لها من تأثير في تنفيذ خطط الإنتاج والتسويق وخدمة زبائنهم، إذ تتطلب عملية اتخاذ القرار الشرائي توفر مجموعة من الأعضاء ذوي خبرات وأدوار مختلفة يتشاركون في صنع قرار الشراء، الذي يتخذ أشكالا متنوعة حسب مهمة الشراء ودرجة تكرارها، ونظرا لدور وأهمية مفهوم مركز الشراء تعمل المؤسسات الصناعية على تطبيق هذا المفهوم من أجل رفع كفاءة القرار الشرائي وتحقيق أهداف العملية الشرائية.

10. الصميدعي، محمود جاسم ويوسف، ردينة عثمان.(2011). التسويق الصناعي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الاردن.
11. توفيق، رائف و معلا، ناجي.(2009). مبادئ التسويق، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة، مصر.
12. حنفي، عبد الغفار وأبو قحف، عبد السلام.(1993). تنظيم وإدارة الاعمال، الدار الجامعية، الاسكندرية، مصر.
13. قيوك.(2008). التسويق (وردية واشد، مترجم)، ط1، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان.
14. مديرية الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية تبسة.(2015).

### ثانياً المراجع الأجنبية:

1. Asa,W.(2002).Industrial Buying Behavior Of Large Swedish Firms: Case Studies Of The Purchase Of Educational Services, Industrial Economic Institute.
2. Anderson,E & Chu,W &Weitz,B.(1987). Industrial Purchasing: An Empirical Exploration Of The Buyclass Framework,Journal Of Marketing,Vol.(51).
3. Bingham, F & Raffield,B.(1990). Business To Business Marketing Management, Irwin, Boston.
4. Buckner,H.(1967). How British Industries Buys, Hutchinson And Co, London.
5. Dayan, A.(1990). Marketing Industriel, 4th Ed, Librairie Vuibert, Paris.
6. Hutt,M & Speh,T.(1981). Industrial Marketing Management, The Dryden Press, New York.
7. Mahin, P.(1991). Business To Business Marketing-Stratégie Resource Management And Cases-, Allyn And Bacon, Boston.
8. Malaval,P & Benaroya,C.(2009). Marketing Business To Business, 4th Ed, Pearson Education, France.
9. Reeder,R & Brierty,E & Reeder,B.(1991).Industrial Marketing-Analysis; Planning And Control, Pretice Hall, New Jersey.
10. Robinson,P Et Al.(1967).Industrial Buying And Greative Marketing, Allyn And Bacon,Boston.
11. Sheth,N.(1973).A Model Of Industrial Buyer Behavior, s.n.
12. Webster,F.(1984).Industrial Marketing Strategy, A Ronald Press Publication, Boston.
13. Webster,F & Wind,Y.(1972). A General Model For Understanding Organizational Buying Behavior, Trends Global Marketing Strategies, Boston.

تطبيق مفهوم مركز الشراء ومدى التزام المورد بعملية التوريد حسب الشروط المتفق عليها.

- هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين تطبيق مفهوم مركز الشراء وجودة القرارات الشرائية الصناعية، ما يدل على أهمية الموضوعين وارتباطهما علمياً وعملياً.

### توصيات الدراسة

بناءً على الاستنتاجات المتوصل إليها يمكن تقديم جملة من التوصيات أهمها:

- ضرورة اقتناع المؤسسات الصناعية بأهمية مركز الشراء كوحدة تتولى عملية اتخاذ القرار الشرائي، وتعمل على تحسين هذه القرارات.

- السعي الجاد نحو تطبيق مفهوم مركز الشراء بالمؤسسات الصناعية وذلك من خلال اختيار أعضائه من مستويات ادارية ووظائف مختلفة، مما ينعكس ايجاباً على درجة جودة القرارات الشرائية المتخذة.

- ضرورة بناء علاقات جيدة مع الموردين مما يسمح بزيادة الثقة وانجاح عملية التبادل.

- العمل على تفعيل عملية تحسين جودة القرارات الشرائية الصناعية من خلال الاهتمام بمختلف جوانب العملية الشرائية وطبيعتها.

### المصادر والمراجع:

#### أولاً المراجع العربية:

1. أبو جمعة، نعيم حافظ.(1989). أساسيات ادارة المشتريات في المشروع الصناعي، دن، القاهرة، مصر.
2. البكري، ثامر.(2011). ادارة التسويق، ط4، دار اثراء للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
3. آل زويد، حسين يوسف محييد.(2008). دور المؤثرات البيئية في الشراء الصناعي-دراسة الحالة في مصنع اسفلت الموصل-، نقلاً عن الموقع الالكتروني بتاريخ 13 / 01 / 2016. <http://stclements.edu/grad/gradmuha.pdf>
4. النداوي، عبد العزيز.(2010). إدارة المشتريات والمخازن، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الاردن.
5. النسور، اياد عبد الفتاح.(2013). ادارة التسويق، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
6. اللامي، غسان قاسم داود.(2013). ادارة التسويق أفكار وتوجيهات جديدة، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
7. السويدان، نظام موسى.(2012). التسويق المعاصر، ط1، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
8. السويدان، نظام موسى و العبادي، سمير عزيز.(2011). تسويق الأعمال، ط1، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
9. السويدان، نظام موسى وحداد، شفيق ابراهيم.(2006). التسويق - مفاهيم معاصرة-، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.