

تأثير متغيرات الموقف الشرائي في تكوين مركز الشراء بالمؤسسات الصناعية لولاية تبسة

د. غريب الطاوس

جامعة العربي التبسي-تبسة

الملخص

هدفت هذه الدراسة الى تحليل تأثير متغيرات الموقف الشرائي في تكوين مركز الشراء في المؤسسات الصناعية لولاية تبسة، وذلك من أجل تبيان أثر القيمة المالية للمنتوج ودرجة تعقده الفني، اضافة الى درجة المخاطرة في التأثير على حجم مركز الشراء والطبيعة الوظيفية لأعضائه، وقد اتبعت هذه الدراسة المنهجية الوصفية في وصف متغيرات الدراسة، اضافة الى المنهجية التحليلية حيث اختبرت تأثير عدد من المتغيرات المستقلة في المتغير التابع، ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة تم استخدام عينة عمدية تكونت من 42 مؤسسة صناعية بولاية تبسة للإجابة على اسئلة الاستبيان، وقد توصلت الدراسة الى اثبات وجود علاقة ذات دلالة احصائية لمتغيرات الموقف الشرائي على تكوين مركز الشراء بالمؤسسات الصناعية. **الكلمات المفتاحية:** الشراء الصناعي، مركز الشراء، الموقف الشرائي، التعقد الفني للمنتوج، درجة المخاطرة.

Résumé

Cette étude a pour objectif d'analyser l'effet des variables de la posture d'achat dans la composition d'un centre d'achat au sein des entreprises industrielles de la wilaya de Tébessa. Il s'agit de mettre en évidence l'impact de la valeur financière du produit et le degré de sa complexité technique ainsi que la prise de risque susceptible d'influer sur le volume du Centre et sur la nature fonctionnelle de ses membres. A travers une méthode statistique appliquée aux variables de l'étude, un échantillon de 42 entreprises industrielles de la wilaya de Tébessa a fait l'objet d'un questionnaire dont l'exploitation aboutit à démontrer l'existence d'une corrélation statistique des variables de la posture d'achat sur la composition du Centre d'achat au niveau de ces entreprises.

Mots clés : Achat industriel, centrale d'achat, posture d'achat, complexité technique du produit, degré de risque.

مقدمة

يعتبر الشراء الجانب الآخر لعملية التسويق الصناعي، فمثلما يبحث المسوقين على الزبائن، فإن المشتري الصناعي يبحث أيضا عن موردين وبائعين، حيث تعد وظيفة الشراء وظيفة هامة جدا في المنظمة، فهي تعمل على تطوير أهداف المنظمة الشرائية، وتعمل على تنفيذ عدة نشاطات معينة وذلك للحفاظ على تدفق كاف من السلع والخدمات لتدفق سير واستمرار العمليات.

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 أهم المتغيرات التي تؤثر في تكوين مركز الشراء بالمؤسسات الصناعية في ولاية تبسة عند شراء مختلف الاحتياجات.

ومن هذا المنطلق سيتم تسليط الضوء على مركز الشراء كأحد المفاهيم الأساسية في عملية شراء المنتجات الصناعية، إضافة الى تحديد أثر متغيرات الموقف الشرائي في تكوين مركز الشراء بالمؤسسات بالاعتماد على دراسة تحليلية احصائية لمجموعة من المؤسسات الصناعية بولاية تبسة، وذلك من خلال العناصر الموالية:

- أولا: الاطار العام للبحث؛
- ثانيا: الاطار النظري للبحث؛
- ثالثا: الاطار التحليلي للبحث.

أولا: الإطار العام للبحث

I - اشكالية البحث

لقد ظهر مفهوم مركز الشراء وتم تقديمه الى دائرة التسويق في عام 1967 بواسطة روبنسون وزملائه، حيث وضح 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 وسياستها التسويقية والانتاجية، لذلك فإن سلوكه الشرائي والخطوات التي يعتمد عليها في اتخاذ قرار الشراء سوف تختلف كلياً عما هو عليه في سلوك المستهلك النهائي.

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

"إلى أي مدى تؤثر متغيرات الموقف الشرائي على تكوين مركز الشراء

في المؤسسات الصناعية بولاية تبسة؟"

وتنبثق من التساؤل الرئيسي عدة أسئلة فرعية أهمها:

- ما هي طبيعة الشراء الصناعي؟
- ما هي أدوار ومهام مركز الشراء في المؤسسة الصناعية؟
- ما المقصود بمتغيرات الموقف الشرائي؟

II - فرضيات الدراسة

لبلوغ أهداف الدراسة، سيتم صياغة فرضيات الدراسة على النحو

التالي:

" توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين متغيرات الموقف الشرائي وتكوين مركز الشراء في المؤسسات الصناعية لولاية تبسة"

وتتجلى منها الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الفرعية الأولى: " توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين القيمة المالية للمنتوج وتكوين مركز الشراء في المؤسسات الصناعية لولاية تبسة"

الفرضية الفرعية الثانية: " توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين درجة التعقد الفني للمنتوج وتكوين مركز الشراء في المؤسسات الصناعية لولاية تبسة"

الفرضية الفرعية الثالثة: " توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين درجة المخاطرة المدركة أثناء الشراء وتكوين مركز الشراء في المؤسسات الصناعية لولاية تبسة"

III - أهمية البحث

تتبع أهمية الدراسة من أهمية موضوع الشراء في عالم الأعمال اليوم، إذ تركز اهتمامات البحوث والدراسات في مجال الأعمال الصناعية بشكل عام وإدارة المواد بشكل خاص على أن موضوع الشراء هو أحد المواضيع الهامة في هذين المجالين، مما يدعو إلى التعامل مع منظمات

الأعمال على أنها جزء من سلاسل توريد منظمات أخرى، وأن يكون التفكير بإدارة العمليات على وفق مدخل سلسلة التجهيز، إضافة إلى أن هذا الموضوع يشهد محدودية واضحة في تناوله من طرف البحوث الوطنية وكذلك العربية على الصعيدين الأكاديمي والتطبيقي، ومن هنا جاءت أهمية هذه دراسة إذ تكمن في محاولتها سد النقص في هذا الموضوع.

IV- أهداف البحث

تهدف هذه الدراسة إلى ما يلي:

- عرض ومناقشة المفاهيم والأفكار المرتبطة بمفهوم مركز الشراء الذي يعتبر الجهة المسؤولة عن اتخاذ القرارات الشرائية بالمنظمات الصناعية؛
- إبراز الحاجة الكبيرة إلى تطبيق مفهوم مركز الشراء في المنظمات الصناعية من خلال التركيز على خصائصه المميزة، والتي لها الدور الفعال في اتخاذ قرارات شرائية جيدة؛
- تحديد أهم متغيرات الموقف الشرائي والتي تؤثر في تكوين مركز الشراء في المنظمات الصناعية؛
- إبراز العلاقة بين متغيرات الموقف الشرائي وتكوين مركز الشراء بالمنظمات الصناعية.

V- مجتمع الدراسة

اقتصرت الدراسة على المؤسسات الصناعية لولاية تبسة، وعلى هذا الأساس سيتم 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.¹

VI- عينة الدراسة

هناك عدة طرق للمعاينة وفقاً لطبيعة الدراسة وفرضياتها، وسيتم الاعتماد في هذه الدراسة على عينة تحتوي 42 مؤسسة صناعية بولاية تبسة، حيث يوجه الاستبيان إلى مسيري ومديري هذه المؤسسات، وهي عينة عمدية (قصدية) تجمع بين المؤسسات الصناعية في مجالات مختلفة وأحجام مختلفة، وسيتم الاعتماد على هذا العدد ليكون هناك ميل طبيعي يساعد في استخدام أسلوب التحليل الإحصائي.

VII- أدوات جمع البيانات

سيتم الاعتماد على أدوات جمع البيانات ذات العلاقة 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، ستبذل في المقابلة الشخصية لمديري المؤسسات الصناعية، وشكل "الاستبيان" الأداة الرئيسية في الحصول على البيانات الأولية للبحث، كما سيتم الاعتماد على برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية "Statistical Package For Social Sciences" SPSS 20 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

I- مركز الشراء

يعتبر المشتري الصناعي المحور الأساسي الذي يدور حوله التسويق الصناعي، وعليه فإن تحديد ومعرفة المشتري الصناعي سوف يساعد إدارة التسويق الصناعي على توجيه كافة جهودها وأنشطتها بما يحقق اشباع حاجاته ورغباته بأفضل ما يمكن.

1- تعريف المشتري الصناعي: يمكن تعريف المشتري الصناعي على أنه: "الشخص أو الجهة التي تشتري السلع والخدمات ليس بقصد الاستهلاك الشخصي أو اشباع رغبات شخصية، وإنما بهدف استخدامها في إنتاج سلع أخرى أو للاستعانة بها في أداء أعماله".²

كما يمكن تعريف المشتري الصناعي على أنه: "هو جميع المنظمات التي تشتري منتجات بهدف استخدامها في إنتاج سلع أخرى سواء من خلال إخضاعها لسلسلة من عمليات التحويل أو تكاملها مع أجزاء أخرى أو لتسهيل تأدية أعمالها، أو بقصد الاتجار بها مقابل تحقيق ربح معين".³

وعليه المشتري الصناعي يقوم بشراء السلع والخدمات من أجل استخدامها في الإنتاج، أو تسهيل عملية الإنتاج، وذلك بهدف تحقيق الأرباح. على الرغم من كون الفرد هو جوهر الأساس الذي يقوم بعملية الشراء الصناعي، لكن الدوافع والأهداف والغرض من الشراء تختلف عما هو عليه بالنسبة للمستهلك النهائي، فالشراء في المنظمات هو قيام تلك المنظمات بعملية الشراء للسلع التامة الصنع أو المواد الأولية وما بينهما من مواد تختلف درجة تصنيعها، بهدف إعادة بيعها مرة أخرى أو استخدامها لأغراض إنتاج سلع أخرى أو دخولها في تسهيلات عملية الإنتاج ولأغراض مختلفة.

2- تعريف مركز الشراء: يعد مفهوم مركز الشراء من المفاهيم القديمة نسبياً، خاصة وأنه بدأ يأخذ طريقه إلى الظهور منذ عام 1930، وقد دفع إلى ظهور هذا المفهوم ما أشارت إليه الدراسات في ذلك الوقت في معرض تحليلها لطبيعة قرار الشراء الصناعي، حيث أنه قرار متميز يحتاج اتخاذ إلى جهود

ومشاركة جهات متعددة من داخل المنظمة ومن خارجها، فقرار الشراء من القرارات متعددة الجوانب بمعنى أنه له جوانب مالية وأخرى تجارية وفنية وربما هندسية، وبالتالي لا يكون في استطاعة شخص واحد عادة أن يكون ملماً بمختلف هذه الجوانب، وكنتيجة لذلك فقد ركزت الدراسات منذ ذلك التاريخ على ضرورة وأهمية المشاركة الجماعية في اتخاذ قرار الشراء. تعددت المفاهيم المتعلقة بمركز الشراء، وذلك راجع إلى القاء الضوء على الجوانب المختلفة والمرتبطة بهذا المفهوم.

فقد عرف روبنسون وزملائه مركز الشراء على أنه: "جميع الأعضاء المشاركين في عملية اتخاذ القرار الشرائي"⁴، ويؤكد هذا المفهوم على البعد الخاص بجماعية قرار الشراء، وذلك عند تحديد المقصود بمركز الشراء، أيضاً يشمل هذا المفهوم وأن كان بطريقة ضمنية أن المشاركة في صنع قرار الشراء تقتصر أساساً على العاملين بالمنظمة دون خارجها.

ولقد ركز ويلسون "Wilson" في تعريفه على المخاطرة التي يتحملها أعضاء مركز الشراء الناتجة عن اتخاذ قرار الشراء، حيث يعبر الشراء على أنه: "عدد من الأفراد الذين يشتركون في تحديد الأهداف التي يتم تحقيقها من خلال اتخاذ القرار الشرائي وأيضاً في المخاطر التي تنتج عن هذا القرار"⁵.

وعلى الرغم من أن المشاركة في تحديد الأهداف تعني ضمناً المسؤولية عن تحقيقها، إلا أن هذا المفهوم عبر بشكل صريح على أن المسؤولية جماعية لأعضاء مركز الشراء عن تحقيق أهداف الشراء وتحمل المخاطر الناتجة عنه.

ويبرز هيل "Hill" في تعريفه لمركز الشراء الناحية التنظيمية المرتبطة بهذا المفهوم، فقد عرفه على أنه: "وحدة فرعية ليس لها شكل رسمي داخل المنظمة ولكن يتكون من أفراد يشتركون معاً في الوصول إلى هدف محدد وهو اتخاذ قرار الشراء"⁶.

ويلاحظ في هذا التعريف أن مركز الشراء يمثل تنظيماً غير رسمي يتم تكوينه خارج العلاقات الرسمية في الهيكل التنظيمي للمنظمة.

وفي ضوء مختلف الجوانب التي تطرق إليها العديد من الباحثين، يمكن تعريف مركز الشراء بأنه: "وحدة صنع قرار الشراء في المنظمة والتي تتكون من أفراد سواء من داخل المنظمة أو من خارجها، والتي تتحدد مهمتها في دراسة وتوفير المعلومات عن مختلف جوانب قرار الشراء، وبطريقة تمكن من زيادة كفاءة المنظمة في صنع أو اتخاذ القرارات الشرائية المختلفة".

II- تكوين مركز الشراء

اهتم العديد من الدارسين بتوضيح الجوانب المتعلقة بتكوين وعلاقات مركز الشراء باعتبار مركز الشراء وحدة صنع قرار الشراء بالمنظمات الصناعية، وذلك من أجل توجيه استراتيجية تسويقية ملائمة لهذه الوحدة من جانب الموردين القائمين بتوريد احتياجات تلك المنظمات، لذا كان على رجال التسويق الصناعي معرفة مختلف الأدوار في عملية الشراء ودرجة مساهمة كل من المشاركين في مركز الشراء في هذه الأدوار، إضافة إلى الطبيعة الوظيفية لكل عضو.

1- أدوار مركز الشراء: يتكون مركز الشراء من الأفراد الذين يشاركون ويؤثرون في عملية اتخاذ القرارات الشرائية بالمنظمة، وتتنوع أدوار مركز الشراء كما يلي:

1-1- المبادرون: تتضمن هذه الفئة الأفراد الذين قاموا في البداية بتحديد وتمييز المشكلة أو الحاجة، والتي يمكن حلها عن طريق شراء منتج أو حذفه، وقد يكون المبادرون أي أفراد في المنظمة، وعادة ما يكون لمستخدمي المنتج أو الخدمة دور المبادرين.⁷

1-2- المستخدمون: وهم أعضاء المنظمة الذين يستخدمون المنتج، وفي كثير من الحالات فإن هؤلاء المستخدمون يبادرون في تقديم اقتراح الشراء والمساعدة في تحديد مواصفات المنتج المرغوبة وكيفية تركيبه.⁸

1-3- المؤثرون: وهم الأشخاص أو المؤسسات الذين لهم تأثير من قريب أو بعيد على القرار الشرائي الخاص بالمنظمة، وتعتبر أقسام التصميم والأقسام الهندسية في المنظمة الصناعية أكثر الأقسام تأثيراً في هذا الصدد.⁹

1-4- المقررون: يتم اتخاذ القرارات الفعلية من أصحاب القرار، وقد يشترك في عملية اتخاذ القرار شخص أو عدة أفراد، وبشكل عام، عادة ما يكون المقرر هو المشتري عندما تكون المشتريات نمطية، ولكن عندما تكون المنتجات معقدة تقنياً (ذات قيمة عالية)، فإن أصحاب القرار في هذه الحالة هم التنفيذيون الأعلى في المنظمة.¹⁰

1-5- المشترون: وهم 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 المنظمات تمارس الإدارة العليا هذا الدور خاصة في عمليات الشراء المعقد.¹¹

1-6- الحاجبون: وهم الأشخاص الذين يستطيعون التحكم بتدفق أو فلترة المعلومات الخاصة بالسلع والخدمات إلى أعضاء مركز الشراء، وبالتالي

لديهم قدرة التحكم في انسابية المعلومات داخل المنظمة، على سبيل المثال: موظفو الاستقبال، وكلاء المشتريات، عاملوا الاتصالات.¹²

2-المجال الوظيفي لأعضاء مركز الشراء: يمكن اختيار هؤلاء الأعضاء من أقسام مختلفة في المنظمة على النحو الموالي:

2-1-أعضاء الإدارة العليا: تتكون الإدارة العليا في المنظمة الصناعية من المدير العام، المدير، الرئيس، نائب الرئيس ويشتركون بشكل عام في¹³:

- القرارات الخاصة بسياسات الشراء مثل التتويج في منتج أو مشروع جديد؛

- الموافقة على شراء المواد أو على الميزانيات السنوية لقسم المشتريات؛

- اقرار البنود الرئيسية الخاصة بقرارات الشراء، فيما يختص بالمشتريات كالمعدات عالية القيمة؛

- تشارك الإدارة العليا في عملية اختيار المجهز، والتي لها تأثير على عمليات الشراء.

2-2-الفنيون: يتمثل الفنيون في المنظمة على مهندسو التصميم، مدراء الانتاج، مدير الجودة، وكذلك المهندسون الصناعيون، ويشارك الفنيون بشكل عام في تحديد خصائص أو صفات المنتج، التقييم الفني للعروض المستلمة من المجهزين، المفاوضات مع المجهزين، التغذية العكسية للأداء حول المنتجات وهكذا...¹⁴

2-3-قسم ادارة المواد: وهم الأشخاص العاملون في قسم المشتريات وقد يكونوا تنفيذيون من الفئة العليا أو المبادرون، مدراء المشتريات أو المساعدين، ويشترك قسم ادارة المواد بشكل عام في معظم مراحل وخطوات الأنشطة الشرائية.¹⁵

2-4-قسم المحاسبة والمالية: يؤثر المحاسبون في عملية الشراء من خلال مساهمتهم في الاجراءات النهائية لبنود الشراء التجارية فيقومون بتحديد الاستثمارات والموارد المالية اللازمة لعملية الشراء.¹⁶

2-5-وظيفة التسويق: عندما يكون للقرار الشرائي تأثير على القدرة التسويقية لمنتجات المنظمة، يصبح المسوقون ذو تأثير كبير على القرار الشرائي، وفي حالات عديدة يؤثر رجال التسويق بالمنظمة على اختيار طبيعة ومواصفات المنتجات المشتراة، نظرا لما لها من علاقة مباشرة بالمنتجات المقدمة للسوق مما يؤثر في درجة رضا الزبائن.¹⁷

III- أثر متغيرات الموقف الشرائي في تحديد حجم مركز الشراء

تعتبر دراسة فيشر في عام 1969 من بين أهم الدراسات التي اهتمت بإبراز العوامل المحددة لحجم مركز الشراء، ودرجة تأثير الفرد داخل مركز الشراء وكانت أهم النتائج ما يلي:¹⁸

- تمثل الادارات المشاركة في مركز الشراء كل من: الادارة المستخدمة، الادارة العليا، الادارة الفنية، ادارة المشتريات؛
 - تتمثل العوامل المحددة لدرجة مشاركة الفرد في مركز الشراء في: المجال الوظيفي الذي يشغله الفرد، درجة تعقد المنتج من الناحية الفنية، درجة عدم التأكد التجاري (المخاطرة التجارية).
- والجدول الموالي يوضح أهم ما توصل اليه فيشر في دراسته:

جدول رقم (01): المشاركة لمركز الشراء تبعا لدرجة المخاطرة التجارية والتعقد الفني للمنتج

درجة التعقد الفني للمنتج		درجة المخاطرة التجارية
مرتفعة	منخفضة	
التركيز على الادارة المستخدمة والتقنيين	التركيز على ادارة المشتريات	منخفضة
اشترك معظم ادارة المنظمة	اشترك الادارة العليا أو صانعي السياسة	مرتفعة

Source : Marc Vandercamman, Marketing -L'essentiel Et Pour Comprendre, Décider, Agir-, Edition De Boeck Université, 1^{er} : المصدر : Edition, Bruxelles, 2002, P : 170.

يتضح من الجدول أعلاه، أن تأثير الفرد في مركز الشراء يختلف حسب اختلاف المجال الوظيفي الذي يشغله الفرد، وحسب درجة عدم التأكد التجاري، والتعقد الفني للمنتج، فكلما زادت درجة عدم التأكد التجاري للعملية الشرائية، زاد تأثير الادارة العليا، وزاد اشترك أكبر عدد ممكن من ادارة المنظمة في اتخاذ قرار الشراء، كما أنه كلما اتسم المنتج الذي يتم شراؤه بدرجة عالية من التعقد الفني تطلب ذلك تدخل الادارة المستخدمة لهذا المنتج مع تأثير كبير للإدارة الفنية في اتخاذ قرار الشراء.

ثالثا: الإطار التحليلي للبحث

I- صدق الاداة وثباتها : بهدف التحقق من صدق الاداة وفعاليتها للتحليل الاحصائي، تم الاعتماد على حساب معامل ألفا كرونباخ (cronbach

alpha) ومعامل الصدق (validity) وكانت النتائج مبينة في الجدول الموالي :

جدول رقم(02): نتائج اختبار صدق وثبات أداة الدراسة

المحاور	عدد العبارات	معامل الثبات	معامل الصدق
متغيرات الموقف الشرائي	11	0.608	0.779
تكوين مركز الشراء	16	0.633	0.795
الاجمالي	27	0.656	0.809

المصدر: من اعداد الباحثة وفقا لنتائج برنامج التحليل الاحصائي SPSS وتعتبر نتائج هذا الاختبار جيدة وذات دلالة احصائية، مما يشير الى علاقة ثبات وترابط عالي بين عبارات الاستبيان والوثوق في النتائج نفسها المتوصل لها.

II- المعالجة الإحصائية: بعد تطبيق اداة الدراسة وجمع البيانات، تمت معالجتها باستخدام التحليل الاحصائي SPSS، وذلك حسب أغراض الدراسة، واعتمادا على الاساليب الاحصائية التي تناسب فرضيات الدراسة ومتغيراتها على النحو التالي:

1-تحليل اجابات أفراد العينة نحو متغيرات الموقف الشرائي: سيتم عرض نتائج التحليل الوصفي لإجابات أفراد العينة نحو متغيرات الموقف الشرائي في الجدول الموالي:

جدول رقم (03): المؤشرات الاحصائية الخاصة بعبارات متغيرات الموقف الشرائي

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	درجة التحقق
1	تؤثر القيمة المالية للمنتوج على عدد الأفراد القائمين باتخاذ قرار الشراء	4.16	0.659	0.158	عالية
2	يؤثر مدير المالية والمحاسبة على قرار الشراء للمنتجات	4.07	0.866	0.213	عالية
3	مدير المشتريات له الحق باتخاذ قرار الشراء بناء على القيمة المالية	4.09	1.031	0.252	عالية
4	يزداد عدد القائمين باتخاذ القرار الشرائي كلما كان التعقد الفني للمنتجات كبيرا	4.42	0.737	0.167	عالية جدا
5	تتم عملية الشراء بناء على موافقة آراء المهندسين بالمؤسسة	3.97	0.680	0.171	عالية
6	يتم تحديد مواصفات وخصائص المنتجات من طرف المهندسين وأثناء الحاجة منها	4.02	0.643	0.160	عالية

7	يساعد الاطلاع على التطورات الجديدة في التحديد الدقيق لمواصفات المنتجات	4.26	0.627	0.147	عالية جدا
8	يزداد عدد القائمين باتخاذ القرار الشرائي كلما كانت درجة المخاطرة المدركة كبيرة	4.21	0.781	0.186	عالية جدا
9	التوفر والتنوع في المعلومات المتاحة يخفف من درجة المخاطرة	4.19	0.397	0.095	عالية
10	التفاوض مع الموردين حول الأسعار وشروط الدفع يخفف من درجة المخاطرة	4.54	0.550	0.121	عالية جدا
11	تقييم نتائج الشراء السابق يوفر الكثير من المعلومات التي تخفف من درجة المخاطرة	4.59	0.496	0.108	عالية جدا
نتيجة المحور الأول		4.11	0.554	0.135	عالية

المصدر: من اعداد الباحثة وفقا لنتائج برنامج التحليل الاحصائي SPSS.

يوضح الجدول السابق أن المعدل العام لفقرات المحور الخاص بمتغيرات الموقف الشرائي قدر بـ 4.11، وبانحراف معياري 0.554، مما يدل على وجود تشتت ضعيف للقيم عن وسطها الحسابي وبهذا فهو يقع عند مستوى التحقق بدرجة عالية لإجابات أفراد عينة الدراسة على تأثير متغيرات الموقف الشرائي في العملية الشرائية.

وتوضح النتائج ان اجابات أفراد عينة الدراسة تتجه نحو أن القيمة المالية للمنتوج تؤثر على عدد أفراد المشاركين في عملية اتخاذ القرار الشرائي، حيث تحتاج العملية الى مشاركة أفراد من أقسام مختلفة خاصة ذوي الخبرة في مجال المالية والمحاسبة، كون القائمين على هذه الوظيفة على دراية بإمكانيات المؤسسة المالية والتي تسمح بتوجيه العملية الشرائية للمواد ذات التكلفة المرتفعة نحو ما يتوافق والقدرات المالية للمؤسسة وأهدافها الموضوعية.

ويتضح من الجدول أن جميع الفقرات قد حازت على درجة موافقة عالية / عالية جدا، وهذا ما يدل على أن المنتجات المراد شراؤها إذا كانت معقدة فنيا فهذا يتطلب تدخل أفراد من ذوي الاختصاص لإتمام عملية الشراء، مما يؤثر في عدد المشاركين في اتخاذ قرار الشراء، ويعتبر المهندسون أكثر الأطراف تأثيرا إذا زادت درجة التعقد الفني للمنتجات حيث يتم تحديد للمواصفات وخصائص هذه المواد بناء على معرفة فنية، كما أن الاطلاع على مختلف التطورات الجديدة يساعد في التحديد الدقيق لمواصفات هذه المنتجات، وهذا ما يؤكد أفراد عينة الدراسة.

كما توضح اجابات أفراد عينة الدراسة أنه إذا زادت درجة المخاطرة المدركة عند الشراء فهذا يؤثر في عدد ونوعية المشاركين في اتخاذ القرار

الشرائي، وهذا نتيجة ما يتطلبه القرار من توفر للمعلومات وتنوعها واختلاف مصادرها، مما يساعد في تحقيق تفاوض ناجح مع الموردين أثناء تحديد شروط والتزامات العملية التبادلية، إضافة الى أن عملية تقييم الشراء السابق توفر الكثير من المعلومات التي يمكن أن تخفف من درجة المخاطرة المدركة.

وعليه فإن اجابات افراد عينة الدراسة حول مدى وضوح متغيرات الموقف الشرائي تتوافق مع مستوى درجة تحقق عالية، حيث تتعدد الأدوار والوظائف لأعضاء مركز الشراء وفقا لطبيعة الشراء وأهميته.

2-تحليل اجابات أفراد العينة نحو تكوين مركز الشراء: تم اجراء تحليل وصفي لإجابات عينة الدراسة المتعلقة بتكوين مركز الشراء، وسيتم عرض النتائج كما يلي:

جدول رقم (4): المؤشرات الاحصائية الخاصة بتكوين مركز الشراء

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	درجة التحقق
1	قسم المشتريات هو المسؤول على اتخاذ القرار الشرائي بالمؤسسة	4.19	0.890	0.212	عالية
2	يمكن أن يؤثر موظفو الأقسام الأخرى على العمليات الشرائية بالمؤسسة	3.30	0.949	0.288	متوسطة
3	عادة ما يؤثر المهندسون بشكل كبير على اختيار المشتريات	3.71	1.088	0.293	عالية
4	يتم اتخاذ القرار الشرائي بناءا على أفراد من أقسام مختلفة	3.30	1.092	0.331	متوسطة
5	يتم تحديد حاجة المؤسسة من المنتجات مسبقا	4.40	0.989	0.225	عالية جدا
6	يتم البحث عن المعلومات باللجوء الى مصادر متنوعة	4.64	0.484	0.104	عالية جدا
7	يتم تحديد دور كل فرد في المجموعة المسؤولة عن عملية الشراء	4.33	0.721	0.167	عالية جدا
8	تتحصل المؤسسة عن معلومات حول جميع الموردين، وبعدها يتم اختيار المورد المؤهل للتعامل معه	3.90	0.759	0.195	عالية
9	الاعتماد على معلومات تمتلكها المؤسسة تكفي لاتخاذ قرار الشراء	3.69	0.811	0.220	عالية

10	التعامل بشكل أساسي على العروض المقدمة من طرف الموردين	4.26	0.627	0.147	عالية جدا
11	تلجأ المؤسسة الى المعلومات المتوفرة عن الموردين في الانترنت	3.07	1.090	0.355	متوسطة
12	يمكن التعامل مع الموردين من خلال المعارض التجارية	3.57	0.991	0.277	عالية
13	مركز الشراء هو مجموعة الأفراد ينتمون الى قسم المشتريات فقط	3.38	1.125	0.333	متوسطة
14	يمكن لأفراد خارج المؤسسة المشاركة في اتخاذ قرار الشراء	2.26	0.857	0.379	ضعيفة
15	ترتبط بين أعضاء مركز الشراء علاقات جيدة أساسها الاحترام المتبادل	4.57	0.737	0.161	عالية جدا
16	يتحمل أعضاء مركز الشراء مسؤولية جماعية لتحقيق أهداف العملية الشرائية	4.42	0.500	0.113	عالية جدا
نتيجة المحور الثاني		3.81	0.345	0.091	عالية

المصدر: من اعداد الباحثة وفقا لنتائج برنامج التحليل الاحصائي SPSS.

يوضح الجدول السابق، أن درجة إدراك المؤسسات الصناعية المدروسة لمفهوم مركز الشراء وتطبيقه عالية، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا المحور 3.81، اما قيمة الانحراف المعياري فقد بلغت 0.345، مما يدل على وجود تشتت ضعيف للقيم عن وسطها الحسابي.

وتبرز اجابات عينة الدراسة أن ادراكهم لجماعية القرار وتعدد الأدوار أثناء العملية الشرائية كان عاليا، وهذا يدل على أنه بالإضافة الى ادارة المواد يمكن أن تتدخل بعض الادارات الأخرى 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 يتم توضيح الموقف الشرائي بدقة، وهذا وفقا لما توضحه درجة موافقة اجابات عينة الدراسة التي كانت عالية جدا بالنسبة للتخطيط المسبق، وعالية بالنسبة لتوفر وتنوع المعلومات، فالمؤسسات تعمل على تحديد حاجاتها من المنتجات مسبقا والبحث عن مصادر متنوعة لجمع المعلومات وتحديد كيفية التعامل مع العروض المقدمة من طرف المجهزين، وكذلك تحديد دور كل عضو من أعضاء مركز الشراء لإتمام عملية الشراء.

ويتضح من خلال النتائج السابقة لجزء 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.

III- اختبار الفرضيات الدراسية : وسيتم في هذه المرحلة استخدام اختبار تحليل التباين (ANOVA) ، وأسلوب الانحدار البسيط Simple Regression وذلك لتحديد العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.

1- تأثير القيمة المالية للمنتوج على تكوين مركز الشراء
تنص الفرضية الفرعية الأولى على ما يلي:

الفرضية العدمية: "لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين القيمة المالية للمنتوج وتكوين مركز الشراء".

الفرضية البديلة: "توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين القيمة المالية للمنتوج وتكوين مركز الشراء".

تتلخص نتائج التحليل في الجدول الموالي:

جدول رقم (05): تحليل تباين خط الانحدار لتأثير القيمة المالية للمنتوج على تكوين مركز الشراء

المتغير المستقل	المتغير التابع	ثابت الانحدار b	معامل الانحدار a	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	قيمة t المحسوبة	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة sig
القيمة المالية للمنتوج	تكوين مركز الشراء	4.038	-0.054	0.087	0.008	-0.551	0.303	0.585

المصدر: من اعداد الباحثة وفقا لنتائج برنامج التحليل الاحصائي SPSS.

يوضح الجدول اعلاه نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط الذي استخدم لتحديد العلاقة بين القيمة المالية للمنتوج كأحد متغيرات الموقف الشرائي و تكوين مركز الشراء بالمؤسسات الصناعية محل الدراسة، عدم وجود علاقة تأثير ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)، حيث بلغ معامل الارتباط 8.7% وهي نسبة ضعيفة وقد أظهر اختبار F بأن نموذج الانحدار بشكل عام غير مفسر احصائيا، حيث قدر مستوى الدلالة بـ $\text{sig}=0.585$ وهو يفوق مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$).

ووفقا للنتائج السابقة ترفض الفرضية البديلة وتقبل الفرضية العدمية التالية:

"لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين القيمة المالية للمنتوج وتكوين مركز الشراء".

2- تأثير درجة التعقد الفني للمنتوج على تكوين مركز الشراء

تنص الفرضية الفرعية الثانية على ما يلي:

الفرضية العدمية: "لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين التعقد الفني للمنتوج وتكوين مركز الشراء".

الفرضية البديلة: "توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين التعقد الفني للمنتوج وتكوين مركز الشراء".

تتلخص نتائج التحليل في الجدول الموالي:

جدول رقم (06): تحليل تباين خط الانحدار لتأثير التعقد الفني للمنتوج على تكوين مركز الشراء

المتغير المستقل	المتغير التابع	ثابت الانحدار b	معامل الانحدار a	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	قيمة t المحسوبة	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة sig
التعقد الفني للمنتوج	تكوين مركز الشراء	2.028	0.428	0.482	0.232	3.478	12.096	0.01

المصدر: من اعداد الباحثة وفقا لنتائج برنامج التحليل الاحصائي SPSS.

يوضح الجدول أعلاه نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط الذي استخدم لتحديد العلاقة بين درجة التعقد الفني للمنتوج وتكوين مركز الشراء بالمؤسسات الصناعية لولاية تبسة، أن هناك علاقة تأثير ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين المتغيرين، حيث بلغ معامل الارتباط 0.482 أي وجود ارتباط موجب متوسط بنسبة 48.2%، وتوضح قيمة t عدم وجود فروقات ذات دلالة احصائية بين متوسط اجابات أفراد العينة، في حين بلغ معامل التحديد نسبة 23.2%، وقد أظهر اختبار F بأن النموذج بشكل عام ذو دلالة احصائية، حيث قدر مستوى الدلالة بـ $\text{sig}=0.01$ وهو أقل من مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$).

وبناء على النتائج السابقة ترفض الفرضية العدمية وتقبل الفرضية البديلة التالية:

"توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين التعقد الفني للمنتوج وتكوين مركز الشراء".

3- تأثير درجة المخاطرة المدركة أثناء الشراء على تكوين مركز الشراء

تنص الفرضية الفرعية الثالثة على ما يلي:

الفرضية العدمية: "لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين درجة المخاطرة المدركة أثناء الشراء وتكوين مركز الشراء".

الفرضية البديلة: "توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين درجة المخاطرة المدركة أثناء الشراء وتكوين مركز الشراء".

تتلخص نتائج التحليل في الجدول الموالي:

جدول رقم (07): تحليل تباين خط الانحدار لتأثير المخاطرة المدركة على تكوين مركز الشراء

المتغير المستقل	المتغير التابع	ثابت الانحدار b	معامل الانحدار a	معامل الارتباط R	معامل التحديد R^2	قيمة t المحسوبة	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة sig
المخاطرة المدركة أثناء الشراء	تكوين مركز الشراء	2.166	0.376	0.357	0.127	2.415	5.832	0.020

المصدر: من اعداد الباحثة وفقا لنتائج برنامج التحليل الاحصائي SPSS.

يوضح الجدول اعلاه نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط الذي

استخدم لتحديد العلاقة بين درجة المخاطرة المدركة عند الشراء كأحد متغيرات الموقف الشرائي وتكوين مركز الشراء بالمؤسسات الصناعية محل الدراسة، وتبين النتائج وجود علاقة تأثير ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)، حيث بلغ معامل الارتباط 35%، وقيمة (t) 2.415، وقيمة (F) 5.832، التي تبين أن نموذج الانحدار بشكل عام ذو دلالة احصائية، حيث قدر مستوى الدلالة بـ $\text{sig}=0.020$ وهو أقل من مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$).

ووفقا للنتائج السابقة ترفض الفرضية العدمية وتقبل الفرضية البديلة

التالية:

" توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين درجة المخاطرة المدركة أثناء الشراء وتكوين مركز الشراء".

وانطلاقاً من تحليل النتائج الخاصة بتحديد العلاقة بين كل متغير من متغيرات الموقف الشرائي وتكوين مركز الشراء بالمؤسسات الصناعية لولاية تبسة، والذي وضح وجود علاقة تأثير لدرجة التعقد الفني للمنتوج ودرجة المخاطرة المدركة أثناء الشراء على تكوين مركز الشراء بالمؤسسة، وهذا ما تؤكد أغلب الأدبيات والدراسات الخاصة بمفهوم مركز الشراء، ولعل أهمها دراسة فيشر.

وبناءً على ما سبق يمكن اختبار الفرضية الرئيسية والتي مفادها: الفرضية العدمية: "لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين متغيرات الموقف الشرائي وتكوين مركز الشراء بالمؤسسات الصناعية لولاية تبسة".

الفرضية البديلة: "توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين متغيرات الموقف الشرائي وتكوين مركز الشراء بالمؤسسات الصناعية لولاية تبسة".

ويمكن تلخيص النتائج في الجدول الموالي:

جدول رقم (08): تحليل تباين خط الانحدار للفرضية الرئيسية

المتغير المستقل	المتغير التابع	ثابت الانحدار b	معامل الانحدار a	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	قيمة t المحسوبة	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة sig
متغيرات الموقف الشرائي	تكوين مركز الشراء	2.434	0.329	0.252	0.063	1.646	2.708	0.108

المصدر: من اعداد الباحثة وفقاً لنتائج برنامج التحليل الاحصائي SPSS.

يوضح الجدول اعلاه نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط الذي استخدم لتحديد العلاقة بين متغيرات الموقف الشرائي وتكوين مركز الشراء، أن هناك علاقة تأثير ذات دلالة احصائية عند مستوى ثقة 90%، حيث بلغ معامل ارتباط 0.252 أي بنسبة 25.5% وهو ارتباط ضعيف نسبياً، وكان معامل التحديد 0.063 أي 6% تقريباً من تكوين مركز الشراء بالمؤسسة يعود الى متغيرات الموقف الشرائي، في حين كانت النسبة (F) 2.708 وذلك عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.10$).

وعليه يتم رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة التالية:

"توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.10$) بين متغيرات الموقف الشرائي وتكوين مركز الشراء بالمؤسسات الصناعية لولاية تبسة".

الاستنتاجات والتوصيات

لقد تم التوصل الى النتائج النظرية والتطبيقية الموالية:

- يعبر مركز الشراء عن الوحدة المسؤولة عن اتخاذ القرار الشرائي بالمنظمة والتي يكون العمل فيها بشكل جماعي لتحقيق أهداف العملية الشرائية بالمنظمة وتحمل المخاطر الناتجة عنه؛
- ضرورة وأهمية المشاركة الجماعية في اتخاذ القرار الشرائي الصناعي وذلك لطبيعته المميزة فهو يحتاج الى جهود ومشاركة جهات متعددة من داخل المنظمة وخارجها؛
- يتميز القرار الشرائي بتعدد جوانبه المالية، التجارية، الفنية والهندسية لذا يتطلب مشاركة أفراد من ذوي اختصاصات وخبرات مختلفة؛
- يتميز الشراء الصناعي بدرجة عالية من المخاطرة والتعقد الفني، مما يفرض ضرورة وجود مركز الشراء لان قدرة الفرد على تحمل المخاطر تزداد ضمن المجموعة مقارنة بالوضع عندما يعمل منفردا؛
- تتوزع أدوار مركز الشراء على المشاركين في صنع القرار الشرائي وذلك وفقا لدرجة تعقد عملية الشراء وتكلفة المنتج المراد شراؤه، ودرجة المخاطرة المدركة؛
- تعدد المجالات الوظيفية لأعضاء مركز الشراء وذلك كأحد المطالب في تكوين مركز الشراء أين تنتوع اختصاصاتهم وخبراتهم الوظيفية؛
- تعتبر المؤسسات الصناعية لولاية تبسة أن تطبيق مفهوم مركز الشراء يحتاج الى المشاركة الجماعية للأعضاء المسؤولين عن اتخاذ القرار الشرائي، وذلك يتضح من خلال مساهمة الادارات الأخرى مع ادارة المشتريات في اتمام العملية الشرائية؛
- تركز المؤسسات الصناعية لولاية تبسة على عملية التخطيط المسبق لجوانب الشراء، فيقوم مركز الشراء من خلالها بتحديد الاحتياجات، البحث عن المعلومات، تقسيم الأدوار والمهام واختيار المعايير المستخدمة للمفاضلة بين الموردين؛
- تدرك المؤسسات الصناعية محل الدراسة مفهوم مركز الشراء، وتحاول تطبيقه من خلال الالتزام بمختلف محددات وخصائص هذا المفهوم؛
- تؤثر القيمة المالية للمنتوج المطلوب شراؤه ودرجة تعقده الفني في تكوين مركز الشراء من خلال زيادة عدد الأعضاء المشاركين فيه، وتعدد أدوارهم الوظيفية لتشمل أعضاء من الادارة المالية والمحاسبة، والمهندسين والفنيين وذلك حسب طبيعة الموقف الشرائي؛

- يتأثر تكوين مركز الشراء في المؤسسات الصناعية لولاية تبسة بدرجة المخاطرة المدركة، فكلما زادت هذه الأخيرة أدى ذلك لزيادة حجم مركز الشراء وذلك من أجل تخفيض درجة المخاطرة من خلال المشاركة الجماعية لاتخاذ القرار الشرائي؛
- وجود علاقة تأثير احصائية بين متغيرات الموقف الشرائي وتطبيق مفهوم مركز الشراء في المؤسسات الصناعية محل الدراسة عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.10$)، وتتمثل أهم هذه العوامل حسب وجهة نظر أفراد عينة الدراسة في درجة التعقد الفني للمنتوج ودرجة المخاطرة المدركة عند الشراء فكلما زادت درجة هذه المتغيرات زاد الاتجاه نحو تطبيق مفهوم مركز الشراء، وذلك راجع لخصائصه المميزة في تحمل مسؤولية الشراء بطريقة جماعية، كما تؤثر هذه المتغيرات على عدد أعضاء مركز الشراء المشاركين في اتخاذ القرار، وفي اختلاف مجالهم الوظيفي وفي تعدد أدوارهم مما يؤثر في تكوين مركز الشراء في المؤسسة الصناعية، وعليه فقد تم اثبات الفرضية الرئيسية، والتي مفادها "تساهم متغيرات الموقف الشرائي في تكوين مركز الشراء في المؤسسات الصناعية، حيث تؤثر هذه المتغيرات على عدد أعضاء مركز الشراء المشاركين في اتخاذ القرار، وفي اختلاف مجالهم الوظيفي وفي تعدد أدوارهم".
- التوصيات: وانطلاقاً من الدور البارز الذي يمثله مركز الشراء بالنسبة للمؤسسات الصناعية وأثره البالغ على القرارات الشرائية، وبناءاً على النتائج السابقة يمكن تقديم جملة من التوصيات أهمها:
- ضرورة اقتناع المؤسسات الصناعية بأهمية مركز الشراء كوحدة تتولى عملية اتخاذ القرار الشرائي، وتعمل على تحسين هذه القرارات، لذا عليها الاهتمام بمشاركة أفراد من الإدارات الأخرى مع إدارة الشراء في اتخاذ القرار، وذلك كل حسب اختصاصه وحسب ما يضيفه من أهمية على العملية الشرائية للمنظمة؛
- السعي الجاد نحو تكوين مركز الشراء بالمؤسسات الصناعية وذلك من خلال اختيار أعضائه من مستويات إدارية ووظائف مختلفة؛
- الاهتمام بمختلف متغيرات الموقف الشرائي للمؤسسة الصناعية، مما يساعد في تكوين مركز الشراء بدقة وهذا ما ينعكس إيجاباً على درجة جودة القرارات الشرائية المتخذة.

الإحالات والمراجع

- ¹ - بناء على معلومات مقدمة من مديرية الصناعة والمناجم، ولاية تبسة، 2016.
- ² - رائف توفيق وناجي معلا، مبادئ التسويق، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة، 2009، ص:141.
- ³ - Michael D.Hutt, Thomas W. Speh, Industrial Marketing Management, The Dryden Press, Chicago, 1991, P:70.
- ⁴ - Marc Vandercamman , Marketing –L’essentiel Et Pour Comprendre, Décider, Agir-, Edition De Boeck Université, 1^{er} Edition, Bruxelles, 2002, P :166.
- ⁵ - Philip Kotler, Bernard Dubois, Kevin Lane Keller, Delphine Manceau, Marketing Management, Pearson Education, 12^{eme} Edition, France, 2006, P : 253.
- ⁶ - Michael D.Hutt, Thomas W. Speh, Op- Cit, P:81.
- ⁷ - نظام موسى سويدان وسمير عزيز العبادي، تسويق الأعمال، دار حامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2011، ص:75.
- ⁸ - اباد عبد الفتاح نسور، ادارة التسويق، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2013، ص: 245.
- ⁹ - طلعت أسعد عبد الحميد، التسويق الفعال- كيف تواجه تحديات القرن 21-، دار الكتب المصرية، القاهرة، 2009، ص: 162.
- ¹⁰ - Armand Dayan, Marketing Industriel, Librairie Vuibert, 5^{eme} Edition, Paris, 2002., PP:60-61.
- ¹¹ - محمود جاسم الصميدعي و ردينة عثمان يوسف، التسويق الصناعي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2011، ص ص:111-112.
- ¹² - Robert R.Reeder, Edward G.Brierty, Betty H.Reeder , Industrial Marketing – Analysi , Planning And Control-, Pretice Hall, New Jersey, 1991, P:92.
- ¹³ - نظام موسى السويدان وسمير عزيز العبادي، مرجع سابق، ص:77.
- ¹⁴ - نفس المرجع السابق، ص:77.
- ¹⁵ - Armand Dayan , Op.Cit, P:51.
- ¹⁶ - Marc Vandercamman, Op.Cit, , 2002,P : 167.
- ¹⁷ - Idem, 2002, P :167.
- ¹⁸ -F.Blanc, Marketing Industriel, Librairie Vuibert, Paris, 1988, P :38.