**هيكل التأثير في سلوك الشراء التنظيم**

1. **Paul A. Fortin, Ofice of Planning and Development, Province of Quebec**
2. **J. R. Brent Ritchie, University of Calgary**

**Fortin, P. A., & Ritchie, J. R. B. (1980).**

 ***Influence structure in organizational buying behavior.***

***Journal of Business Research, 8(3), 277–299***

كان لهذا البحث ثلاثة أهداف عامة ، يرتبط كل منها مباشرة بأسئلة أثارتها كتابات حديثة في هذا المجال. هذه كانت:

1. لدراسة طبيعة واتجاه هيكل التأثير بين المجموعات المختلفة داخل مركز الشراء أو وحدة صنع القرار (DMU) عبر مختلف مراحل عملية اختيار الموقع [12 ، 31) ؛
2. تحديد الاختلافات في هيكل التأثير المدرك في عملية اتخاذ القرار عبر أنواع وأحجام مختلفة من المنظمات (5 ، 12 ، 28) ؛
3. تحديد الحاجة إلى تدابير متعددة عند تصميم منهجيات لدراسة هيكل التأثير في المنظمة سلوك الشراء (**24،3 1).**

**خلفية البحث**

نماذج الشراء التنظيمي القائمة أسفرت مراجعة الأدبيات عن تحديد عدد من الأساليب لفهم الشراء التنظيمي والتي تم اعتبارها ذات صلة بـ البحث الحالي. يستند النموذج الذي اقترحه Ozanne و Churchill [19) إلى نشر روجر Roger لنظرية الابتكارات [21] ويعتبر الشراء المؤسسي عملية تبني صناعية. يحتوي نموذج العملية هذا على ثلاثة عناصر أساسية: السوابق (خصائص المنظمة ومجموعة القرار) ؛ عملية القرار الفعلية (ينظر إليها على أنها عملية جماعية) ؛ ونتائج العملية أو قرار الشراء**. في حين أن النموذج لا يزال مفهوما بشكل أساسي حتى الآن ، فقد ربط المؤلفون تجريبيا بعض المتغيرات التي تحدد عملية اتخاذ القرار (مدة العملية ، والبدائل التي تم النظر فيها ، وعدد المصادر ، ومجموعة متنوعة من مصادر المعلومات) لخصائص المنظمة ومجموعة القرار.**

يرجع أحد أكثر النماذج المتاحة شمولاً فيما يتعلق بالشراء التنظيمي إلى Webster و Wind [26 ، 27). ثلاثة مفاهيم متضمنة في النموذج لها قيمة خاصة في تصور أبعاد سلوك الشراء التنظيمي. يحدد مركز الشراء جميع أعضاء المنظمة المشاركين في عملية الشراء. يُنظر إلى أعضاء مركز الشراء على أنهم يلعبون دورًا واحدًا أو أكثر من الأدوار التالية: المستخدم ، المؤثر ، المقرر ، المشتري. والبواب. تحدد حالة الشراء ثلاث فئات مختلفة من حالات الشراء التي تم العثور عليها لتعديل طبيعة عملية اتخاذ القرار بشكل كبير. هذه المواقف هي تحديد المهام الجديدة والتجديدات المعدلة والتجديدات المستقيمة [20]. أخيرًا ، يُنظر إلى عملية الشراء على أنها تحتوي على كل من مكونات المهمة والمهام غير المهمة.

تم اقتراح نموذج ثالث يصف طبيعة سلوك المشتري الصناعي من قبل شيث [23]. نموذج شيث هو تكيف لنموذج سلوك المستهلك هوارد-شيث ويركز بشكل كبير على العوامل النفسية والاجتماعية والظرفية التي تدخل حيز التنفيذ أثناء عملية اتخاذ قرار الشراء. أحد أكثر الأبعاد المفيدة لنموذج شيث هو تصوره لعملية صنع القرار المشترك في الشراء التنظيمي وخاصة مناقشته للخيارات المختلفة المتاحة لحل الصراع بين أعضاء مجموعة الشراء.

**وقد لقي نهج رابع** أحدث لدراسة الشراء التنظيمي اهتمامًا كبيرًا لاحقًا لتصميم وتنفيذ البحث الحالي [5]. يعتمد هذا النهج على نموذج ثنائي الأبعاد ويستمد من المفاهيم ونتائج البحوث من مجالات علم الاجتماع وعلم النفس الاجتماعي. تتمثل المساهمة الرئيسية لمفهوم النموذج الثنائي في تأكيده على الحاجة إلى دراسة كل من البائع والمشتري (وكذلك العلاقات بينهما) عند محاولة فهم عمليات الشراء التنظيمي. **قد يبدو هذا النموذج مقاربة** جذابة بشكل خاص عند دراسة حالات الشراء الصناعي التي قد تمثل فيها العلاقات الطويلة بين المشتري والبائع عاملاً رئيسيًا في تحديد نتائج قرارات الشراء [9 ، 14). لحسن الحظ ، قد يكون تصور المفاهيم النموذجية أقل أهمية عند محاولة فهم السلوك الشرائي من النوع الذي تم فحصه في هذه الدراسة. كانت هذه المنظمات (الجمعيات) في فئة "غير هادفة للربح" [3] حيث تكون العلاقات الطويلة الأمد مع البائع أقل شيوعًا وأقل أهمية مما كانت عليه في البيئة الصناعية بسبب التكوين المتغير باستمرار لمركز الشراء [31] ] وحقيقة أن "المنتج" قيد الدراسة في هذا البحث (موقع اتفاقية) يجبر المنظمة على تغيير "الموردين" باستمرار.

**الدراسات التجريبية لسلوك الشراء التنظيمي:**

 نجح عدد من الدراسات التجريبية في تحديد بعض الخصائص الأساسية لعملية الشراء التنظيمي. قامت العلامة التجارية [6] بتلخيص هذه النتائج تحت عنوانين رئيسيين: وهما أن قرارات الشراء هذه هي قرارات مشتركة تخضع لمجموعة متنوعة من التأثيرات. وأن الشراء الصناعي هو عملية لحل المشكلات تنتشر بمرور الوقت. تشمل الدراسات الرئيسية التي تؤدي إلى هذا التصنيف أبحاث حالة متعمقة تتضمن خمسة مخاوف صناعية فحصت طبيعة وضع الشراء وعملية اتخاذ القرار كمحددات لسلوك الشراء التنظيمي [20] . أظهرت دراسة أجراها Buckner الحاجة إلى فهم تكوين وأدوار أعضاء DMU في إعداد الشراء الصناعي [7]. وقد لاحظ McMillan أفكارًا مماثلة [161 ومؤخراً ويلسون [30].

**القضايا المنهجية والقياسية "أزمة المنهجية**" في دراسة سلوك الشراء التنظيمي التي لاحظها Bonoma و Zaltman [4] كانت موجودة لبعض الوقت. هاردينج [13) ، على سبيل المثال ، أكد التعقيد المذهل لعملية الشراء الصناعي والصعوبات التي تنطوي عليها دراستها المنهجية. مثل هذه النتائج مثل ميل الأفراد إلى المبالغة في دورهم في معاملة معينة والتباين في سلوك الشراء عبر الشركات ذات الأحجام المختلفة هي أمثلة على هذه الصعوبات. تشير هذه النتائج إلى الحاجة إلى منهجيات مصممة بعناية ، بالإضافة إلى استصواب فرضيات منهجية محددة ، إذا أردنا تطوير طرق قياس موثوقة ومقبولة لدراسة عمليات الشراء التنظيمي. وقد شددت الرياح [31) على وجه الخصوص على الحاجة إلى التقدم المنهجي في هذا المجال من أجل ترجمة الجاذبية النظرية لمفهوم مركز الشراء إلى قبول أكثر انتشارًا على المستوى التشغيلي.

**بسبب أوجه القصور المنهجية الحالية** ، من المفيد الاستفادة من الخبرة في مجال سلوك المستهلك حيث حظيت عمليات الشراء الجماعي باهتمام كبير في السنوات الأخيرة. على وجه الخصوص ، تمت دراسة فكرة هيكل التأثير ضمن قرار شراء الأسرة من قبل ديفيس [لو] وديفيس وريغوDavis and Rigaux [11) مع عدد من النتائج المثيرة للاهتمام.

أولاً ، لا يمكن اعتبار التأثير النسبي لمختلف أعضاء مجموعة الشراء (في حالة الأزواج والزوجات) متغيرًا ثابتًا. وبدلاً من ذلك ، تبين أنه يختلف باختلاف طبيعة المنتج الذي يتم شراؤه وكذلك مع الأقسام الفرعية المختلفة المتعلقة باختيار الخصائص المختلفة لمنتج معين. ثانيًا ، وجد البحث أيضًا أن تصورات التأثير النسبي للأزواج / الزوجات لم تكن دائمًا متطابقة. وأخيرًا ، قرر المؤلفون أيضًا أن التأثير النسبي على شراء عناصر مختلفة اختلف في مراحل مختلفة من عملية اتخاذ القرار.

تم العثور على نتائج موازية ، ولكن أقل شمولية ، في الأدبيات المتعلقة بالشراء التنظيمي. وجد McMillan [171 و Gronhaug [121 أن المشاركة في منظمة ما لعملية شراء معينة قد تختلف عبر مراحل عملية اتخاذ القرار ، ولكن لاحظ أن الأدبيات التجريبية توفر القليل من التبصر في طبيعة هذا الاختلاف. فيما يتعلق بتصورات التأثير النسبي على الشراء التنظيمي ، لاحظ Weigand [28] أن وكلاء الشراء في بيئة صناعية صنفوا أنفسهم على أنهم أكثر مركزية لمهمة الشراء من التنفيذيين الآخرين.

Bonoma et al. [5] تشير إلى الحاجة إلى مزيد من البحث في هذا الصدد.

الآثار المترتبة على نتائج البحث المذكورة أعلاه على هيكل التأثير في حالات الشراء متعددة الأشخاص هي على الأقل ثلاثة في العدد. أولاً ، يجب أن يكون البحث خاصًا بالمنتج ، والذي يشير في هذه الحالة بالذات إلى "شراء" الجمعية لموقع اجتماع / مؤتمر. ثانيًا ، يمكن توقع أن تصورات مدى التأثير على عملية اختيار الموقع ستختلف باختلاف الأعضاء المهتمين بالقرار. أخيرًا ، من المحتمل أن تختلف طبيعة ومدى التأثير الذي يمارسه المشاركون المختلفون المشاركون في العملية عبر عناصر مختلفة من القرار العام.

**إعادة صياغة مشكلة البحث في إطار المعرفة النظرية والتجريبية الحالية:**

**استنتاج:**

مساهمات البحث يمكن النظر إلى مساهمات الدراسة بشكل مفيد من المواقف الموضوعية والنظرية والمنهجية. إن المساهمات الجوهرية للبحث ذات شقين. أولاً ، أتاحت الدراسة مصدرًا جديدًا شاملًا للبيانات التجريبية التي تصف ظاهرة غير معروفة نسبيًا في مجال سلوك الشراء التنظيمي. ثانياً ، لقد وفرت الكثير من المعلومات العملية للمديرين المشاركين في تطوير وترويج المرافق في قطاع مهم من صناعات الخدمات.

يمكن النظر إلى المساهمات النظرية للبحث تحت عنوانين. على أحد المستويات ، أكدت الدراسة عددًا من النتائج السابقة المستمدة من حالات الشراء التنظيمي الأخرى المتعلقة بطبيعة هيكل التأثير داخل وحدة صنع القرار. الأهم من ذلك ، أنها قدمت أدلة تجريبية فيما يتعلق باتجاهات هيمنة النفوذ التي تم افتراضها أو اقتراحها من خلال الكتابات أو النماذج المفاهيمية للعديد من المؤلفين. في المستوى الثاني ، قدم البحث رؤى جديدة حول الطريقة التي يختلف بها هيكل التأثير في عملية الشراء عبر المنظمات التي تمتلك خصائص مختلفة مثل الأهداف والهيكل والحجم.

وأخيرًا ، تضمنت الدراسة محاولة لتحسين الأساليب المنهجية الحالية لدراسة سلوك الشراء التنظيمي. أكدت النتائج على ضرورة الحصول على تدابير متعددة عند دراسة طبيعة هيكل التأثير ضمن عمليات اتخاذ القرار الجماعي. وعادة ما يتم الحصول على مثل هذه التدابير في إطار نهج الحالة الشائعة لدراسة الشراء التنظيمي الذي يتم فيه دراسة عدد محدود من المنظمات بعمق. ومع ذلك ، هناك أمثلة قليلة نسبيًا على استقصاءات أكثر شمولاً لسلوك الشراء التنظيمي حيث تم تقييم الحاجة أو الرغبة في الحصول على تدابير من العديد من المستجيبين في نفس المنظمة بشكل منهجي. بالإضافة إلى التأكيد على القياسات المتعددة ، حاول البحث إدخال صرامة متزايدة لدراسة الشراء التنظيمي من خلال إدخال وتكييف نهج القياس من المجالات الأخرى حيث أدى فهم عمليات اتخاذ القرار الجماعي إلى تطوير منهجيات مناسبة لدراسة مثل هذه الظواهر.

أخيرًا ، هناك حاجة إلى دراسة أدوار الأنواع المختلفة لمصادر معلومات مصادر المعلومات واستخدامها في عملية اختيار الموقع بشكل مكثف. يخطو مجال سلوك المستهلك حاليًا خطوات سريعة في ما أصبح يعرف باسم دراسة معالجة المعلومات [29]. يجب على الباحثين المهتمين بسلوك الشراء التنظيمي تقييم هذه التطورات الحديثة بهدف تبني و / أو تكييف هذه المفاهيم والنتائج التي تبدو أكثر صلة.