

组织市场和购买行为分析教材

汇报人：

2023-12-16

目录

- 组织市场概述
- 组织购买行为分析
- 组织市场购买行为模型
- 组织市场购买行为案例分析
- 组织市场购买行为的未来趋势
与挑战
- 总结与展望



01

组织市场概述

组织市场的定义与特点



定义

组织市场是指企业、政府、非营利组织等机构为满足其生产、建设、管理等方面的需求而购买商品和服务的市场。



特点

组织市场需求的计划性较强，购买决策过程复杂，购买行为规范化，采购人员专业化。

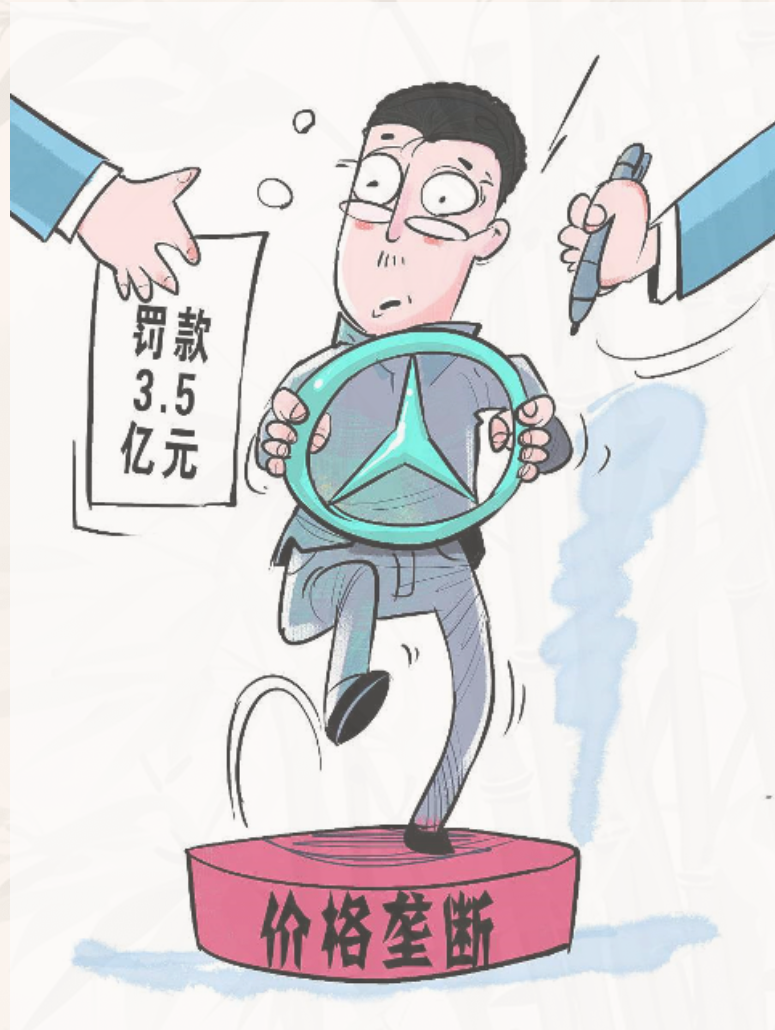
组织市场的分类与构成

分类

组织市场可分为生产者市场、中间商市场、政府市场和非营利组织市场。

构成

组织市场的构成包括组织采购者、组织消费者、组织市场渠道和组织市场竞争者。





组织市场的重要性

01



促进经济发展



组织市场是国民经济的重要组成部分，对促进经济发展具有重要作用。

02



推动技术创新



组织市场需求的不断变化，推动企业不断进行技术创新和产品升级。

03



提升社会福利



政府和非营利组织通过购买商品和服务来满足社会需求，提升社会福利水平。

The background features a soft, light-colored illustration of a bamboo forest. The bamboo stalks are vertical and segmented, with clusters of leaves extending from the upper parts. A single bird is shown in flight, positioned centrally in the lower half of the frame. The overall aesthetic is clean and naturalistic.

02

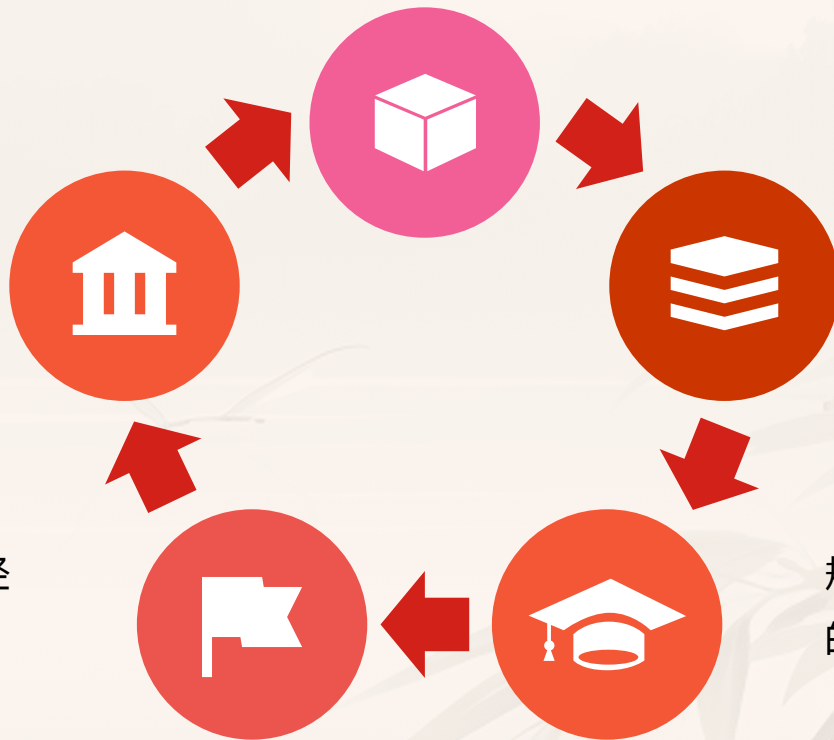
组织购买行为分析

组织购买行为的定义与特点

定义：组织购买行为是指企业、政府、事业单位等组织为了生产、消费和公共服务等目的，购买产品或服务的过程。

专业化：组织购买通常由专业采购人员或团队进行，对产品或服务有更专业的需求。

理性决策：组织购买决策通常是基于经济和技术的理性考虑，而非个人情感。



特点

规模大：组织购买通常规模较大，涉及的金额和数量都较大。



组织购买行为的参与者与决策过程



01

参与者

02

采购经理：负责整个采购过程，包括供应商选择、合同签订等。

03

技术专家：负责技术评估和产品测试。



组织购买行为的参与者和决策过程

财务部门

- 负责预算和成本控制。

企业高层管理者

- 参与重大采购决策。



组织购买行为的参与者与决策过程





组织购买行为的参与者与决策过程

就产品或服务的价格进行
谈判。



达成一致后签订采购合同



供应商按照合同要求交货
，买方进行验收。





组织购买行为的影响因素



技术因素

如产品或服务的技术发展、产品质量等。



供应商因素

如供应商的产品质量、价格、服务态度等。



经济因素

如市场需求、经济周期、通货膨胀等。



政治与法律因素

如政策法规、反垄断政策等。



内部因素

如企业的战略目标、组织结构、企业文化等。

The background features a light, misty landscape with bamboo stalks and leaves on the right side. A bird is flying in the center of the image. The overall color palette is soft and natural, with various shades of green and beige.

03

组织市场购买行为模型

组织市场购买行为模型概述

组织市场定义

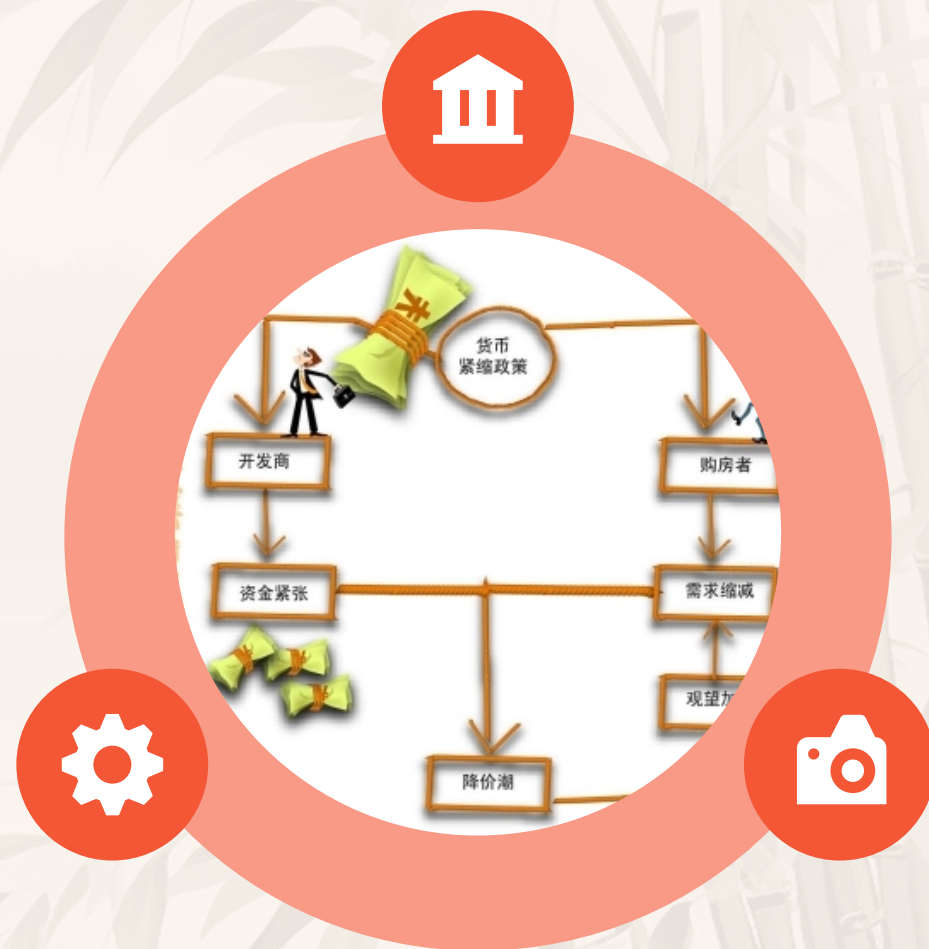
组织市场是指企业、政府、非营利组织等机构为满足其生产经营、公务活动等需求而购买商品和服务的市场。

购买行为特点

组织市场的购买行为通常具有规模大、专业性强、理性化程度高、受政策影响大等特点。

模型构建意义

构建组织市场购买行为模型有助于深入理解组织市场的购买行为规律，为企业和政府制定有针对性的营销策略提供理论支持。



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/727144053046006121>