

## 4. Typy nákupních situací

Strukturu nákupního procesu, chování a motivaci kupujících i prodejců výrazně ovlivňuje typ nákupní situace. Dále jsou uvedené tři skupiny nákupních situací, charakteristické řadou specifik:

1. běžný, opakovaný nákup,
2. modifikovaný nákup,
3. nový nákup.

**Běžný, opakovaný nákup** je typický relativně stabilní poptávkou zákazníka. Kupující nemění své požadavky na druh nakupovaného zboží nebo služby, ke změnám dochází jen v množství či v dodacích termínech. Objednávky vystavuje podnik standardnímu dodavateli, se kterým má často uzavřenou dlouhodobou smlouvu o dodávkách. Distribuční řetězec je už navržen a používán, dodavatel i zákazník využívají osvědčené distributory. V takovém případě lze optimalizovat materiálový tok a snižovat stav zásob. Pokud se prodávající snaží udržet se mezi dodavateli zákazníka, nabízí další služby, usiluje o úzkou spolupráci se zákazníkem, navrhuje lepší technická řešení dodávaných výrobků. Zákazník usiluje o minimalizaci nákladů na nákup a lze používat standardní, mnohdy automatizované postupy při uskutečňování dodávek. Zejména v oblasti dodávek dílů, komponent apod. se v nákupu stále častěji využívá princip JiT. Realizace nákupu je delegována u dodavatele i zákazníka na nejnižší hladinu řízení, pravomoci jsou převedeny na pracovníky nákupních, resp. prodejních oddělení. Požadavky na nové informace jsou minimální, jen je nezbytné trvale shromažďovat údaje o výkonech dodavatele a hodnotit je.

Trvalá snaha reagovat na požadavky zákazníků, realizace racionalizačních opatření apod. vede objedávajícího k formulaci požadavků na dílčí změny v konstrukci dodávaných dílů, změny kvality dodávaných surovin apod. Dochází k **modifikaci nároků** na dodávky u původního dodavatele.

! Příkladem může být požadavek na použití jiného materiálu a změnu tvaru pro plastový díl, potřeba dodávek mléka s vyšší kvalitou, kyseliny sírové o jiné koncentraci, spojovacího materiálu o vyšší pevnosti apod.