

Za modifikaci lze považovat i situace, kdy dodavatel požaduje stejný výrobek, ale v jiném přepravním a manipulačním balení. V širším pojetí lze do této skupiny nákupů zařadit i případy, kdy kupující usiluje změnou požadavků o zlepšení svého postavení vůči současným i potenciálním dodavatelům. Modifikovaný nákup je typický tím, že původní dodavatel může být nadále dodavatelem, ale nemusí jím být, pokud není schopen změněným požadavkům vyhovět nebo při uskutečnění formulovaných změn pro zákazníka navrhuje nepřijatelné podmínky. Rozhodovací proces je složitější, u zákazníka se na něm podílí více útvarů, např. výzkumné a vývojové oddělení, útvary řízení jakosti, výrobní útvary. Rozhodovací pravomoci se posouvají na úroveň vedoucích útvarů. Kupující využívají této nákupní situace pro vyvíjení tlaku na současné dodavatele, do hry vstupují další možní dodavatelé. Riziku možné ztráty zákazníka mohou současní dodavatelé předcházet úzkou spoluprací se zákazníky v oblasti výzkumu a vývoje. Nákupní situace je složitější, mnohdy je třeba použít všech osmi kroků nákupního procesu (kap. 5). Změny požadavků zákazníků vytvářejí příležitost pro další možné dodavatele, aby se dostali do nákupního řetězce zákazníka.

Změny výrobního programu, oblasti obchodování nebo poskytování služeb vedou k rozhodování o zcela **nových nákupech**. Takové situace kladou značné nároky na informace, proces rozhodování je velmi složitý, podílí se na něm velké množství pracovníků podniku, pro přípravu rozhodnutí jsou účelově ustavovány týmy odborníků. Rozhoduje se v podstatě o novém dodavateli, se kterým nemá objedávající zkušenosti. Proto jako jedno z významných kritérií vystupuje do popředí **minimalizace rizik spojených s výběrem nového dodavatele**. Je zřejmé, že se rozhodovací pravomoci o nových nákupech posouvají až na nejvyšší hladinu řízení. Nákupní proces je vhodné realizovat v plném rozsahu osmi kroků formulovaných v kap. 5.

Základní charakteristiky uvedených nákupních situací jsou uvedeny přehledně v tab. 4.1.