

اهمیت خرید و مهندسی آن

در این مقاله سعی شده است به طور خلاصه و کاربردی در مورد اهمیت خرید و مهندسی آن بپردازیم. تاکنون بیشتر آنچه خوانده یا شنیده ایم از بازاریابی و فروش و تکنیک های آن بوده است و کتاب ها و مقالات زیادی در این باره نوشته شده است، اما در مورد خرید کمتر صحبتی به میان آمده است. به نظر می رسد برای اینکه خریدار خوبی باشیم باید اطلاعاتی در مورد فروش و فروشندگی و تکنیک های آن داشته باشیم که شرح آن در این مقاله نمی گنجد. از آن طرف چنانچه بخواهیم فروشنده خوبی باشیم باید ابتدا خریدار خوبی باشیم و این دو لازم و ملزوم یکدیگرند. خرید کردن فرآیندی است که در همه ابعاد زندگی کاربرد دارد. از خرید کالای معمولی در زندگی شخصی تا کالای تخصصی در شرکت یا سازمان که شامل می شود. وقتی واژه مهندسی خرید را به کار می بریم.

در واقع بطور خاص به کالاهایی ورود پیدا می کنیم که جنبه سرمایه ای و تخصصی دارند. همه ما در زندگی تجربه خرید کردن را داریم اگر چنانچه نتوانیم خرید را مدیریت کنیم هم به اقتصاد خانواده و هم به اقتصاد جامعه آسیب رسانده ایم. با مهندسی و اداره کردن در خرید می توان از خیلی از ضرر های احتمالی جلوگیری کرد. این امر خود منجر به بخشی از اقتصاد مقاومتی می شود. در مهندسی خرید ایجاد تعادل در دخل و خرج که همراه با دانش مالی است منجر به نوعی سرمایه گذاری می شود.

دانش مالی خود بحث مفصلی است که در این مقاله نمی گنجد، اما به صورت خیلی خلاصه و مهم یعنی توانایی حفظ پول به علاوه توانایی رشد پول که به سرمایه گذاری منتهی می شود. وقتی قصد خرید کالایی را داریم باید بتوانیم در سریع ترین زمان هم تصمیم درست و هم عملکرد خوبی داشته باشیم. به دست آوردن اطلاعات و تحقیق در مورد کالایی که قصد خرید آن را داریم.

مطلب مرتبط: اهمیت مهندسی فروش در بازار

شرط اصلی ورود به خرید است، اما باید مشخص کنیم آیا خرید ما براساس نیاز و ضرورت است یا قرار است جنبه تفریحی و از روی احساس باشد؟ تفاوتی هم نمی کند که کالای ما از نوع سرمایه ای و مصرفی است یا کالای لوکس است. در درجه اول مهم نیازسنجی است. نکته بعد اینکه قرار است چه میزان بودجه و برای چه نوع مصرف یا نیازی کالا را تهیه کنیم؟

و دیگر اینکه چطور از اصل بودن کالا اطمینان حاصل کنیم؟ واقعیت این است در شرایط فعلی اقتصاد و جامعه که متأسفانه خیلی از فروشندگان با اصول حرفه ای فروشندگی فاصله دارند و و تمرکزشان فقط روی سود و فروش کالا است و در کلام صداقت ندارند یا اطلاعات درستی در مورد کالا ندارند یا در اختیار خریدار قرار نمی دهند پی می بریم که خرید کردن می تواند از فروختن سخت تر باشد.

از طرفی امروزه در کشور ما متأسفانه کنار هر کالای اصلی یک کالای تقلبی یا غیر اصلی وجود دارد و گاهی نیز در کالای اصلی دست برده می شود. وقتی قصد خرید کالایی را دارید که هیچ اطلاعاتی در مورد آن در اختیارتان نیست، کافی است به محل بورس آن کالا مراجعه کنید. وقتی حداقل از پنج یا شش فروشگاه دیدن و از فروشنده در مورد آن کالا کسب اطلاع کنید به راحتی می توانید از اطلاعات به دست آمده و تجزیه و تحلیل آنها به یک جمع بندی مشخص برسید و بتوانید تصمیم و انتخاب درستی داشته باشید.

در این بین بعضی از فروشندگان در یک رقابت ناسالم یکدیگر را تخریب می کنند تا کالای خود را به فروش برسانند. این کار آنها باعث می شود که ماهیت خیلی از چیزها برای شما روشن شود و چیز مبهمی دیگر برایتان باقی نمی ماند و با آسودگی انتخاب می کنید. چند عامل بسیار مهم در خرید مورد توجه است: قیمت کالا ۲- کیفیت کالا یا محصول ۳- ضمانت کالا و خدمات پس از فروش ۴- کشور یا کارخانه سازنده ۵- نوع استفاده و مصرف آن کالا ۶- برند یا غیر برند بودن کالا.

کالاها به طور کلی یا داخلی یا خارجی هستند. در مورد کالاهای داخلی می توان تمام عوامل بالا را هنگام خرید کالا لحاظ کرد و اینکه به مقایسه و تجزیه و تحلیل موارد فوق می توان کالای مناسب را انتخاب کرد. اما در مورد کالای خارجی شرایط پیچیده تر است. کالاهای وارداتی به دو صورت وارد کشور می شوند یا بصورت قانونی یا غیر قانونی و غیررسمی. کالایی که غیر قانونی وارد شود نمی تواند هیچگونه ضمانتی داشته باشد مگر کالایی که مسافری و شخصی باشد.

کالای وارداتی می تواند به صورت انحصاری توسط شخصی در قالب شرکت با مجوز قانونی وارد شود یا می تواند به صورت رسمی توسط چندین شخص یا شرکت وارد شود که در این صورت قیمت و ضمانت و شرایط دیگر تفاوت خواهد داشت و شرایط رقابتی ایجاد می شود. یکی از راه های اطمینان از اینکه کالا توسط چه کشوری ساخته شده است از طریق یک کدینگ بین المللی

است که به صورت بارکد یک عدد ۱۲ یا ۱۳ رقمی در روی کالاها و بسته بندی ها مشخص است. از روی سه رقم وگاهی دو رقم سمت چپ می توان فهمید که کالا متعلق به چه کشوری است.

به طور مثال عددهای ۶۹۰ تا ۶۹۵ مربوط به کشور چین است، یا ۶۹۶ مربوط به کشور ایران است. این کدینگ ها به صورت یک جدول همراه با نام اختصاری کشورها در اینترنت است. همچنین به صورت نرم افزار قابل نصب در گوشی همراه قابل دسترس است. پس از طریق بارکد به راحتی می توانیم کشور سازنده را بیابیم و دیگر نیازی نیست نوشته های کوچک و انگلیسی یا زبان های دیگر را جست وجو کنیم تا بفهمیم ساخت کدام کشور است. لازم است چند نکته مهم را بدانید. به عنوان مثال گاهی کالایی ساخت کشور فلان است، اما به سفارش یک کشور دیگر ساخته می شود که روی آن کالا بارکد کشور سفارش دهنده درج می شود. گاهی یک کالا تحت لیسانس است یعنی تحت کنترل و نظارت و با تکنولوژی کشور سازنده در کشور ایکس ساخته می شود.

سوال: آیا می توان صرفا با بارکد پی به اصل بودن آن کالا برد؟ جواب منفی است چون دیده شده است با تقلب کالایی را کپی کرده و با بارکد کشور سازنده به عنوان کالای اصلی فلان کشور بفروش می رسانند. گاهی با کالایی خارجی در زمینه موادغذایی مواجه می شویم که تاریخ انقضای آن گذشته است و با تقلب تاریخ آن را پاک کرده و تاریخ جدید لاتین روی آن درج می کنند. گاهی نیز اتفاق می افتد شرکتی در زمینه مواد غذایی کالایی را که وارد کرده است به دلیل انتظار در سیر مراحل قانونی و گمرکی که در انبار گمرک معطل مانده است و تاریخ انقضای آن رو به اتمام یا مدت کمی از آن باقی مانده است به دلیل اینکه آن محصول فاسد شدنی و خراب شدنی نیست با اجازه کشور تولید کننده تاریخ آن را تمدید می کنند و با ضمانت شرکت به فروش می رسانند.

مثالی دیگر: برندی مشهور در کشوری مدادی را تولید می کند که این مداد تحت لیسانس در چند کشور دیگر تولید می شود. وقتی می روید آن مداد را به قصد اینکه ساخت کشور اصلی است بخرید متوجه می شوید که برند و ظاهر همان است اما بارکد تفاوت دارد. وقتی دو مداد اصلی و فرعی را (البته در اینجا منظور تقلبی نیست) چون تحت لیسانس تولید شده است مقایسه و امتحان می کنید تفاوت کیفیت را کاملا احساس می کنید و فروشنده هر دو مداد را تحت یک برند و قیمت به فروش می رساند.

مطلب مرتبط: اصول مهندسی بازاریابی

در همین مثال مداد یا مداد رنگی ممکن است شما مداد اصلی را بخرید اما باز متوجه می شوید کیفیت رنگ خوبی ندارد. اشکال کار کجاست؟ می بینیم در روی جعبه مداد تاریخ مصرف وجود ندارد در ظاهر مداد خراب شدنی نیست، اما در اصل مداد یک عمر مفیدی دارد و در اصل تاریخ مصرف دارد، اما روی مداد یا جعبه آن تاریخی قید نمی شود و ما نمی دانیم چه مدت از تولید مداد گذشته است و چه مدت در انبار یا فروشگاه مانده است.

فقط با آزمودن و مقایسه کردن متوجه کیفیت آن می شویم. این ها مثال هایی بود تا بدانیم فرآیند خرید پیچیدگی های خاص خودش را دارد که جز با دقت و مهندسی کردن نمی توان خرید با اطمینان انجام داد. در آخر یادمان باشد کالا را از مبدا اصلی در قبال فاکتور فروش معتبر (سربرگ دار) با مهر فروشگاه و ذکر مشخصات کامل کالا و با ضمانت یا شرط کیفیت و تعهد فروشنده خریداری کنیم.