

Реферат статті К. Стедлменн
"Усвідомлення ризику покупців у різних економічних ситуаціях:
наслідки для B2B-маркетинг-менеджменту"

У даній статті досліджуються потоки організаційної поведінки покупця, аналізується вплив економічної ситуації на організаційні покупки. Метою дослідження є виявлення того, чи дійсно менеджери з продажу змінили свою поведінку під час економічного буму у 2007 році і наступної кризи 2008 року. На основі аналізу інтерв'ювання 84 респондентів у сфері B2B покупцями були виявлені передбачувані ризики та заходи протидії їм у цих виняткових економічних умовах. Зібрані емпіричні дані свідчать про те, що економічні умови впливають на сприйняття ризику, а також на тип ризику, який сприймається. Результати досліджень також свідчать про те, що покупці адаптують свої контрзаходи відповідно до типів ризиків, які вони сприймаються.

Багато покупців, як і раніше, проводять кооперативну політику під час економічного буму, але як тільки відбувається спад економічної активності, вони застосовують агресивну поведінку при покупці. Більш того, їх відкритість і знаходження в пошуку нових постачальників дуже є важливою тільки під час економічного буму. На основі розглянутих типів передбачуваного ризику менеджери продажу в B2B-компанії можуть надати відповідні інформацію, підтримку та аргументацію для менеджерів із закупівель у різних економічних ситуаціях, наприклад підтримувати їх внутрішню маркетингову діяльність під час економічного буму або надати їм дані про внутрішнє планування виробництва і неконфіденційний аналіз витрат. Під час рецесії, навпаки, можна свідомо розповсюджувати серед покупців різну фінансову інформацію (в порівнянні і конкурентами).

References: 1. Reinhart, C.; Rogoff, K. This time is different. Eight centuries of financial folly. Princeton and Oxford : Princeton University Press. – 2009. 2. VDA. Annual report 2009, Frankfurt on the Main: German Association of Automotive Industry. – 2009. 3. Anderson, C. Purchasing enjoys 'a new prominence' / C. Anderson // Supply Management. – 2009. – Vol. 14. – Issue 22. – P. 14. 4. Bain&Company. Einkaufsstrategien und Herausforderungen für Top-Manager [Purchasing strategies and challenges for top-managers] // Results Bain&Company. – 2002. – Nr. 3. – P. 1–6. 5. Müller, E. Milliardenraub Einkauf. Managermagazin 08/04: 54-59. 2004. 6. Schnieder, A. 2008 markiert Ende des Booms bei Bauund Baustoffmaschinen. [The year 2008 marks the end of the boom of construction and civil engineering machineries]. [accessed 02 February 2012]. Available from Internet: http://www.vdma.org/wps/wcm/connect/7258e9804dd1fd85bf34ffd1f693e3d9/09-02-17+PI_Konjunktur+Bau+und+Baustoffmaschinen.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=7258e9804dd1fd85bf34ffd1f693e3d9. 7. Statistik Austria 2009, Arbeitslosenquoten nach Bundesländern. Jahresdurchschnitt [Unemployment rates in federal states. Annual average rate 2008] [accessed 10 May 2010]. Available from Internet :

http://www.statistik.at/web_de/services/wirtschaftsatlas_oesterreich/oesterreich_und_seine_bundeslaender/024185.html. 8. Zehetner, A.; Wiesinger S. Understanding Future Employees In CEEC, Dubrovnik, Croatia 13-16 October 2010. Selected papers, Dubrovnik: Innovation Institute. – Global Business Conference, 2010: 200-209. 9. Johnston, W. J. Organizational buying behavior: Toward an integrative framework / W. J. Johnston, J. E. Lewin // *Journal of Business Research*. – 196. – № 35. – P. 1–15. 10. Robinson, P. J.; Faris, C. W.; Wind, Y. *Industrial Buying and Creative Marketing*. Boston : Allyn & Bacon, 1967. 11. Webster, F. E. Jr. A General Model for Understanding Organizational Buying Behavior / F. E. Jr. Webster, Y. Wind // *Journal of Marketing*. – 1972. – № 36. – P. 12–19. 12. Shet, J. N. Organizational buying behavior: past performance and future expectations / J. N. Shet // *Journal of Business & Industrial Marketing*. – 1996. – Vol. 11. – No 3/4. – P. 7–24. 13. Thompson, K. Organisational Buying Behaviour in Changing Times / K. Thompson, H. Mitchell, S. Knox // *European Management Journal*. – 1998. – Vol. 16. – № 6. – P. 698–705. 14. Backhaus, K.; Voeth, M. *Industriegütermarketing [Marketing for industrial goods] ; Eighth edition* / K. Backhaus, M. Voeth. – München : Vahlen, 2007. 15. Mitchell, V.-W. Organizational Risk Perception and Reduction: A Literature Review / V.-W. Mitchell // *British Journal of Management*. – 1995. – Vol. 6. – P. 115–133. 16. Cooper, M. J. Industrial buyers' risk aversion and channel selection / M. J. Cooper, K. L. Wakefield, J. F. Tanner // *Journal of Business Research*. – 2006. – № 59. – P. 653–661. 17. Spray, G. The Art of Procurement Mastery / G. Spray // *Supply Chain Management Review* January. – 2009. – February. – P. 36–43. 18. Millonig, C. Der Tabellenleitfaden. Top 500. // *Trend*. – 2010. – № 37. – P. 65–90. 19. Svahn, S. Purchasing strategies in supply relationships / S. Svahn, M. Westerlund // *Journal of Business & Industrial Marketing*. – 2009. – № 24/3/4. – P. 173–181. 20. Schüpbach, P. Differenziertes Lieferantenmanagement. In: Belz, C.; Mühlmeier, J. (Ed.) *Key Supplier Management*. St. Gallen: Thexis, 2001. 21. Perdue, B. C. Purchasing agents' use of negotiation strategies / B. C. Perdue, J. O. Summers // *Journal of Marketing Research*. – 1991. – Vol. XXVIII. – P. 175–189. 22. Piercy, N. The hidden risks in strategic account management strategy / N. Piercy, N. Lane // *Journal of Business Strategy*. 2006. – Vol. 27. – Issue 2. – P. 18–26. 23. Belz, C. *Marketing und Vertrieb in einer neuen Welt [Marketing and Sales in a new world]* / Belz, C.; Reinecke, S.; Reinhold, M.; Schmitz, C.; Schogel, M.; Zupancic, D. – St. Gallen: University St. Gallen. – 2009. 24. Choffray, J.-M. Assessing response to industrial marketing strategy / J.-M. Choffray, G. L. Lilien // *Journal of Marketing*. – 1978. – Vol. 42. – No. 2. – Pp. 20–31. 25. Eurostat. Euro-statistics. Data for short-term economic analysis. – 2010. – Issue number 04. 26. Kantner, H. *Internationale Insolvenzstatistik [International insolvency statistics]* // http://www.ksv.at/KSV/1870/de/5presse/3statistiken/1insolvenzen/2009-06/InternStatistik2008/1244542665204_090609_KSVPA_InternationaleInsolvenzstatistik_2008.pdf. 27. Kantner, H. *Internationale Insolvenzstatistik 2009 [International insolvency statistics]* // <http://www.ksv.at/KSV/1870/de/5presse/3statistiken/1insolvenzen/2010-08/InternationaleINSStatistik09/index.html>>. 2010. 28. Sheth, J. N. A Model of Industrial Buyer Behavior / J. N. Sheth // *Journal of Marketing*. – 1973. – № 37. – Pp. 50–56. 29. Statistisches Bundesamt *Statistical Yearbook 2009*. Wiesbaden: Bonifatius GmbH, 2009. 30. Wuchold, H. *VDMA-Präsident: Bewährungsprobe kommt erst 2010. [VDMA president: the probation will come now]*. [accessed 02 February 2012]. Available from Internet : http://www.vdma.org/wps/wcm/connect/vdma/Home/de/Verband/VDMA_Presse/Pressemitteilungn/komm_A_20091229_BD_PI_Wittenstein_Jahresende?pagede-sign=SEITENENTWURF-Artikel_Druck.2009.