

## المستخلص

تناول هذا البحث دراسة وتحليل واقع مركز الشراء وترويج المنتجات الصناعية والعوامل المؤثرة في ترويج المنتجات الصناعية وقد انطلق البحث من مشكله اساسية وهي محدودية الاهتمام بتفعيل دور اعضاء مركز الشراء في عملية الشراء في العديد من المنظمات الصناعية ناهيك عن الارباك الذي يحدث في عملية الاختيار والإعداد والتدريب وان أهمية البحث تنطلق في انه يساعد الشركة العامة للصناعات الانشائية / معمل بلاستيك ميسان في الاختيار الصحيح لأعضاء مركز الشراء وتكوين صورة عن السلوك المحترف والمهني الذي من المفترض أن يمارسه اعضاء مركز الشراء عند القيام بعملية الشراء وينوه الى أهمية الشراء وتأثيره على عمليات المنظمة الصناعية وقد حددت أهدافه بتحديد طبيعة اختيار أعضاء مركز الشراء وتحديد الدور الذي يلعبه مركز الشراء بشأن المعلومات والاجراءات والمواد المطلوبة لإتمام عملية الشراء وتأثير العوامل البيئية ، التنظيمية ، الاجتماعية ، الفردية ومواقف الشراء في سلوكيات اعضاء مركز الشراء وايصال مفهوم مركز الشراء الى المنظمات الصناعية ومنها معمل بلاستيك ميسان ويسعى البحث إلى تحقيق هذه الأهداف بالاستناد الى فرضيتين رئيسيتين الاولى هي (توجد علاقة ارتباط بين مركز الشراء وترويج المبيعات الصناعية في معمل بلاستيك ميسان ) والثانية هي (توجد علاقة تأثير معنوية بين مركز الشراء وترويج المبيعات الصناعية في معمل بلاستيك ميسان) وتمثل مجتمع البحث في معمل بلاستيك ميسان .

وقد اعتمد البحث استمارة استبيان لغرض جمع البيانات الأولية وزعت على المسؤولين عن اختيار أعضاء مركز الشراء ومدراء الشعب والموظفين في المعمل وقد بلغ عددهم (112) شخص وقد استخدم في البحث مجموعة من الأساليب الإحصائية المحوسبة بنظام لمعالجة وتحليل البيانات (SPSS) هي (الوسط الحسابي والانحراف المعياري ، الخطوات المتسلسلة).

وبناءً على قياس متغيرات البحث وتشخيصها واختبار فرضيات البحث توصل البحث إلى مجموعة من الاستنتاجات كان من أبرزها تنظر ادارة معمل بلاستيك ميسان الى التسويق كوظيفة جانبية تقتصر على الاعلان والترويج وعدم ادراك حقيقة التسويق كأنشطة للتعرف على حاجات السوق من المنتجات الصناعية ومحلولة تلبيتها.