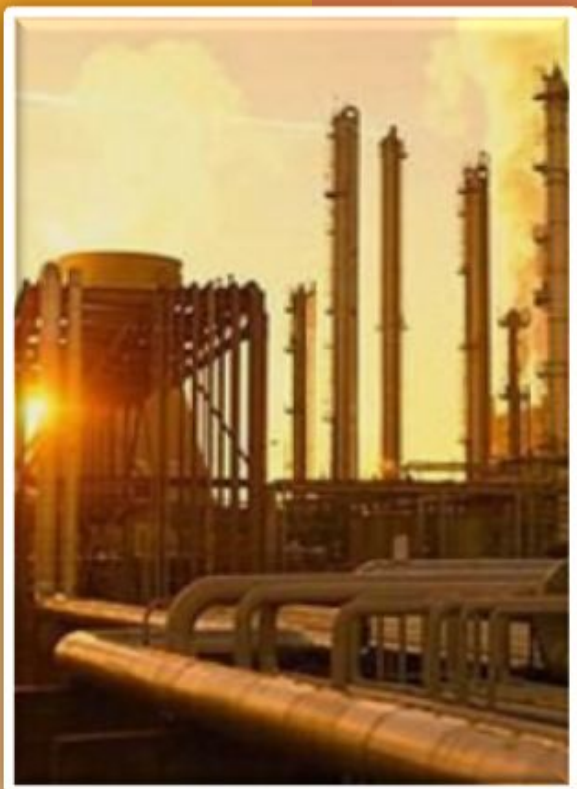




Особливості формування поведінки підприємства на ринку промислових товарів за сучасних умов господарювання

План

1 Суть та характеристика промислового ринку

2 Специфіка попиту на промислові товари

3 Класифікація промислових товарів і послуг

4 Споживачі промислової продукції

Тема 1: Особливості формування поведінки підприємства на ринку промислових товарів за сучасних умов господарювання

Методологічною основою визначення суті промислового ринку є визначення ринку як економічної категорії.

Ринок - це економічний механізм узгодження та реалізації соціально-економічних інтересів ринкових суб'єктів (виробників і споживачів) в процесі обміну товарів та послуг шляхом коливання ринкових цін.

Промисловий ринок - це система економічних відносин між ринковими суб'єктами, направлених на узгодження та реалізацію соціальних інтересів в процесі обміну промисловими товарами та послугами з метою їх використання у процесі виробництва, перепродажу чи здачі в оренду.

Тема 1: Особливості формування поведінки підприємства на ринку промислових товарів за сучасних умов господарювання

- **Споживчий ринок становлять особи, які купують товари та послуги для особистого чи сімейного споживання.**

У сучасній економічній літературі з питань маркетингу майже не існує суттєвих розбіжностей у визначенні сутності промислового ринку. Так, Ф. Котлер у своїй роботі "Управління маркетингом" пише:

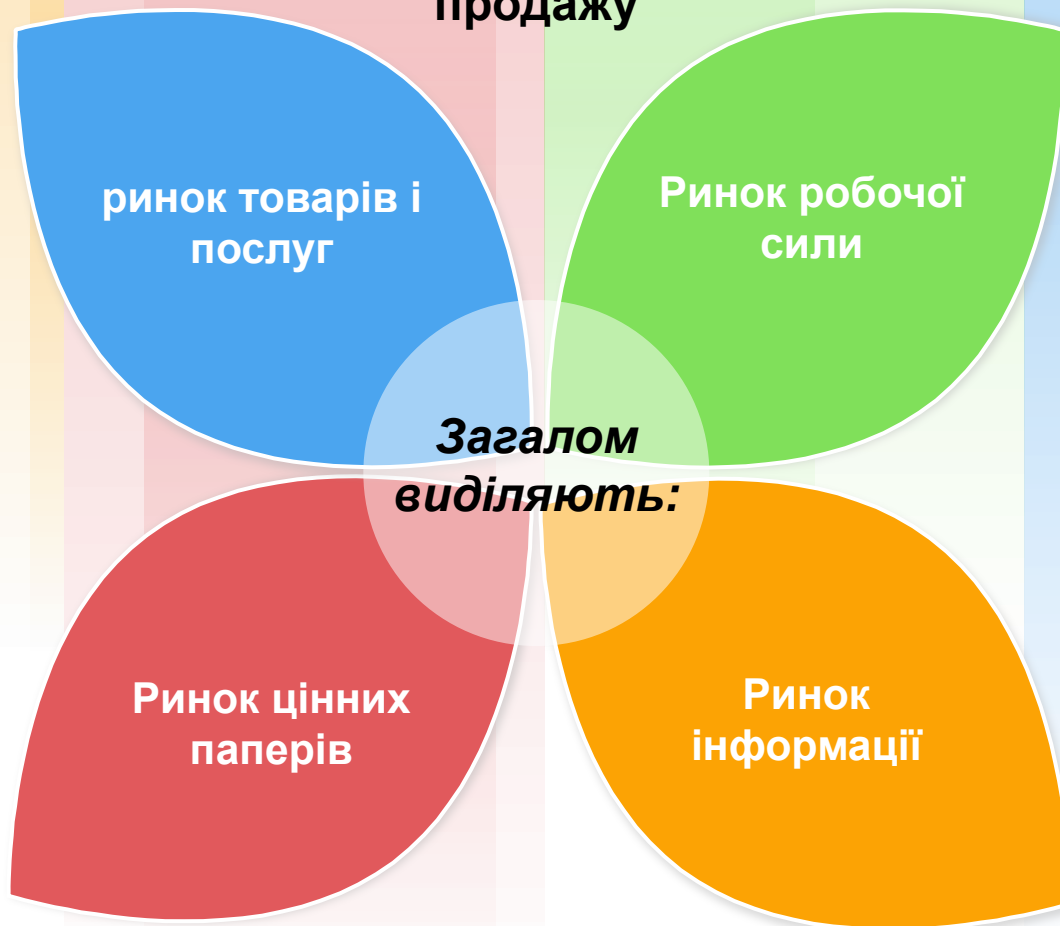
"Бізнес-ринок складається із організацій, які купляють товари та послуги для використання їх в процесі виробництва інших товарів і послуг для перепродажу, здачі в оренду чи постачання іншим".

Тема 1: Особливості формування поведінки підприємства на ринку промислових товарів за сучасних умов господарювання

- **Ринки товарів промислового призначення**
— це ринки товарів та послуг, що обслуговують підприємства й урядові інститути та організації (наприклад, лікарні) для приєднання товару (складові частини матеріалів чи компонентів), його споживання (технологічні матеріали, постачання офісів, консалтингові послуги) чи використання (устаткування та обладнання).

Тема 1: Особливості формування поведінки підприємства на ринку промислових товарів за сучасних умов господарювання

Існують інші критерії визначення структур ринку, наприклад, залежно від того, що є об'єктом купівлі-продажу



Тема 1: Особливості формування поведінки підприємства на ринку промислових товарів за сучасних умов господарювання

Можна визначити структуру ринку залежно від характеру економічних відносин між його суб'єктами — це

- **Вільний ринок;**
- **Ринок, орієнтований на невідомого споживача;**
- **Регульований ринок;**

Тема 1: Особливості формування поведінки на ринку промислових товарів за сучасних умов господарювання

- **Споживачами товарів** на промисловому ринку є підприємства різних галузей виробництва (промислові, будівельні, транспортні, сільськогосподарські тощо), державні установи, громадські організації, банки, страхові й інвестиційні компанії та інші.

Тема 1: Особливості формування поведінки підприємства на ринку промислових товарів за сучасних умов господарювання

Промисловий ринок України сьогодні представляють понад 50 тисяч підприємств, в тому числі:

паливна промисловість - 463;

чорна металургія - 3138;

машинобудування, ремонт та монтаж машин і устаткування - 10 898;

хімічна і нафтохімічна промисловість - 3060;

лісова і деревообробна промисловість - 4016;

промисловість будматеріалів - 3061;

легка промисловість - 4467;

харчова промисловість - 9107.

Тема 1: Особливості формування поведінки підприємства на ринку промислових товарів за сучасних умов господарювання

- У таблиці 1.1 подані порівнянні характеристики промислового та споживчого ринків.

Показники	Промисловий ринок	Споживчий ринок
Обсяг збуту	Значний	Невеликий
Обсяг закупівель	Значний	Невеликий
Кількість споживачів	Незначна	Значна
Розмір індивідуального споживання	Значний	Невеликий
Розміщення споживачів	Географічне, сконцентроване	Розпилене
Природа закупівель	Більш професійна	Індивідуальна
Прийняття рішення про закупівлю	Бере участь значна кількість людей	Приймається одноосібно або кількома особами
Тип переговорів	Складний	Простий
Використання лізингу	Значне	Незначне
Методи просування	Персональний продаж	Засоби реклами
Природа каналів розподілу	Прямі	Багатоступеневі

Тема 1: Особливості формування поведінки на ринку промислових товарів за сучасних умов господарювання

- **Попит – це та кількість товарів (послуг) яку можуть і хочуть придбати споживачі за певного рівня цін, протягом певного проміжку часу.**
- Попит на промислові товари може бути визначений як:

вторинний;

- вторинність попиту на промислові товари полягає в тому, що він визначається попитом на споживчі товари та послуги.

нееластичний;

- тобто зміни в цінах на промислові товари не призводять до відчутних змін у попиті на них.

нестійкий;

- Нестійкість попиту пов'язана з більш динамічною зміною технологічних процесів виробництва, постійним оновленням засобів виробництва.

парний.

- Парність попиту зумовлена тим, що в більшості випадків попит на промисловий товар одного роду одночасно зумовлює попит на інший товар, який використовується в комбінації з першим.

Тема 1: Особливості формування поведінки підприємства на ринку промислових товарів за сучасних умов господарювання

Є різноманітні системи класифікації промислових товарів та послуг.

Проте найбільш поширеними критеріями класифікації є:

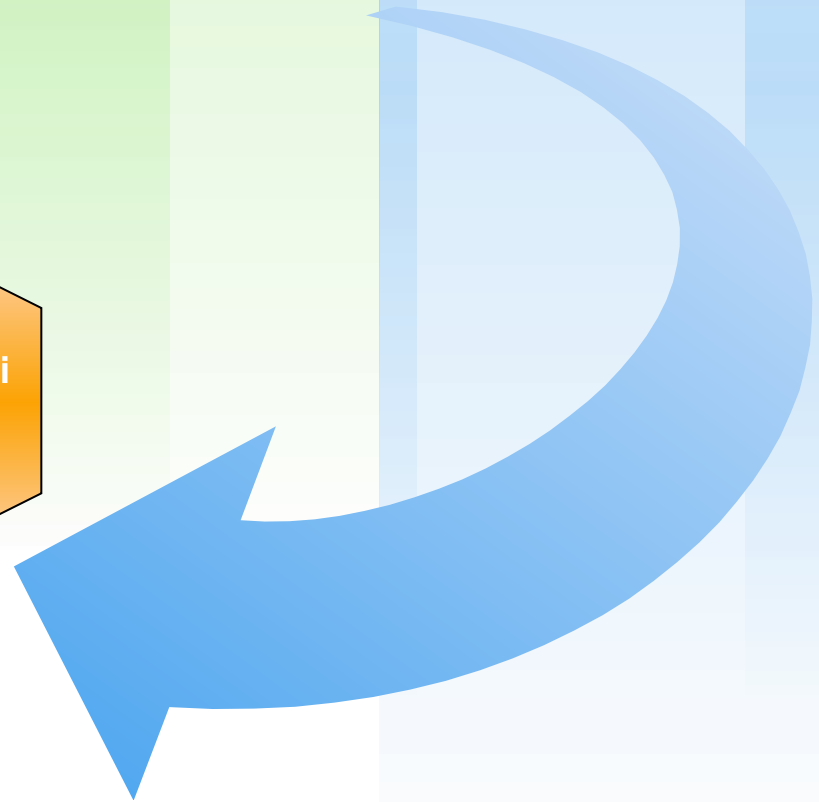
- 1.** швидкість перенесення вартості (амортизація);
- 2.** роль того чи іншого продукту у виробництві;

- 3.** величина вартості;.

- 4.** рівень прийняття рішення про купівлю.

Тема 1: Особливості формування поведінки підприємства на ринку промислових товарів за сучасних умов господарювання

Промислові товари і послуги класифікуються таким чином:



Тема 1: Особливості формування поведінки підприємства на ринку промислових товарів за сучасних умов господарювання

Споруди і капітальне обладнання

Характерними рисами цього класу обладнання відповідно до зазначених вище критеріїв є висока вартість, нееластичний попит, тривалий термін використання, високий рівень прийняття рішень про закупівлю, а також те, що ці товари не стають фізичною часткою кінцевого продукту.

Звідси й такі особливості маркетингових завдань, як:

- прямі канали розподілу;
- довгострокові переговори про якісні характеристики та умови постачання;
- потреба в додаткових послугах — ремонті та підгонці;
- використання переважно особистих форм продажу тощо.

Тема 1: Особливості формування поведінки підприємства на ринку промислових товарів за сучасних умов господарювання

Додаткове обладнання

Цей клас промислових товарів призначений для створення умов роботи капітального обладнання (тягачі, вантажопідійомники).

Допоміжне обладнання

Використовується для забезпечення роботи управлінського персоналу, клерків, здійснення маркетингу (калькулятори, офісне обладнання тощо).

Деталі та компоненти

які стають складовою кінцевого продукту, характеризуються незначною вартістю, коротким терміном використання, довгими каналами розподілу.

Тема 1: Особливості формування поведінки підприємства на ринку промислових товарів за сучасних умов господарювання

Оброблені матеріали

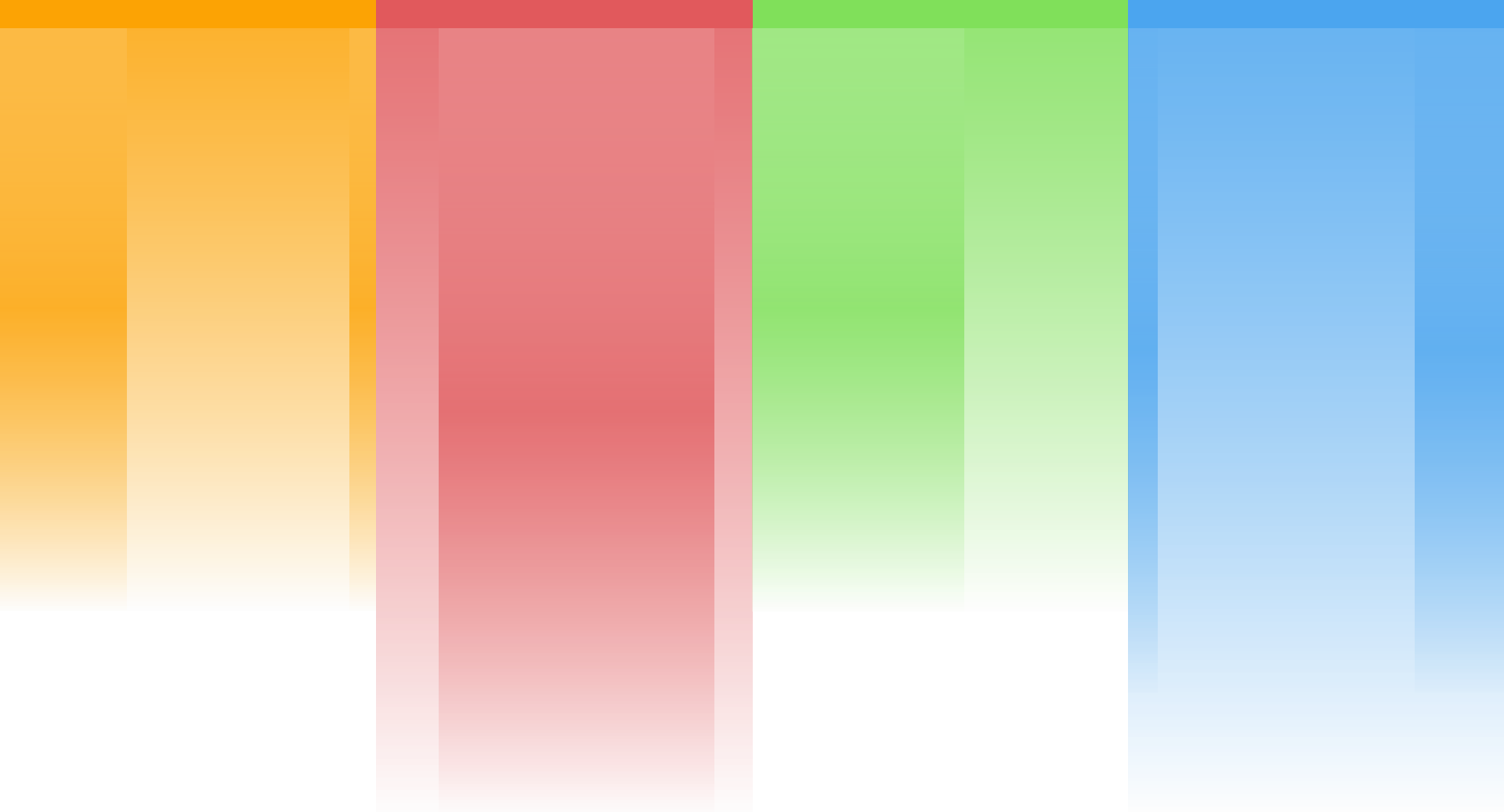
хімічні препарати, пластмаси тощо.

Сирі матеріали

руда, вугілля, нафта тощо. Матеріали стають частиною кінцевого продукту. Вони добуваються у великих обсягах, мають еластичний попит.

Промислові послуги

які надаються банками, страховими компаніями, рекламними агентствами, юридичними конторами, агентствами з працевлаштування, консалтинговими фірмами.



Дякую за увагу!!!