

СПЕЦИФІКА РОЗПОДІЛУ ТОВАРІВ ПРОМИСЛОВОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

Розподіл товарів промислового призначення значно відрізняється від розподілу товарів широкого вжитку. Це визначається особливостями самого сектора B2B, на якому функціонує порівняно невелике число споживачів і конкурентів, та специфікою продукції, що розподіляється на ньому.

Залежно від виду продукції, що виробляється та розповсюджується підприємством, варіює будова й структура маркетингових каналів, що формують його систему розподілу. Порівняльна характеристика товарів широкого вжитку і товарів промислового призначення наведена в табл. 1.

Таблиця 1 – Особливості товарів широкого вжитку та товарів промислового призначення

Ознака	Товари широкого вжитку	Товари промислового призначення
Споживачі	кінцеві споживачі, які купують товари для особистого, домашнього чи сімейного використання	комерційні фірми, установи, які ставлять перед собою мету отримання прибутку. Купують товари для виробничого використання або перепродажу
Ринки	значна кількість споживачів; географічна децентралізація ринків та споживачів	менше споживачів, але вони значніші; споживачі географічно сконцентровані
Попит	первинний; попит безпосередній, значно залежить від цін	вторинний; попит є похідним від попиту кінцевих споживачів, змінюється в значному діапазоні, менше залежить від цін
Процес прийняття рішення щодо купівлі	рішення приймаються індивідуально або на рівні сім'ї. Мотиви купівлі часто ірраціональні (емоційні або продиктовані модою)	колегіально; складніший процес прийняття рішення щодо здійснення покупки, триваліший час її здійснення. Мотиви купівлі мають раціональний характер
Професійний рівень покупців	найчастіше покупець не обізнаний про істинні характеристики товару, більше довіряє рекламі та продавця-консультанта, чий обіцянки часто не виправдовуються.	високий професійний рівень покупців, а також навички комерційної роботи. Продавці намагаються задовольняти будь-які побажання своїх постійних клієнтів
Відносини	стосунки не тривалі, контакти тимчасові	відносини тривалі, багатосторонні
Рівень	низький та середній рівень	значно вищий ризик покупця

ризик	ризик	
Сервіс і розподільчі мережі	сервіс має важливе, проте не вирішальне значення	вищі вимоги щодо сервісного обслуговування, відіграють важливішу роль; потреба в додаткових послугах
Складність процесу купівлі-продажу	процес купівлі-продажу є простим	процес купівлі-продажу є досить складним, вимагає формальностей
Розподіл	через довгі канали товароруку посередників і посередницьких комерційних структур	через значно коротші прямі, одно- або дворівневі канали руху товарів і збуту спеціалізованих постачальників і посередників. Частіше залучаються спеціалізовані постачальники і збутовики

Таким чином, на основі табл. 1. можна виділити такі особливості розподілу товарів промислового призначення:

- важливе налагодження тісних ділових стосунків між покупцем і продавцем;
- необхідність встановлення високих вимог щодо сервісного обслуговування;
- спеціалізація конкретного учасника каналу на конкретних товарах промислового призначення;
- прямі маркетингові канали переважно притаманні таким промисловим товарам, як основне обладнання, споруди і промислові послуги;
- роздрібну торгівлю у промисловому маркетингу переважно не використовують, винятком є тільки товари подвійного призначення, особливо під час їх закупівлі невеликими (наприклад, продукція хімічної промисловості).

Отже, сам процес розподілу товарів промислового призначення характеризується високим ступенем інформованості про учасників ринку та тісними взаємозв'язками між ними. Ще однією особливістю розподілу є необхідність формування системи сервісного обслуговування, що є один із найважливіших факторів, що впливає на процес прийняття рішення щодо купівлі товарів промислового призначення.