

## **МАРКЕТИНГ НА РИНКУ B2B.**

Шудра В.А.

Науковий керівник - ас. каф. «Маркетингу» Златова І.О.

У результаті загострення конкуренції ринок B2B давно вийшов за рамки, які обмежувалися виробництвом продуктів і послуг належної якості. Тепер товари повинні не тільки бути високоякісними, а й максимально задовольняти запити конкретного ринку, що підтверджують і класичні маркетингові теорії. У сегменті B2B, завдяки наявності великої кількості спеціалізованих професійних видань, а особливо завдяки розвитку інтернету, замовники добре інформовані про товар або послугу, його основних характеристиках і додаткових можливостях. У цих умовах зростає роль іміджу ( репутації ) компанії, відомостей про неї в публікаціях спеціалізованої преси і зокрема, відгуків інших корпоративних клієнтів. Спільне та відмінне ринків B2B та B2C:

1. Кількість споживаної продукції на ринку b2b істотно вище, ніж у роздріб, що обумовлює і обсяг закупівель. Закупівлі йдуть десятками, сотнями, тисячами штук, і купівельна спроможність гравців b2b істотно вище.

2. Високий ризик невиправданої покупки.

3 Процес прийняття рішень на B2B секторі більш складний.

4. Попит на ресурси для виробництва продукції в b2b секторі складно прогнозуємо, тому що прорахувати зв'язки і вплив товарів для бізнесу один на одного в конкретних ринкових умовах - завдання далеко не тривіальна.