

ЗМІНИ ПОВЕДІНКИ ОРГАНІЗАЦІЙ-ПОКУПЦІВ В УМОВАХ КРИЗИ

В Україні, як і у інших країнах світу, ринок товарів та послуг представлений суб'єктами ринку, які представлені компаніями, що пропонують товари та послуги для промислових підприємств, громадських організацій, шкіл та лікарень, державних органів та посередників, а також, для оптових та роздрібних посередників.

Велике значення при реалізації товарів для організацій має орієнтація на компанії, що реалізують товари виробничого призначення. Це, як ми знаємо, високотехнологічне, складна в інженерному рішенні продукція, яка була чітко та, іноді, довго розроблена та запропонована ринку компаніями, які приділяють велике значення науково-дослідним розробкам. Хто може бути організацією-покупцем і які товари та послуги вони можуть та купують. З курсу маркетингу ми знаємо, що організаціями-покупцями можуть бути:

1. промислові покупці;
2. інституціональні покупці;
3. урядові організації;
4. посередники.

Розглянемо кожен вид організацій-покупців та з'ясуємо, що змінилося у споживчих перевагах цих організацій в умовах кризи. Яку ми можемо бачити зараз. Промислові покупці, які мають можливість виробляти обладнання, автомобілі та купувати товари та послуги для подальшого використання у процесі виробництва других товарів, не мають можливість витратити великі фінансові ресурси, так як в умовах кризи попит на їх товар різко впав. Промислові підприємства за останні 3 роки мають великі проблеми, пов'язані, в тому числі і з тим, що на їх діяльність великий негативний вплив мають зовнішні фактори макросередовища організації.

Інституціональні споживачі продовжують купувати товари для організацій, забезпечуючи обслуговування населення. Це можуть бути лікарні, школи, готелі та ресторани, авіакомпанії та залізниця. Рівень попиту на послуги лікарень зараз занадто високий, а інші суб'єкти ринку, загалом, сфера послуг, в умовах кризи потрапили у дуже скрутне становище.

Урядові організації (місцеві органи влади) – на них приходить найбільша доля закупок організацій. Це покупка і підручників для шкіл, комп'ютерів, місцеві органи можуть розвивати інфраструктуру регіону, туризм, готельний та ресторанний бізнес, допомога громадським організаціям та інші види закупок. Цей вид організацій-споживачів на даний період часу знаходиться у менш скрутному становищі, маючи можливість витратити місцевий бюджет на необхідні потреби регіону.

І посередники, оптові та роздрібні торговці, що покупають товар для подальшого перепродажу з вигодою для себе, теж є зараз у гарному положенні.

Існує багато організацій, що доставляють товари кінцевому споживачу з ресторанів та супермаркетів, аптек. Зараз в Україні багато організацій, що допомагають людям, що в умовах кризи, залишились без роботи, заробити гроші, надаючи посередницькі послуги кінцевим споживачам.

Як ми зазначали вище, для ефективної роботи організацій-покупців, в умовах кризи, велике значення має негативний вплив зовнішніх факторів країни. Найвагомий негативний вплив виявляє економічна середа. Економічна зовнішня середа організацій-покупців за останні роки дуже сильно змінилась. Споживачі, у яких різко впала спроможність купувати товари та послуги, так як поточні доходи різко впали, дуже сильно піднялися ціни на товари і деякі послуги, у споживачів зникла можливість мати збереження та отримати кредит у банку. Деякі реальні споживачі товарів та послуг втратили роботу і це теж негативно впливає на економічну середу виробничих підприємств та організацій покупців.

Одним з головних показників, за допомогою якого можливо дослідити тенденції розвитку країни є ВВП (англ. Gross Domestic Product, GDP). На сайті міністерства фінансів України [1] зараз можливо побачити, як змінився цей показник за останні роки, та конкретно, за I та II квартали 2021 року. З 2012 року, кожного року спостерігається різниця між номінальним та реальним ВВП. Причому, кожного року у відсотковому співвідношенні, цей показник має знак мінус. Якщо побудувати графік динаміки ВВП за період з 2012 по 2020 роки, то він буде мати наступний вигляд:



Ми бачимо, що у 2020 році значення показника ВВП складало -9% по відношенню до 2019 року. Це значення не є дуже низьким, але означає, що реальний ріст виробництва, а не цін на 9% нижче ніж фактичні ціни 2020 року. Подивимось, яким же стали показники ВВП у I та II кварталах 2021 року. Різниця між реальним та номінальним ВВП складають відповідно: у I кварталі -12,5%, а у II вже -16,3%. Виходячи з таких негативних тенденцій ВВП України, та з урахуванням вищевикладеного матеріалу, можливо зробити висновок, що організаціям-покупцям все складніше виживати в умовах кризи, що обумовлено негативними змінами у поведінці цих організацій.

1. URL: <https://index.minfin.com.ua/economy/gdp/>