

**к.э.н., доцент Беловодская Е.А.**  
Сумский государственный университет

## **КАНАЛЫ В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ИННОВАЦИЙ**

Развитие теории и практики маркетинговой политики распределения обусловил необходимость формирования ее терминологии, к которой принадлежат такие базовые категории, как распределение, сбыт, продажа, товародвижение, маркетинговая логистика, канал распределения или канал дистрибуции (в логистике – логистический канал), цепь распределения (в логистике – логистическая цепь), маркетинговый или рыночный канал (в логистике – канал товародвижения), канал сбыта. Особого внимания требует установление субординации понятий канала в системе маркетинговой политики распределения инноваций.

Таким образом, по мнению автора, *цепь распределения инноваций* – это сложная система, которая формируется упорядоченной и взаимодействующей совокупностью физических или юридических лиц (инноваторов) на рынке производства, снабжения и распределения инноваций, которые выполняют операции, направленные на создание и доведение инновационного товара к конечному потребителю.

Взаимоотношения в такой цепи формируются на основании заказов и предложений на рынке производства сырья (со своими поставщиками, посредниками, потребителями), производства и потребления инновационной продукции соответствующего ассортимента и качества, выполнения работ, предоставления услуг (рис. 1).



Рисунок 1 - Структуризация цепи распределения инновации

Часто канал распределения отождествляют с маркетинговым каналом (каналом товародвижения) и каналом сбыта. Но определение всех этих понятий нуждается в определенной субординации и уточнении как на рынке традиционных товаров, так и инновационных. Так, по нашему мнению, канал распределения является более широким понятием, чем все другие. *Канал распределения* (или *дистрибуционный канал*) инноваций – это путь, который формируется частично упорядоченной совокупностью юридических или физических лиц (поставщиков, производителя и посредников) инноваторов, объединенных для достижения общей цели, и обеспечивающих создание и доведение инновационных товаров к конечному потребителю. Канал распределения инновационной продукции состоит из *канала снабжения* и *канала товародвижения*.

*Канал снабжения* – частично упорядоченная совокупность юридических или физических лиц – поставщиков сырья, материалов, полуфабрикатов, комплектующих и т.п., которые обеспечивают создание инновационных товаров.

*Канал товародвижения* (или *маркетинговый* или *рыночный канал*) – это частично благоустроенная совокупность посредников (розничных и оптовых, транспортно-экспедиционных компаний) для доведения инновационных товаров от конкретного производителя к его конечным потребителям. Т.е. это система, где инновационная продукция и ответственность за нее или собственность на нее передаются от уровня к уровню (от посредника к посреднику), в результате достигая потребителя.

*Канал сбыта* – это путь от производителя инновационного товара

непосредственно к конечному потребителю без посредников.

Таким образом, канал распределения должен охватывать не только сферу производства (ее функционирование и внутренний транспорт), но и другие звенья цепи, в частности поставщиков разных компонентов изделия и окончательное распределение (рис. 2). С другой стороны, любая организация может быть одновременно частью нескольких каналов распределения, а это означает появление конкуренции цепей, а не отдельных, например, производителей.

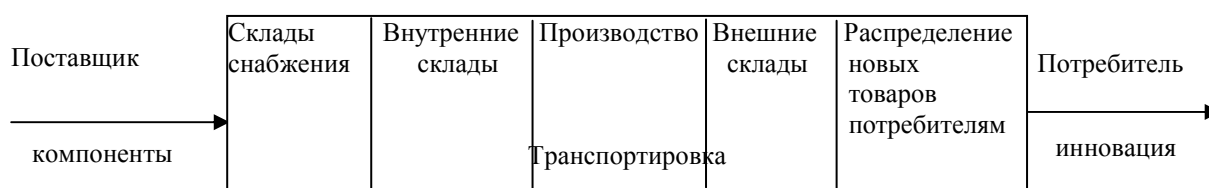


Рисунок 2 - Канал распределения инновации в цепи

Количество товаров и средств, а также количественные отношения очень разнообразны на отдельных этапах процесса распределения. Это приводит к разнообразному спросу относительно частоты поставок, эффективности средств, а также скорости. Другой источник проблем – это дифференциация функций, которые существуют в материальном потоке. Нужно заметить, что материальный поток (в данном контексте) является более широким понятием, чем товарный, и связанный с распределением, а не товародвижением, которое предусматривает оперирование понятием товарных потоков. К началу производства функция, которую выполняет канал, заключается в передаче материального потока вперед одним или несколькими сопровождающими (параллельными) потоками или в объединении необходимых к определенному моменту компонентов. Эта часть потока имеет свойство концентрирования, в отличие от части потока, которая действует после производства и имеет свойство рассеивания (рис. 3) [1].

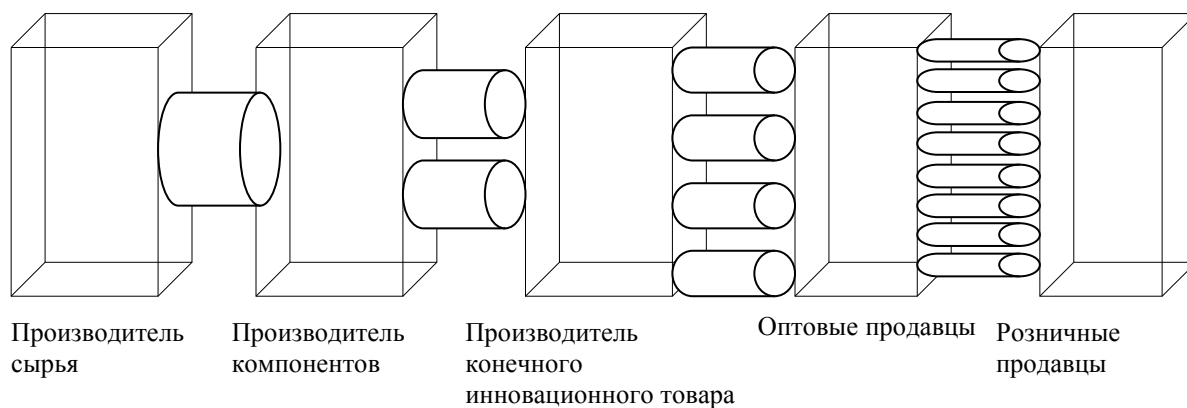


Рисунок 3 – Материальный поток, который проходит через элементы канала распределения [1]

Таким образом, цепь распределения значительно сложнее по сравнению с каналом и формируется вначале взаимодействия с целью общей координации деятельности в координатах "пространство-время"[2]:

- 1) поставщиков сырья, материалов, покупных частей и т.д.;
- 2) перевозчиков;
- 3) складских предприятий;
- 4) посредников на этапе снабжения;
- 5) производителей;
- 6) производителей-субподрядчиков;
- 7) предприятий и организаций дистрибуционной сети;
- 8) потребителей.

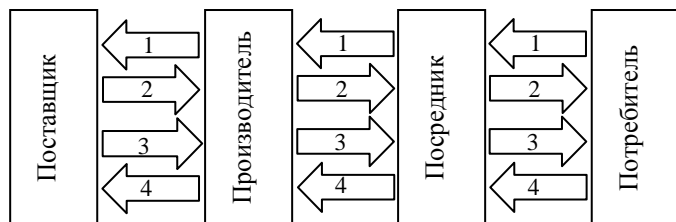
Формы цепей распределения зависят от количества звеньев и схем организации грузопотоков.

Эффективность связей между звеньями цепи в значительной мере зависит от таких *факторов*:

- 1) инфраструктуры предприятий;
- 2) управления трудовыми ресурсами и квалификации персонала;
- 3) развития технологии производства;
- 4) материально-технического снабжения предприятия;

5) рациональной организации материальных, энергетических информационных и других потоков.

Схематично канал распределения, в т.ч и инновационной продукции с соответствующими потоками представлен на рис. 4.



1 - обратный информационный поток; 2 - материальный поток; 3 - сопроводительный информационный поток, который содержит транспортные документы, поток услуг; 4 - подтверждение прибытия грузов и взаимные расчеты (финансовый поток).

Рисунок 4 – Принципиальная схема канала распределения в разрезе взаимодействия потоков [3]

На практике предложенная схема трансформируется в разные формы с учетом схем организации грузопотоков и количества посредников. (рис. 5).

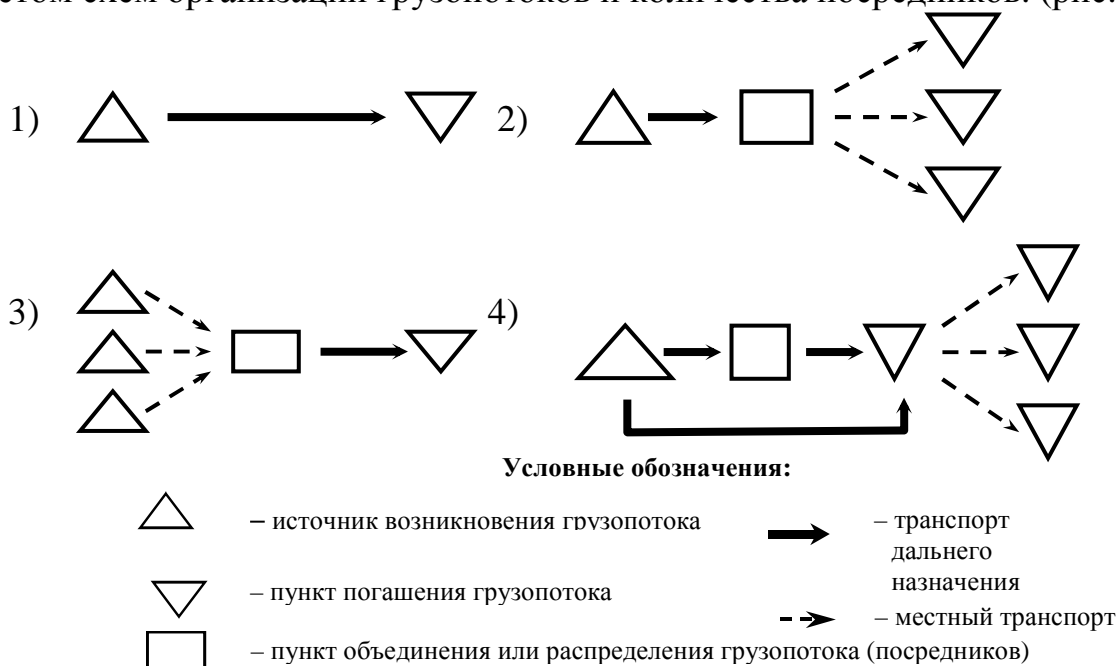


Рисунок 5 - Схематические варианты организации грузопотоков

Организационное построение цепей распределения может быть разнообразным и зависит от:

- 1) размеров предприятий;
- 2) масштабов их деятельности;
- 3) концепции управления;
- 4) материалоемкости;
- 5) области экономики.

Кроме этого, на организационное построение имеют влияние такие группы проблем [3]:

- 1) границы сферы компетенции маркетинговых и логистических концепций или цепочек в организационной структуре предприятия;
- 2) материальное и функциональное распределение сфер производства, снабжения и сбыта;
- 3) централизованная (децентрализованная) форма организации управления материально-техническим обеспечением предприятия.

### **Библиографический список**

1. Крикавський, Є.В. Логістика. Основи теорії [Текст]: підручник. – Львів: Національний університет “Львівська політехніка” (Інформаційно-видавничий центр “Інтелект+” Інституту післядипломної освіти), “Інтелект-Захід”, 2004. – 416 с.

2. Економічна енциклопедія: у трьох томах [Текст] / С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр “Академія”, 2001. – Т.2. – 848 с.

3. Кальченко, А.Г. Логістика [Текст]: навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2000. – 148 с.