

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ПРОЦЕС ВИБОРУ МАРКЕТИНГОВИХ КАНАЛІВ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Сигида Л.О.

Сумський державний університет, м. Суми

Вибір маркетингових каналів для розподілу продукції на кожному підприємстві має відбуватися дуже ретельно та старанно. Це пов'язано з тим, що вибір хибного каналу може стати причиною невдалого розподілу продукції на ринку та її недоведення до цільових споживачів. Вибір підприємством маркетингових каналів при формуванні системи розподілу залежить від сфери його діяльності, ринків, на яких воно функціонує, специфіки продукції, що виробляє, а також від рівня інноваційної активності. За умови, що підприємство займається інноваціями, особливо важливим стає питання вибору маркетингових каналів для розподілу саме інноваційної продукції. Відповідно до цього на основі діаграми Ісікави було визначено фактори, що впливають на процес вибору каналів інноваційної продукції, серед яких можна виділити такі:

1. Взаємоузгодженість бізнес-процесів на підприємстві. Взаємоузгодженість бізнес-процесів означає, що в межах підприємства встановлюється зв'язок між всіма його структурними підрозділами і вони працюють як єдине ціле. У разі відсутності узгодженості між процесами можливим є виникнення конфліктів і негативних наслідків (наприклад, продукція не знаходить свого покупця на ринку так, як уявлення підрозділів маркетингу, виробництва та фінансів про бажання споживачів, попит на ринку і можливості підприємства різні; дублювання функцій між учасниками процесу розподілу та виникнення вузьких місць у системі розподілу), що можуть призвести до неправильного вибору маркетингових каналів.

2. Діючі маркетингові канали в системі розподілу. Залежно від того, які маркетингові канали входять до системи розподілу продукції підприємства, можна говорити про можливість і доцільність їх використання при розподілі інноваційної продукції.

3. Специфіка інноваційної продукції. Щоб забезпечити ефективний розподіл інноваційної продукції, важливо визначити всі особливості цієї продукції, що дозволить підібрати для її розподілу саме ті маркетингові канали, що найбільше відповідають специфіці та здатні забезпечити розподіл продукції.

4. Особливості сервісного обслуговування. Розподіл інноваційної продукції промислового призначення є більш трудомістким, тривалим і ризиковим процесом, ніж розподіл традиційної. Відповідно більшої уваги потребує сервісне обслуговування, що надається споживачам. Адже специфіка використання та обслуговування інноваційної продукції відома лише виробникам і відсутність обслуговування стримуватиме споживачів від використання інноваційної продукції. Відповідно рівень сервісу в каналі є одним із основних факторів, що впливає на його вибір і використання.

Отже, на вибір маркетингових каналів інноваційної продукції впливає ряд факторів, врахування яких є обов'язковим для забезпечення ефективного розподілу продукції на ринку.

Сигида Л.О. Фактори впливу на процес вибору маркетингових каналів інноваційної продукції / Л.О. Сигида // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: Тези доповідей XXIII міжнародної науково-практичної конференції, Ч.III (20-22 травня 2015р., Харків) / за ред. проф. Сокола Є.І. – Харків, НТУ «ХПІ». – С.230.