

**Сигида Л.О. Обґрунтування вибору маркетингових каналів для розподілу інноваційної продукції промислових підприємств. – Рукопис.**

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – Сумський державний університет, Суми, 2014.

Дисертація присвячена розвитку теоретичних та науково-методичних положень обґрунтування вибору маркетингових каналів для розподілу інноваційної продукції промислових підприємств.

У дисертації визначено об'єктивну необхідність здійснення обґрунтованого вибору маркетингових каналів для розподілу інноваційної продукції на основі врахування стану існуючих каналів підприємства та специфіки самої продукції. Сформульовано визначення поняття «маркетинговий канал інноваційної продукції». Запропоновано науково-методичний підхід до формування процесу вибору маркетингових каналів при розподілі інноваційної продукції. Визначено необхідність комплексної діагностики маркетингової політики розподілу підприємства. Сформовано науково-методичний підхід до оцінки маркетингових каналів, що базується на визначенні інтегральних показників їх економічного/маркетингового стану та побудові відповідної матриці. Встановлено порядок здійснення перевірки маркетингових каналів на відповідність специфіці інноваційної продукції та критерії, на основі яких ця перевірка проводиться.

Упроваджено процес вибору маркетингових каналів для розподілу інноваційної продукції на промислових підприємствах Сумської області.

**Ключові слова:** інноваційна продукція, маркетинговий канал інноваційної продукції, матриця «економічний стан-маркетинговий стан», діагностика, стратегія.