

ПЕТРЕНКО К.С., ст.гр. МЭДм-12
Науч. рук.: Кочура И.В., к.э.н., доц.
Донецкий национальный технический университет,
м. Донецьк

АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПАО «ДОНБАССКАБЕЛЬ»

Проанализирован объем сбыта и доля рынка ПАО «Донбасскабель» за 2010 и 2011 годы.

Цель исследования. Анализ продаж кабельно-проводниковой продукции на внутреннем и внешнем рынках для разработки дальнейшей стратегии развития ПАО «Донбасскабель».

Актуальность. Современный рынок кабельно-проводниковой продукции (КПП) широкий и насыщенный в смысле ассортимента, применяемых материалов, производителей и продавцов различных уровней. На сегодняшний день эта продукция имеет повышенный спрос, причем с каждым днем потребность в ней возрастает. Рынок кабельно-проводниковой продукции идет в ногу с рынками строительства и новых технологий, поэтому его перспективы нельзя назвать неожиданными. Эксперты утверждают, что все будет расти, одно вследствие другого: рынок, количество новых игроков, конкуренция, цены. Несмотря на повышенный спрос на данную продукцию, для предприятий производителей актуален вопрос об удержании доли рынка и ее дальнейшем увеличении, что в свою очередь требует систематического анализа маркетинговой деятельности по видам выпускаемой продукции.

Основная часть. Анализ маркетинговой деятельности проводится на примере ПАО «Донбасскабель» - одного из лидирующих производителей КПП в Украине.

На территории Украины насчитывается 11 крупных производителей КПП с развитой системой сбыта, представительствами и действующими складами готовой продукции во многих регионах Украины, большая часть которых самостоятельно работает с конечным потребителем, а также большое количество оптово-розничных коммерческих компаний, специализирующихся на посреднической деятельности. Доля продаж последних, по разным оценкам, не превышает 20%.

Спрос на кабельно-проводниковую продукцию подвержен сезонным колебаниям: в теплое время года, когда проводят земляные работы, повышенным спросом пользуется продукция крупных сечений (для укладки в землю), зимой больше покупают кабель малого сечения и провода для внутренних работ (телефонные провода, кабели телевизионных антенн, соединительные шнуры и др.).

Наибольший уровень продаж КПП на территории Украины за 2011 г. приходится на такие области:

1 место: Донецкая обл. – 63,53 млн грн;

2 место: Луганская обл. – 25,85 млн грн;

3 место: Днепропетровская обл. – 20,87 млн грн [1].

В таб. 1 и 2 приведены страны, в которые ПАО «Донбасскабель» осуществлял поставки в 2010 и 2011 гг.

Таблица 1
География продаж ПАО "Донбасскабель" за 2010 г.

Страна	Стоимость млн грн., без НДС	Доля, %
Украина	110,75	63,0
Россия	51,95	29,6
Казахстан	8,88	5,1
Беларусь	2,09	1,2
Эстония	1,31	0,7
Армения	0,51	0,3
Молдова	0,29	0,2
Всего	175,79	100

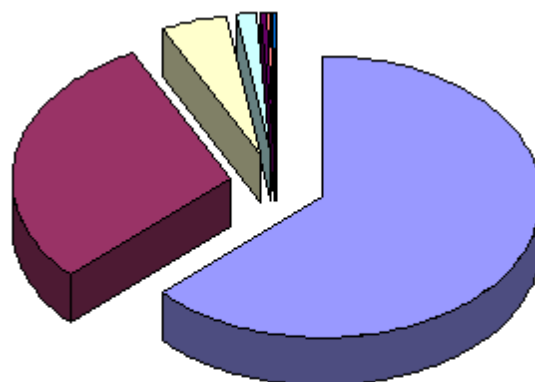


Рисунок 1
География продаж ПАО "Донбасскабель" за 2010 г.

Наибольший объем продаж в ПАО "Донбасскабель" наблюдается с июня по начало ноября. На протяжении ноября - мая наблюдается спад реализации примерно на 30% по сравнению с сезоном продаж.

Общий объем продаж КПП в Украине за 2010 г. составил 110,75 млн грн. Минимальный уровень продаж пришел на февраль и составил 3,46 млн грн, а максимальный – на декабрь – 15,8 млн грн. Средний объем продаж за 2010 г. – 9,23 млн грн [1].

Таблица 2
География продаж ПАО "Донбасскабель" за 2011 г.

Страна	Стоимость млн грн, без НДС	Доля, %
Украина	130,9	70,6
Россия	32,12	17,3
Беларусь	10,41	5,6
Казахстан	8,67	4,7
Виргинские острова	1,87	1,0
Великобритания и Северная Ирландия	0,72	0,4
Эстония	0,68	0,4
Турция	0,15	0,1
Всего	185,54	100

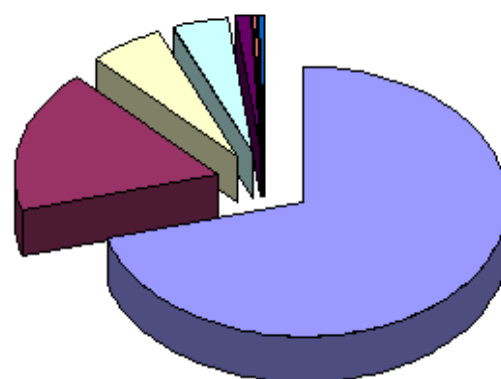


Рисунок 2
География продаж ПАО "Донбасскабель" за 2011г.

Общий объем продаж КПП в Украине за 2011 г. составил 130,9 млн грн. Минимальный уровень продаж пришел на ноябрь и составил 7,33 млн грн, а максимальный на август – 15,46 млн грн. Средний объем продаж за 2011г. – 10,91 млн грн, что на 1,68 млн грн, больше по сравнению с 2010 г. [1].

Как видно из табл. 1 и 2 основной объем продаж за 2010 и 2011 год приходится на Украину и Российскую Федерацию. Суммарная их доля в 2010 г. составляет 92,6%, в 2011 г. – 87,9 %. Так же можно выделить среди постоянных покупателей такие страны, как Казахстан, Беларусь, Эстония с объемом поставок за каждый год приблизительно на одном уровне.

В 2011 г. стоимость продаж увеличилась по сравнению с 2010 г. на 9,75 млн. грн, но, как и прежде, основной объем продаж приходится на внутренний рынок 70,6 %, соответственно на внешний рынок – 29,4%.

Выводы. Таким образом, из анализа расчетов видно, что ПАО «Донбасскабель» поставляет большую часть КПП на внутренний рынок. Спрос на продукцию осуществляют в основном постоянные клиенты. Так как на рынке Украины существует множество фирм конкурентов, для предприятия целесообразно дальнейшее завоевание и поиск новых зарубежных рынков сбыта.

Библиографический список

1. Официальный сайт ПАО «Донбасскабель» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.donbasscabel.com.ua/>.
2. Официальный сайт государственного учреждения «Агентства по развитию инфраструктуры фондового рынка Украины» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://smida.gov.ua/db/participant/00214505>.