

# Особенности маркетинга в производстве и продаже электро кабельной технике

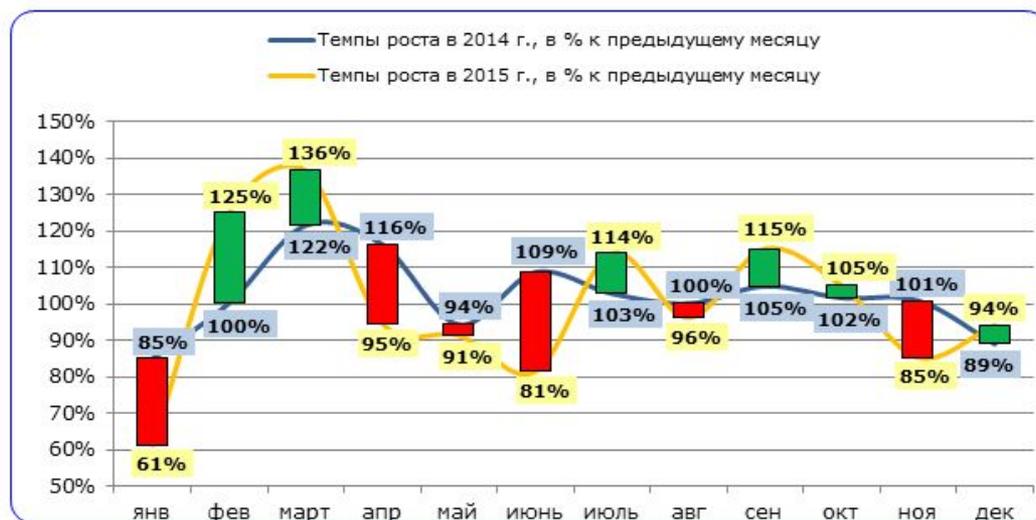
Выполнил:  
Овсов Александр



# Анализ экономического развития отрасли

- Российские предприятия показывают устойчивую понижательную динамику производства кабелей
- Сокращение объемов производства кабелей вызвано уменьшением инвестиционного спроса.
- В целом по экономике сокращения инвестиций в основной капитал по итогам 2015 года составило 9,9% г/г.
- Специалисты IndexBox отмечают падение спроса со стороны строительных предприятий и машиностроения

## Динамика производства кабеля в России



Источник: данные Росстата, аналитика IndexBox

Рисунок 1. Динамика производства кабелей в РФ в январе 2014 – 2015 гг., в % к предыдущему месяцу в натуральном выражении

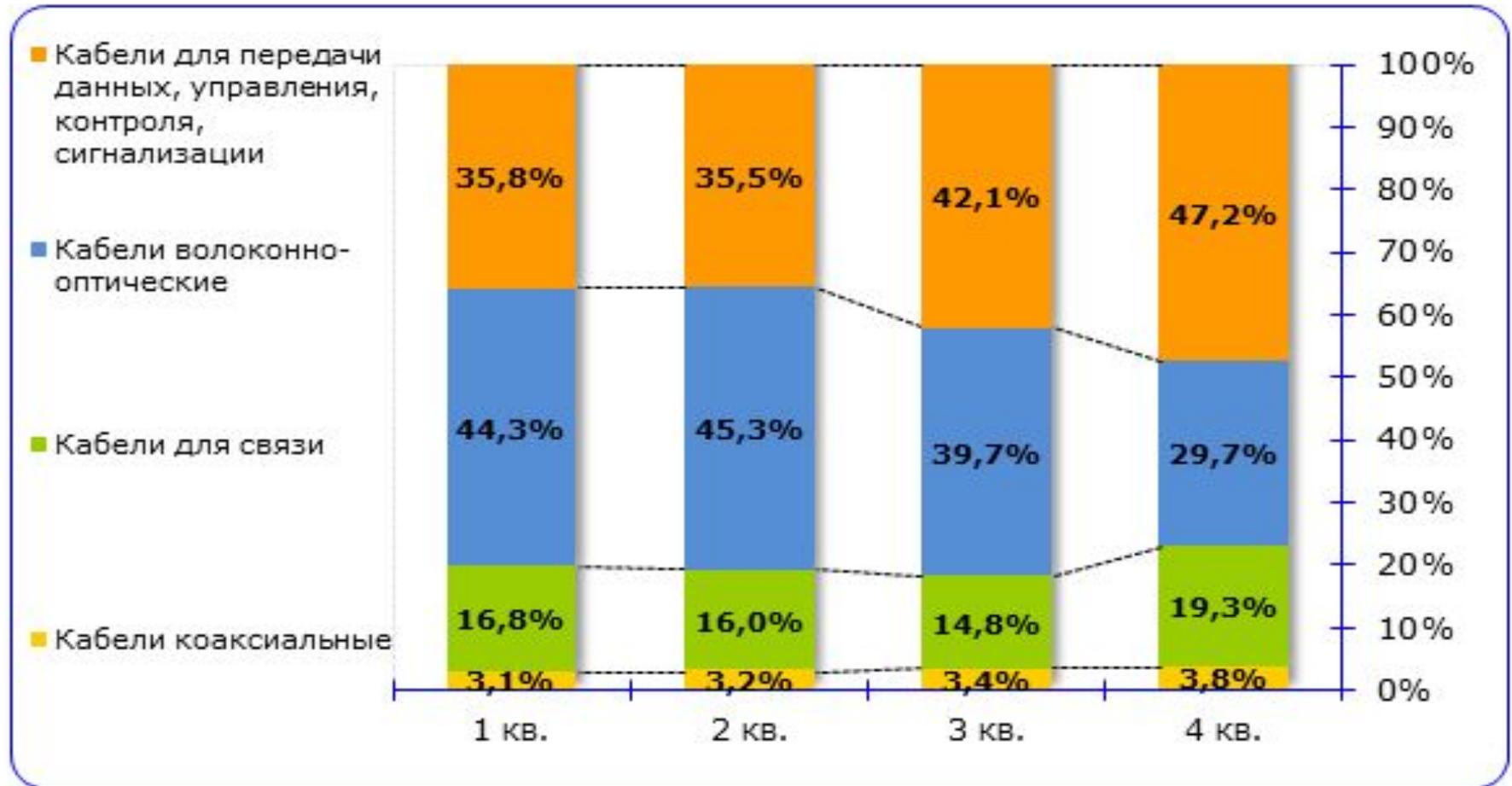
**Таблица 1. Объем производства кабелей в 2010 – 2015 гг., в натуральном и стоимостном выражении**

<b>Показатель</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Объем пр-ва, тыс. км	862	1813	1793	1465	1733	1530
<i>Темпы роста, в % г/г</i>	-	210%	99%	82%	118%	88%
Объем пр-ва, млрд. руб.	58,8	132,3	108,5	71,8	88,9	91,0
<i>Темпы роста, в % г/г</i>	-	225%	82%	66%	124%	102%

*Источник: данные Росстата, аналитика IndexBox*

Объем производства кабелей в стоимостном выражении отличается от динамики производства в натуральном выражении: за 2015 год выпуск в стоимостном выражении оказался на 2% выше г/г. Согласно данным исследования IndexBox, рост цен на кабели обусловлен сокращением объема зарубежных поставок на 33,2% в 2015 году и ростом цен на цветные металлы.

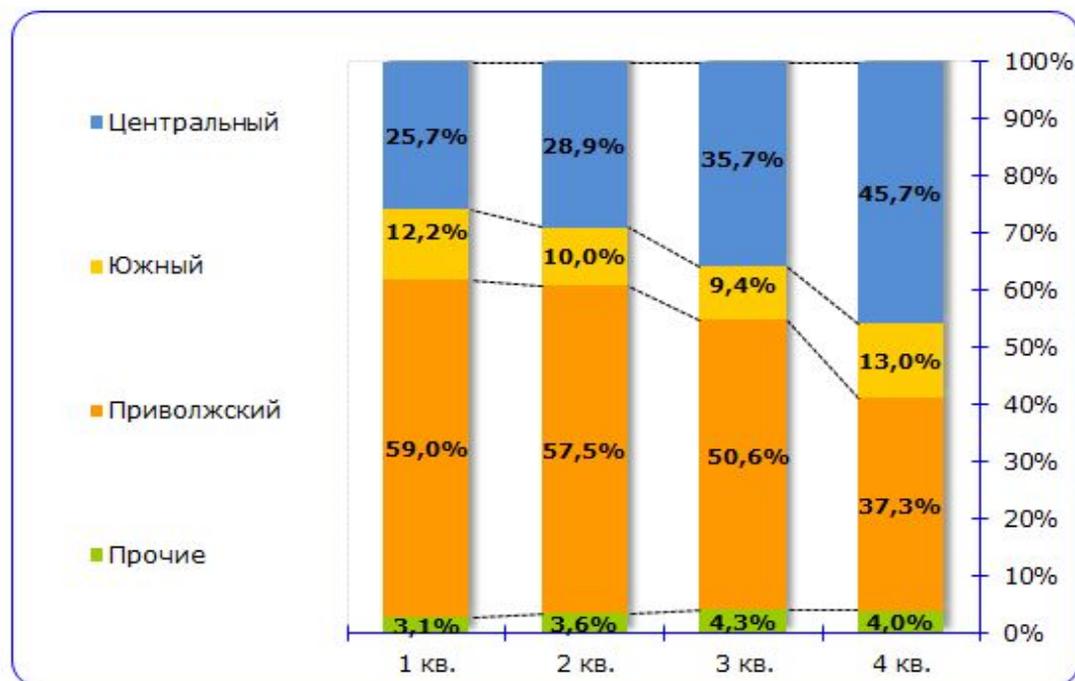
В структуре рынка кабелей основной объем приходится на кабели для передачи данных. Доля рынка оптических кабелей составляет 29,7%, кабелей для связи и коаксиальных кабелей - 19,3% и 3,8% соответственно.



Источник: данные Росстата, аналитика IndexBox

Рисунок 3. Структура производства кабелей по товарным категориям РФ в 1-4 кв. 2015 г., в натуральном выражении

# Рынок кабеля в России: география производства



Источник: данные Росстата, аналитика IndexBox

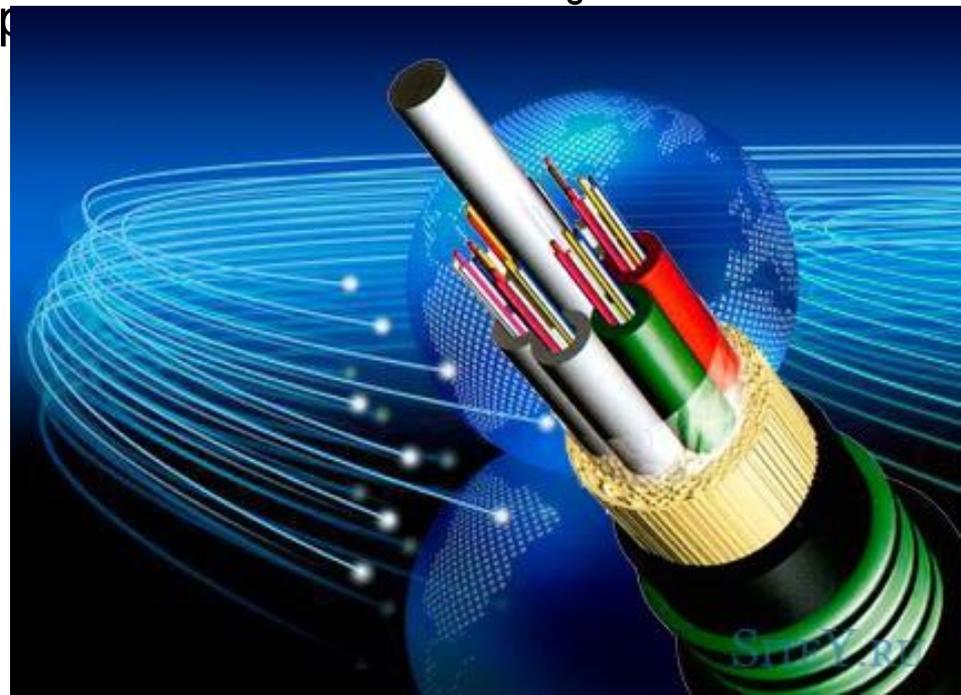
Рисунок 4. Структура производства кабелей по федеральным округам РФ в 1-4 кв. 2015 г., в натуральном выражении

Наибольший объем производства среди всех федеральных округов приходится на Центральный федеральный округ. На втором месте с долей 37,3% находится Приволжский федеральный округ, на третьем месте - Южный федеральный округ с долей 13%.

# Прогноз развития отечественного рынка кабеля в 2016 и последующие ГОДЫ

В целом в 2015 году объем промышленного производства сократился на 3,3%, обрабатывающих производств - на 4,9%.

В базовом варианте развития после падения промышленности в течение трех последующих лет ожидается **постепенное восстановление производства товаров, в том числе товаров инвестиционного спроса**. В условиях сокращения частных инвестиций и закупок важную роль продолжит играть

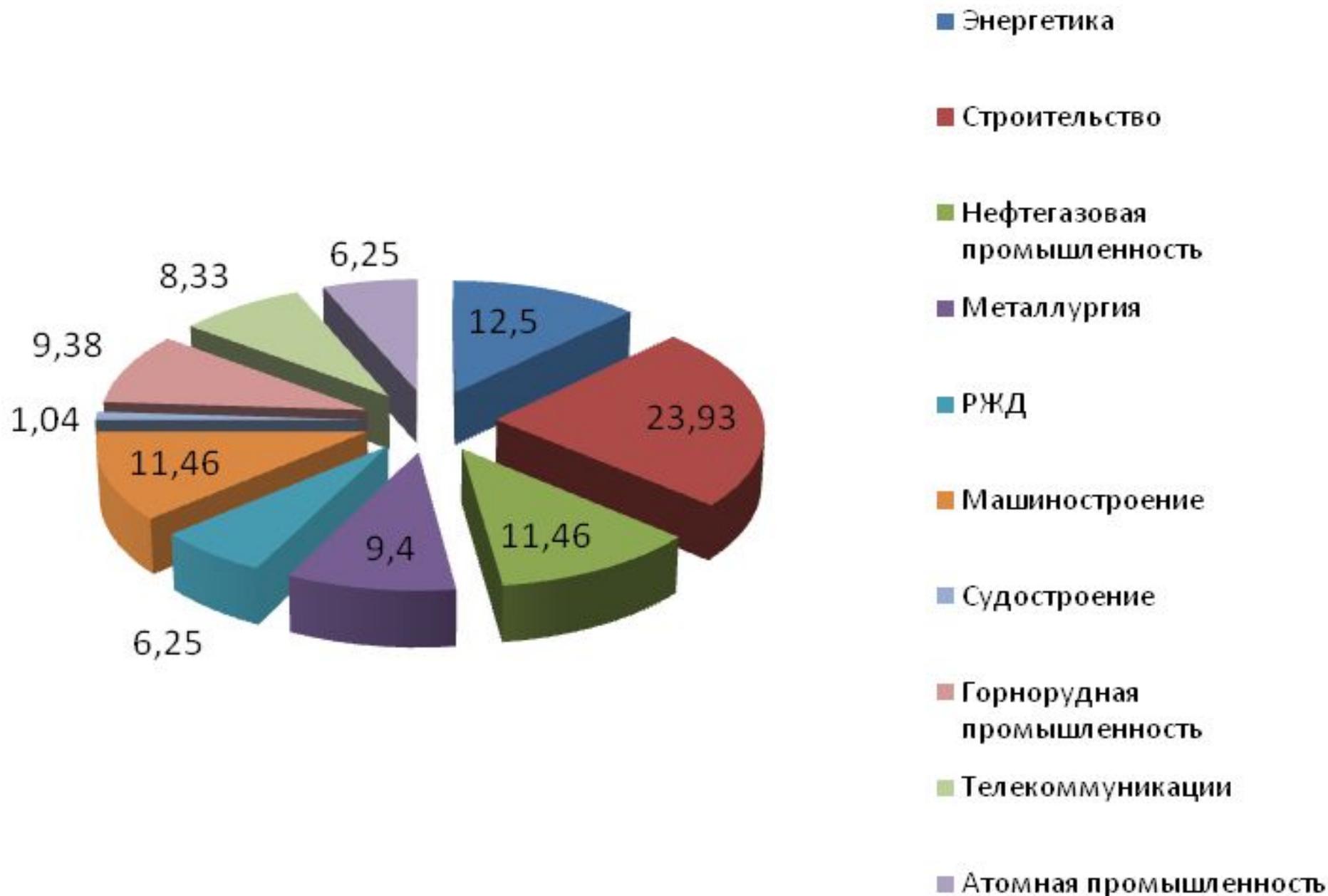


# Анализ и сегментация потребителей

Сегменты на рынке производства и продажи электрокабеля:

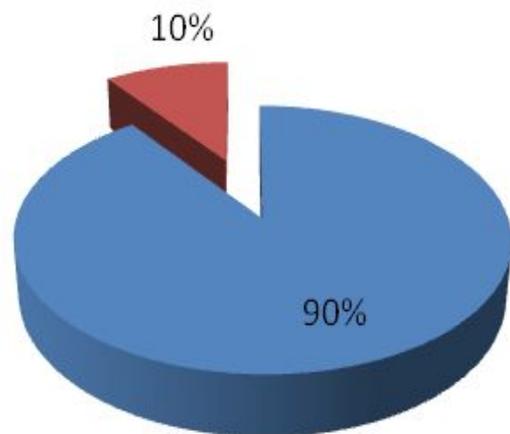
- Нефтегазовая отрасль;
- Строительные компании;
- Машиностроительная;
- Телекоммуникационные компании;
- электромонтажные организации;
- розничные и оптовые продавцы кабеля и кабельно-проводниковой продукции;
- металлургия;
- железная дорога;
- угольно-добывающая отрасль;
- для работы энергетических комплексов;
- тепловая энергетика;
- судоремонт и судостроение;
- в электролиниях воздушных.

Отличаются: размерами заказа, характеристиками продукции (сечение, длина, поперечное сечение, термостойкость и др.), направлением применения, нагрузками на кабель.



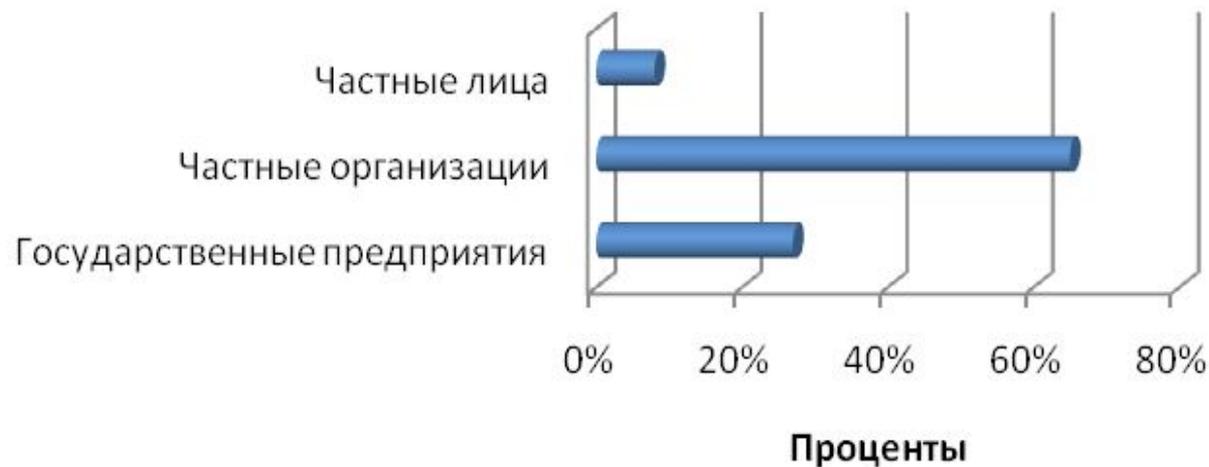
## Структура потребителей на внутреннем и внешнем рынках

■ Внутренний рынок ■ Внешний рынок



## Потребители продукции предприятия

Номер в таблице



# Анализ конкурентной ситуации

В России сегодня насчитывается порядка 170 предприятий, производящих кабельную продукцию. Но настоящих, реальных среди них, по данным экспертов ассоциации «Электрокабель», около 60 — на них-то и приходится 82—85% от всех выпускаемых кабелей.

В настоящее время половину рынка делят между собой 4 крупных холдинга: ЗАО «Ункомтех», ООО «Камский кабель», ООО «Холдинг Кабельный альянс» и ГК «Севкабель».



# Особенности товарной ПОЛИТИКИ

- ✓ Об ассортименте. Чем шире, разнообразнее и качественнее линейка предлагаемой продукции, тем лучше. Большой охват потребителей.
- ✓ Чем известнее и авторитетнее поставщик (завод производитель), тем больше шансов на реализацию.
- ✓ Существенным плюсом для компании является наличие сопутствующих услуг. НК-Кабель, к примеру, осуществляет все виды электромонтажных работ и имеет соответствующие лицензии.

# Особенности ценообразования

В стоимости кабеля 80—90% приходится на материалы.

Рентабельность производства невысокая.

Методы ценообразования:

- 1. затратный метод ценообразования.** В их основе лежит калькуляция издержек производства и сбыта продукции, следовательно, цена, сформированная затратными методами, имеет обоснование, которое трудно оспорить.
- 2. затратный метод с учетом полных издержек на производство продукции.** Он основан на определении полной себестоимости, включающей как переменные, так и постоянные издержки. Суть метода состоит в суммировании совокупных издержек: переменные (или прямые) плюс постоянные (или накладные), и прибыли, которую предприятие рассчитывает получить.

Главное преимущество данного метода - его простота и удобство.

Это связано с тем, что у производителя всегда имеются данные о собственных затратах.

# Ценообразование в ОАО "Иркутсккабель"

Установление цены производится следующим образом: к полной себестоимости прибавляется размер прибыли равный 10% от величины себестоимости (так называемый метод "издержки плюс прибыль").

Далее на увеличение или уменьшение рассчитанной таким образом цены влияют ряд факторов: спрос на услугу и продукцию (если продукция пользуются малым спросом - скидка 5-10%), цены конкурентов, а также платежеспособность клиентов



**ИРКУТСККАБЕЛЬ**

# Особенности коммуникационной ПОЛИТИКИ

- Профессиональная команда, в которой должны быть грамотные продавники и технические специалисты, разбирающиеся в кабеле как в своих пяти пальцах;
- Одним из самых действенных способов продвижения является интернет-реклама и поисковая оптимизация сайта;
- В кабельном бизнесе чрезвычайно важно иметь постоянных клиентов;
- Участие в выставках и форумах;
- Участие в тендерных заявках;
- Сайт;
- Информационный блок на сайте(новости, пресс-релизы и др.);
- Личный кабинет для тех, кто покупает.
- Обязателен на сайте раздел с представленной документацией: сертификаты, система менеджмента, патенты и лицензии.

# Особенности товародвижения и сервиса

- У каждой компании есть свои склады и площади хранения. Также, на многих заводах реализуется программа «бережливое производство»;
- Доставка товара производится от определенной суммы;
- Продажи продукции могут совершаться непосредственно конечным пользователям, либо оптовым продавцам. Также продажи совершаются между компаниями, которые используют купленную продукцию для доработки и комплектации своей продукции.

Как отмечает компания НК-Кабель, важно иметь собственный склад и эффективную систему логистики. Так, НК-Кабель предлагает закупать кабель и провода исходя из наличия соответствующей продукции на складе, а также на заказ.

География поставок при этом охватывает не только территорию России, но и близлежащего зарубежья.

Офис компании рядом со складом. но в черте города.





# СИБКАБЕЛЬ

ЗАКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО

Томские АО «Сибкабель» и «НИКИ» входят в «Холдинг Кабельный Альянс» — структуру УГМК. Туда же входят ОАО «Электрокабель» Кольчугинский завод» (Владимирская область) и ЗАО «Уралкабель» (Екатеринбург).

«Сибкабель» производит силовые кабели, а также кабели для горнорудной, нефтяной, автомобильной промышленности, организаций связи.

**Объединение всех трех заводов дает нам преимущество в конкуренции**, поскольку охватывает более широкий спектр марок кабельных изделий, изготовление марок с меньшим количеством отходов, закупать большее количество материалов и, кроме того, географически возможность распределять заказы по местонахождению конечного потребителя

**В номенклатуре продукции завода 60 марок кабелей почти 18 тысяч макроразмеров.**

Основное перспективное направление деятельности — **обновление номенклатурного ряда кабелей**. Эту задачу решает так же входящий в структуру холдинга «Томский научно-исследовательский кабельный институт» (НИКИ). Благодаря 42 его специалистам «Сибкабель» имеет возможность производить собственные эксклюзивные разработки кабельной продукции.

Одна из форм работы с перспективными потребителями кабельной продукции — так называемые **«шахтерские конференции»**, которые завод проводит раз в два года.

С основных угольных разрезов и шахт на «Сибкабель» приглашаются специалисты, которые эксплуатируют томскую продукцию, и кабельщики рассказывают им о новых разработках, а кроме этого, слушают встречные предложения — что нужно на производстве.

**Кроме того, такие конференции — отличная площадка для разъяснительной работы в борьбе с контрафактной продукцией.**

**Ценообразование:** до 80 процентов кабеля — это стоимость меди, остальное процент прибыли и другие затраты производства.

**Спасибо за  
внимание**