

6. Економіка

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ВИВЕДЕННЯ НА РИНОК НОВОГО ТОВАРУ ДЛЯ ВАТ «Одескабель»

Москаленко М.М.

Науковий керівник - зав. каф. ІСМ, к.т.н. доц. Волкова Н.І.

Одним з найперспективніших сегментів ринку кабельно-дротової продукції є сегмент комп'ютерних кабелів. У зв'язку зі стрімким розвитком ринку телекомунікації, усе більш тверді вимоги висуваються до якості такої кабельної продукції, крім того, потрібне постійне вдосконалювання її технічних характеристик для все зростаючих потреб операторів зв'язку.

Було встановлено потребу в кабелях симетричних категорій 7 та 7А (U/FTP і S/FTP), що присутні на українському ринку тільки від зарубіжних постачальників за надто високими цінами.

Проаналізувавши можливості підприємства, вдалося встановити, що випуск такого кабелю можливий, якщо переналагодити устаткування.

Фінансові витрати на запуск виробництва планується покрити за рахунок кредитів.

В даній роботі за базову обрана маркетингова стратегія швидкого проникнення на ринок. Було розроблено цінову і збутову політику та політику просування, а також оцінені можливі ризики. Ефективність обраної стратегії може бути оцінена захопленою долею ринку у кінці року, а також отриманим прибутком.