

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Одеський національний економічний університет  
Кафедра менеджменту організацій та ЗЕД

Допущено до захисту  
Завідуюча кафедри д.е.н. Кузнєцова І.О.  
\_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_)  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2017г.

ДИПЛОМНА РОБОТА  
на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавр  
за спеціальністю «Менеджмент організацій і адміністрування»

на тему:  
Управління конкурентними перевагами підприємства на ринку кабельної  
продукції ПАТ «Одескабель»

Виконав:  
Студент 6 курсу ФЕУВ  
Волошин Володимир Володимирович \_\_\_\_\_  
(підпис)

Науковий керівник:  
*д.е.н., професор*  
Кузнєцова Інна Олексіївна \_\_\_\_\_  
(підпис)

Одеса 2017

## Зміст

Вступ	C. 2
Розділ 1 Конкурентні переваги та підходи щодо їх формування	C.4
1.1 Поняття конкуренції, конкурентоспроможності та конкурентних переваг	C. 4
1.2 Сучасні підходи до формування конкурентних переваг	C. 13
1.3 Процес управління конкурентними перевагами	C. 22
Розділ 2 Аналіз конкурентного оточення підприємства	C. 30
2.1 Загальна характеристика діяльності ПАТ «Одескабель» та аналіз його виробничої діяльності	C. 30
2.2 Фінансовий аналіз діяльності ПАТ «Одескабель»	C. 39
2.3 Аналіз ринку кабельно-провідникової галузі як зовнішнього середовища підприємства	C. 45
Розділ 3 Формування конкурентних переваг та конкурентної стратегії підприємства на ринку кабельної продукції: практичні рекомендації	C.54
3.1 PEST-аналіз зовнішнього середовища ПАТ «Одескабель»	C. 54
3.2 Оцінка інтенсивності конкуренції в галузі з використанням нечіткої логіки	C.57
3.3 Рекомендації щодо формування конкурентних переваг та конкурентної стратегії ПАТ «Одескабель»	C.82
Висновки	C. 91
Література	C. 95

## ВСТУП

Для підприємств, що здійснюють свою діяльність в умовах ринкової конкуренції, особливого значення набуває вміння передбачати ситуацію і створювати та закріплювати свої конкурентні переваги. Сучасна конкуренція між підприємствами являє собою потужний фактор реального росту ефективного виробництва. Разом з тим, росте фактор невпевненості через складність конкурентного середовища. Тому підприємству необхідно слідкувати за факторами змін конкурентних сил, рівнем інтенсивності конкуренції та її специфіки, відносинами між покупцями та постачальниками, а також правильно обирати конкурентну стратегію та правильно позиціонувати себе на ринку. Розробка стратегії повинна ґрунтуватися на глибокому розумінні ринку, оцінці позиції підприємства на ринку, усвідомленні своїх конкурентних переваг.

Актуальність вибраної теми полягає у тому, що сьогодення вимагає від суб'єктів економічних взаємовідносин проведення глибокого аналізу ринкових процесів для ефективного використання наявних ресурсів та задоволення потреб покупців. Ринок стимулює виробників випускати товари з мінімальними витратами, формує вимоги для випуску тільки тих товарів, які необхідні суспільству.

*Об'єктом* дослідження є процес забезпечення успішного функціонування підприємств в умовах складного конкурентного середовища

*Предметом* дослідження є підприємство кабельно-провідникової галузі ПАТ «Одескбель».

*Мета* даної роботи – розробка рекомендацій для формування стійких конкурентних переваг як основи успішної конкурентної стратегії підприємства на ринку кабельної продукції.

Завдання магістерської роботи:

- визначити поняття конкурентних переваг, проаналізувати сучасні підходи щодо їх формування та на цій підставі сформувані етапи управління конкурентними перевагами підприємства;
- проаналізувати діяльність ПАТ «Одескабель» та ринку на якому воно функціонує;
- розробити аналіз національного та світового ринку кабельної промисловості;
- розробити конкурентну стратегію для підприємства «Одескабель» та запропонувати шляхи її впровадження;
- проаналізувати зовнішнє середовище непрямого впливу;
- провести оцінювання інтенсивності конкуренції в галузі;
- розробити рекомендації щодо формування конкурентних переваг та конкурентної стратегії ПАТ «Одескабель»

Методологічною основою роботи є сукупність методів та положень економічної теорії, які застосовувались у процесі наукового дослідження. Теоретичною базою дослідження виступили праці визнаних науковців, сучасних вітчизняних та зарубіжних вчених із питань конкурентоспроможності, конкурентних переваг та конкурентних стратегій. Були використані метод аналізу статистичних даних, PEST-аналіз, аналіз п'яти конкурентних сил за М.Портером, метод оцінювання силових конкурентних полів в галузі.

**Наукова новизна** полягає у тому, що шляхом рекомбінації елементів традиційного аналітичного інструментарію стратегічного менеджменту сформовано набір процедур технології управління конкурентними перевагами, що як системна цілісність характеризується новизною.

Практична значимість даної роботи обумовлена тим, що розроблені практичні рекомендації можуть бути ефективно використані при формуванні конкурентної стратегії підприємства.

За матеріалами дослідження опубліковані тези:

Кузнецова І.О., Волошин В.В. Формування конкурентко стратегії на засадах ресурсного підходу // Актуальні проблеми менеджменту: матеріали студентської конференції, вересень, 2016. – Одеса: ОНЕУ, 2016. – с.9-12

## ВИСНОВКИ

В ході дослідження були отримані результати, які в повній мірі відповідають меті роботи і вирішують поставлені задачі:

1. Аналіз літературних джерел провідних вітчизняних і закордонних науковців показав, що визначення категорії "конкурентна перевага" немає однозначного трактування. Нами доведено, що суттєвою ознакою є можливість надавати підприємству відрізнятись від конкурентів на певному товарному ринку завдяки чому воно залучає якомога більше клієнтів і в кінцевому разі отримує більшу додану вартість ніж її партнери. На цій підставі та з урахуванням сучасних підходів щодо формування конкурентних переваг нами сформовано етапи управління конкурентними перевагами. Запропоновані процедури є рекомбінацією елементів традиційного аналітичного інструментарію стратегічного менеджменту, що надало змогу сформувати набір процедур відповідної технології управління, що як системна цілісність характеризується новизною.

2. За результатами діяльності ПАТ «Одескабель» та ринку на якому воно функціонує встановлено, що підприємство має задовільний фінансовий стан, динамічно розвивається та є одним з провідних на рику кабельної продукції.

3. Відповідно до запропонованої моделі управління конкурентними перевагами в роботі було проведено PEST-аналіз. За його результатами визначено, що найбільший негативний вплив у галузі мають економічні та технологічні фактори. Нами встановлено, що в Україні немає промислових запасів міді, яка є основною сировиною для виготовлення кабельної продукції. Тому галузь істотно залежить від коливання курсу валют. Оскільки переважними покупцями кабельної продукції є промислові підприємства і будівництво, то на попит продукції істотно впливають кризові явища в економіці.

Що стосується технологічних факторів, то їх вплив істотний через те, що галузь відноситься до високотехнологічних і підприємства потребують своєчасного оновлення основних засобів виробництва.

На противагу соціальні чинники мають позитивний вплив, оскільки продукція галузі забезпечує доступ до Інтернету, кабельного телебачення, а також задовольняє потреби у споживачів у телекомунікаційному зв'язку. Перелічені сфери в силу певних змін у суспільстві активно розвиваються.

4. Аналіз п'яти конкурентних сил за моделлю М. Портера дозволив дійти висновків:

4.1 Темпи зростання галузі є стабільними і достатньо високими. Внутрішні галузеві конкуренти відійшли від стратегії фокусування на вузькому асортименті продукції і стали освоювати випуск якомога більшої кількості продукції для різних секторів економіки. Галузь є привабливою для закордонних підприємств, які захватили нішу високотехнологічної продукції. Існує тенденція до укрупнення і виходу дрібних виробників з ринку.

4.2 відсутньою є загроза появи товарів-субститутів, оскільки продукція по-своєму унікальна, і виготовляється строго відповідно до нормативно-технічної документації. Є можливість появи товарів - субститутів через ймовірність проривних інновацій в сфері комунікації та винахід повністю бездротових систем зв'язків. Проте на сьогоднішній день такі технології досить дорогі і потужності таких розробок досить невеликі.

4.3. сила «Загроза появи нових конкурентів» є доволі незначною, оскільки в галузі існують високі вхідні бар'єри через її наукоємність та необхідність проходження сертифікації продукції.

4.4. під час аналізу сили покупців доведено, що в галузі переважна питома вага – це промислові покупці (підприємства сфери зв'язку і телекомунікацій, промислові споживачі: енергетика, транспорт, машинобудування, металургія, нафтохімія, легка, харчова промисловість, будівельні підприємства). Специфіка їх впливу полягає в тому, що попит на кабельну продукцію для них може бути відкладений на певний час, тому в

залежності від стану економіки та фінансових можливостей споживачів він зазнає значних коливань.

Продукція галузі користується попитом серед населення, що пов'язано із зростанням кількості інтернет-споживачів та розвитку систем інтегративних комунікацій.

4.5. Сила постачальників проявляється в тому, що значна питома вага є імпортною.

5. На підставі проведеного аналізу п'яти конкурентних сил було сформовано оцінку складових силових полів в термах оцінки лінгвістичних змінних. За отриманими лінгвістичними змінними з використанням методу оцінювання інтенсивності конкурентних силових полів, який надає змогу визначити граф нечітких відносин, що відбиває взаємозв'язок характеристик силових полів, та функції приналежності силових полів, - проведено оцінювання силових полів кабельно-провідникової галузі. За результатами оцінювання доведено, що підприємству треба зосередитися на полі «Галузеві конкуренти», яке має високий вплив на конкурентну позицію підприємства. Крім того поле «Постачальники» теж не можна ігнорувати, оскільки воно має середній вплив.

6. Обґрунтовано, що стійки конкурентні переваги ПАТ «Одескабель» можливо отримати як переваги диференціації і відповідної конкурентної стратегії диференціації. Її можна реалізувати за умов збільшення виробництва наукомісткої продукції шляхом удосконалення виробничих потужностей, використання ефективного сучасного обладнання для виробництва оптоволоконного кабелю. Необхідно підвищити якість продукції шляхом дотримання усіх технологічних норм, використання нового обладнання. Для реалізації запропонованої стратегії запропоновано відповідний план заходів, який встановлює перелік заходів, відповідальних та терміни виконання.

7. В роботі обґрунтовано економічну доцільність розвитку виробництва волоконно-оптичного кабелю. За результатами розрахунків можна зробити



висновок, що запропоновані заходи є економічно ефективними. За отриманими показниками, можна підсумувати, що вкладання коштів в запропонований захід по модернізації обладнання цеху ВОК є доцільним.

Отже, можна підвести підсумок, що запропонований проект підвищить якість продукції, зробить її конкурентоспроможною на ринку кабельно-провідникової продукції. Саме цей проект дає можливість боротися з полем «Галузеві конкуренти», яке має найбільший вплив за аналізом силових полів кабельної промисловості на засадах нечіткої логіки. А підприємство при цьому проекті не тільки збільшить обсяги реалізації продукції, а й отримуватиме прибуток, закріпить свої лідируючі позиції на вітчизняному ринку та підвищить імідж на світовому ринку. Відповідно ПАТ «Одескабель» зможе використати свої конкурентні переваги впроваджуючи нові інноваційні технології виробництва, підтримуючи світовий рівень якості продукції.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України "Про захист економічної конкуренції" від 11.01.2001 р. №22104 // ВВР України. —2001. — №12. — Ст. 64.
2. Закон України «Про охорону праці» від 14.10.1992 № 2694-ХІІ // Відомості Верховної Ради України. - 1992. - № 49
3. Податковий кодекс України від 02.12.2010 року//Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2011.
4. Азаренкова Г. М. Економіка праці та соціально-трудова відносина : навч. посіб. / Г. М. Азаренкова, І. І. Борисенко, О. Г. Головка, 2011. - 342 с.
5. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы/ Г.Л. Азоев, А.П. Челенков. – М.:ОАО"Типография"Новости", 2000. – 256 с.
6. Ансофф И. Стратегический менеджмент. Классическое издание./ Ансофф И.; пер. с англ. Под ред. Петрова А. Н./ Ансофф И. –СПб.: Питер, 2009.– 344с.
7. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия: Пер с англ./ Ансофф И. - СПб: Питер Ком, 2001.– 416 с.
8. Балабанова Л.В. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій: Навчальний посібник.– 2-ге вид., випр. і доп./ Балабанова Л.В. – К.: Знання, 2005.–301 с.–(Вища освіта ХХІ ст.).
9. Белоусов В. Л. Анализ конкурентоспособности фирмы / В. Л. Белоусов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 5. – С. 86 – 91.
10. Білик М. Д. Фінансове планування на підприємствах в сучасних умовах / М. Д. Білик // Фінанси України. — 2006. — № 4. — С. 133–141.
11. Бондаренко М.П. Конкурентні переваги в системі теоретико-понятійного апарату конкурентоспроможності/ М. П. Бондаренко//Економіка та держава.- 2011,№6 - С.73 – 75.

12. Вєдерніков М.Д. Нормування праці : навч. посіб. / М. Д. Вєдерніков, О. О. Чернушкіна, 2012. - 372 с.
13. Венцин М. Роль менеджмента знаний в достижении устойчивых конкурентных пре-имущества/ М. Венцин// Проблемы теории и практики управления, 2005. – №4. – С. 78-83.
14. Войчак А.В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація/ А. В. Войчак, Р.В.Камишніков // Маркетинг в Україні. – 2005. – №2. – С. 50-53.
15. Гапоненко А.Л.. Стратегическое управление: Учебник. / Гапоненко А.Л., Панкрухина А.П. - М.: Омега-Л, 2004. -472с.
16. Гарькуша В. Н. Компетенции как элемент стратегического менеджмента организации. [Электронный ресурс]/ Гарькуша В. Н //– Режим доступа: [http://vestnik-npi.info/upload/information\\_system\\_15/2/0/7/item\\_207/information\\_items\\_property\\_367.pdf](http://vestnik-npi.info/upload/information_system_15/2/0/7/item_207/information_items_property_367.pdf)
17. Гріняєв С.В. Нечітка логіка в системах управління.//Гріняєв С.В.- «КОМПЬЮТЕРРА» - М. – 2001. – 22-33с.
18. Добровенко О.А . Конкурентна перевага в контексті розвитку концепцій стратегічного управління. [Електронний ресурс]/ Добровенко О.А . // – Режим доступа: [http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/pprbsu/2010\\_29/10\\_29\\_14.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/pprbsu/2010_29/10_29_14.pdf)
19. Єніфанов А.О. *Менеджмент для магістрів/ Єніфанов А.О.* — Суми : ВТД „Університетська книга”, 2003.– 290с.
20. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия - Монография. / Иванов Ю.Б., Тищенко А.Н., Дробитько Н.А., Головки О.С. - Х.: ХГЭУ, 2003. – 349 с.
21. Іваннікова М.М. Алгоритм формування конкурентних переваг підприємств. [Електронний ресурс]/ Іваннікова М.М. // – Режим доступа: [portal/Soc\\_Gum/Mtip/2008\\_14/ivannikova.pdf](portal/Soc_Gum/Mtip/2008_14/ivannikova.pdf)
22. Загорянська О. Л. Проблеми становлення конкурентоспроможності машинобудівних підприємств в сучасних умовах розвитку /

- Загорянська О. Л. // Ефективна економіка. Електронне наукове фахове видання – 2011. - №6. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://economy.nauka.com.ua/index.php?nomer\\_data=6&year\\_data=2011](http://economy.nauka.com.ua/index.php?nomer_data=6&year_data=2011).- С. 1- 7
- 23.Зеркалов Д.В. Охорона праці в галузі: Загальні вимоги.Навчальний посібник./ Зеркалов Д.В. — К.: «Основа». 2011. — 551 с.
- 24.Катькало, В. Еволюція теорії стратегічного управління : Монографія / Катькало, В. - Издат. дом С.-Петербур. гос. ун-та, 2006. – 548 с.
- 25.Катькало В.С. Место и роль ресурсной концепции в развитии теории стратегического управления / В.С. Катькало// Вестн. С.-Петербур. ун-та. Сер. Менеджмент.- 2006.-С3-22.
26. Кириченко О. А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Навч. посібник. – 3 – те вид., перероб. і доп./ Кириченко О. А. – К.: Знання – Прес, 2002. – 384 с.
- 27.Колесник Ю. В. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств/ Ю.В. Колесников.// Економіка. Фінанси. Право. – 2010, № 5. – с.3-9
- 28.Костирко Р.О., Тертична Н.В., Шевчук В.О. Комплексна оцінка вартості підприємства: Монографія /За заг. ред. докт. екон. наук, академіка НАН України М.Г. Чумаченка. – 2-ге вид., перераб. і доп. – Х.: Фактор,2008. – 278 с.
- 29.Куденко Н.В. Стратегічний маркетинг : навч. посібн/ Куденко Н.В. - Вид-во КНЕУ, 1998. – 152 с.
- 30.Кузнецова І.О. Мониторинг як складова процесу управління підприємством хлібопродуктів:теорія та методологія: (Монографія)/ Кузнецова І.О. – Одеса: «Друкарський дім», 2009. – 228с.
- 31.Кузнецова І.О. Ресурсний підхід до розвитку підприємства/ І.О. Кузнецова //Вісник Хмельницького національного університету. – Хмельницьк – 2008. - №4, Т.1. – С.79-81.

32. Купчик М.Л. Основи охорони праці: Підручник / М. Л. Купчик, М. П. Гандзюк, І. Ф. Степанець та ін. — К.: Основа, 2000. — 416 с.
33. Лемьер Жан Малый и средний бизнес ключевой фактор развития/ Лемьер Жан // Проблемы теории и практики управления № 5, 2005. С. 10-11.
34. Лишиленко О.В. Бухгалтерський облік: Підручник. - 3-тє вид., перероб. і доп./ Лишиленко О.В. – К.:ЦУЛ. – 2009. – 670 с.
35. Максимов И. Метод оценки уровня конкурентоспособности предприятий/ Максимов И. // Маркетинг в России и за рубежом. 2004. №2. С.26 -27.
36. Міщенко А.П. Стратегічне управління [Електронний ресурс]/ Міщенко А.П. // – Режим доступу / - [http://pidruchniki.ws/12980108/marketing/analiz\\_konkurentiv](http://pidruchniki.ws/12980108/marketing/analiz_konkurentiv)
37. Мойсеєнко І. Є. Фінансове планування на підприємстві / І. Є. Мойсеєнко // Фінанси України. — 2000. — № 9. — С. 155–158.
38. Омеляненко Т.В. Виробнича стратегія та конкурентні переваги підприємства/ Т. В. Омеляненко// Стратегія економічного розвитку України, вип. 24—25 - 2009 – с.73-83.
39. Омеляненко Т. В. Виробнича стратегія підприємства: сутність та траєкторія розвитку/ Т. В. Омеляненко// Стратегія розвитку України(економіка, соціологія, право) : наук. журн. / голов. ред. О. П. Степанов. — К. : НАУ, 2004. — Вип. 3–4. — С. 556–565.
40. Останкова Л. А. Аналіз, моделювання та управління економічними ризиками. Навч. посіб./ Останкова Л. А., Шевченко Н. Ю. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 256 с.
41. Павлова В.А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення: Монографія./ Павлова В.А. - Дніпропетровськ: Вид-во ДУЕП, 2006. - С.37.
42. Полтавська Е.А. Исследование процессов формирования и развития конкурентах преимуществ предприятия/ Е.А. Полтавська//

- Регіональні перспективи. – Кременчук: Асоціація "Перспектива", 2005. – №1(26). – С. 39-41.
43. Портер М. Э. Конкуренция.: Пер. с англ./ Портер Майкл - М.: Издательский дом "Вильямс", 2005. — 608 с.
44. Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов /пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. – 454 с.
45. Портер М. Е. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость: пер. с англ. / М. Е. Портер. — М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. — 715 с.
46. Скудер Г. Стратегія підвищення конкурентоспроможності підприємства, проблеми і складові успіху/ Г. Скудер// Економіка України, 2007. – №6. – С. 24-26.
47. Соловев В.П. Конкуренція в умовах інноваційної моделі розвитку економіки: Монографія/ Соловев В.П.; під наук ред. д.е.н. Малицького. – К.:Фенікс, 2006. – 165 с.
48. Спіріна М.В. Стратегія управління конкурентоспроможністю підприємства/ М.В. Спіріна// Актуальні проблеми економіки, 2004. – №8(38). – С. 176-182.
49. Стеців Л.П. Конкурентні переваги: підходи до трактування та їх відмінності./ Л.П. Стеців // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – С. 263-270.
50. Сток Д., Эванс Ф., Шульман Л.. Конкуренция, базирующаяся на способностях (Новые правила корпоративной стратегии) / Корпоративная стратегия: пер с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс. 2008. - С .142 – 166.
51. Токарев Б.Е. Методика оценки рыночных ниш наукоемких товаров/ Токарев Б.Е. // Индустриальный и B2B маркетинг, №2, 2011. – с.106-116.
52. Титов В.И. Економіка підприємства./ Титов В.И. – М.: Эксмо, 2008. – 36 с.

53. Україна у цифрах у 2010 році. Статистичний збірник//За редакцією Осау ленка О.Г.- К.: Державний комітет статистики України, 2011.- 252 с.
54. Усова Г.В. Підхід до досягнення конкурентних переваг промисловим підприємством на основі координації процесів бенчмаркінгу та аутсорсингу/ Г.В.Усова // Вісник Хмельницького національного університету №5, 2009 – С.181-185.
55. Полищук Е. Обязательная сертификация кабеля.Зачем это нужно? [Електронний ресурс]/ Полищук Е. - Режим доступу: [http://www.sib.com.ua/arhiv\\_2009/2009\\_4/statia%204\\_12%202009/4\\_12\\_2009.htm](http://www.sib.com.ua/arhiv_2009/2009_4/statia%204_12%202009/4_12_2009.htm)
56. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление./ Фатхутдинов Р.А. – М.: "ИНФРА-М". – 2000. – 312 с.
57. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, стратегия, управление. / Фатхутдинов Р.А. - М.: ИНФРА - М, 2005. - 312с.
58. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент: Учебник. — 7-е изд., испр. и доп./ Фатхутдинов Р.А. - М.: Дело, 2005. — 448 с.
59. Чайникова Л.Н. Методологические и практические аспекты оценки конкурентоспособности региона: монография./ Чайникова Л.Н. – Тамбов: ТГТУ, 2008. – 148С.
60. Чернов В.Г. Модели поддержки принятия решений в инвестиционной деятельности на основе аппарата нечетких множеств./ Чернов В.Г. – М.: Горячая линия-Телеком, 2007.
61. Шарко М.В. Основные положения и категориальные понятия концепции инновационного развития экономики/ Шарко М.В. // Проблемы науки. – 2006. – №1. – С. 9-16.
62. Шеремет А. Методика финансового анализа предприятий / А. Шеремет, Р. Сайфулин, Е. Негашев. — М. : ИНФРА М, 2008. — 208 с.

63. Шифрин М.Б. Стратегічний менеджмент. Учебовий посібник/ Шифрин М.Б. - Питер, 2009. - 320 с.
64. Шнипко О. С. Національна конкурентоспроможність: сутність, проблеми, механізми реалізації / О. С. Шнипко. – К. : Наук. думка, 2008. – 334 с.
65. <http://www.amc.gov.ua/amku/control/main/uk/index> /- Антимонопольний комітет України.
66. <http://www.smida.gov.ua/> - Звітність підприємства. //
67. <http://www.ukrstat.gov.ua/> - Державний комітет статистики України //
68. <http://ntbu.ru/sp/dstu.htm/> - Державні стандарти України//
69. <http://odeskabel.com/main-rus/index.php/> - Офіційний сайт підприємства ПАТ «Одескабель»//
70. <http://www.minfin.gov.ua/> - Міністерство фінансів України//
71. <http://ukrspeccable.ua/> - Офіційний сайт «Укрспецкабель»//