

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра менеджменту організацій

**РЕФЕРАТ**  
**кваліфікаційної роботи**  
**на здобуття освітнього ступеня магістра**  
**зі спеціальності 073 «Менеджмент»**  
**за магістерською програмою професійного спрямування**  
**«Менеджмент організацій»**

на тему: «Формування конкурентної стратегії на ринку кабельної продукції»

**Виконавець:**

студент факультету менеджменту, обліку та  
інформаційних технологій

Шаповал Аліна Олександрівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

\_\_\_\_\_  
/підпис/

**Науковий керівник:**

К.е.н., ст. викладач,

(науковий ступінь, вчене звання)

Піскун Альона Валеріївна

(прізвище, ім'я, по батькові)

\_\_\_\_\_  
/підпис/

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми дослідження.** Проблема формування конкурентної стратегії підприємств стає дедалі актуальнішою. Формування конкурентної стратегії є ключовим елементом успішного управління підприємством, особливо в умовах сучасного динамічного бізнес-середовища.

Конкурентна стратегія дозволяє підприємству ретельно вивчити ринкові умови, визначити потреби споживачів та конкурентів, а також знайти своє місце в галузі. Вона допомагає спрямовувати ресурси підприємства на досягнення стратегічних цілей, а також забезпечує адаптацію до змін у середовищі та змінюючихся умов конкуренції.

Також конкурентна стратегія допомагає визначити способи маркетингової комунікації та рекламних кампаній, що підсилюють позитивне сприйняття підприємства на ринку. Так, вона дозволяє підприємствам адаптуватися до швидко змінюючихся потреб споживачів та реагувати на тенденції ринку.

Науковий внесок у формування та розвиток теорії стратегічного управління зробили такі іноземні науковці: І. Ансофф, А. Гутман, Дж. Данінг, М. Мескон, А. Сміт, Д. Рікардо, У. Петті С.Л.Брю, Дж. Кейнс, І.М.Кірцнер, Дж.С.Міллер, Ф. Найт, М. Портер, П. Хайне та багато інших. Незважаючи на значний внесок даних вчених, слід зазначити, що проблеми формування конкурентної стратегії у організаціях досліджено недостатньо повно. Значимість цієї проблеми у повоєнний час визначила мету дослідження.

**Метою** даної роботи є аналіз існуючих теоретичних положень, щодо формування

- дослідити теоретичні основи стратегічного управління підприємством;
- провести аналіз ринку кабельної продукції України;
- запропонувати конкурентну стратегію ПАТ «Одескабель» та заходи з її реалізації.

**Об'єктом дослідження** виступає ПАТ «Одескабель».

**Предметом дослідження** виступає процес розробки конкурентної стратегії підприємства.

**М**

**Е**

**Ф**

**е**

**Інформаційною базою дослідження** є спеціальна наукова література та періодичні видання, монографії науковців, нормативно-правові акти України, матеріали наукових конференцій та досліджень, аналітичні матеріали профільних державних органів, фінансова звітність підприємств та дані Державного комітету статистики.

**Практична значущість** полягає у можливості застосування розроблених рекомендацій щодо формування конкурентної стратегії на ринку кабельної продукції на зовнішньому ринку.

**Елементи наукової новизни** полягають у розробці конкурентної стратегії для ПАТ «Одескабель» на основі аналізу його внутрішнього і зовнішнього середовища.

**Апробація результатів дослідження:** За результатами виконання кваліфікаційної роботи магістра підготовлено публікації:

1. Роль інновацій у підвищенні конкурентоспроможності підприємства. Актуальні проблеми менеджменту: теоретичні і практичні аспекти: Матеріали шостої міжнар. наук.-практ. конф., 28-29 вересня 2023 р.: Одеса: : Одеський національний економічний університет, 2023. С. 190-192.

2. Піскун А. В., Шаповал А. О. Аналіз конкурентоспроможності ПАТ «Одескабель». Науковий вісник ОНЕУ. 2023. №11-12. Здано до друку.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретико-методичні основи формування конкурентної стратегії підприємства» було визначено, що конкурентоспроможність підприємства – це здатність здійснювати економічно ефективну діяльність в умовах обмежених економічних ресурсів, використовуючи сучасні інноваційні технології розвитку, беручи до уваги як внутрішні джерела конкурентоспроможності підприємства, так і зовнішні фактори, що характеризують ситуацію на ринках і в галузях, в яких працює підприємство. Встановлено, що конкурентна стратегія – це метод отримання стійких конкурентних переваг у кожній стратегічній бізнес-одиниці компанії. Проведено узагальнюючу характеристику видів конкурентних стратегій. Розглянуто інструменти стратегічного управління.

В другому розділі «Аналіз управління конкурентоспроможністю ПАТ "Одескабель"» було проведено аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища ринку кабельнопровідникової продукції. Використано таксономічний метод у дослідженні конкурентоспроможності кабельних заводів. Проведено PEST-аналіз кабельної галузі. Здійснено аналіз п'яти сил Портера ПАТ «Одескабель». Порівняно оцінки ключових властивостей товару компанії і товарів конкурентів за допомогою багатокутника конкурентоспроможності. Проведено загальну характеристику та аналіз основних техніко-економічних показників ПАТ «Одескабель». Були визначені сильні та слабкі сторони, перспективи та загрози для ПАТ «Одескабель» та надані конструктивні пропозиції стосовно удосконалення конкурентоспроможності підприємства.

В третьому розділі «Формування конкурентної стратегії ПАТ "Одескабель"» Було проаналізовано впровадження конкурентної стратегії на підприємстві – лідерство у витратах. Запропоновано три заходи (заміна постачальника, реінновація сайту, впровадження економічного обладнання), які призведуть до збільшення прибутку, покращення рентабельності продукції, продажів, основних засобів. Здійснено розрахунок оцінки ефективності впроваджених заходів ПАТ «Одескабель».

## ВИСНОВКИ

Досліджено, що конкурентоспроможність підприємства – це здатність вести економічно ефективну діяльність у умовах обмежених економічних ресурсів з допомогою використання сучасних інноваційних технологій розвитку, враховують як внутрішні джерела конкурентоспроможності підприємства, і зовнішні чинники, що характеризують ситуацію на ринку чи в галузі, у якій працює компанія. Не існує ідеальної стратегії для всіх компаній. Також не існує єдиного універсального методу стратегічного управління. Оскільки кожна організація є унікальною та специфічною, процес розробки стратегії для кожної організації є індивідуальним.

Доведено, що кабельна галузь є важливим сектором економіки, що надає продукцію, пов'язану з телекомунікаціями, енергетикою, будівництвом, нафтогазовою промисловістю. Потреба в розширенні смуги пропускання кабельних систем, стимульована розвитком інтернет-сервісів, робить прогрес у мережевій індустрії. Ринок кабельно-провідникової продукції в Україні досить добре розвинений та в основному орієнтований на задоволення потреб вітчизняних споживачів, які представлені виробниками контрольно-вимірювальної апаратури, організаціями, що реалізують кабельно-провідникову продукцію, а також споживачами цієї продукції – нафтогазовими, енергетичними, телекомунікаційними, будівельними та іншими компаніями. В Україні зараз працює 31 кабельний завод, який має свою номенклатуру ринку збуту. Найбільші заводи: ПАТ «Південкабель», ТОВ «Катех- Електро», ПАТ «Одескабель» та багато інших.

Встановлено, що ПАТ Одеський кабельний завод «Одескабель» протягом багатьох років приділяє особливу увагу якості продукції, що випускається і конкурентоспроможним цінам, модернізації та розширенню виробництва, відмінному персоналу та організації управління відповідно до міжнародних стандартів, такий вектор розвитку компанії дозволяє ПАТ «Одескабель» по праву стати лідером, який знаходиться не тільки в своїй галузі, але є одним із зразкових підприємств Одеської області та України. Сьогодні ПАТ «Одескабель» входить до числа 50 найбільших виробників кабелів у світі і його можна назвати флагманом вітчизняної кабельної промисловості. У модернізацію потужностей та переоснащення технології виробництва було інвестовано значні кошти. Всі цехи оснащені новітнім німецьким, британським, швейцарським та австрійським

обладнанням, що дозволило ПАТ «Одескабель» постійно нарощувати виробничі потужності і зайняти лідируючі позиції на ринку. Проте діяльність ПАТ «Одескабель» була збитковою у 2022 році.

Запропоновано за результатами проведеного оцінювання конкурентоспроможності ПАТ «Одескабель» в рамках обраної стратегії лідерства за рахунок зниження витрат, яка полягає в завоюванні лідируючих позицій в галузі за рахунок економії витрат при виробництві масової продукції, три заходи: ренновація веб-сайту, який відкриває широкий спектр маркетингових можливостей, заміну постачальників з іноземних на вітчизняні та усунення вузьких місць, які допоможуть знизити витрати у рамках обраної стратегії. Впровадження нового економічного обладнання сприяє ліквідації вузьких місць на підприємстві, що стане основою для створення конкурентоспроможних цін на продукцію.