

**Бирзой Іван Михайлович**  
магістрант,  
**Пучкова Світлана Ігорівна**  
к.е.н., доцент,  
Одеський національний  
політехнічний університет

## **КОНКУРЕНТНЕ СЕРЕДОВИЩЕ НА РИНКУ КАБЕЛЬНО-ПРОВІДНИКОВОЇ ПРОДУКЦІЇ**

*A concept is analyzed in the article „competitive environment” as a market category. The trends in the market of cable and conductor products of Ukraine is determined. The state of the competitive environment is analyzed.*

На сучасному етапі інтеграції України в світовий економічний простір ключовим завданням менеджменту українських підприємств є розробка ефективного механізму адаптації у конкурентному середовищі.

З'ясуванню поняття конкурентного середовища та методикам його діагностики були присвячені роботи таких відомих вчених як Г. Азоєва, Т.А. Дяченко, М. Портера, Р.А. Фатхутдінова, К. Макконелла, Ф. Котлера, Й. Шумпетера, А.А. Томпсона, А. Дж. Стрікланда та ін.

Конкурентне середовище – це результат і умови взаємодії великої кількості суб'єктів ринку, що визначає відповідний рівень економічного суперництва і можливість впливу окремих економічних агентів на загальноринкову ситуацію. Важливо те, що конкурентне середовище утворюється не лише і не стільки власне суб'єктами ринку, взаємодія яких викликає суперництво, але насамперед – відносинами між ними [1, с. 43].

У кожній галузі формується власне конкурентне середовище. Саме тому підприємство повинно правильно оцінити його конкурентів та їх інтереси, галузь, в якій воно функціонує, щоб виробити найбільш ефективні конкурентні стратегії, які б забезпечували його високу конкурентоспроможність.

Розвиток вітчизняної економіки напряму залежить від успішного функціонування наукоємних галузей виробництва, підвищення конкурентоспроможності продукції цих галузей та створення сприятливих умов для їх подальшої діяльності.

До таких галузей належить електротехнічна промисловість, одним із напрямком якої є кабельно-провідникове виробництво.

В сучасних умовах практично неможливо відшукати сферу діяльності (як в економіці, так і в побуті), в якій не застосовується кабельна продукція (від проводів для підключення побутової техніки до монтажу зовнішніх і внутрішніх силових і інших мереж). Потреба в цій продукції суттєво зросла з настанням, так званої, епохи інформаційного суспільства. Ця тенденція спостерігається і в Україні [2, с. 55].

На ринку кабельно-провідникової продукції, так само, як і скрізь, безперервно посилюється конкуренція. Великі компанії продовжують розвиватися, створюючи при цьому регіональні та роздрібні мережі. Невеликі фірми або йдуть з ринку, або об'єднуються з великими компаніями. Середні відчувають себе непогано за рахунок індивідуального підходу до клієнтів [3].

Виробники кабельно-провідникової продукції на українському ринку представлені як українськими виробниками, так і представниками ближнього і далекого зарубіжжя. Основними вітчизняними виробниками є: ПАТ «Південкабель», ПАТ «Одескабель», ПАТ «Азовкабель», ПрАТ «ВО Бердянський кабельний завод», ТОВ «ВП «Укркабель».

На економічному просторі колишнього Радянського Союзу Україна посідає друге місце серед країн СНД з виробництва КПП.

Основним конкурентом для вітчизняних виробників вважається російська кабельно-провідникова продукція. На думку фахівців ринку кабельної продукції, близько 10 великих оптовиків постачають на український ринок кабель і провід російських виробників кабельно-провідникової продукції – «Камкабель» (м. Перм), «Москабель» (м. Москва), «Електрокабель» (м. Кольчугіно), «Сибкабель» (м. Томськ).

Продукція й інших зарубіжних виробників, зокрема компанії Siemens і HELUKABEL GmbH (Німеччина) і фірми Elektrim Kable SA (Польща), Nokia (Фінляндія), LietKabelis (Литва), а також продукція з Болгарії, Угорщини, Югославії та інших країн, що виготовляють КПП [4, с. 150].

Більшість українських виробників КПП не можуть на рівних конкурувати з підприємствами-виробниками аналогічної продукції як в Україні, так і за її межами внаслідок наступних причин:

– підприємства-конкуренти країн далекого зарубіжжя виграють в конкурентній боротьбі за рахунок використання у виробництві нових наукових технологій та налагоджених механізмів постачання на ринок і продажу своєї продукції;

– підприємства-конкуренти інших країн значною мірою захищені митними та податковими обмеженнями при ввезенні української продукції;

– підприємства-конкуренти мають доступ до більш дешевих енергетичних і сировинних ресурсів [4, с. 152].

Таким чином умовою виживання українських підприємств-виробників КПП є орієнтація на високотехнологічне виробництво та впровадження передових наукових досягнень.

**Список використаних джерел:**

1. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посібн./ М. Клименко, Т. Омеляненко, Д. Барабась та ін. – К.: КНЕУ, 2008. – 520 с.
2. Семенова В.Г. Напрямки ефективного розвитку підприємств кабельної промисловості / В.Г. Семенова // Технологический аудит и резервы производства – № 2/6 (22), 2015. – С. 54-57.
3. Шаповал Е. Не в жилу // Укрспецкабель [Електронний ресурс] / Е. Шаповал. – Режим доступа: <http://ukrspeccable.ua/articles/2334/>
4. Єрґієва Л. Оцінка стану конкурентоспроможності підприємств кабельної промисловості України / Л. Єрґієва // Економічний аналіз. – 2012. – Т. 10 (1). – С. 150-152.