

## ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ЯК МЕХАНІЗМ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

В наш час, всі підприємства, що функціонують прагнуть вдосконалення. Одним з механізмів розвитку підприємства є диверсифікація. Розглядаючи диверсифікацію, як спосіб розвитку підприємства, можна визначити, що вона полягає в освоєнні виробництва нових товарів, товарних ринків, а також видів послуг, що включає не просто диверсифікацію товарних груп, але й розповсюдження підприємницької діяльності на нові та не пов'язані з основними видами діяльності фірми [2]. Таким чином, диверсифікація означає (переважно) вихід за межі основного бізнесу, яким підприємство займалось досі, проникнення в нові галузі та сфери економіки. Вона може здійснюватися через створення нового підприємства, що в результаті призведе до переходу від односторонньої виробничої структури (спеціалізації) до багатопрофільного виробництва.

Аналіз діяльності ПАТ «Одескабель» показав, що, після розпаду Радянського Союзу воно перейшло на новітнє обладнання. З розвитком всесвітньої мережі Інтернет почали розширювати обсяг та асортимент продукції, зокрема подвоїли виробництво та реалізацію цифрових та LAN-кабелів [1]. За роки існування у підприємства сформувалась гарна репутація не лише на тренах України. Але підприємство шукає нові напрями діяльності. Проведений аналіз шляхів розвитку підприємства дозволив запропонувати ПАТ «Одескабель» побудувати логістичну компанію, це буде сприяти пришвидшенню доставки до підприємств, що зацікавлені продукцією ПАТ «Одескабель»; отриманню прибутку не лише від виробництва, й від транспортування; пропонуванню логістичних послуг іншим підприємствам; підвищенню використання власної території, яка не зайнята виробництвом; підвищенню конкурентоспроможності підприємства.

Виходячи з того, що розрізняють шість стратегій диверсифікації: стратегія входження в нову галузь – поглинання, створення нової компанії, спільного підприємства; стратегія диверсифікації в родинні (пов'язані) галузі; стратегія диверсифікації в неспоріднені (незв'язані) галузі; стратегія згорання і ліквідації бізнесу; стратегія реструктурування, відновлення та економії; стратегія транснаціональної диверсифікації, для ПАТ «Одескабель» пропонується використовувати стратегію диверсифікації в неспоріднені галузі. Така стратегія має низку переваг: дозволяє розподілити фінансові ризики з багатьох напрямків, інвестувати будь-яке вигідне з точки зору рентабельності підприємство і стабілізувати свої доходи за рахунок різної циклічності розвитку галузей.

Завданням менеджерів підприємства при використанні незв'язаної диверсифікації є визначення підприємств, які слід включити до складу основного підприємства, а які виключити. Аналіз показав, що основними конкурентами ПАТ «Одескабель» є: ПАТ «Азовкабель», ТОВ «Азовська кабельна компанія, ПАТ «Південкабель», ТОВ «Кабельний завод». Всі підприємства є лише виробниками кабельної продукції, своєї логістичної компанії в них не має. Ці підприємства є розвиваючими, мають новітнє обладнання та масштабне виробництво, транспортують продукцію в країни СНД. В середньому 20 -35% по підприємствах складає експорт. З розвитком свого логістичного підприємства експорт може значно зрости і ПАТ «Одескабель» буде мати ще більше переваг над конкурентами.

Площа підприємства дозволяє створити спеціальні будови для транспорту. Доцільно починати з транспортування продукції на території України. Саме українські підприємства є основними замовниками продукції «Одескабель» (78%). До цих підприємств належать: ТОВ «Епіцентр К», ПрАТ «Електроремонтний завод, СП ТОВ «КЕРОС-КИЇВ», ТОВ «ЕП СТАР», ПАТ «Укртелеком», ТОВ «ВИРОБНИЧО-КОМЕРЦІЙНЕ ПІДПРИЄМСТВО «ЕНЕРГОСПЕЦМОНТАЖ», ТОВ «Неолоджик», ТОВ «ВАГО ТЕЛЕКОМ, ПрАТ «Зв'язок вугольної промисловості», ТОВ «Технологія», ТОВ «НЕТ ЛАЙН», ПАТ «НОВА ЛІНІЯ», ТОВ «Ексон-Еліт», ТОВ «Телесвіт», ТОВ «НВП «ЕЛЕТЕР», TALAT FIRM, ТОВ «НВК» «РОМСАТ», ТОВ «ОТ ТЕХНОЛОГІЙ», «BSC ELCABEL INC», ТОВ «ДІПНЕТ Україна» та інші [3].

Вже сьогодні поставки на ці підприємства сягають декілька мільйонів гривень, тому для ефективної роботи логістичної компанії необхідно скласти план-графік поставки продукції. Відповідно укладених договорів, кожне підприємство-замовник буде отримувати продукцію по плану-графіку. Таким чином, ПАТ «Одескабель» отримає ще й складські приміщення, де раніше зберігались не доставлені товари; пришвидше термін доставки, адже від строку замовлення залежить і швидкість його виконання.

Проведені розрахунки показали, що необхідні інвестиції для закупівлі спецтехніки, на реєстрацію нового логістичного підприємства, найм кваліфікованого та адміністративного персоналу, побудову приміщення для техніки, рекламу. У ПАТ «Одескабель» вже є служба логістики (адміністративний персонал), яка займається домовленостями про поставки продукції. Їй потрібно додати функції щодо підписання угод про поставку продукції логістичним підприємством.

Отже, можна зробити висновок: диверсифікація діяльності підприємства полягає у створенні різноманітності бізнесу підприємства шляхом входження підприємства на нові сектори ринку. Все більш очевидним стає те, що головною характерною рисою нових систем внутрішньофірмового управління повинна стати орієнтація на довгострокову перспективу, проведення фундаментальних досліджень, диверсифікацію операцій, інноваційну діяльність, максимальне використання творчої активності персоналу. Децентралізація, скорочення рівнів в апараті управління, просування працівників та їх оплата в залежності від реальних результатів стануть основними напрями змін в апараті управління. Аналіз стратегії підприємства охоплює всі функції і підрозділи: постачання, виробництво, фінанси, маркетинг, кадри, наукові дослідження і розробки. Кожному визначена певна роль у цьому

аналізі. Нові дії та підходи покажуть можливі шляхи зміни і перетворення поточної стратегії

#### Список літератури:

1. Говоруха Ж.А. Питання розвитку інноваційної діяльності України // Актуальні проблеми економіки. – 2017. – № 8. – С. 107–115.
2. Економіка підприємства в умовах ринкових перетворень: Монографія / За заг. ред. О.Г. Янкового. – Одеса: Атлант, 2016. – 390 с.
3. Єрмошенко М.М. Проблеми державного регулювання інноваційного розвитку підприємств і шляхи їх розв'язання // Актуальні проблеми економіки. – 2016. – № 3. – С. 45–55.
4. Швайка Л. А. Планування діяльності підприємства : навчальний посібник. — Львів : Магнолія плюс, 2017. — С. 47-51
3. Електронний ресурс: <https://www.stockworld.com.ua/ru/analytics/emitent/template/4123/106>
4. Електронний ресурс: <https://mebly.net/yak-vidkriti-transportnu-kompaniyu-z-nulya.html>.