

КОНЦЕПЦІЯ РІЗНОМАНІТНОСТІ (ГЕТЕРОГЕННОСТІ) В ЕКОНОМІЦІ ТА МЕНЕДЖМЕНТІ ПІДПРИЄМСТВА

Стадник В.В.

Хмельницький національний університет, м. Хмельницький

Зростання конкуренції в сучасному економічному просторі значною мірою зумовлене його інформаційною насиченістю та розвитком інформаційних технологій. З кожним днем збільшується кількість споживачів, що мають змогу отримати інформацію про наявність на ринку товарів чи послуг, які можуть задовольнити їх існуючі чи навіть мало усвідомлені потреби. З іншого боку, зростає кількість суб'єктів ринку, що пропонує альтернативні способи задоволення суспільних потреб. Така агресивність зовнішнього середовища робить нестійкими ринкові позиції виробників, спонукає до їх до пошуку шляхів забезпечення від ризиків втрати критичної для свого існування кількості споживачів. Результатом такого пошуку є урізноманітнення діяльності – за видами і продуктами, ресурсами і споживчими перевагами.

У теорії еволюції різноманітність є основою збереження природних популяцій. Перенесення Р.Нельсоном і С.Вінтером висновків теорії еволюції у контекст економічних систем постулює необхідність підтримання достатнього рівня різноманітності (гетерогенності) у їх діяльності. Це дає підстави для розвитку науково-методичних основ управління гетерогенністю у теорії організації, що й визначило мету даного дослідження.

Розглядаючи термін «гетерогенність» як атрибут продуктів, ресурсів і переваг, було проаналізовано зв'язок між гетерогенністю економічних ресурсів (за ознаками мобільності й специфічності) та вибором менеджментом підприємства певного типу конкурентних стратегій; встановлено залежність між мультифакторністю економічних процесів і здатністю підприємства оптимізувати склад учасників і структуру бізнес-процесів; визначено умови, за яких зростання рівня гетерогенності за рахунок диференціації продуктів і ринків негативно впливає на економіку підприємства (його здатність зберігати фінансову рівновагу, в т.ч. при реалізації проектів розвитку).

Аналізуючи особливості побудови бізнес-процесів на вітчизняних машинобудівних підприємствах, які працюють на ринку виробників, встановлено, що значна їх кількість формується за аутсорсинговою схемою. Підкреслено, що ефективність таких бізнес-процесів значною мірою залежить від врахування гетерогенності переваг для їх учасників при формуванні економічних умов співпраці. Зазначено також, що внаслідок мобільності трудових ресурсів посилюється вплив на результативність співпраці у робочих групах фактору мультикультурності. Акцентовано на тому, що його можна розглядати і як проблему, і як конкурентну перевагу сучасного підприємства. Дослідження умов, за яких фактори гетерогенності можна використати для формування конкурентних переваг машинобудівних підприємств, що працюють на ринку виробників, і буде предметом наступних досліджень.