

Теоретические частоты нормального закона распределения для вариационного ряда

№ гр.	Интервал численности трудовых ресурсов, человек	Число районов (фактическое), f_i	Середина интервала, x	$t = \frac{x - \bar{x}}{\sigma}$	Число районов (теоретическое), f^t	$\frac{(f - f^t)^2}{f^t}$
1	2917 – 7277	13	5097	– 0,82	8	3,13
2	7277 – 11636	14	9457	0,03	11	0,82
3	11636 – 15996	1	13816	0,93	7	5,14
4	15996 – 20356	3	18176	1,80	2	0,5
5	20356 – 24715	0	22536	3,11	1	0
6	24715 – 29075	1	26895	3,55	1	0
ИТОГО		32	–	–	30	9,59

χ^2 следует заключить, что отклонения фактического распределения от нормального следует признать случайными. Другими словами наблюдаемый вариационный ряд соответствует нормальному распределению с высокой степенью вероятности.

В результате сделанных расчетов с использованием аппарата математической статистики было проведено исследование состояния занятости на рынке труда Омской области.

Библиографический список

1. Стаурский, Е. С. Исследование занятости на рынке труда Омской области / Е. С. Стаурский // Омский научный вестник. — 2013. — № 3 (119). — с. 68-70.

2. Елисеева, И. Общая теория статистики : учеб. для вузов / И. Елисеева. — М. : Финансы и статистика, 2006. — 655 с.

СТАУРСКИЙ Евгений Станиславович, кандидат технических наук, доцент (Россия), старший преподаватель кафедры экономической теории и финансового права.

Адрес для переписки: Ses-qq@yandex.ru

Статья поступила в редакцию 15.02.2013 г.

© Е. С. Стаурский

УДК 338.47:656.07

Н. Н. ЧЕПЕЛОВА

Сибирская государственная
автомобильно-дорожная академия,
г. Омск

РЕСУРСНАЯ КОНЦЕПЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье теоретически обоснованы понятия «ресурсы» и «стратегические ресурсы». Предложен авторский подход к ресурсной концепции предприятия. Разработана классификация ресурсов предприятия в соответствии с ресурсной концепцией.

Ключевые слова: ресурсная стратегия, ресурсная концепция предприятия, стратегические ресурсы, способности.

Становление и развитие ресурсной концепции предприятия (ресурсной теории [1]) в теории стратегического менеджмента произошло в результате развития конкуренции и научно-технического прогресса, невозможности находить конкурентные преимущества в окружающей среде и снижения предсказуемости рыночной ситуации, что заставило предприятия обратить внимание на «эффективность использования...ресурсной базы и развитие внутренних способностей...» [2].

Исследование проблематики важности внешних и внутренних источников конкурентных преимуществ предприятий актуализировало ресурсный взгляд на природу предприятия, что выразилось в необходимости включения в научный оборот таких понятий, как «ресурсы», «способности» и «ключевые компетенции» [3].

Согласно ресурсной концепции, предприятие представляет собой комплекс ресурсов, используемых

или временно не используемых при производстве товаров, работ, услуг.

Понятие «ресурсы» («производственные блага, созданные природой или людьми») стало обозначать средства, которые обеспечивают достижение стратегической цели, придавая на смену «факторам производства», используемым ранее в экономической теории. Оно не является новым для данной теории и было введено «...в научный оборот уже на заре экономической теории» [3].

Ресурсная концепция позволила объяснить успех деятельности предприятия любыми, в том числе и неосознаваемыми, нематериальными причинами. Так, Б. Вернерфельдом было предложено относить к понятию ресурсы все, «...что может быть определено как сильная или слабая сторона... фирмы» [4]. Следовательно, совокупность ресурсов предприятия достаточно велика. Простота определения понятия «ресурсы» (все необходимое для деятельности

предприятия) одновременно представляет большую теоретическую проблему, так как, во-первых, размывает представление о ресурсах, а во-вторых, не дает возможности конкретизировать специфические черты разных ресурсов, чтобы оптимизировать процесс управления ими, предложить универсальный способ оценки и повысить эффективность использования.

Таким образом, ресурсы — это средства, с помощью которых предприятие производит свой продукт, занимает определенную рыночную нишу и добивается положительных финансовых результатов.

Развитие ресурсной теории способствовало изменению представления о том, что такое ресурсы: в доиндустриальный период главным ресурсом считалась земля, в индустриальную эпоху — капитал, а в современных условиях — информация и знания, что значительно повысило важность используемых на производстве трудовых ресурсов, способностей человека.

В результате под единое определение «ресурсов» подпадают совершенно разные по своей сущности объекты стратегического менеджмента, имеющие неоднородные характеристики, формы, способы оценки, методы привлечения, развития и использования, учета и влияния на результаты работы предприятия. С учетом того, что каждое предприятие представляет неповторимую совокупность ресурсов, их количество превышает все разумные пределы. Вероятно, в связи с этим ряд исследователей [1, 3] не включают в состав ресурсов способности, хотя они также обеспечивают деятельность предприятия и, таким образом, не должны рассматриваться самостоятельно в рамках ресурсной концепции. Поэтому целесообразным является составление классификации ресурсов, позволяющей объединить отдельные их виды, имеющие схожие признаки, в несколько основных групп.

В научной литературе дискутируются большое количество подходов к классификации ресурсов предприятий. Однако можно выделить наиболее общие, используемые всеми хозяйствующими субъектами, благодаря которым происходит их деятельность. Прежде всего, это материальные ресурсы, включающие все имущество предприятия: его материально-техническую базу, денежные средства и их эквиваленты, патенты, лицензии, авторские права, торговые марки и многое другое, то есть все активы предприятия. Их отличительными чертами от других видов ресурсов можно назвать установленные законодательно правила документального оформления и юридического подтверждения и четко выраженную материальную основу (в случае с нематериальными активами — документальное свидетельство). Этот вид ресурсов легко копируется, привлекается из внешних источников или создается самостоятельно за очень короткий срок и поэтому в современном мире все реже становится источником конкурентных преимуществ, но не в силу маловажности, а скорее, по причине доступности.

Более сложным видом ресурсов предприятия являются трудовые ресурсы. Прежде всего это связано с тем, что предприятие только использует физические и интеллектуальные возможности своих работников, их знания, умения, навыки и опыт на договорной основе. Основной отличительной чертой данного вида ресурсов можно назвать то, что они не являются собственностью предприятия, а второй — без них невозможно существование и развитие нематериальных ресурсов. Именно человек

может организовать деятельность, собрать информацию, творчески подходить к решению различных производственных задач, развивая свои способности и обеспечивая присутствие нематериальных ресурсов на предприятии.

В связи с этим самыми сложными как для определения, так и для управления ресурсами предприятия являются нематериальные ресурсы. Прежде всего их невозможно отделить от человека, так как они являются продуктом его деловой активности и использования материальных ресурсов. Во-вторых, их сложно идентифицировать, а оценить можно только по косвенным признакам и только после использования. В-третьих, их трудно, а иногда и невозможно копировать, так как это требует больших финансовых и, самое главное, временных затрат, поэтому они и являются чаще всего конкурентными преимуществами и благодаря этому предприятия, имеющие довольно схожий состав материальных ресурсов будут существенно отличаться. В качестве нематериальных ресурсов выступают знания, информация, способности, деловые связи, отношения и многое другое. Список нематериальных ресурсов у предприятий будет также отличаться, как один человек от другого. Очевидно, что причиной появления «концепции души предприятия» явилась эта аналогия с человеком и его социальная ответственность за свою деятельность [5].

Все перечисленные виды ресурсов являются для предприятия обеспечивающими. Оно может влиять на их состав и осуществлять целенаправленные действия по их развитию. Однако есть также некоторые ресурсы, которые присутствуют у различных экономических систем, в том числе предприятий, однако являются базовыми по отношению к ним, поскольку существуют изначально и независимо от их деятельности. Это ресурсы пространства и времени [1]. Оба этих ресурса представляют собой философские понятия, «основные формы всякого бытия» при условии которых действуют предприятия.

Так, ресурс времени позволяет предприятию учитывать в стратегических планах сроки поставок, временную гибкость и своевременность управленческих решений. Более того, в последнее время увеличивается число рынков, развитие которых связано с фактором времени. Временной фактор имеет такое же значение для предприятия, как и объем информации, потому что принятие даже менее взвешенного решения сегодня иногда важнее, чем завтра. По мнению [1], «...контролируемое ... пространство и доступное ... время относится к числу ресурсов», поскольку все обеспечивающие ресурсы предприятия «...размещены в пространстве и локализованы во времени».

Таким образом, можно говорить об использовании предприятиями трех видов обеспечивающих ресурсов:

- 1) материальных — земля, капитал (оборудование), финансы (денежные средства). К ним относятся все имеющиеся у предприятия оборотные и внеоборотные активы, имеющие материальную основу и (или) подтвержденные документально, в том числе нематериальные активы (патенты, лицензии);
- 2) трудовых — свойства и характеристика персонала всех категорий, его стаж и квалификация;
- 3) нематериальных — знания, отношения, опыт, навыки, способности и умения, предприимчивость, способность создавать, привлекать и использовать другие виды ресурсов. Нематериальные ресурсы возникают при взаимодействии предыдущих видов

Классификация ресурсов предприятия в соответствии с ресурсной концепцией

Вид ресурса		Краткая характеристика
Базовые	Пространство	Ценный, ограниченный, неповторимый и незаменимый ресурс
	Время	Ценный, неповторимый и незаменимый ресурс
Обеспечивающие	Материальные	Внеоборотные и оборотные активы предприятия, исчерпаемые, имеют материальную основу и (или) документальное подтверждение
	Нематериальные	Профессиональные навыки и знания, способности, интеллект, технологии, рыночная информация — не имеют физической формы, неисчерпаемые
	Трудовые	Квалификация и стаж работы всех категорий персонала, их количество
Стратегические		Ценные, труднодоступные, неповторимые и незаменимые. Ими чаще всего являются нематериальные ресурсы, способные привести к появлению устойчивых конкурентных преимуществ и развитию динамических компетенций, но в зависимости от ситуации ими могут являться и другие виды ресурсов.

ресурсов и проявляются в более высокой по сравнению с конкурентами эффективности производства, прибыли и других результатов деятельности [6]; а также двух видов базовых ресурсов:

- пространства;
- времени [1].

Безусловно, область применения исследуемого понятия обширна, и по мере дальнейшего развития ресурсной теории и возможного появления в будущем новых факторов производства оно будет также часто использоваться в силу своей универсальности.

Следующим теоретическим вопросом, требующим проработки и уточнения, является использование наряду с понятием «ресурсы» понятия «активы». Отождествление этих двух понятий представляется неверным, так как к активам нельзя отнести все ресурсы предприятия. Например, источники средств тоже рассматриваются в научной литературе как ресурсы, но они не являются активами предприятия (например, обязательства по кредитам, позволяющие временно привлечь денежные средства) [7].

Классификация средств предприятия по структуре и размещению предполагает применение понятия «активы». Активы могут иметь или не иметь материальную форму, используются для производства или управления и приносят предприятию прибыль. Они представляют собой средства предприятия, контроль над которыми получен в результате различных фактов хозяйственной деятельности, их использование обеспечивает предприятию экономические выгоды. В то же время ресурс может означать потенциальную выгоду, которую на современном этапе российский предприятия слабо учитывают и не отражают в отчетности. Активами и способностями ресурсы предприятия становятся в процессе преобразования (приобретения или самостоятельного создания), а также применения в деятельности.

Таким образом, активы — это факторы производства, которыми предприятие владеет (есть юридическое подтверждение совершившейся операции) и управляет (целенаправленно использует в производстве продукции для экономических выгод) [8]. Активы могут быть материальными и нематериальными, но в любом случае их наличие подтверждается документально и отражается в финансовой отчетности предприятия.

Сложная связь активов и навыков их использования представляет собой способность, всегда неосознаваемые и нематериальные, поддающиеся документальному подтверждению условно, и оцениваемые по косвенным признакам. Однако невозможность

их документального подтверждения не означает отсутствия способностей. Так, при случаях, когда невозможно оценить возмущающий фактор какой-либо среды напрямую, например, в силу его идеальности, оценку проводят по косвенным признакам, измеряя уровень изменений в состоянии среды [9]. Лучшие по сравнению с конкурентами финансовые результаты, наличие устойчивых деловых связей и многое другое может при прочих равных условиях свидетельствовать о наличии у предприятия нематериальных активов, представленных способностями. Такие способности, как умение сотрудничать, организовать производственные процессы, создавать новый продукт или услугу — невозможно документально подтвердить или оценить до реализации.

Поскольку «активы связаны с наличием, а способности — с выполнением» [2], то именно способности делают предприятие узнаваемым, обладающим индивидуальностью, трудно копируемым со стороны конкурентов и в современных условиях они, в основном, являются конкурентными преимуществами. Благодаря способностям становится возможным выживание предприятия в любых условиях, так как они неисчерпаемы и позволяют эффективно использовать активы.

Из всей совокупности базовых и обеспечивающих ресурсов выделяются, таким образом, некоторые активы, которые ответственны за «устойчивое конкурентное преимущество» предприятия и могут состоять как из активов (материальных ресурсов), так и отличительных способностей (нематериальных ресурсов) — «стратегические ресурсы».

Используемый для обозначения данного понятия в научной литературе термин «стратегические активы» вносит путаницу в классификацию ресурсов предприятия: сначала ресурсы становятся активами и способностями, а затем некоторые из них (обеспечивающие устойчивое конкурентное преимущество) — превращаются в стратегические активы. Поэтому рациональной представляется замена термина «стратегические активы» на термин «стратегические ресурсы».

На основе проведенного исследования предлагается классификация ресурсов предприятия в соответствии с ресурсной концепцией (табл.). В зависимости от рыночной ситуации и потенциала предприятия (совокупности ресурсов), стратегическими для него могут стать различные виды ресурсов. Их наличие и использование обеспечивает устойчивые конкурентные преимущества, которые в результате дальнейшего развития превращаются в «динамические компетенции».

Дальнейшее развитие ресурсной теории актуализирует интерес не только к понятийному аппарату применительно к ресурсам предприятий, но и к ресурсной стратегии, как основному стратегическому плану, способствующему повышению конкурентоспособности предприятия за счет эффективного применения всех видов ресурсов, идентификации стратегических ресурсов, обеспечивающих развитие динамических компетенций и расстановке приоритетов в области определения направлений использования ресурсов.

Библиографический список

1. Клейнер, Г. Б. Ресурсная теория системной организации экономики / Г. Б. Клейнер // Российский журнал менеджмента. — 2011. — Т. 9. — № 3. — С. 3–28.
2. Бобрышев, С. Ю. Управление организационным знанием как стратегическим активом [Электронный ресурс] / С. Ю. Бобрышев. — Режим доступа: http://www.cfin.ru/management/strategy/knowledge_asset.shtml (дата обращения: 11.02.2013).
3. Каткало, В. С. Ресурсная концепция стратегического управления: генезис основных идей и понятий / В. С. Каткало // Вестник СПбГУ. Сер. 8. — 2002. — Вып. 4 (№ 32). — С. 20–42.
4. Вернерфельт, Б. Ресурсная трактовка фирмы / Б. Вернерфельт // Вестник СПбГУ. Сер. 8. — 2006. — Вып. 1. — С. 103–118.
5. Годпастер, К. Е. Анатомия духовного и социального сознания корпорации: кейс Medtronic, Inc / К. Е. Годпастер,

Т. Е. Холлоран // Российский журнал менеджмента. — 2006. — Т. 4. — № 4. — С. 99–118.

6. Чепелева, Н. Н. Методические основы разработки ресурсной стратегии АТП / Н. Н. Чепелева // Вестник Инжэкона. Сер. Экономика. — 2008. — Вып. 6 (25). — С. 326–328.

7. Чепелева, Н. Н. Современные ресурсы автотранспортных предприятий, их состав и эффективность использования / Н. Н. Чепелева // Вестник Томского государственного университета. Сер. Экономика. — 2010. — № 330. — С. 142–146.

8. Amit, R. Strategic assets and organizational rent / R. Amit, P. J. H. Shoemaker // Strategic Management Journal, 1993, Vol. 14. — P. 33–46.

9. Прангишвили, И. Об эффективности управления сложными социально-экономическими системами / И. Прангишвили // Проблемы теории и практики управления. — 2006. — № 2. — С. 24–31.

ЧЕПЕЛЕВА Наталья Николаевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика и управление предприятиями» Сибирской автомобильно-дорожной академии, докторант Омского государственного университета им. Ф. М. Достоевского.

Адрес для переписки: chepelevann@mail.ru

Статья поступила в редакцию 19.02.2013 г.

© Н. Н. Чепелева

УДК 658

Т. А. БОЖЕНКО

Московский государственный университет технологии и управления им. К. Г. Разумовского, филиал в г. Омске

СТРАТЕГИЧЕСКАЯ МАТРИЦА — ИНСТРУМЕНТ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННО- ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СЕТИ

Рассматриваются вопросы использования стратегической матрицы для обоснованного выбора решения об определении места и позиции производственно-предпринимательской структуры в предпринимательской сети в условиях нестабильной внешней среды.

Ключевые слова: матрица, позиционирование, предпринимательская сеть, потенциал, производственно-предпринимательские структуры.

Ускорение изменений в окружающей среде, появление новых запросов и позиции потребителя, возрастание конкуренции за ресурсы, интернационализация и глобализация бизнеса, появление новых неожиданных возможностей для бизнеса, открываемых достижениями науки и техники, развитие информационных сетей, делающих возможным молниеносное распространение и получение ин-

формации, широкая доступность современных технологий, изменение роли человеческих ресурсов, а также ряд других причин привели к резкому возрастанию значения стратегического управления [1, 2].

В настоящее время в хозяйственной практике России механизм стратегического менеджмента переживает период становления. При этом отечественные и международные аналитики считают, что