

Basic stages of the monopoly theory development are analyzed within the economic mainstream framework and from alternative points of view. The problem of many-sided nature of monopoly estimation is stated within the economic theory.

Key words: monopoly, monopoly price, monopoly profit, marginal revenue, marginal costs, transaction costs.

УДК 338(045)

Г. А. Лобанова, кандидат экономических наук, доцент, Ижевский государственный технический университет имени М. Т. Калашникова

К. А. Майер, аспирант, Ижевский государственный технический университет имени М. Т. Калашникова

ПРОСТРАНСТВЕННАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КОНЦЕНТРАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ: УПРАВЛЕНИЕ, ТЕНДЕНЦИИ И МЕХАНИЗМЫ ФОРМИРОВАНИЯ

Проведен анализ зарубежного опыта пространственного сосредоточения предприятий. С этой целью проанализированы методики формирования экономических кластеров, предложенные для стран Европы и Америки.

Ключевые слова: экономический кластер, методики формирования кластеров, факторы экономического роста, экономическое пространство региона.

В настоящее время политиками, экономистами и другими региональными исследователями за рубежом все чаще рассматривается привлекательность географических регионов, работающих в качестве экономических кластеров.

В последние годы учеными всего мира был выражен огромный интерес к формированию экономических кластеров, была создана определенная «кластерная эйфория», наблюдаемая во многих странах [1]. Данная эйфория на политическом фронте отображает тот факт, что исследования в региональной экономике еще не разработали общепринятые процедуры для определения региональных кластеров.

За исключением многочисленных теоретических исследований феномена экономического кластера к настоящему времени имеется небольшое количество работ, которые предлагают систематический анализ регионов или национальной экономики для создания потенциальных экономических кластеров, а также методики формирования этих кластеров [1, 2]. Следует отметить, что, несмотря на существование небольшого количества методик формирования кластеров, они значительно различаются по методам анализа данных и, соответственно, по формированию конечного результата. Бразильский ученый Leonardo Monteiro Monasterio указывает, что «современных методов пространственного анализа кластеров среди написанных исследований почти нет» [3].

Единственное, с чем на данный момент согласились региональные экономисты и ученые стран Европы и Америки, так это с гипотезой, согласно которой пространственное сосредоточение предприятий – это важный фактор регионального экономического роста. Пространственная концентрация предприятий позволяет им получать дополнительную прибыль путем уменьшения транспортных и производственных издержек.

«К сожалению, большинство составляющих кластера остаются до сих пор неизвестными», – обобщают немецкие ученые Joachim Möller, Nicole Litzel [4].

Анализируя зарубежный опыт формирования кластеров, можно выделить несколько основных тенденций формирования кластеров.

1. Формирование кластера начинается с определения отраслей, входящих в его состав, и предусматривает подробное обоснование выбора отраслей, составляющих кластер.

2. Расчет математических показателей для анализа экономики региона и анализ трудовой активности по отраслям позволяют выбрать ключевые отрасли региона.

3. Для формирования кластеров предлагаются сразу несколько отраслей региона.

4. Отсутствие конкретных практических рекомендаций по созданию кластеров после выбора отраслей, в которых создание кластеров рекомендуется.

В таблице рассмотрены ключевые методики формирования экономических кластеров, предложенные зарубежными учеными.

На основании анализа зарубежного опыта можно сделать вывод, что методики формирования экономических кластеров подразделяются на две ключевые группы:

1. Методики, основанные на анализе данных официальной государственной статистики.

2. Методики, не основанные на анализе данных официальной государственной статистики (основанные на анализе активности региона, методе экспертных оценок, анализе косвенной информации и проведении масштабных интервью).

С целью выявления кластеров путем анализа статистических данных по отраслям региона исследователями чаще всего применяются таблицы межотраслевого баланса, так называемые таблицы «затраты –

выпуск». На основании отношений купли-продажи между отраслями выделяются ключевые отрасли региона, в которых в дальнейшем рекомендуется формирование экономических кластеров. Преимуществами данного метода являются доступность статистических данных по отраслям экономики, относительная однозначность используемых данных, масштабность проводимых исследований и возможность проверки конечного результата (верификация данных). Данная методология была предложена для выявления кластеров в экономике Бразилии, Германии, Норвегии, Финляндии и США.

Методология выявления кластеров путем измерения косвенной информации, активности региона и методов экспертных оценок позволяет определить потенциальные кластеры в регионах, в которых отсутствует доступ к официальной статистической информации. Следует отметить, что в случае использования данного метода невозможно оценить объективность используемых данных, а также объективность конечного результата (правильность выбора отраслей, в которых планируется формирование кластеров). Кластеры, выявленные с использованием данной методологии, могут отражать авторское представление по поводу формируемых кластеров. Однако, несмотря на существующие недостатки,

данная методология была предложена для формирования кластеров в штатах США и Бразилии.

На основании анализа зарубежной литературы можно сделать вывод, что экономическое пространство региона, в котором планируется создание экономического кластера, является результатом процесса формирования бизнеса, роста и упадка экономики. Экономическое пространство отражает экономические и политические истории, региональные условия, наличие природных ресурсов, традиции региона, а также воздействие экономических, политических и социальных факторов [1–4]. Кроме того политика по созданию цепочки добавленной стоимости, лежащая в основе производства технологий, а следовательно, и товаров в регионах, как правило специализированная, весьма различная по сложности и требованиям технологии, инноваций и логистики, что, соответственно, свидетельствует о необходимости применения различных механизмов, которые должны быть заложены в основу кластера.

Обобщая вышеизложенное, необходимо отметить, что, несмотря на отсутствие утвержденной методики формирования экономических кластеров, в проанализированных методиках формирования кластеров наблюдаются общие тенденции кластеризации.

Сравнительная характеристика ключевых зарубежных методик формирования экономических кластеров

Название методики, автор, год исследования	Рассчитываемые показатели и коэффициенты	Краткое описание методики	Применение методики	Особенности методики
1. Методики определения экономических кластеров на основании анализа активности, проявляемой в отраслях				
1. Алгоритм формирования кластерных групп М. Porter, основатель теории кластеров	– Критерий неравномерности видов деятельности: местные и торгуемые отрасли – значимые кластерные группы	В основе определения кластерных групп лежит <i>модель распределения отраслевой занятости</i> по территории всей страны. Для всех регионов (страны или группы стран) рассчитывается занятость в кластерных группах (местных и торгуемых)	Соединенные Штаты Америки. Проанализированы 879 отраслей экономики, из которых выделены 41 кластерные группы в 29 отраслях	Методика позволяет перейти от анализа видов деятельности по отраслям экономики к анализу кластерных групп
2. Определение кластеров на основании пространственного распределения работающих и трудовой активности региона Leonardo Monteiro Monasterio (Бразилия)	Применение <i>техники пространственного анализа</i> в целях установления местонахождения промышленных кластеров. Расчет 4 показателей: – численность занятых в экономике – численность занятых в производственных сферах экономики – рыночный потенциал – расстояние ключевых предприятий региона до центра муниципалитета	Методика начинается с анализа географического положения региона, распределения работающего населения. На основании обработанных данных строятся предположения о потенциале рынка и предполагаемые карты кластеров	Географический регион Бразилии	Выявление кластеров впервые производится на основании данных о структуре населения и географическом распределении рабочих

Продолжение табл.

Название методики, автор, год исследования	Рассчитываемые показатели и коэффициенты	Краткое описание методики	Применение методики	Особенности методики
3. Определение отраслевых кластеров на основании теоретического пространственного распределения отраслей Thomas Brenner, (Германия) 2004, 2006, 2009 гг.	Активность отрасли рассматривается как количество фирм и сотрудников по отраслям	Предлагается рассмотреть активность, проявляемую теми или иными отраслями. На основании активности определяется доля, занимаемая отраслью в определенном регионе. Устанавливается функция распределения относительной активности. Проводится тестирование и определяется, является ли функция бимодальной. В случае если функция является бимодальной, то все регионы, попадающие под ее влияние, признаются кластерами	В каждой из 198 отраслей Германии определяется примерно по 1 потенциальному кластеру (выделено 120 потенциальных кластеров)	Формирование кластеров производится на основании анализа бимодальной функции
2. Методики определения экономических кластеров на основании расчета математических показателей				
4. Методика формирования промышленных кластеров на основании теории сетей Juan C. Duque, Sergio J. Rey, Dairo A. Gómez (Бразилия) 2008 г.	– внутрикластерный коэффициент покупок – внутрикластерный коэффициент продаж – коэффициент прямых обратных связей – коэффициент обратных связей	Формирование кластеров происходит с помощью того, что сложные связи между отраслями (на основании данных об объемах закупок и продаж между отраслями) упрощаются с использованием <i>сетевой анализа</i> . На втором этапе анализируются внешние и внутренние взаимосвязи каждого сформировавшегося кластера	Методика формирования кластеров на основании теории сетей используется Экономическим советом по развитию в Сан-Диего (Калифорния, США), главная цель которого заключается в «соединении предприятий Калифорнии друг с другом и обеспечении обмена информацией о промышленных / технологических базах страны». Методика также используется Ассоциацией правительств Бразилии	Впервые предлагается анализировать внешние взаимосвязи за пределами кластеров и внутренние взаимосвязи внутри кластеров
5. Анализ отраслей промышленности по региональным долям и определение кластерного индекса Sternberg, Litzberger (Германия)	Кластерный индекс	Все регионы с кластерным индексом выше 4 в какой-либо конкретной отрасли промышленности были определены как региональные кластеры	Германия	Разработан кластерный индекс и определено его значение
6. Методика выявления кластеров путем систематической регистрации цепочки формирования добавленной стоимости и функциональной специализации в экономическом пространстве Joachim Möller, Nicole Litzer (Германия)	–	Авторы предлагают проведение глубинных интервью с руководителями компаний и экспертов, которые позволят сделать выводы о ключевых игроках рынка и цепочках создания стоимости. Шаги выделения кластеров: 1) анализ активности региона 2) выявление ключевых игроков 3) анализ рынка труда 4) анализ институтов поддержки 5) анализ взаимодействий между потенциальными участниками кластера	Впервые методика была реализована в Восточной Баварии в 2000 г. и в Австрии в 2006 г. С начала 2006 г. началась адаптация методики к конкретным потребностям – по заказу европейского муниципального района Нюрнберг (Германия)	Методика является действующей и широко применяется в Германии и Австрии

Окончание табл.

Название методики, автор, год исследования	Рассчитываемые показатели и коэффициенты	Краткое описание методики	Применение методики	Особенности методики
7. Определение кластеров как «пятен экономического развития» Peter Franz, Gerhard Heimpold, Martin T. W. Rosenfeld (Германия) 2004–2012 гг.	Выявляется наличие и отсутствие трех показателей: – пространственная близость между предприятиями из той же отрасли или приближенных отраслей – рыночные и внерыночные отношения между этими отраслями – наличие университетов и других научных учреждений, промышленных ассоциаций, которые производят научные открытия и инновации	Методика начинается с определения региона как «пятна экономического развития» (EDS) В результате методики строится карта региона с «экономическими пятнами» – кластерами. Выделяется 3 типа географических регионов: I – регионы, в состав которых входят один или более кластеров II – регионы, в которых находятся один или более потенциальных кластеров III – регионы, в которых нет ни существующих, ни потенциальных кластеров	Проанализированы 23 района Восточной Германии. Выявлены 42 существующих и потенциальных кластера	Результатом анализа явилась карта с географически обозначенными кластерами
3. Теоретические методики определения экономических кластеров (без анализа активности региона и без расчета математических показателей)				
8. Использование взаимодействий для создания кластеров в качестве инструментов инновационной политики развивающихся стран Edward Feser, Christian Ketels (Америка)	–	Производится теоретический анализ и обобщение шагов, необходимых для формирования индустриальных кластеров	–	Автором методики отмечается, что кластеры в регионе необходимо не «создавать», а «активировать» уже имеющийся потенциал

Начальным шагом при формировании кластеров является экономический анализ географического региона, включающий в себя анализ трудовой активности занятых по отраслям экономики, анализ инвестиционной привлекательности региона и рыночного потенциала. После выбора отраслей, в которых предполагается формирование кластера, проводится анализ бизнес-сетей региона между выбранными отраслями, анализ ключевых игроков рынка и институтов поддержки. Третьим шагом формирования кластеров является разработка конкретных мероприятий по формированию кластера, включающих стимулирование предприятий на вступление в кластер, разработку нормативной и правовой базы, обучение персонала и др.

Библиографические ссылки

- Rosenfeld Martin T. W., Franz Peter, Heimpold Gerhard. Wo liegen die Ökonomischen Entwicklungskerne Ostdeutschlands? Ergebnisse einer Untersuchung zu den Branchenschwerpunkten, Unternehmensnetzwerken und innovativen Kompetenzfeldern in den ostdeutschen Regionen. – Bundesamt, 2006.
- The Economics of Regional Clusters: Networks, Technology and Policy / edited by Uwe Blien, Gunther Maier. – Elgar Publishing Limited, 2009.
- Leonardo Monteiro Monasterio. Clusters and the spatial structure of wages in Rio Grande do Sul (Brazil): a multilevel approach. – 2008.
- Litzel Nicole, Möller Joachim. Measuring Specialisation and Concentration in Regional Clusters – An Empirical Analysis for Eastern Bavaria Clusters. – Wonder Tool of Regional Policy. – 2006.
- Rosenfeld Martin T. W., Peter Franz, Heimpold Gerhard. The Pattern of Spatially Concentrated Industries in East Germany – A Contribution to the Discussion on Economic “Clusters“// ERS conference papers, European Regional Science Association, 2005.
- Brenner T. An Identification of Local Industrial Clusters in Germany // Regional Studies, forthcoming, 2006.
- Brenner T. Local Industrial Clusters: Existence, Emergence and Evolution. – London : Routledge, 2004.
- URL: <http://www.econstor.eu/dspace/bitstream/10419/31825/1/518422496.pdf>
- Duque Juan C., Rey Sergio J., Gómez Dairo A. Identifying Industry Clusters in Colombia Based on Graph Theory. – 2009.
- URL: http://www.banrep.gov.co/docum/ensayos/pdf/espe_059-1.pdf

11. *Ketels Christian*. European clusters // Structural Change in Europe 3, 1-5. – Bollschweil, Germany : Habarth Publications, 2004.

12. *Feser Edward*. Industry cluster concepts in innovation policy: A comparison of U.S. and Latin American experience. – 2005.

13. URL: http://www.urban.illinois.edu/faculty/feser/Pubs/Cluster_Building.pdf

G. A. Lobanova, PhD in Economics, Associate Professor, Kalashnikov Izhevsk State Technical University
K. A. Meyer, Post-graduate, Kalashnikov Izhevsk State Technical University

Spatial Economic Concentration of Enterprises: Management, Tendencies and Mechanisms of Formation

This paper analyzes the international experience of spatial concentration of enterprises. Methods of economic clusters' formation, proposed for European and American countries are studied.

Key words: economic cluster, methods of clusters' formation, factors of economic growth, economic space of region.

УДК 65.015

В. В. Капитонова, соискатель, Ижевский государственный технический университет имени М. Т. Калашникова

КОРПОРАТИВНАЯ ИДЕОЛОГИЯ В РАБОТЕ ПО МОТИВИРОВАНИЮ РАБОТНИКОВ

В настоящее время современные фирмы, характеризуя организационную культуру какой-либо компании, используют термин «корпоративная идеология». Создание корпоративной идеологии возможно лишь на базе внедрения стратегии управления человеческими ресурсами, согласно которой люди – главное конкурентное преимущество компании, ее невосполнимый ресурс, который нужно развивать, мотивировать и стимулировать для достижения целей компании.

Ключевые слова: организационная культура, корпоративная идеология, стратегия управления человеческими ресурсами, мотивация.

Определение термина «корпоративная идеология» должно базироваться на сущности понятия «идеология». Энциклопедический словарь дает следующее толкование термина «идеология»: *ideologia* от греч. *idea* – представление, *logos* – учение – система политических, правовых и философских взглядов и идей, в которых осознаются и оцениваются отношения людей к действительности. В связи с этим под корпоративной идеологией следует понимать систему взглядов и идей, в которой осознаются и оцениваются отношения людей к действительности, друг к другу, социальным проблемам и социальной деятельности, направленной на закрепление или изменение существующих отношений в компании.

Именно корпоративная идеология является основным базисом корпоративной культуры, привлеченным в российскую среду [1]. Многие западные компании со сложившейся идеологией легко внедряют принципы корпоративной культуры в открывающихся офисах в нашей стране. Совсем иначе складывается ситуация с внедрением корпоративной культуры в отечественных компаниях. Сформулировать корпоративную идеологию мало, ее нужно донести до сотрудников через систему менеджмента, посредством обучения и наставничества, HR- и PR-стратегий, систему мотивации и т. д. Все это можно назвать инструментами трансляции идеологии, а значит, и управления [2].

Д. Петров [3] указывает на такое понятие, как «материальная основа корпоративной идеологии», которая неразрывно связана с «образом будущего» (на наш взгляд, можно добавить с «развитием компании»).

Это связано с тем, что владельцам важно знать и понимать, как будет развиваться их бизнес; какую приносить прибыль; как будет использована эта прибыль. Наемным сотрудникам важно знать все то же самое плюс как развитие бизнеса отразится на их материальном благополучии и эмоциональной стабильности – на уверенности в будущем, в завтрашнем дне. Если наемный персонал не думает конкретно и детально о развитии компании (он загружен решением локальных задач в рамках должностных инструкций), то он точно думает о своевременном решении собственных материальных проблем. И это побуждает его связывать свой личный «образ будущего» с «образом будущего» компании. Здесь и лежит материальная основа корпоративной идеологии. По мнению А. Кондратовича (управляющий партнер Центра корпоративной идеологии «Алкон-Союз»), существуют три кита, на которых стоит действенная корпоративная идеология с долговременным позитивным эффектом, как для владельцев бизнеса, так и для простых корпоративных служащих:

- радость у сотрудников от процесса выполняемой работы;
- научный подход к организации всех производственных процессов в компании [4];