

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];

- атмосфера непрерывного профессионального самосовершенствования каждого сотрудника компании [5].

На этой основе были выведены следующие основы построения позитивной корпоративной идеологии.

- Эффективное управление не может быть без идей и системных изменений, объединяющих руководство компании, средний менеджмент и рядовых сотрудников в сплоченную команду.

- Не нужно изобретать идеологический велосипед. Необходимо использовать накопленный человечеством позитивный и негативный исторический опыт [6].

- Для эффективного управления необходимо понимать модель формирования человеческих ценностей и убеждений, привычек и стереотипов, веры и страхов.

- Выявить работников, которые работают не только за материальный стимул, но и за идею, могут воздействовать на других с целью повышения эффективности их труда, задача HR-менеджмента любой организации, так как именно такие работники являются наиболее ценными для организации [7].

Таким образом, можно сделать вывод, что в корпоративной культуре культура мотивации персонала должна обеспечиваться корпоративной идеологией, ее материальной и нематериальной составляющей.

Библиографические ссылки

1. Баринов В. А., Макаров Л. В. Корпоративная культура организации в России // Менеджмент в России и за рубежом. – 2002. – № 2.
2. Общая социология / сост. А. Г. Здравомыслов, Н. И. Лапин. – М.: Высш. шк., 2006. – 784 с.
3. Петров Д. Корпоративная идеология. – URL: <http://www.ruimage.ru/training/deal.html>
4. Кондратович А. Матрица 100%-го управления или Добро пожаловать в позитивную корпоративную идеологию // ТОП-персона : Электронная газета о работе и карьере. – № 17(65) от 27.4.10.
5. Управление персоналом / под ред. И. Б. Дураковой. – М.: Инфра-М, 2009.
6. Шейн Э. Организационная культура и лидерство. – СПб.: Питер, 2008. – 330 с.
7. Ядгаров Я. С. История экономических учений. – М.: Инфра-М, 2007. – 480 с.

V. V. Kapitonova, Applicant, Kalashnikov Izhevsk State Technical University

Corporate Ideology in Activity on Employees Motivation

When characterizing the organizational culture of a certain company, present-day companies apply the term of a corporate ideology. Creation of the corporate ideology is possible only on basis of introducing the strategy of human resources management, according to which people are the main competitive advantage of the company and its irreplaceable resource to be developed, motivated and stimulated in order to achieve the company purposes.

Key words: organizational culture, corporate ideology, human resources management strategy, motivation.

УДК 658.11 + 378.33

А. Л. Кузнецов, доктор экономических наук, профессор, Ижевский государственный технический университет имени М. Т. Калашникова

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ТЕХНИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА: СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ И УПРАВЛЕНИЕ

Представлен концептуальный подход к пониманию инновационного потенциала технического университет при создании малых инновационных предприятий для применения результатов интеллектуальной деятельности. Предложена структура инновационного потенциала как основа разработки стратегии развития.

Ключевые слова: технический университет, научно-исследовательская деятельность, инновационный потенциал, малое инновационное предприятие, закон, стратегия развития.

В условиях стремительного развития мировой экономики у России сохраняется шанс сделать ставку на новые высокотехнологичные отрасли экономики и участвовать в формировании нового мирового порядка. Россия вступила на инновационный бюджетных образовательных учреждений высшего профессионального образования (ВПО), включая технические университеты, за счет средств федерального бюджета.

вационный путь экономического развития как единственно верный и соответствующий мировой тенденции развития. Министерство образования и науки РФ на определенных условиях проводит конкурсную поддержку программ стратегического развития госу-

Сегодня стратегии социально-экономического развития регионов включают стратегические направления развития образовательных учреждений ВПО с целью создания прорывных технологий и модерни-