

Культура и искусство

Правильная ссылка на статью:

Шилина В.А. — Кластерная инициатива региональной музейной среды: проблемы и перспективы // Культура и искусство. – 2023. – № 4. DOI: 10.7256/2454-0625.2023.4.37867 EDN: VUIHHT URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=37867

Кластерная инициатива региональной музейной среды: проблемы и перспективы

Шилина Виктория Алексеевна

ORCID: 0000-0003-4226-4488

кандидат культурологии

преподаватель, кафедра Философии, культурологии и гуманитарных дисциплин, Крымский университет культуры, искусств и туризма

295034, Россия, Респ Крым, Г область, г. Респ Крым, Г, ул. Киевская, 39, оф. Респ Крым, г Симферополь, ул Фрунзе, д 30



✉ miss.viktoriya84@mail.ru

[Статья из рубрики "Прикладная культурология"](#)

DOI:

10.7256/2454-0625.2023.4.37867

EDN:

VUIHHT

Дата направления статьи в редакцию:

12-04-2022

Аннотация: В связи с потребностью кластеризации туристской, культурной и музейной среды возросла необходимость научных исследований среди культурологов, музеологов и других исследователей. Актуальность статьи обусловлена необходимостью анализа кластерных инициатив в контексте трансформации отдельных музеев в музейные кластеры. Объектом исследования является региональная музейная среда. Предметом исследования является кластерная инициатива как инструмент формирования музейного кластера. Цель статьи заключается в исследовании работы кластерных инициатив в процессе формирования музейного кластера. Для достижения цели были определены следующие задачи: 1. рассмотреть теоретическую и прикладную стороны формирования кластерных инициатив; 2. проанализировать факторы заинтересованности участников при создании музейного кластера; 3. выявить элементы, негативно влияющие на создание и функционирование музейных кластеров. В работе были применены общенаучные методы исследований, такие как метод анализа и синтеза. Также был применен метод научного прогнозирования для создания кластерных инициатив в музейной среде. Несмотря на спектр опубликованных работ, которые принадлежат в

основном учёным-экономистам, исследований по внедрению кластерных инициатив в культурную среду крайне мало, что обуславливает необходимость дальнейшего изучения данного направления. Научная новизна исследования заключается в анализе деятельности кластерных инициатив в различных отраслях культуры и представлениях автора о специфике по внедрению кластерных инициатив из экономической и общекультурной в музейную среду с выявлением положительных и отрицательных особенностей данного процесса. В статье кластер рассматривается как особый тип бизнес-проектов, основанный на коллективных действиях их участников (кластерная инициатива). Также определено понятие «кластерная инициатива», выделены основная цель и задачи кластерных инициатив. Рассмотрена специфика её использования при создании музейных кластеров.

Ключевые слова:

кластерная инициатива, музейная среда, Республика Крым, музейный кластер, локализация, коммерциализация, стейкхолдер, совместный кластерный проект, кластерная обсерватория, музей

Введение

Музейная сеть сегодня представляет собой устоявшийся конструкт, в котором каждый музей функционирует согласно своему профилю, сохраняя и актуализируя культурное наследие как традиционными, так и инновационными методами. Несмотря на способность музея к расширению и трансформации своей деятельности на сегодняшний день в связи с глобализационными процессами, происходящими в том числе и в культурной среде, музейная сеть нуждается в активном и целенаправленном внедрении инноваций в сфере управления и межотраслевых коммуникаций.

Материалы исследования

Территориальное размещение компаний и организаций имеет высокое значение как для научных сообществ, так и для администрации, так как пространственная концентрация компаний в рамках одного или смежных секторов определяет конкретные экономические выгоды для самой компании и региона, что и раскрывается в работе М. Портера [\[18, с. 496\]](#). Ее использование с целью формирования кластерных инициатив позволило многим странам и регионам (Германия, США и др.) стать передовыми в отдельных отраслях промышленности. В данной связи отметим, что зарубежный опыт применения кластерных инициатив рассмотрен в работах В. Л. Абашкина, А. Д. Боярова, Е.С. Куценко [\[1, с. 16-27\]](#). Культурные отрасли с точки зрения экономики были рассмотрены Д. Тросби [\[24, с. 256\]](#), где автор предложил новый взгляд на экономические аспекты культурной деятельности и культурного аспекта экономики и экономического поведения. Специфике взаимоотношений между компаниями-участниками кластерных инициатив посвящены исследования И. М. Бортника, С. П. Земцова [\[6, с. 26-36\]](#), Л. Э. Лимонова [\[21, с. 210-212\]](#), в которых был сделан вывод о том, что на сегодняшний день всё ещё нет готовых решений о целесообразности или четко предсказуемой эффективности подобной кооперации между компаниями конкретных отраслей. Наличие значительных перспектив при реализации кластерных инициатив – во многом результат исторической пространственной концентрации высокотехнологичных производств, его значение при создании кластера обусловлено прежде всего возможными внешними факторами,

положительно влияющими на конкурентоспособность участников кластера. Однако аналогичные эффекты могут иметь место и при концентрации промышленных площадей и культурных центров без формирования кластерных инициатив. Исследованием понятийно-терминологического аппарата занимались такие исследователи как К. Кетельс, Г. Линдквист и О. Сольвелл [\[12\]](#).

Источниковая база по кластеризации музейной сети России и стран СНГ, среди исследователей-музеологов, культурологов и др. представлена в основном в виде научных статей, среди которых можно выделить такие работы как: О. Н. Астафьева [\[3\]](#) в работе «Стратегия устойчивого развития в культурной политике российских регионов» автор провели анализ принципов и методов социокультурного проектирования, которые раскрывают общие и отличительные черты проектов, пути и способы достижения поставленных в ходе их реализации целей. В работе Л. В. Устюжаниной «Культурное картирование: шаг за шагом» [\[25, с. 31-40\]](#) утверждается, что для успешного проекта необходимо определение перечня основополагающих принципов в зависимости от специфики проектирования. В статье рассматривается новый подход к планированию регионального развития на основе использования культурных ресурсов – культурное планирование. Пошагово описаны технологии культурного картирования и канадский опыт ее применения. В работе М. В. Бирюковой и А. В. Ляшко [\[5\]](#) представлен обзор зарубежной историографии, посвященной проблематике кластерного подхода в искусстве, культуре и музейном деле, а также рассмотрен практический опыт музейных кластеров.

Основная часть

Термин «кластерная инициатива» был введен в 2003 г. шведскими учеными К. Кетельсом, Г. Линдквистом и О. Сольвеллом. «Кластерная инициатива – это организованная попытка создать кластер, решить его проблемы или улучшить темпы роста и конкурентоспособность кластера в определенной области, вовлекая в процесс кластерные компании, страны и/или исследовательские институты. Кластерные инициативы могут формироваться либо в рамках региональной или национальной кластерной политики, либо на основе фактической деятельности ее стейкхолдеров, определяющих стратегические приоритеты создания или развития кластеров» [\[12\]](#).

В свою очередь, кластерная политика страны или региона может быть представлена как совокупность кластерных инициатив, оптимизированных с точки зрения эффектов и рисков их реализации. Международное исследование (356 кластеров) предполагает, что кластерная инициатива может исходить как от частного сектора, так от государственных организаций и правительственные учреждений (по 41%). При этом «прочие» (научные и культурные организации, бизнес-ассоциации и др.) составляют 18% [\[17, с. 55-61\]](#).

Между тем, кластерные инициативы определяются как деятельность (совместные проекты или портфели проектов, или планы действий) различных заинтересованных сторон (отдельных лиц, инициативных групп и организаций) по созданию или развитию кластеров, функционирующих в рамках отраслевой или межотраслевой цепочки ценностей. В экономике ценность относится к цене, полезности и стоимости, которую люди или рынки приписывают товарам и услугам. Культурные ценности содержатся в определенных аспектах культурных явлений, где ценностями в музейной среде выступают как материальные, так и духовные аспекты культуры, а здесь ценности выступают культурным достоинством предметов, переживаний или воспоминаний. Кластерные инициативы должны формироваться с учетом этой особенности не только для

сохранения, но и для продвижения культурных ценностей [\[24, с. 38-39\]](#).

Кластерные инициативы в этом отношении включают ряд проектных фаз, начиная с инициации проекта, разработки стратегии развития кластера и плана действий и заканчивая формированием профессионального объединения членов кластера, реализации планов развития и оценки их эффективности [\[10, с. 118\]](#).

По сути, это очень близко к термину «сообщество/кластерный проект».

Сообщество/кластерный проект или программа – это набор взаимосвязанных мероприятий, которые временно объединяют ресурсы участников кластера для реализации стратегии его развития. Сообщество/кластерный проект – это удовлетворение общих потребностей участников кластера и достижение расчетных количественных показателей [\[4, с. 35-39\]](#). Вполне правомерно использовать эти два термина для обозначения «предметно-ориентированного подхода к стимулированию кластеров».

Кластерные инициативы имеют следующие основные цели: 1) оптимизация взаимоотношений между компаниями и организациями в отраслевой цепочке и сотрудничество с местными органами власти и управления; 2) внедрение аутсорсинговых механизмов и договоров между компаниями и организациями региона; 3) реализация совместных проектов компаний и организаций региона (маркетинговая, рекламная, научно-культурная, туристская и иная деятельность); 4) осуществление совместных производственных проектов и функций; 5) осуществление совместных проектов развития капитальной территориальной производственной инфраструктуры (строительство и перенос зданий и сооружений, трансфер, организация доступа к ресурсам, всестороннее развитие культурной среды); 6) реализация совместных проектов по развитию культурной, рекреационной, научной, образовательной и инновационной инфраструктуры (совместные научно-исследовательские центры, учебные центры, дизайн-центры и центры прототипирования); 7) создание и привлечение финансовых продуктов под реализуемые проекты (продажи, гранты и пр.); 8) создание совместных управляющих компаний [\[19, с. 43-52\]](#).

Ориентируясь на представленные выше цели, хотелось бы сказать, что в крымском регионе уже есть музеи (музейные сети) соответствующие этим задачам. Среди таковых можно отметить Историко-культурный мемориальный музей-заповедник «Киммерия М. А. Волошина» (пос. Коктебель). Заповедник включает в себя сеть литературных музеев и природных зон, на постоянной основе сотрудничает с научно-исследовательскими институтами, культурными центрами, гостинично-туристскими организациями [\[16\]](#).

В состав кластерных инициатив могут входить: участники кластера, группы поддержки компаний кластера, предпринимательские профессиональные сообщества региона и их организации, национальные и региональные агентства развития, республиканские и региональные органы исполнительной и законодательной власти [\[22, с. 79-82\]](#).

Организация процесса отбора проектов в кластеры, которые получат государственное финансирование, включает следующие этапы: семинары («мозговые штурмы») с участниками кластера, научно-исследовательскими институтами, университетами, целью которых является выявление возможностей и конкретных технических аспектов проектов; оценка воздействия реализации проекта на участников кластера (приоритет отдается проектам, представляющим наибольший интерес для участников); формирование консорциума участников кластера (5-10 участников кластера), проектные

идеи с привлечением внешних экспертов (при необходимости) и подача заявок; проектные котировки оцениваются по определенным критериям. Средняя продолжительность программы составляет от 1 до 3 лет [\[11, с.47-52\]](#).

Принципиально важно, что ключевые проекты кластера определяются самими его участниками в процессе предпринимательского поиска. Прорывные проекты часто появляются на пересечении существующего потенциала и возможностей, технологий, актуальных для региона, прогнозов, которые могут наметить долгосрочные стратегии роста, и, наконец, предпринимательского таланта, включая поиск правильного сочетания ресурсов и их сосредоточение на новых рыночных возможностях [\[9\]](#). Очевидно, что местные компании, университеты и органы власти лучше осведомлены об их потенциале, технологиях и рыночных возможностях.

В контексте прогнозирования можно выделить развитие таких музейных кластеров Крыма как: «Музей дорог», который представляется рассредоточенным по почти всей территории полуострова, с использованием различных маршрутов и средств транспортировки от объекта к объекту; «Дворцы и усадьбы Крыма», несмотря на уже существующую сеть данных музеев есть необходимость в их развитии, управлении и популяризации как центров уникальной истории и элитарной и духовной культуры Крыма. В данный кластер могут входить следующие музеи: Массандровский дворец, дворец графа Мордвинова, дворец Эмира Бухарского, Ливадийский дворец, дворец Юсуповых и др. [\[8, с. 415\]](#).

Систематические исследования кластерных программ проводятся так называемыми кластерными обсерваториями – специализированными некоммерческими организациями, которые публикуют отчеты о целях и результатах кластерных программ и эффективности федеральной и региональной кластерной политики. В Российской Федерации анализ разработки и деятельности кластеров проводится как в инициативном порядке, так и по заказу Минэкономразвития России, его осуществляют Совет по изучению производительных сил, Институт статистических исследований и экономики знаний Высшей Школы экономики, Совет по национальной конкурентоспособности, а также ряд коммерческих и научных организаций [\[13\]](#).

Алгоритм оценки вероятности и продуктивности образования кластера состоит из следующих шагов: 1) обоснование возможностей формирования кластера: - оценка экономических предпосылок; -оценка потребности в ресурсах; -оценка потребностей организации; 2) формирование кластеров: - определение целей, задач и целевых ориентиров; - определение структуры и состава участников; - технико-экономическое обоснование проекта организации кластера (финансовый план, бизнес-план); - спецификация инструментов для реализации кластерной инициативы, включая меры национального финансирования; - расчет эффективности кластера; 3) управление кластером требует: - создать механизм управления; - сформировать нормативный документ кластера; - разработать план мероприятий по реализации кластерной инициативы [\[7, с. 8-9\]](#).

Кластер по сути представляет собой организационно-экономический механизм, сочетающий инструменты коллективного самодействия определенных типов организаций и экономических агентов с самоуправлением посредством коллективных самодействий, основанных на рыночных, а в нашем случае и культурных интересах [\[2, с. 129-134\]](#).

Совместная деятельность участников кластера возможна только в том случае, если

интересы участников будут лучше соблюдааться, чем условия индивидуальной деятельности и при этом возрастёт конкурентоспособность своей продукции (услуги). С этой целью участникам кластера необходимо обеспечить эффективность своих текущих операций и разработать план повышения части своего дохода, превышающую их текущие расходы, чтобы обеспечить их непрерывное развитие и способность поддерживать эффективное функционирование на следующем этапе их жизненного цикла [\[23\]](#).

Здесь следует сказать, что, если совместная деятельность в кластере способствует стабилизации и улучшению положения компании на рынке закупок и продаж, сокращению расходов и повышению доходов, более частому и комплексному обновлению и увеличению ресурсов, а также повышению качества и количества результатов, конкурентоспособность данного типа коллективной активности пробуждается по желанию, а коллективная активность приводит к повышению результативности. Это не может произойти сразу, потому что процесс расширения и углубления сотрудничества основан не только на ожидаемых выгодах, но и на уровне доверия между сторонами-участниками. Однако установление необходимого уровня доверия часто является серьезной проблемой. По этой причине процесс формирования и развития кластеров тормозится во многих отношениях, и это длительный эволюционный процесс [\[20, с. 72\]](#). Основная причина образования кластеров в том, что они выгодны.

В концепции локализованной музейной среды традиционно проводится различие между тремя факторами, которые объединяют экономические интересы участников:

1) снижение затрат на производство и обслуживание целевой инфраструктуры и других коллективных ресурсов;

Преимущества могут быть получены из того факта, что агломерация позволяет разделить стоимость определенных коллективных ресурсов между несколькими компаниями. В большинстве случаев это стоимость создания необходимой инфраструктуры. Когда развивается объединение однородных или связанных компаний в том числе музеев, появляется возможность приспособить местную инфраструктуру, сферы образования, услуг, развлечений и другие виды государственных ресурсов в соответствии с потребностями конкретных отраслей;

2) развитие местного рынка труда в сфере профессиональных квалификаций [\[15\]](#);

Альфред Маршалл в 1890 году писал: «Помимо ранних стадий экономического развития, индустрия локализации получила большую выгоду от того факта, что локализация предлагает постоянный рынок талантов. Работодатели часто спешат туда, где они с наибольшей вероятностью найдут отличных сотрудников в тех профессиональных областях, которые они ищут, а соискатели, естественно, направляются туда, где есть много работодателей, которым нужна квалификация и где для этого созданы условия» [\[14, с. 23\]](#).

В то же время близость нескольких однородно связанных компаний также препятствовала формированию узкой специализации сотрудников, тем самым расширяя емкость местного рынка труда.

3) уменьшение затрат на общение между партнерами.

Близость компаний и учреждений и регулярные контакты друг с другом помогают лучше координировать и укреплять доверие. Кластеризация облегчает проблемы, связанные с

отношениями на большом расстоянии, не вызывая строгой вертикальной интеграции или проблем управления, связанных с созданием и поддержанием формальных структур связи (таких как сети, союзы и партнерства). В последнее десятилетие возник еще один фактор в агломерации экономических преимуществ: локализованные кластеры однородно связанных компаний образуют основу местной среды, которая может способствовать потоку знаний и стимулировать различные формы адаптации, обучения и инноваций.

Существование может принести пользу потоку знаний, даже если уровень доверия ничтожен: в Кремневой долине, например, никто никого не знает, без долгой истории или сложных семейных отношений. Соседние компании, занимающиеся аналогичной деятельностью, находятся в ситуации, когда можно наблюдать и сравнивать любые различия в выбранных решениях, даже самые незначительные (спонтанное «автоматическое» наблюдение). Кроме того, знающие местные наблюдатели могут легко отличить успешные эксперименты от менее успешных. Таким образом, путем совместного размещения компаний для выявления и моделирования лучших решений, объединяясь со взаимовыгодными компаниями [\[9\]](#).

Опрос компаний в южном регионе России показал, что их внимание привлекли следующие преимущества:

технологии: сотрудничество, основанное на взаимном предоставлении избыточных мощностей и повышении производительности за счет независимого освоения продукта каждым участником сотрудничества;

технология продукта: сотрудничество, основанное на выборе определенных типов продуктов (музеи определённых типов и взаимосвязанные с ними организации), соответствующих потребностям посетителей и рыночным приоритетам, и отказе от предоставления не востребованных видов услуг; интеграция на основе межмузейной коммуникации и технологии производства и использование различных компонентов продуктов и услуг для обеспечения трансформации в более востребованные.

локализация: группа малых и средних компаний, находящихся рядом друг с другом, разумно распределяет необходимые детали и компоненты и устанавливает необходимые технические связи для удовлетворения производственных потребностей крупных компаний; совместно разрабатывать проекты или создавать услуги;

коммерциализация: преобразование разработанных инноваций в инновации, достаточные для интеграции существующих возможностей множества взаимодействующих культурных организаций и продолжения направления инновационного развития. Появление возможностей для входа в глобальные сети и международные сети для создания продуктов и технологий также усилило коммерческую составляющую;

развитие новых производств: группа операционных компаний предоставляет услугу на совместной основе, что может обеспечить локализацию высокого уровня и возможность использования механизмов государственно-частного партнерства (ГЧП) для инвестирования в такие проекты или прямого привлечения государственных и частных инвесторов; компании, которые используют совместное использование на справедливой основе, включая использование механизмов ГЧП для компенсации учредителям недостающих звеньев в их совместной сети, или позволяют использовать новые технологии, чтобы сосредоточиться на следующем этапе производственного процесса;

создание коллективной организации пользователей на общей основе, включая ГЧП как форму инвестиций, концентрация деятельности и ресурсов в контексте предоставления услуг большим массам потребителей, включая поставки и продажи, вспомогательное и пробное производство, маркетинг, набор персонала, инвестиции, инфраструктуру и т.д. [\[10, с. 118\]](#).

Таким образом мы можем выявить предпосылки создания кластеров:

- взаимодействие компаний в рамках бизнес-процессов, используя конкурентные преимущества региона и ориентируясь на динамично развивающиеся сегменты рынка;
- управление большим количеством МСП, которые используют разные технологии и/или специализируются на предоставлении одной или нескольких услуг. По мнению экспертов, среди крупных организаций кластера именно МСП обеспечивают оптимальное разделение труда и необходимую гибкость основных производственных процессов;
- наличие научных организаций (университетов, научно-исследовательских и образовательных учреждений) с высокой предпринимательской культурой;
- доступ к квалифицированной рабочей силе, бесплатным производственным мощностям, общему оборудованию и т. д.;
- полная инфраструктура, включая научные парки, информационные и технологические центры, многопрофильные культурные районы;
- политика республиканских и местных органов власти и управления, направленная на поддержку и развитие кластеров [\[26\]](#).

Выводы

Как понятие «кластер», так и понятие «кластерная инициатива» пришли в культурную среду из экономической науки. Этот процесс происходит по нескольким причинам: во-первых – возросло значение культурных институтов как экономически значимых единиц; во-вторых – кластеризация, как способ функционирования отраслей подтвердил свою продуктивность и является применимым в различных отраслях.

Концентрация отдельных секторов культурных индустрий в разных странах способствовала разработке кластерной политики с целью создания кластерных инициатив, основной задачей которых является содействие сотрудничеству между маркетингом, культурой, наукой и государством для повышения инновационной активности в этих областях.

И кластеризация музейной сети в данном случае не является исключением, так как являясь определенной «точкой роста», кластерные инициативы способствуют укреплению позиций музеев и организаций, входящих в кластер, и стимулируют культурную и экономическую среду региона и государства. Еще одной важной функцией кластерных инициатив является формирование партнерств для усиления географической локализации культурного, научного и производственного потенциалов территорий, регионов и стран. Это еще одна причина, по которой создание кластерных инициатив является приоритетным инструментом кластерной политики и обязательным условием разработки и внедрения инноваций их в структуру кластерного развития музейного пространства.

Однако, нужно обратить внимание, что создание кластерных инициатив в отраслях и

регионах где отсутствуют географические кластеры, вызывает сомнения, а поиск географических кластеров и формирование на их основе кластерных инициатив является важным инструментом стимулирования экономического развития [\[6, с. 26-36\]](#).

Отличительной чертой кластерных инициатив является наличие механизмов управления, созданных бизнесом, научными организациями, финансовыми институтами, региональными и/или государственными органами. Целью создания кластерной инициативы является руководство и поддержка реализации совместных проектов, установление механизмов взаимодействия между участниками и решение общих вопросов, в том числе инфраструктурных. При формировании кластерной инициативы особое внимание уделяется структуре кластера. Полагая, что каждая компания или организация-участник кластера должна способствовать оптимальному функционированию и развитию.

С одной стороны, отсутствие кластерных инициатив в регионах с высокой концентрацией той или иной отрасли может свидетельствовать о недостаточном уровне развития отношений между организациями (один из решающих факторов формирования кластерных инициатив) и низкий уровень заинтересованности региональных властей в развитии данного сектора экономики или производительности труда.

С другой стороны, это сигнал региональным властям о перспективах создания соответствующих кластерных инициатив. Для этого необходимо: 1) определить, существует ли взаимосвязь между компаниями, образующими кластер; 2) проанализировать вид, разнообразие, качество и другие характеристики продукции, производимой компаниями, с целью формулирования возможного совместного проекта. 3) подписать договор на реализацию совместного проекта соглашения о сотрудничестве. Сотрудничество между компаниями, специализирующимися в определенных областях, может повысить их производительность. Наиболее удачным случаем является соответствие между географическими кластерами и кластерными инициативами.

Наконец, хотелось бы обозначить некоторые проблемы, которые негативно влияют и препятствуют формированию и функционированию кластеров, в том числе и в региональной музейной среде. К наиболее важным из них следует отнести:

- низкий уровень культуры межличностного общения, доверия и общей производственной идеологии;
- отсутствие общих экономических интересов между компаниями, особенно между компаниями в технологической производственной цепочке;
- недостаточно поддержки региональных властей для компаний, участвующих в кластерной структуре. В частности, федеральные центры должны иметь собственные планы регионального развития, позволяющие регионам разрабатывать долгосрочные планы развития кластеров. Определение пути развития и создание региональных брендов – задачи регионов в рамках программы;
- нестабильные связи между музеями, научно-исследовательскими институтами, университетами и производственными компаниями;
- краткосрочная стратегия роста культурных организаций (в частности музеев) и отсутствие долгосрочной заинтересованности властей в повышении конкурентоспособности;
- низкий уровень развития бизнес-среды и инфраструктуры и отсутствие конкуренции и

ее слабая интенсивность.

Библиография

1. Абашкин В. Л. Кластерная политика в России: от теории к практике // Форсайт. 2012. № 6 (3). С. 16-27.
2. Адамова К.З. Кластеры: понятие, условия возникновения и функционирования // Вестник Саратовского государственного технического университета. 2008. № 34. С.129-134.
3. Астафьева О.Н. Стратегия устойчивого развития в культурной политике российских регионов // Материал подготовлен в рамках гранта РФФИ 19-511-93002 КАОН_а «Культурно-философские основания китайско-российского сотрудничества». 2019. URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/strategiya-ustoychivogo-razvitiya-v-kulturnoy-politike-rossiyskih-regionov/viewer> (дата обращения: 25.02.2022).
4. Афонина А. Г. Кластерные инициативы и проекты // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2012. № 4. С. 35-39.
5. Бирюкова М. В. Музей как феномен кластерной культуры // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). 2019. №3(52) URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/muzey-kak-fenomen-klasternoy-kultury> (дата обращения: 02.02.2022).
6. Бортник И.М. Становление инновационных кластеров в России: итоги первых лет поддержки // Инновации. 2015. № 7 (201). С. 26-36.
7. Буянова М.Э. Оценка эффективности создания региональных кластеров // Вестник Волгоградского государственного университета. 2012. № 2 (21). С.8-9.
8. Галиченко А. А. Старинные усадьбы Крыма. С.: Бизнес-Информ, 2008. 415 с.
9. Зливко А. В. Особенности современного порядка реализации кластерных инициатив //Kant. 2015. № 1 (14). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-sovremennoogo-poryadka-realizatsii-klasternyh-initsiativ> (дата обращения: 21.01.2022).
10. Истомина Л. А., Д.М. Крупский. Кластеры в регионах: «за» и «не против» / Альтиора Форте. Минск, 2019. 118 с.
11. Катуков Д. Д. Кластерная инициатива как особый экономический проект: Европейская и российская практика //Инновации. 2014.Т. 189. № 7. С. 47-52.
12. Кетельс Ч. Укрепление кластеров и конкурентоспособности в Европе. Роль кластерных организаций. URL: http://https://phsreda.com/ru/article/11281/discussion_platform (дата обращения: 22.01.2022).
13. Козонгова Е.В. Оценка влияния кластерной политики на экономику региона на основе моделей с фиксированными и случайными эффектами // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. 2018. № (3). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-vliyaniya-klasternoy-politiki-na-ekonomiku-regiona-na-osnove-modeley-s-fiksirovannymi-i-sluchaynymi-effektami/> (дата обращения: 21.01.2022).
14. Маршалл А. Принципы экономической науки. Пер. с англ. М.: Издательская группа «Прогресс»,1993. 594 с.
15. Методические рекомендации по реализации кластерной политики в субъектах Российской Федерации: утв. Минэкономразвития РФ 26 декабря 2008 г. № 20615-ак/д19. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_113283/ (дата обращения 11.02.2022).

16. Музей-заповедник «Киммерия М. А. Волошина» РФ: официальный сайт. – URL: <https://kimmeriya-voloshina.ru/> (дата обращения: 25.02.2022).
17. Обоснование приоритетных направлений эффективного развития региональных кластеров различной типологии / Корабейников И.Н. [и др.] // Вестник ОГУ. 2009. № 5. С. 55-61.
18. Портер М. Конкуренция : Пер. с англ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. 496 с.
19. Проняева Л. И., О. А. Федотенкова, А. В. Павлова. Кластерные инициативы как инструмент развития конкурентоспособной экономики // Вестник ВГУ. серия: Экономика и управление. 2018. № 1. С. 43-52.
20. Пятинкин С.Ф., Т.П. Быкова. Развитие кластеров: сущность, актуальные подходы, зарубежный опыт / Тесей. Минск, 2008. 72 с.
21. Региональная экономика и пространственное развитие в 2 т. Т. 1 региональная экономика. Теория, модели и методы: учебник для бакалавриата и магистратуры / под ред. Л. Э. Лимонова. М.: Юрайт, 2015. 397 с. URL: <https://urait.ru/bcode/382271> (дата обращения: 18.02.2022).
22. Рисин И.Е., Ю. И. Трещевский. Методический подход к оценке условий кластеризации социально-экономического пространства региона // Регион:системы, экономика, управление. 2015. № 1 (28). С. 79-82.
23. Сапрыкина А.Н. Дизайн услуг институтов культуры и творческих индустрий / А.Н. Сапрыкина, И.В. Князева // ЭКО. Всероссийский экономический журнал.2017.№ 7. [Электронный ресурс].URL: <https://popecon.ru/801-kulturnyi-klaster-model-i-perspektivy.html> (дата обращения: 12.02.2022).
24. Тросби Д. Экономика и культура / пер. с англ. И. Кушнарёвой; Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». М.: изд. Дом Высшей школы экономики, 2013. 256 с.
25. Устюжанина Л.В. Культурное картирование: шаг за шагом // Московский форум культуры. 2011. С. 31-40.
26. Шерешева М.Ю. Проблемы создания инновационных кластеров в регионах России/М.Ю. Шерешева//Практика кластеризации бизнеса. 2013. № 1 (14). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-sozdaniya-innovatsionnyh-klasterov-v-regionah-rossii> (дата обращения: 19.01.2022).

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

В журнал «Культура и искусство» автор представил свою статью «Кластерная инициатива региональной музейной среды: проблемы и перспективы», в которой проведено исследование возможности применения кластерного метода в формировании музейных комплексов.

Автор исходит в изучении данного вопроса из того, что музейная сеть сегодня представляет собой устоявшуюся систему, в которой каждый музей функционирует согласно своему профилю, сохраняя, актуализируя и транслируя культурное наследие с применением как традиционных, так и инновационных методов и технологий. В современной ситуации в связи с глобализационными процессами, происходящими в том числе и в культурной среде, музейная сеть нуждается в активном и целенаправленном внедрении инноваций в сфере управления и межотраслевых коммуникаций.

Актуальность данного вопроса определяется необходимостью изучения и практического применения инновационных методов и технологий в развитии и актуализации музеиного дела. Научная новизна заключается в анализе потенциальных возможностей для развития культурных объектов при использовании кластерных проектов и инициатив. Методологическую базу исследования составил комплексный подход, содержащий функциональный, социокультурный анализ, а также опрос. Теоретическим обоснованием послужили труды таких отечественных и зарубежных исследователей кластерных инициатив и социокультурной сферы как М. Портер, Д. Тросби, К. Кетельс, Г. Линдквист и О. Сольвэлл, О.Н. Астафьева, Л.В. Устюжанина, В.Л. Абашкин, И.М. Бортник и др. Эмпирическим материалом явились результаты опроса компаний Южного региона России.

Цель данного исследования заключается в анализе метода кластерных инициатив и возможности его применения в развитии музеиных объединений.

Автором проведен детальный многоплановый библиографический анализ научных трудов, посвященных понятию кластера и применению кластерных инициатив и проектов в экономике, экономическим аспектам культуры, социокультурному развитию регионов. Проведя библиографический анализ и исследовав научную обоснованность изучаемой проблематики, автор утверждает, что вопрос создания кластеров, механизм их функционирования и экономическая эффективность довольно широко освещена в научной литературе, однако изучение возможности применения кластерных инициатив в социокультурной сфере нуждается в дальнейших исследованиях.

Автором также детально освещена проблема сущности кластера, его экономической полезности и эффективности. Согласно автору, кластерные инициативы определяются как деятельность различных заинтересованных сторон по созданию или развитию кластеров, функционирующих в рамках отраслевой или межотраслевой цепочки ценностей. Кластер по сути представляет собой организационно-экономический механизм, сочетающий инструменты коллективного самодействия определенных типов организаций и экономических агентов с самоуправлением посредством коллективных самодействий, основанных на рыночных, а в нашем случае и культурных интересах. Опираясь на положения теории Д. Тросби, автор рассматривает культурную отрасль как социально-экономическую деятельность, в которой культурные ценности содержатся в определенных аспектах культурных явлений, а ценностями в музейной среде выступают как материальные, так и духовные аспекты культуры. Кластер, по определению автора, представляет собой организационно-экономический механизм, сочетающий инструменты коллективного самодействия определенных типов организаций и экономических агентов с самоуправлением посредством коллективных самодействий, основанных на рыночных, а в рамках проблематики статьи и культурных интересах. При таком рассмотрении кластерные инициативы должны формироваться с учетом этой особенности не только для сохранения, но и для продвижения культурных ценностей.

Автор выделяет определенные цели и задачи формирования кластера (оптимизация взаимоотношений между компаниями и организациями в отраслевой цепочке, реализация совместных проектов, создание и привлечение финансовых продуктов под реализуемые проекты и др.), отмечая, что многие музейные комплексы Крыма соответствуют указанным целям.

В своей статье автор предлагает вариант поэтапного отбора проектов в кластеры, включающих такие компоненты как мозговые штурмы, формирование консорциума участников кластера др., которые получат государственное финансирование на период от 1 года до 3 лет. Согласно его мнению, создание музейных кластеров будет эффективно как с точки зрения экономики, так и развития, управления и популяризации уникальной истории и духовной культуры Крыма. Автором предложены проекты «Музей

дорог» и «Дворцы и усадьбы Крыма» как потенциальные музейные кластеры.

Вместе с тем, автором очерчен ряд проблем, которые негативно влияют и препятствуют формированию и функционированию кластеров, в том числе и в региональной музейной среде, а именно: низкий уровень культуры межличностного общения, доверия и общей производственной идеологии; отсутствие общих экономических интересов между компаниями-участниками; недостаточная поддержка региональных властей; нестабильные связи между музеями, научно-исследовательскими институтами, университетами и производственными компаниями; краткосрочная стратегия роста культурных организаций (в частности музеев) и отсутствие долгосрочной заинтересованности властей в повышении конкурентоспособности; низкий уровень развития бизнес-среды и инфраструктуры и отсутствие конкуренции и ее слабая интенсивность.

Проведя исследование, автор представляет выводы по изученным направлениям, отмечая, что экстраполяция кластерного метода из экономики в культуру способна обеспечить продуктивное развитие социокультурной сферы. Однако автор отмечает при этом, что создание культурных кластеров представляется затруднительным в тех регионах, в которых отсутствует опыт формирования географических и промышленных кластерных инициатив.

Представляется, что автор в своем материале затронул актуальные и интересные для современного социогуманитарного знания вопросы, избрав для анализа тему, рассмотрение которой в научно-исследовательском дискурсе повлечет определенные изменения в сложившихся подходах и направлениях анализа проблемы, затрагиваемой в представленной статье.

Полученные результаты позволяют утверждать, что изучение возможности использования современных экономических методов и технологий в социокультурной сфере представляет несомненный теоретический и практический культурологический интерес и может служить источником дальнейших исследований.

Представленный в работе материал имеет четкую, логически выстроенную структуру, способствующую более полноценному усвоению материала. Этому способствует и адекватный выбор методологической базы. Библиографический список исследования состоит из 26 источников, что представляется достаточным для обобщения и анализа научного дискурса по исследуемой проблематике. Автор выполнил поставленную цель, получил определенные научные результаты, позволившие обобщить материал. Следует констатировать: статья может представлять интерес для читателей и заслуживает того, чтобы претендовать на опубликование в авторитетном научном издании.