

УДК/UDC 351.853

## Участие бизнеса в сохранении культурного наследия территории

Карвицкая Галина Владиславовна

кандидат экономических наук, доцент

Рязанский государственный университет им. С. А. Есенина

г. Рязань, Россия

e-mail: g.karvitskaya@365.rsu.edu.ru

SPIN-код: 2879-8260

### Аннотация

В статье обосновывается повышение интереса к сохранению культурного наследия страны и конкретной территории, показывается его место в социально-экономическом пространстве региона, рассматривается предпринимательский потенциал исследуемой сферы. На примере Рязанской области дается анализ основных форм участия предпринимательства в деятельности по сохранению материальных и духовных памятников истории и культуры: производственно-торговая деятельность, государственно-частное партнерство, действия компаний в рамках социальной ответственности. Выявляются сложности ведения бизнеса в данной сфере: обременения, накладываемые на предпринимателей при использовании ими объектов культурного наследия, необходимость долгосрочных инвестиций при неопределенности перспектив, недостаточная активность региональных и городских властей и пр. Особо подчеркивается необходимость взаимодействия всех заинтересованных сторон в сохранении историко-культурного наследия территории.

**Ключевые слова:** государственно-частное партнерство, культурное наследие, музеи, народные промыслы, органы власти, предпринимательство, регион, социальная ответственность, туризм.

## Business participation in preserving the cultural heritage of the territory

Karvitskaya Galina Vladislavovna

Candidate of Economics, assistant professor

Ryazan State University

Ryazan, Russia

e-mail: g.karvitskaya@365.rsu.edu.ru

SPIN Code: 2879-8260

### Abstract

The article substantiates an increase in interest in preserving the cultural heritage of the country and a specific territory, shows its place in the socio-economic space of the region, examines the entrepreneurial potential of the studied area. On the example of the Ryazan region, an analysis of the main forms of participation of entrepreneurship in the preservation of material and spiritual monuments of history and culture is given: production and trade activities, public-private partnerships, actions of companies in the framework of social responsibility. The difficulties of doing business in this area are revealed: the burdens imposed on entrepreneurs when they use cultural heritage objects, the need for long-term investments with uncertain prospects, insufficient activity of regional and city authorities, etc. The need for interaction of all interested parties in preserving the historical and cultural heritage of the territory is emphasized.

**Key words:** public-private partnership, cultural heritage, museums, handicrafts, authorities, entrepreneurship, region, social responsibility, tourism.

Доминирующие тенденции развития современного предпринимательства связаны с цифровизацией всех бизнес-процессов, технологиями искусственного интеллекта, инновационными стартапами, а также с глобализацией и унификацией культуры. Однако в последние десятилетия все больший интерес бизнеса привлекает проблема сохранения культурного наследия. Это связано с усилением интереса к культурно-историческим объектам, сохранению национальной самобытности, регионального своеобразия и неповторимости. Особую значимость эта проблема приобретает в России, при этом центр тяжести ее решения смеща-

ется в сторону регионов, т. к. объекты культурного наследия локализованы в конкретных территориальных образованиях.

Исследование проблематики сохранения культурного достояния Российской Федерации и ее регионов традиционно было объектом внимания культурологов, этнографов, историков, археологов, регионоведов. Представляется, что рассматриваемая сфера должна стать объектом исследования с экономических позиций, т. к. здесь все острее обозначаются вопросы источников и процесса финансирования, разделения экономических полномочий федерального центра и региональных органов власти, моделей хозяйствования и поведения хозяйствующих субъектов. Одним из экономических аспектов является определение потенциала предпринимательства в сохранении культурного наследия региона.

Известно, что к объектам культурного наследия относят материальные и духовные ценности, созданные в прошлом и имеющие значение для сохранения самобытности и вклада в мировую культуру. К материальным объектам недвижимости относят памятники (здания, сооружения, мемориальные квартиры и пр.), ансамбли, достопримечательные места. Эти объекты материального культурного наследия включаются в Единый государственный реестр объектов культурного наследия в порядке, определенном законом, и подлежат государственной охране. К материальным объектам также можно отнести такие артефакты, как народные промыслы, кухонную утварь, игрушки, ковры, мебель и пр. В качестве духовных ценностей выступают разнообразные объекты нематериальной культуры: обряды, традиции, язык, диалекты, поговорки, игры и др.

Анализ публикаций по данной тематике позволяет сделать вывод о том, что культурное наследие в наши дни рассматривается многими учеными как существенный фактор социально-экономического развития регионов. Так, Е. Е. Свешникова рассматривает его как важную составляющую бренда региона (города), основанного на неповторимой характеристике каждой территории, прямо или косвенно влияющей на ее экономические успехи и инвестиционную привлекательность [1, с. 57].

С. Д. Бакулина отмечает, что «объекты культурно-исторического наследия - это важный актив современных регионов, он может приносить прибыль и существенно влиять на экономическое развитие территорий» [2, с. 177]. Е. С. Штанько подчеркивает, что «бренд территории не может быть создан, эффективно и успешно сконструирован без учета имеющегося культурного достояния местности» [3, с. 381]. В соответствии с этой позицией ученых следует признать необходимость интеграции культурно-исторического наследия в социально-экономическое пространство современного региона. При этом несомненно, что в продвижении территориального бренда не менее других субъектов заинтересованы предпринимательские структуры, базирующиеся в данном территориальном образовании.

В то же время, как показывает практика последних лет, усилий только государственных органов власти на федеральном и региональном уровнях явно недостаточно для сохранения объектов культурного наследия для нынешнего и грядущих поколений. И речь идет не только о нехватке финансовых средств, выделяемых из бюджетов всех уровней, в т. ч. на целевые программы, но и некой синергетической энергии, продуцируемой различными экономически заинтересованными и социально ответственными сторонами. Как отмечают исследователи, «необходимо привлечение к совместной работе институтов гражданского общества, бизнес-сообщества, науки, образования и культуры» [4, с. 76].

Рассмотрим возможности участия предпринимательских структур, работающих в регионе, в сохранения культурного наследия территории на примере Рязанской области. Деятельность бизнес-структур региона по сохранению памятников истории и культуры в настоящее время весьма разнообразна и уже начала приобретать системный характер. Можно выделить три основных форм участия бизнеса в сохранении культурного наследия:

- 1) производственно-торговая деятельность,
- 2) государственно-частное партнерство,

- 3) действия бизнеса в рамках социально ответственного поведения.

Начнем с предпринимательских структур, исторически специализирующихся на поддержании и развитии традиционных народных промыслов. Это прежде всего существовавшие еще в советское время предприятия, такие как ЗАО «Скопинская художественная керамика» и ООО «Скопинский сувенир» (керамические изделия) в г. Скопине, фабрика ЗАО «Труженица» в г. Михайлове (традиционный кружевной промысел), ООО «Кадомский вениз» в р. п. Кадоме (русская вышивка: скатерти, салфетки, рушники, воротнички и пр.), ООО «Шиловская лоза» в пгт Шилове (изготовление из ивового прута оригинальной плетеной мебели — кресел-качалок, диванов и стульчиков, предметов для украшения интерьера) [5]. Помимо этого, в Рязанской области предприятиями малого бизнеса и индивидуальными предпринимателями производится огромное количество сувениров, тематически ориентированных на типичные образцы культурного достояния территории (статуэтки «Грибы с глазами», «Рязанский косопуз», «Рязанская баба», леденцы «Рязанский петушок», изделия из лозы и пр.).

Весомые возможности торгово-сервисного обслуживания с привлечением частного бизнеса открывают популярные не только у рязанцев, но и у иногородних и иностранных туристов музеи: Государственный музей-заповедник С. А. Есенина в с. Константиново, природно-ландшафтный музей-заповедник «Усадьба С. Н. Худекова» в с. Ерлино, музей-усадьба академика И. П. Павлова в г. Рязань и др. К этим возможностям можно отнести организацию общественного питания, прокат исторических костюмов, спортивного и туристического инвентаря, интерактивные экскурсии, сувенирные магазины, фотостудии и пр.

Все заметнее проявляется тенденция создания и развития частных музеев, изначально ориентированных на сохранение культурного достояния региона. Это музеи колоколов и русского самовара в г. Касимове, Мещерский музей деревянного зодчества имени В. П. Грошева, музей истории рязанского леденца, интерактивный музей сказок «Забава», фабрика

игрушек, музей холодного оружия в областном центре и пр. Реализуется интересный проект в области общественного питания - историческая кухмистерская «Хлебная площадь». Местонахождение этого ресторана в историческом центре города, элементы декора, наличие «красного» и «белого» зала, музыкальное сопровождение, необычные блюда по старинным рецептам, экскурсионная программа призваны сформировать у гостей состояние погружения в тот или иной мир начала прошлого века.

Все упомянутые бизнес-структуры так или иначе вовлечены в туристский оборот региона. Так, продукция народно-художественных промыслов обычно представлена на всех событийных мероприятиях, на их базе проходят международные фестивали, проводятся мастер-классы. Сформированы туристские маршруты: «Золотые руки России», «Скопин - город гончаров» (посещение фабрики с демонстрацией работы гончара); «Михайлов - родина кружевоплетения (посещение музея при фабрике «Михайловские кружева» с мастер-классом и чаепитием) [5]. В маршруты культурно-познавательного туризма включено также посещение частных музеев, выставок сувениров, кафе, ресторанов, буфетов и пр.

При этом, рассматривая эти ниши предпринимательской деятельности, следует признать наличие объективно существующего противоречия между финансовыми целями бизнеса и его участием в сохранении историко-культурного достояния территории.

В определенной мере смягчить это противоречие может развитие государственно-частного партнерства в исследуемой сфере. Как отмечают специалисты, «... на сегодняшний день используется преимущественно три его [государственно-частного партнерства] формы: доверительное управление на длительный период, налоговые преференции и наложение охранных обязательств по сохранению объекта культурного наследия» [6, с. 192].

Так, в Рязанской области при финансовой поддержке федерального центра на основе государственно-частного партнерства возводятся объекты туристско-рекреационного кластера «Рязанский». Частные

инвесторы вложили в туркластер «Рязанский» к концу 2018 г. более 3 млрд рублей. В рамках проекта в регионе появились гостинично-развлекательные комплексы «Окская жемчужина» и «В некотором царстве», комплексы «Рыбацкая деревня» и «Старый город». К 2025 г. в Рязанской области планируется формирование туристско-рекреационного кластера «Касимовский», включающий объекты культурного наследия исторического поселения - г. Касимова. [7]

В ближайшее время должен быть реализован проект реконструкции и восстановления Торгового городка в г. Рязани, который в 50-е гг. XX в. имел неофициальный статус «Рязанская ВДНХ», а место это было символом огромных возможностей, будущего. После присвоения Торговому городку статуса достопримечательного места правительство области планирует превратить его в центр культуры, туризма и фермерской торговли. К работе над проектом привлечены эксперты в сфере градостроения, туризма, ресторанного и музейного дела. Одна из идей этого проекта состоит в том, чтобы создать в Торговом городке пространства, где будет представлена продукция фермеров районов области с параллельным запуском интернет-магазина. Планируется проводить здесь также культурные события под открытым небом и в помещениях, сотрудничать с городской станцией юных натуралистов, которая действует напротив комплекса.

Еще одной формой участия бизнеса в сохранении различных элементов культурного наследия территории является ориентация крупных компаний региона на действия в направлении социально-ответственного поведения. Так, на начало 2020 г. Прио-Внешторгбанком был проведен или профинансирован ряд мероприятий для населения Рязанской области, в т. ч. волонтерский проект, связанный с сохранением культурного наследия Мещеры, участие в проведении фестиваля «Рязанский валенок», организация общегородского праздника Масленица, благотворительные акции (конкурс «Сохраняя традиции», юбилейная историческая выставка и т. д.).

Строительная компания «Триумф» возвела для городских нужд два объекта историко-культурного значения: памятник Герою Советского Союза В. Ф. Маргелову и композицию для парка «А у нас в Рязани - грибы с глазами».

Холдинг «Рельеф-центр» профинансировал деятельность областной школы экскурсоводов и волонтерского отряда «Юный экскурсовод». Последний принял активное участие в крупных мероприятиях региона, таких как «Форум древних городов», «Рязань — новогодняя столица». Компания активно поддерживает Межрегиональные фестивали изобразительного искусства «Мой край, задумчивый и нежный. . . », предоставляя все необходимые для создания творческих работ материалы: качественные краски, кисти, палитры.

Проводимые мероприятия позволяют поддерживать деловую репутацию и имидж этих бизнес-структур. Это, в свою очередь, влияет на их конкурентоспособность, отношения с партнерами, укрепление позиций на рынке, построение доброжелательных отношений с местным сообществом, а главное - дает импульс для дальнейшего внутреннего развития организации.

Как видим, рассмотренные нами формы участия регионального предпринимательства в сохранении культурного наследия страны и конкретной территории весьма многообразны и продуктивны. В то же время проведенный анализ показал, что в этой сфере существуют серьезные сложности ведения бизнеса. К наиболее существенным можно отнести высокие арендные платежи и обременения, накладываемые на предпринимателей при использовании ими объектов культурного наследия, необходимость долгосрочных инвестиций, недостаточную заинтересованность региональных и городских властей в инженерном обеспечении объектов наследия, неопределенность перспектив и риски бизнеса и пр.

В этом смысле заслуживает внимания основательное изучение опыта успешных в деле сохранения культурного достояния территории регионов и городов, сопоставимых с Рязанью по социально-экономическим и культурно-историческим параметрам. Объектом изучения и анализа



должны стать факторы, позволяющие более полно привлечь в эту сферу предпринимательский потенциал, а также способы поддержки бизнеса региональными и муниципальными органами власти. При этом следует получить ответы на следующие вопросы: практикуется ли субсидирование бизнеса, инвестируют ли власти в сохранение и использование культурного наследия, под какие государственные программы попадают проекты, в каких форматах осуществляется диалог предпринимательства с властью и пр.

Таким образом, проведенный нами анализ основных форм участия бизнеса в сохранении историко-культурного наследия региона показал возможные рыночные ниши для развития предпринимательства в данной сфере. Между тем объективно цели бизнеса требуют мер по монетизации культурного наследия, чему препятствуют многочисленные экономические и административные барьеры. Для баланса интересов всех заинтересованных в сохранении культурного достояния сторон требуется системное и регулярное взаимодействие бизнеса, власти, науки, ответственности.

В условиях глобализации и нивелирования культурных различий, высоких темпов технологических изменений усиливается интерес к проблеме сохранения историко-культурного наследия. Однако, как показывает практика последних лет, усилий только органов власти на федеральном, региональном и муниципальном уровнях явно недостаточно для сохранения объектов культурного достояния для нынешнего и грядущих поколений. В этом смысле весьма значимым становится многогранное участие предпринимательских структур в сохранении и использовании культурного наследия региона, поиск путей взаимодействия и компромисса между всеми заинтересованными сторонами.

#### Список литературы

1. Свешникова Е. Е. Традиционная реклама и культурное наследие край в брендинге территорий // Вестник ОРЕЛГИЭТ. 2017. № 4 (42). С. 55–59.

2. Бакулина С. Д. Специфика и способы интеграции культурно-исторического наследия в жизнь современного региона // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. 2015. № 7. С. 176–178.
3. Штанько Е. С., Калашникова Н. Н., Ефремова Н. В. Региональные культурные бренды как способ продвижения и социально-культурного развития территории // Современные наукоемкие технологии. 2019. № 10-2. С. 381–386.
4. Никифорова А. А. Опыт сохранения памятников культурного наследия в регионах ресурсного типа // Дискуссия. 2011. № 4 (12). С. 72–76.
5. Рязанская область. Отдых в Рязанской области. URL: <https://ryazantourism.ru/> (дата обращения: 15.05.2021).
6. Лукашенко Д. О., Шаброва Н. В. Государственно-частное партнерство как механизм включения бизнес в процесс сохранения объектов культурного наследия // Современный город: власть, управление, экономика. Пермский национальный исследовательский политехнический университет. 2017. Т. 1. С. 187–194.
7. Туристско-рекреационный кластер «Рязанский» // Карта кластеров России. URL: <https://map.cluster.hse.ru/cluster/186> (дата обращения: 15.05.2021).

### References

1. Sveshnikova E. E. Traditional advertising and cultural heritage of the region in the branding of territories // Vestnik ORELGIET. 2017. No. 4 (42). Pp. 55–59.
2. Bakulina S. D. Specificity and methods of integrating cultural and historical heritage into the life of a modern region // Bulletin of the Omsk State Pedagogical University. Humanities research. 2015. No. 7. Pp. 176–178.
3. Shtanko E. S., Kalashnikova N. N., Efremova N. V. Regional cultural brands as a way to promote and socio-cultural development of the territory // Modern high technologies. 2019. No. 10-2. Pp. 381–386.
4. Nikiforova A. A. Experience of preserving monuments of cultural heritage in resource-type regions // Discussion. 2011. No. 4 (12). Pp. 72–76.
5. Ryazan region. Rest in the Ryazan region. URL: <https://ryazantourism.ru/> (date of access: 15.05.2021).
6. Lukashenko D. O., Shabrova N. V. Public-private partnership as a mechanism for business inclusion in the process of preserving cultural heritage objects // Modern city: power, management, economics. Perm National Research Polytechnic University. 2017. Vol. 1. Pp. 187–194.
7. Tourist and recreational cluster "Ryazan" // Map of Russian clusters. URL: <https://map.cluster.hse.ru/cluster/186> (date of access: 15.05.2021).