

# РОЛЬ ПРОМЫШЛЕННЫХ КЛАСТЕРОВ В ДОСТИЖЕНИИ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КРЕАТИВНОСТИ В ИРАКЕ (ТЕМАТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ГЕНЕРАЛЬНОЙ КОМПАНИИ ТЕКСТИЛЬНОЙ И КОЖЕВЕННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ, БАГДАД)

**Насер Мухаммед Хусейн Насер**

Аспирант, ГОУ ВПО «Российский университет  
дружбы народов», Москва, Россия  
muhammedalbadri13@gmail.com

## THE ROLE OF INDUSTRIAL CLUSTERS IN ACHIEVING ORGANIZATIONAL CREATIVITY IN IRAQ (CASE STUDY OF THE GENERAL TEXTILE AND LEATHER INDUSTRIES COMPANY, BAGHDAD)

**Nasser Muhammad Hussein Nasser**

*Summary.* The purpose of this paper is to determine the role that industrial clusters play in the light of organizational creativity in the General Company of Textile and Leather Industries in Baghdad, and to solve the research problem through the emerging question: Is it possible to achieve organizational creativity in the studied company, relying on the role of industrial clusters? In order to answer it, a questionnaire was used as the main tool for collecting data and information on the practical side, which was distributed to (70) employees of the studied company, and the study relied on a set of statistical methods for analysis, and the results were extracted using statistical software (SPSS ver 26). As a result of the study, the results of the significant relationship between industrial clusters and organizational creativity in the studied company were obtained, and recommendations were made that provide a suitable climate environment to facilitate the acquisition of information that the company needs to improve its competitiveness.

*Keywords:* industrial clusters, competition, General Company of Textile And Leather Industry, organizational creativity, Baghdad, Iraq.

*Аннотация.* Целью данной статьи является определение роли, которую играют промышленные кластеры в организационной креативности в Генеральной компании текстильной и кожевенной промышленности в Багдаде, а также поиск ответа на следующий вопрос: возможно ли достичь организационной креативности в исследуемой компании, опираясь на роль промышленных кластеров? Чтобы ответить на поставленный вопрос, в качестве основного инструмента для сбора данных и информации использовался вопросник, который был распространен среди 70 сотрудников рассматриваемой компании. В процессе исследования использовались методы статистического анализа, а результаты были обработаны с помощью статистической программы SPSS ver 26. Были получены результаты о наличии значимой связи между промышленными кластерами и организационным творчеством (креативностью) в исследуемой компании, а также даны рекомендации, которые могут быть использованы с целью формирования подходящих условий для облегчения получения информации, которая необходима компании для повышения ее конкурентоспособности.

*Ключевые слова:* промышленные кластеры, конкуренция, Генеральная компания текстильной и кожевенной промышленности, организационное творчество, Багдад, Ирак.

## Введение

Пространственное объединение компаний в общей отрасли приводит к совместному использованию технологий, ресурсов и клиентов, обмену опытом и навыками, их развитию и повышению качества производства путем внесения заметных улучшений в технические характеристики, компоненты и программы для обеспечения выживания на рынке с новыми продуктами, которые конкурируют с другими. С этой точки зрения группа компаний, расположенных близко друг к другу, как правило, образовывала кластеры, известные как промышленные кластеры. Такие кластеры более эффективны, чем компании, работающие по отдельности, и могут развивать и извлекать выгоду из рабочих навы-

ков и снижать экономические риски и распределять поставщиков для удовлетворения потребностей компаний и повышения их эффективности и качества продукции. Согласно вышеизложенному, это исследование показывает роль промышленных кластеров в повышении уровня организационного творчества (креативности) в Генеральной компании текстильной и кожевенной промышленности в Багдаде. Несмотря на важность исследовательских переменных, данные полевых исследований указывают на одну из проблем, с которой сталкивается текстильная и кожевенная промышленность Ирака, а именно: отсутствие интереса к исследованиям и разработкам и стремления «идти в ногу» с технологическими разработками, а также сложность развития производства, которое требует технической экспертизы и техни-

ческих консультаций со стороны специализированных организаций, работающих в этой области, в дополнение к обмену опытом и возможностями, а также взаимодействия друг с другом для преодоления колебаний рынка и решения связанных с ними неопределенностей.

Именно поэтому интерес представляет исследование того, как создается соответствующая среда для поддержки разработки и совершенствования продукции таким образом, чтобы повысить конкурентоспособность и устойчивость на рынках, а также повысить производительность организаций и распространить знания и инновации, которые активизируют возможности организации по ее совершенствованию и внедрению ноу-хау.

Следует отметить, что проблематике развития кластеров уделяется достаточно много внимания в исследованиях как российских [1, 2, 4–8, 10, 11, 13–15], так и зарубежных авторов [9, 12, 16, 18, 20, 21]. Тем не менее недостаточно изученным остается обоснование роли кластеров, прежде всего промышленных, в достижении организационной креативности.

Наше исследование направлено, прежде всего, на анализ и проверку наличия корреляции и уровнем ее значимости между промышленными кластерами и повышением уровня организационной креативности в изучаемой компании, а также на анализ и проверку данных взаимосвязи влияния и уровнем ее значимости между промышленными кластерами и повышением уровня организационной креативности в исследуемой компании.

Цель исследования — определение роли, которую играют промышленные кластеры в организационной креативности в Генеральной компании текстильной и кожевенной промышленности в Багдаде, поиск ответа на вопрос о том, возможно ли достичь организационной креативности в исследуемой компании, опираясь на роль промышленных кластеров, а также разработка комплекса предложений для руководства компании по повышению организационной креативности и, как следствие, конкурентоспособности.

### Исследовательские гипотезы

**Первая основная гипотеза:** статистически значимая корреляция между промышленными кластерами и повышением уровня организационной креативности в рассматриваемой компании отсутствует. Отсюда вытекает подгипотеза: отсутствует статистически значимая корреляция между каждым измерением промышленных кластеров и измерениями повышения уровня организационных инноваций в исследуемой компании.

**Вторая основная гипотеза:** отсутствует статистически значимая взаимосвязь между промышленными

кластерами и повышением уровня организационной креативности в исследуемой компании. Отсюда вытекает подгипотеза: отсутствует статистически значимая взаимосвязь между каждым из измерений промышленных кластеров и измерениями повышения уровня организационных инноваций в исследуемой компании.

### Теоретическая часть

#### 1. Промышленные кластеры

Начало исследований промышленных кластеров было положено М. Портером в 1990 г., когда он изучал конкурентные преимущества разных стран. М. Портер представил подход к формированию кластеров, которые способны улучшить бизнес-среду, и описал промышленные кластеры как группу, которая географически и социально близка к взаимосвязанным организациям и учреждениям, специализирующимся в определенной области или среде, а их участие в кластере приводит к снижению затрат и обеспечивает более легкий доступ к специализированным ресурсам (машинам, оборудованию и т.д.), обмен информацией, технологиями, специализированными услугами, доступность рабочей силы. Таким образом, организации, входящие в кластер, становятся более конкурентоспособными и инновационными, чем те организации, которые работают отдельно. Кластерные связи со временем приводят к повышению местной и глобальной конкурентоспособности [19]. Инновационные промышленные кластеры и их стратегическое развитие являются эффективными инструментами для решения многих проблем, связанных с социальным и экономическим развитием. Они могут способствовать быстрому развитию различных областей национальной или региональной экономики [12]. Можно выделить три категории внешних факторов, оказывающих положительное влияние на деятельность компаний, участвующих в кластере: 1) наличие специалистов и возможность обмена ими между организациями; 2) побочные эффекты от внедрения технологий; 3) распространение и передача знаний между организациями в рамках кластера. Поскольку эти внешние характеристики генерируются не только географической близостью, но и горизонтальным и вертикальным отраслевым разделением труда, все заинтересованные стороны получают выгоду от коллективной специализации, которая возникает при работе в одной и той же отрасли, на одной ресурсной базе и в рамках одной цепочки поставок. Аналогичным образом, организации получают выгоду от социальной, культурной и организационной близости в активизации сотрудничества с другими компаниями, клиентами и государственными учреждениями посредством объединения инфраструктуры и генерации знаний и перелачи информации, что повышает инновационность и конкурентоспособность промышленных кластеров [21]. Промышленные кластеры можно определить как гео-

графическую группу ряда организаций и учреждений, связанных друг с другом в определенной области таким образом, что они интегрируются друг с другом по вертикали и горизонтали на всех этапах производственного процесса, тем самым формируя полную цепочку создания добавленной стоимости продукта, и эти отношения включают обмен товарами и услугами, информацией, человеческими ресурсами [16]. По мнению Заркина А. (2014) [9], это кластер — это группа организаций, которые разделяют общие факторы, такие как использование схожих технологий, участие в одних и тех же маркетинговых каналах, получение выгоды от имеющейся рабочей силы или наличие между ними отношений вперед идущей и назад идущей интеграции. По мнению Хаддада Ф., Маддаха Орайби Х., Хишама М. [18], кластер — это группа схожих организаций, интегрированных на основе географического признака, связанных друг с другом и занимающихся взаимодополняющими видами деятельности посредством каналов коммерческих транзакций коммуникаций. Кластеры совместно используют специализированную инфраструктуру, рынки труда и другие факторы, а также сталкиваются с одними и теми же возможностями и угрозами для бизнеса.

## 2. Организационное творчество (креативность)

Некоторые рассматривают организационное творчество (креативность) как процесс, результатом которого является появление новой идеи, практики, услуги или продукта, которые могут быть приняты сотрудниками организации или предложены им лицами, принимающими решения [20]. Учитывая проблемы и трудности, с которыми сталкиваются организации в деловой среде, будь то экономические, политические или социальные угрозы, а также принимая во внимание наличие технологических разработок и усиление конкуренции, для этих организаций стало необходимым работать над тем, чтобы противостоять этим вызовам и угрозам с помощью модернизации и развития, при этом не отставая от конкурентов [3]. Осознание менеджерами и руководством организаций необходимости изменений и улучшений в административных процессах и их целях, а также увеличения производительности труда приводит к необходимости работы над совершенствованием организационного творчества (креативности). Для этого необходимо обеспечить надлежащие условия, т.е. психологический климат, в компании, который позволял бы работникам с различными способностями проявлять свои творческие способности и оптимально их использовать. Это могло бы обеспечить рост и развитие организации в целом и повышение уровня производительности труда ее сотрудников, в частности. При этом, на наш взгляд, организационное творчество является одной из основных потребностей в управлении бизнесом. Успешные организации не должны останавливаться на стратегии выживания. Они должны иметь амбиции, реализовать

новые идеи, повышать производительность [17]. Например, по мнению, Ахмеда Исмаила (2019) считает, организационное творчество — это один из процессов или вид поведения, практикуемого отдельными лицами в организации, будь то менеджеры или сотрудники, которое приводит к изменениям в организационной структуре, политике и административных моделях за счет применения новых методов и способов решения проблем.

### Практическая часть

#### 1. Проверка корреляции между переменными

Коэффициент корреляции (корреляция Пирсона) используется для выяснения направления, силы и характера связи между любыми двумя переменными и позволяет сделать вывод о направлении связи с точки зрения (прямой или обратной) на основе эталонного значения коэффициента корреляции. Коэффициент корреляции принимает значения на отрезке от  $-1$  до  $1$ . Чем значение ближе к  $1$ , тем сильнее связь между двумя переменными. Уровень значимости  $0,05$  указывает на наличие значимой связи между двумя переменными.

**Проверка первой основной гипотезы:** статистически значимая корреляция между промышленными кластерами и повышением уровня организационной креативности отсутствует.

Таблица 1 показывает, что существует положительная значимая корреляция между промышленными кластерами и повышением уровня организационной креативности. Это означает, что всякий раз, когда вспомогательные факторы доступны при формировании промышленных кластеров, уровень организационной креативности увеличивается, так как общиндексное значение коэффициента корреляции достигло  $0,825$  при уровне значимости  $0,05$ . Это свидетельствует об отклонении от основной гипотезы и принятии альтернативной гипотезы.

Таблица 1.

Результаты общей корреляции между переменными на уровне исследуемой компании

Независимая переменная / Зависимая переменная	Промышленные кластеры
Организационная креативность	* $0,825$

Источник: составлено авторами (с учетом результатов электронного калькулятора) с использованием программы SPSS.

Уровень значимости:  $N=70$ ;  $P \leq 0,05$  (значимо).

Проверка **подгипотезы**, вытекающей из первой основной гипотезы: отсутствует статистически значимая корреляция между каждым из измерений промышленных кластеров и повышением уровня организационной

креативности. Наличие корреляции может быть определено между каждым из измерений промышленных кластеров и повышением уровня организационной креативности (табл. 2)

Таблица 2.

Результаты статистического анализа корреляции между переменными на уровне исследуемой компании

Зависимая переменная	Независимая переменная	Организационная креативность
Промышленные кластеры	Факторы спроса	*0,793
	Факторы производства	*0,658
	Ассоциированные и вспомогательные отрасли	*0,759
	Стратегия организации и ее конкурентов	*0,767

Источник: составлено авторами (с учетом результатов электронного калькулятора) с использованием программы SPSS.

Значимо:  $N=70$ ;  $P \leq 0,05$ .

1. *Связь между факторами спроса и совокупным ростом уровня организационной креативности.* Таблица 2 показывает, что существует значимая корреляция между факторами спроса (как одним из измерений независимой переменной), а совокупный рост уровня организационной креативности считается зависимой переменной. Коэффициент корреляции составил 0,793 при уровне значимости 0,05.
2. *Связь между производственными факторами и повышением уровня организационной креативности.* Таблица 2 показывает, что существует положительная значимая корреляция между производственными факторами как одним из измерений независимой переменной и повышением уровня организационной креативности в качестве зависимой переменной, поскольку значение коэффициента корреляции составило 0,658 при уровне значимости 0,05. Это означает, что каждый раз, когда производственные факторы доступны и имеется соответствующая рабочая среда в компании, это приводит к повышению уровня организационной креативности в ней.
3. *Связь между ассоциированными и вспомогательными отраслями и повышением уровня организационной креативности.* Таблица 2 указывает на существование положительной значимой корреляции между ассоциированными и вспомогательными отраслями как одним из измерений независимой переменной и повышением организационной креативности в качестве зависимой

переменной, поскольку значение коэффициента корреляции достигло 0,759 при уровне значимости 0,05, что означает, что чем больше увеличивались отношения компании с поставщиками, внешними и консалтинговыми институтами, тем выше в ней уровень организационной креативности.

4. *Связь между стратегией организации и ее конкурентов и повышением уровня организационной креативности.* Таблица 2 показывает, что существует положительная значимая корреляция между стратегией организации и ее конкурентов как одним из измерений независимой переменной и повышением организационной креативности, поскольку значение коэффициента корреляции достигло 0,767 при уровне значимости 0,05. Это означает, что когда компания имеет альтернативные стратегии, это приводит к повышению уровня организационной креативности.

На основании представленных в таблице 2 результатов, мы приходим к выводу, что подгипотезы, вытекающие из первой основной гипотезы, были отклонены, а альтернативные гипотезы приняты.

2. Проверка взаимосвязи влияния между переменными исследования

Проведем проверку второй основной гипотезы и подгипотез, вытекающих из нее, на уровне исследуемой компании с целью получения принятия или отклонения гипотезы о взаимосвязи влияния между переменными исследования (производственными факторами, сопутствующими и вспомогательными отраслями, стратегией организации и ее конкурентов) и повышением уровня организационной креативности. Наша цель — достижение точного суждения относительно отклонения или принятия гипотезы и подгипотез.

Итак, **вторая основная гипотеза** утверждает, что существенный статистически значимый эффект между промышленными кластерами и повышением уровня организационных инноваций отсутствует.

В таблице 3 представлены результаты регрессионного анализа. Очевидно, что существует значительный эффект влияния объединенных промышленных кластеров на повышение уровня организационной креативности, поскольку расчетное значение F достигло 183,487, что выше его табличного значения 4,001 при двух степенях свободы 1,68 и уровне значимости 0,05, а коэффициент детерминации составил  $R^2=0,730$ . Это означает, что 73 % различий, объясняющих повышение уровня организационной креативности, обусловлены промышленными кластерами, а остальные 27 % обусловлены неконтролируемыми или случайными величинами. В регрессионной модели расчетное значение  $T=13,346$ , что является

Таблица 3.  
Влияние промышленных кластеров на повышение организационной креативности на уровне исследуемой компании

Независимая переменная / Зависимая переменная	Промышленные кластеры		R2	F	
	В0	В1		расчетный	табличный
Организационная креативность	0,854	0,940 (13,346)*	0,730	183,487	4,001

Источник: составлено авторами (с учетом результатов электронного калькулятора) с использованием программы SPSS.

df (1,68); P ≤ 0,05; N = 70 (значимо).

значимым и превышает его табличное значение 1,67 при уровне значимости 0,05 и двух степенях свободы 1,68. Таким образом, результаты указывают на то, что вторая основная гипотеза не была подтверждена на уровне исследуемой компании, поэтому вторая основная гипотеза будет отклонена, а альтернативная гипотеза принята.

Проверка **подгипотезы**, вытекающей из второй основной гипотезы: отсутствует статистически значимый эффект между каждым измерением промышленных кластеров и измерениями повышения уровня организационной креативности (табл. 4).

Таблица 4.  
Влияние размеров промышленных кластеров на повышение уровня организационной креативности в совокупности на уровне исследуемой компании

Зависимая переменная / Независимая переменная (Размеры промышленных кластеров)	Повышение уровня организационной креативности		R2	F	
	В0	В1		расчетный	табличный
Факторы спроса	0,794	0,807 (10,774)*	0,631	116,072	2,758
Факторы производства	0,718	0,784 (8,515)*	0,516	72,513	2,758
Ассоциированные и вспомогательные отрасли	0,783	0,747 (10,388)*	0,613	107,912	2,758
Стратегия организации и ее конкурентов	0,799	0,822 (11,896)*	0,671	141,506	2,758

Источник: составлено авторами (с учетом результатов электронного калькулятора) с использованием программы SPSS.

df (1,68); P ≤ 0,05; N = 70 (значимо).

Из таблицы 4 видно, что наибольшее влияние промышленных кластеров на повышение уровня организационной креативности представлено в стратегии организации и ее конкурентов, во-первых, как значение В1=0,822 и значение Т=11,896, что является значимым и больше табличного значения, составляющего 1,67 при двух степенях свободы 1,68. На втором месте — эффект поддержки аффилиации в повышении осведомленности: значение В1=0,747) и значение Т=10,868), что является значимым и больше табличного значения 1,67 при степени свободы 3,66, а эффект поддержки инноваций в повышении осведомленности в целом оказался на третьем месте, со значением В1=0,775 и Т=10,105, что является значимым и больше табличного значения 1,67 при степени свободы 3,66.

На основании представленных результатов, показанных в таблице 4, мы приходим к выводу, что подгипотезы, вытекающие из второй основной гипотезы, были отклонены, а альтернативные гипотезы приняты.

### Заключение

Подведем некоторые итоги.

1. Рассматриваемая компания не имеет соответствующей рабочей среды, которая поддерживает генерацию новых идей и использование современных методов работы, что отражается в ее слабой конкурентоспособности.
2. Наблюдается отсутствие у исследуемой компании интереса к научно-исследовательским и опытно-конструкторским работам, особенно в области отслеживания технологических разработок, связанных с проектированием и производством, и следования новым научным методам для улучшения и разработки продукта.
3. Рассматриваемая компания не обладает высокондежными источниками поставок; не участвует в вперед идущей и назад идущей интеграции, что отражается на качестве продукции компании.
4. Слабые связи рассматриваемой компании с научно-исследовательскими институтами и внешними консультационными центрами негативно влияют на уровень компетенций, необходимых для выполнения работы в кратчайшие сроки.
5. Из результатов анализа стало ясно, что существует значительная корреляция между промышленными кластерами и организационной креативностью с точки зрения значения коэффициента корреляции. Также существует значительная корреляция между каждым из факторов (факторы спроса, факторы производства, поддерживающие отрасли, стратегия организации и ее конкурентов) с организационной креативностью компании.

На наш взгляд, для совершенствования компании и улучшения отдельных компонентов ее деятельности полезными могут быть следующие предложения:

1. Изменение преобладающей культуры в компании и обеспечение соответствующей рабочей среды, которая поддерживает новые идеи и повышает интерес к человеческому фактору, что оказывает непосредственное влияние на эффективность промышленных кластеров.
2. Активизация научно-исследовательской и опытно-конструкторской деятельности на уровне компании и увеличение финансовых ассигнований на эту деятельность, что в значительной степени способствует отслеживанию технологических разработок и повышению уровня креативности в компании.
3. Мониторинг и отслеживание информации о поставщиках, рынках, требуемых технических характеристиках, эффективности операций, изучение цепочки поставок и создания добавленной стоимости на каждом этапе и сравнение ее с конкурентами.
4. Необходимость обеспечения соответствующей инфраструктуры, особенно в области коммуникации и работы с научно-исследовательскими институтами, которые предоставляют научные продукты, достойные внимания и применения, и поощряют создание промышленных кластеров с точки зрения предоставления требуемых компетенций и ресурсов.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Абузярова, М.И. Экосистемный подход к развитию креативных кластеров / М.И. Абузярова // Экономика, предпринимательство и право. — 2023. — Т. 13, № 6. — С. 1759–1770. — DOI 10.18334/epp.13.6.118422. — EDN CCKGCK.
2. Андреева, Т.А. Совершенствование организационных механизмов реализации мультиагентных проектов в кластерных образованиях / Т.А. Андреева // Лидерство и менеджмент. — 2022. — Т. 9, № 2. — С. 553–566. — DOI 10.18334/lim.9.2.114207. — EDN YMFWGN.
3. Аль-Суб, Й.З. Посредническая роль организационной креативности в отношениях между стратегическим интеллектом и конкурентным преимуществом / Й.З. Аль-Суб, М.М. Аль-Касасбех // Журнал делового администрирования и экономических исследований. — 2021. — С. 17.
4. Андреева, Т.А. Анализ существующих подходов к формированию и реализации совместных инновационных проектов в мезоэкономических системах на примере кластерных образований / Т.А. Андреева // Вопросы инновационной экономики. — 2024. — Т. 14, № 2. — С. 603–616. — DOI 10.18334/vines.14.2.120989. — EDN FBGQVM.
5. Волов, В.Т. Методика трансформации образовательных организаций на основе фрактально-кластерной теории / В.Т. Волов, А.М. Збарский, М.А. Гаранин // Лидерство и менеджмент. — 2023. — Т. 10, № 3. — С. 871–886. — DOI 10.18334/lim.10.3.118731. — EDN BRLYFR.
6. Герцик, Ю.Г. Управление климатическими проектами в кластерных структурах с использованием методологии PRISM / Ю.Г. Герцик, Е.В. Дробот // Вопросы инновационной экономики. — 2023. — Т. 13, № 3. — С. 1365–1394. — DOI 10.18334/vines.13.3.118669. — EDN ACAVCI.
7. Донцова, О.И. Цифровая трансформация системы управления промышленными кластерами / О.И. Донцова // Вопросы инновационной экономики. — 2022. — Т. 12, № 2. — С. 897–910. — DOI 10.18334/vines.12.2.114836. — EDN MCIIES.
8. Дробот, Е.В. Структуры кластерного типа в государственном менеджменте мезосистем / Е.В. Дробот, И.Н. Макаров, Ю.В. Сухина, Е.Ю. Кортаева // Экономика, предпринимательство и право. — 2024. — Т. 14, № 7. — С. 3499–3512. — DOI 10.18334/epp.14.7.121453. — EDN WQJQTT.
9. Заркин, А. Промышленные кластеры как стратегия повышения конкурентоспособности малых и средних предприятий в Алжире / А. Заркин // Багдадский журнал экономических наук. — 2014. — С. 41.
10. Казакова, М.В. Творческие кросс-инновационные кластеры как драйверы современного экономического развития / М.В. Казакова // Вопросы инновационной экономики. — 2023. — Т. 13, № 4. — С. 2143–2158. — DOI 10.18334/vines.13.4.119716. — EDN TFAXGA.
11. Кобин, П.Н. Инновации в металлургическом кластере Российской Федерации и факторы инновационного развития / П.Н. Кобин // Первый экономический журнал. — 2024. — № 2(344). — С. 37–44. — DOI 10.58551/20728115\_2024\_2\_37. — EDN XIBOMD.
12. Конг, М. Эффективность развития инновационных промышленных кластеров Китая на основе модели DEA-Мальмквиста / М. Конг, Х. Ван, К. Ву // Арабский журнал наук о Земле. — 2021. — 14 (7). — С. 1–15.
13. Макаров, И.Н. Государственно-частное партнерство и кластерные образования в составе инструментария государственной политики управления мезосистемами / И.Н. Макаров, Е.В. Дробот, А.И. Володина [и др.] // Экономика, предпринимательство и право. — 2024. — Т. 14, № 4. — С. 1271–1282. — DOI 10.18334/epp.14.4.120859. — EDN OZFXLK.
14. Миндлин, Ю.Б. Преимущества и недостатки кластерного подхода в условиях Российской экономики / Ю.Б. Миндлин // Первый экономический журнал. — 2023. — № 1(331). — С. 90–95. — DOI 10.58551/20728115\_2023\_1\_90. — EDN UMLMZQ.
15. Пудовкина, О.Е. Кластеризация в промышленности как потенциал для развития технологичной экономики / О.Е. Пудовкина, М.И. Иваев, Е. Г. Сафронов, Н.Ю. Нарыжная // Креативная экономика. — 2024. — Т. 18, № 2. — С. 323–336. — DOI 10.18334/ce.18.2.120385. — EDN QZPXDF.
16. Салам, С. Административная организация промышленных кластеров как требование развития и механизм повышения конкурентоспособности малых и средних предприятий в свете видения Королевства 2030 / С. Салам // Экономическое будущее. — 2019. — С. 7.
17. Тауфик, О.И. Влияние систем поддержки принятия решений на организационную креативность: полевое исследование в промышленных компаниях в мухафазе Дофар / О.И. Тауфик, З.О. Билал // Журнал экономических, административных и юридических наук. — 2020. — С. 94.

18. Хаддад, Ф. Механизм воздействия стратегии промышленного кластера комплекса Омара бин Омара на структуру сектора пищевой промышленности в Алжире / Ф. Хаддад, Х. Маддах Орайби, М. Хишам // Журнал лидерства для деловой экономики. — 2019. — С. 25.
19. Шакиб, М.Д. Использование системной динамики для оценки политики развития промышленных кластеров / М.Д. Шакиб // Компьютеры и промышленная инженерия. — 2020. — С. 147.
20. Шейх, Б.М. Влияние стратегической разведки на организационное творчество, исследовательское исследование мнений выборки преподавателей Колледжа административных наук / Б.М. Шейх, Т.М. Али // Журнал экономических и административных наук Университета Анбар. — 2017. — С. 199.
21. Sosnovskikh, S., & Cronin, B. (2020). The effects of culture, attitudes and perceptions on industrial cluster policy: The case of Russia. *Competition & Change*. 25(3-4), 350–381. <https://doi.org/10.1177/1024529420949491>

---

© Насер Мухаммед Хусейн Насер (muhammedalbadri13@gmail.com)  
Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»