

СУХОВ Роман Игоревич

*Южный федеральный университет (Ростов-на-Дону, РФ)
кандидат географических наук, доцент; e-mail: ris@sfedu.ru*

ВОЗМОЖНОСТИ ВОВЛЕЧЕНИЯ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В ФОРМИРОВАНИЕ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА

Креативные индустрии и креативный туризм можно отнести к инновационным сферам деятельности человека. Научные исследования о креативных индустриях и туры креативной тематики в российской практике стали появляться относительно недавно. Поэтому в исследовании проанализированы наиболее интересные научные труды отечественных и зарубежных исследователей, позволяющие определить, что такое креативные индустрии, креативная экономика и какова их взаимосвязь с туризмом. Особое внимание уделено креативным кластерам в России, исследования которых начались в последние годы. Были рассмотрены креативные кластеры, их уровни с точки зрения туристского интереса, определены регионы, в которых креативные кластеры могут быть включены в состав туристского продукта. Для понимания значимости креативных индустрий в формировании индивидуальных и пакетных туров, ориентированных на массовый туризм, были проанализированы предложения региональных туроператоров, занимающихся приемом туристов в субъектах Российской Федерации, туроператоров федерального уровня, специализирующихся на внутреннем туризме и готовых турпакетах. Так же были рассмотрены возможности формирования туров с креативными компонентами туристской деятельности туроператоров, специализирующихся на индивидуальных турах и применяющих инновационные подходы к формированию туристского продукта. Изучена география пакетных программ массового туризма, авторских туров, проанализированы национальные туристические маршруты с точки зрения вовлечения в них продуктов предприятий креативных индустрий. Определены особенности вовлечения предприятий креативных индустрий в формирование туристского продукта в зависимости от специфики региона, уровня развития в нем креативных индустрий.

Ключевые слова: креативный туризм, креативные индустрии, творческие индустрии, креативные кластеры, креативные туры, авторские туры, национальные туристические маршруты, региональные туроператоры



Для цитирования: Сухов Р.И. Возможности вовлечения креативных индустрий в формирование туристского продукта // Сервис в России и за рубежом. 2023. Т.17. №5. С. 17–30. DOI: 10.5281/zenodo.10419893.

Дата поступления в редакцию: 13 октября 2023 г.
Дата утверждения в печать: 10 декабря 2023 г.

UDC 338.48 EDN: GQRPPM
DOI: 10.5281/zenodo.10419893

Roman I. SUKHOV

*Southern Federal University (Rostov-on-Don, Russia)
PhD in Geography, Associate Professor; e-mail: ris@sfedu.ru*

POSSIBILITIES FOR INVOLVING OF CREATIVE INDUSTRIES IN THE TOURIST PRODUCT DEVELOPMENT

Abstract. *Creative industries and creative tourism are the innovative spheres of human activity. Scientific research on creative industries and creative tours began to appear in Russian practice relatively recently. Therefore, the study analyses the most interesting scientific works of domestic and foreign researchers to determine the essence of creative industries and creative economy and their relationship with tourism. Special attention is paid to the creative clusters in Russia, a new scientific research direction. The author identifies creative clusters, their levels from the point of view of tourist interest and the regions where creative clusters can be included in the tourist product. To understand the significance of creative industries in the formation of individual and package tours oriented to mass tourism, the proposals of regional tour operators engaged in receiving tourists in the subjects of the Russian Federation, tour operators of the federal level specializing in domestic tourism and ready-made tour packages were analyzed. The possibilities for making tours with creative components of tourist activity of tour operators specializing in individual tours and applying innovative approaches to the development of the tourist product were also considered. The geography of mass tourism package programmed and author's tours are studied, national tourist routes are analyzed from the point of view of involving the products of creative industries enterprises in them. The peculiarities of the involvement of creative industries enterprises in the tourist product formation depending on the specifics of the region, the development level of creative industries in it are determined.*

Keywords: *creative tourism, creative industries, creative clusters, creative tours, author's tours, national tourist routes, regional tour operators*



Citation: Sukhov, R. I. (2023). Possibilities for involving of creative industries in the tourist product development. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 17(5), 17–30. doi: 10.5281/zenodo.10419893. (In Russ.).

Article History

Received 13 October 2023

Accepted 10 December 2023

Disclosure statement

No potential conflict of interest was reported by the author(s).

© 2023 the Author(s)

This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY-SA 4.0).

To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>



Введение

Желание человека отступить от существующих стереотипов, искать что-то новое, необычное и прогрессивное, отвлекаться от рутины, находить единомышленников – это те характеристики, которые свойственны не только креативности мышления и действий, но и туристской деятельности. Поэтому развитие креативных и туристской индустрий можно считать взаимообусловленным процессом. Креативное мышление свойственно не только людям творческих профессий от искусства, но и туроператорам, постоянно создающим новые туристские продукты и задающим современные тренды в моде на отдых. В настоящее время не существует единого мнения о том, что такое «креативный туризм», каким образом мотивировать новые целевые аудитории для этого вида туристской деятельности, где и как выбирать объекты туристского интереса, каковы организационные и содержательные особенности формирования туристского продукта, в чем заключается взаимосвязь предприятий креативных индустрий с туроператорами. Все эти вопросы требуют внимания, тщательного изучения. Ответы на них позволят развивать новые туристские направления, предлагать инновационный туристский продукт, удовлетворять потребности в отдыхе определённых целевых аудиторий.

Анализ публикаций по проблематике исследования

Вопросы развития творческих (креативных) индустрий обсуждаются в научном сообществе более 20 лет. Относительно новой темой и вектором индустриального развития является вовлечение креативных индустрий в туристскую деятельность.

Определение креативного продукта. Существует мнение, что креативный продукт является экономической категорией с высоким уровнем творчества и нематериальным активом в структуре конечной стоимости услуги. Креативный продукт характеризуется эксклюзивным, а не массовым характером потребления. За счёт высокой потребительской

культуры туристов сотрудники туристских компаний так же должны обладать способностями к творческому мышлению, генерации новых идей, оригинальных решений и освоению новых технологий [3, 5].

Для понимания значимости креативных индустрий в современной экономике и туризме, как рыночном явлении, важно отличать их от культурных индустрий. По мнению А.В. Вейнмейстер и Ю.В. Ивановой [2], трансформация культурных индустрий в креативные индустрии в начале 21 века позволила взять ориентир на экономические показатели прибыльности, на коммерческое финансирование, не ограниченное списком только культурных сфер деятельности. Креативные индустрии привязаны в большей степени к местному и региональному уровням. Авторы считают, что такая трактовка креативных индустрий вызывает настороженное отношение у работников культуры, неоднозначно, а порой негативно относящихся к коммерциализации культуры и модернизации культурной политики. Схожее мнение, о том, что творческая отрасль в России находится в «оппозиции» к традиционной культуре и тормозит развитие креативной экономики, высказывают А.Г. Сарафанова и А.А. Сарафанов [7].

Креативность и креативные индустрии становятся фактором привлечения дополнительного внимания со стороны внешних стейкхолдеров и развития местной экономики. Креативность и туризм взаимно дополняют друг друга, создавая синергетический эффект – туризм извлекает выгоду из дополнительной символической ценности, создаваемой творчеством, а креативная экономика извлекает выгоду из большей туристической активности [3].

Одним из первых определений креативного туризма было дано зарубежными авторами Г. Ричардсом и К. Рэймондом. Они считают, что креативный туризм даёт возможность посетителям развивать свой творческий потенциал посредством активного участия в курсах и изучения опыта, характерного для места отдыха [11].

Термин «креативная экономика» был подробно раскрыт Д. Хокинсом в 2001 г. [10]. Согласно его определению креативной экономики, было выделено 15 креативных индустрий, производящих интеллектуальную собственность. Некоторые из них связаны с туристской индустрией косвенно и определяют пути продвижения и возможности реализации туристского продукта и услуг или обуславливают некоторые аспекты деятельности туристского предприятия (реклама, дизайн, архитектура, мода, кино и производство видео, музыка, исполнительское искусство, телевидение, радио, Интернет, литература и издательское дело, мультимедиа). Другие напрямую связаны с оказанием туристских услуг и определяют их специфику (декоративное искусство и ремесла, изобразительное искусство, музеи и организации культуры).

В отличие от британской модели креативной экономики некоторые азиатские и европейские страны в определение «креативных индустрий» включают туризм (Гонконг) и рекреационную деятельность (Финляндия) [5].

Важными признаками креативной экономики являются кооперация в области инновационной деятельности хозяйствующих субъектов, инвестиции в новые товары, услуги и технологии, в развитие человеческого капитала, создание комплексов производств, имеющих межотраслевой и глобальный характер [5]. Все эти характеристики присущи деятельности туроператорских компаний в формировании туристского продукта.

Для креативного туризма характерна нематериальная составляющая, активно продвигаемая событийными мероприятиями. Однако, каждая территория должна обладать собственным уникальным образом и опытом, которые практически невозможно повторить [3].

А.Г. Сарафанова и А.А. Сарафанов [7] считают, что реализация креативных маршрутов является отличной стратегией повышения туристского потока для маленьких городов, так как основана на тесном взаимодействии между людьми. В таких городах возможно

развивать креативные индустрии, которые смогут стать дополнительными аттракциями для туристов.

Н.М. Анохина, М.М. Ахмедова [1] считают, что креативность и туризм взаимно дополняют друг друга, создавая синергетический эффект – туризм извлекает выгоду из региональных ценностей, создаваемых творчеством, а креативная экономика извлекает выгоду из возрастающей туристской активности.

Е.Г. Гущина и Е.В. Тарабанова [4] считают, что инновационной средой для развития творческих индустрий являются креативные города. Для оценки возможностей городов на Сочинском экономическом форуме в 2018 г. был представлен индекс креативного капитала российских городов. При его расчёте учитывались пять блоков: город, люди, бизнес, власть и бренды. В тройку лидеров по сумме баллов вошли Москва, Санкт-Петербург и Казань. Именно в этих городах, если следовать логике исследований, сложились наиболее благоприятные условия для развития креативных индустрий и, соответственно, креативного туризма.

И.Б. Королёва и И.Л. Соколова [6] делают выводы, что в России основная доля в структуре креативных индустрий на 2019 гг. приходилась на арт-рынок или рынок искусств (36,65%), представляющий собой систему товарного обращения произведений искусства, рынок средств массовой информации (22,28%), рынок музыки (13,45%). Далее идут архитектурный и проектный рынок (7,34%), дизайн (6,54%), мода (5,93%) и часть рынка информационных технологий, относящаяся к креативным индустриям (4,37%). Наименьшую долю занимают: реклама (1,21%), а также важные для туризма культурно-досуговый и event-рынок (0,71%) и ремесла (0,04%). Так же невысокие показатели имеют издательское дело (0,44%), исполнительные искусства (0,42%), видеоигры и другие игры (0,42%), кино и мультипликация (0,14%). Наибольший прирост в 2019 г. по сравнению с 2014 г. показал культурно-досуговый и event-рынок, который увеличился на 510% (что позволяет сделать предположение,

что этот рынок начал развиваться с очень низких позиций). Рынок ремёсел показал рост в 30%, что говорит не только о его невысоком удельном весе, но и о слабой динамике развития.

Т.В. Черевичко и Т.В. Темякова [8] в своих исследованиях рассматривают вопросы, связанные с цифровизацией креативного туризма. По их мнению, среди проблем цифровизации особое место занимает «цифровая эксклюзия» – невозможность получить доступ к цифровым коммуникациям, ресурсам и сервисам, либо существенные сложности и ограничения в их использовании. В России по состоянию на июль 2020 г. новые сервисы и технологии освоили немногим более половины граждан – 59%. С другой стороны, прогнозируется внедрение новаторских инициатив в музейное дело.

Потребители туристского продукта и креативные индустрии. Для понимания состава туристского продукта необходимо знать для кого он предназначен. Ряд исследователей считают, что наиболее перспективными туристами являются люди в возрасте от 25 до 38 лет. Эти туристы предпочитают организовывать свои путешествия самостоятельно, они находятся в поисках новых впечатлений, поэтому продукт творческих индустрий для них может быть востребован в составе тура любой направленности (купально-пляжной, экскурсионно-познавательной). Можно предположить, что для этой категории туристов предложения будут носить индивидуальный характер, а каналами для продвижения будут различные мобильные приложения. Для успешной реализации таких туристских услуг необходимо развивать производство цифрового контента, а одним из наиболее успешных маркетинговых инструментов может стать блоггерство [9].

За последние годы креативные индустрии положили начало новым видам туризма. Довольно часто их называют типами или видами креативного туризма. Чаще всего в научной литературе встречаются следующее: кинотуризм, гастрономический туризм и винные туры (эногастрономия), познавательный туризм,

образовательный туризм, культурный туризм, деловой туризм, бизнес-туризм, конгресс-туризм. Главное в креативном туризме, это не место и не перемещения в пространстве, а впечатления, которые выносятся от тура. Организаторы должны создать условия, в которых туристы могли бы что-то открыть для себя, зарядиться позитивом и эмоциями от путешествия. Главные направления деятельности туристских компаний, занимающихся реализацией креативных туров: забота о здоровье, занятие спортом, повышение жизненной активности, обучение иностранным языкам, различным видам спорта и профессиональным программам обучения. Так же к деятельности турфирм относят организацию культурной и экскурсионной программ конгрессов. Все вышеперечисленные программы могут быть индивидуальные, семейные, групповые, корпоративные [5].

Методы и методология

При проведении исследования были применены методы: классификации, структурного анализа, синтеза, экспертной оценки, сравнительный, индукции, географического районирования. При написании работы были использованы научные труды российских и зарубежных авторов, специализирующихся на исследовании креативных индустрий и креативного туризма, а также сайты ведущих туроператоров, занимающихся формированием и продвижением экскурсионно-познавательных туров в России.

Изложение основного материала

Для разработки туристского продукта необходимо соблюдение ключевых условий: наличие локаций, на территории которых существуют креативные индустрии, развитая туристская инфраструктура, наличие туристских компаний, занимающихся формированием, продвижением и реализацией туристского продукта или туристских услуг.

Для выявления территорий, обладающих развитыми креативными индустриями, можно использовать различные подходы. Одним из наиболее современных является выявление в России креативных кластеров. В 2023 г.

Союзом креативных кластеров и Институтом развития городов «Полис» был выпущен Атлас Креативных кластеров Российской Федерации (далее Атлас). При подготовке Атласа авторским коллективом было изучено более 300 объектов, рассредоточенных по 8 федеральным округам. Под креативным или творческим кластером авторы понимают концентрацию творческих индустрий, расположенных на единой территории. В рамках кластера должна быть взаимосвязь между образовательной и общественной деятельностью, а также предпринимательством. У кластера должна быть специализация, определяющаяся условиями для создания творческих продуктов и развития человеческих ресурсов. Важной чертой кластера является условие междисциплинарных взаимодействий¹. Компонентами ядра условной модели креативного кластера являются креативная экономка, городская среда и туризм. Именно они обуславливают совокупность креативных индустрий, виды деятельности креативных индустрий и сопутствующую инфраструктуру креативных кластеров.

Раскрытие креативного потенциала в российских регионах находится в зачаточном состоянии. Только в 8 субъектах были приняты или находятся на стадии рассмотрения отраслевые законы, концепции или постановления о креативных индустриях (Ханты-Мансийский автономный округ, Самарская, Новгородская, Новосибирская, Омская области, Республика Саха (Якутия), Москва, Санкт-Петербург). В 45 регионах креативные индустрии упоминаются в контексте стратегии социально-экономического развития.

По мнению авторов Атласа, представители креативных индустрий могут быть сконцентрированы в имущественном комплексе, находящемся под управлением одного собственника или управляющей компании. Для туристской индустрии такой подход является наиболее технологичным с точки зрения

построения программ и логистики туристского маршрута. Поэтому можно сделать вывод, что для туристской индустрии наибольший интерес будут представлять: арт-кластеры (объединяют выставочное пространство, театральную и киноплощадки, помещения для семинаров), художественные кластеры (объединяют представителей визуальных и исполнительских искусств), центры современного искусства (площадки для выставок, проведения образовательных мероприятий, обладающие и представляющие техническое оборудование), культурные кластеры (привязанные к проектам «Культурный район» (Севастополь, Кемерово, Калининград и Владивосток) и «Музейная четвёрка» (Третьяковская галерея, музей изобразительных искусств им. А.С. Пушкина, музей современного искусства «Гараж» и Дом культуры «ГЭС-2»). К объектам инфраструктуры, направленным на развитие креативных индустрий, относят так же арт-парки (территории, на которых размещены объекты современного искусства, ремёсел и объекты туристской индустрии), парки культуры и отдыха, дома культуры, и т.д.

Всего авторами Атласа было выделено 85 креативных кластеров. По их количеству лидерами являются регионы: г. Москва (19 кластеров), г. Санкт-Петербург (18 кластеров), Московская область (4 кластера), Самарская область (3 кластера), Тульская, Нижегородская, Ростовская, Иркутская области, Удмуртская Республика, Красноярский край (по 2 кластера в каждом субъекте). По 1 кластеру выделено в следующих регионах: Тюменская, Костромская, Новосибирская, Томская, Ярославская, Калининградская, Ивановская, Ульяновская, Саратовская, Челябинская, Владимирская, Белгородская, Волгоградская, Кемеровская, Новгородская, Архангельская области; Республики Башкортостан, Карелия, Саха (Якутия); Пермский, Краснодарский, Приморский края; Ханты-Мансийский автономный округ.

¹ Институт развития городов «ПОЛИС» // Атлас Креативных кластеров Российской Федерации. URL: <https://polisinstitute.ru/library> (Дата обращения: 10.07.2023).

По вкладу креативных индустрий в ВРП лидируют г. Москва (18,5%), г. Санкт-Петербург (12,6%), Тюменская область (8,9%), Костромская область (7%), Новосибирская область (5,4%), Томская область (5,2%). У остальных регионов этот показатель составляет менее 5%.

Наибольшее значение креативные кластеры имеют для Центрального и Северо-Западного федеральных округов (как по количеству, так и по доле в ВРП). При этом аудитории креативных кластеров на 15-40 % (ЦФО) и 15-60 % (СЗФО) состоят из посетителей, проживающих в других регионах, которых можно рассматривать как потенциальных туристов.

Для понимания возможности вовлечения креативных кластеров в туристскую деятель-

ность важно знать их уровень значения, ранжированный авторами Атласа на «федеральный» (8 кластеров), «региональный» (15 кластеров) и «местный» (62 кластера). Можно предположить, что для формирования турпотока по вектору «креативного туризма» наибольшее значение имеют кластеры федерального уровня, тогда как региональные и местные кластеры будут интересны в первую очередь местным жителям, которых можно определить, как экскурсантов.

Из 8 кластеров федерального уровня 4 находятся в ЦФО, 3 в СЗФО и 1 в ДФО. Для туристов и экскурсантов они интересны в качестве места проведения досуга и событийными мероприятиями (табл.1).

Таблица 1 – Креативные кластеры России федерального уровня²

| Название кластера | Город | Год открытия | Точки притяжения для туристов | Кол-во мероприятий в 2021 г. |
|---|-----------------|--------------|---|------------------------------|
| Центр современного искусства «Винзавод» | Москва | 2012 | Галереи современного искусства, мастерские художников, арт-пространства для выставок, музыкальные клубы, концерты, рестораны, программа Urban + Art (о развитии уличного искусства в России), индивидуальные экскурсии по Центру | 300 |
| Центр дизайна «Artplay» | | 2008 | Выставки, фестивали, конференции, мастер-классы, лекции, направленные на развитие дизайна и культуры, концерты, «Открытый музей» (проект по развитию уличного искусства, создание реальных и виртуальных объектов на стыке дизайна и паблик-арта) | 135 |
| Центр творческих индустрий «Фабрика» | | 2005 | Выставки, фестивали, мастер-классы, тренинги, показы фильмов | 115 |
| Креативный кластер «Вавилов лофт» | Санкт-Петербург | 2021 | Независимый театр, арт-пространство, мастер-классы, лекции, бары, рестораны, зелёные зоны во дворах, фестивали | 194 |
| Творческий кластер (музей современного искусства) «Артмуза» | | 2014 | Арт-галереи, поэтические чтения, мастер-классы, творческие встречи, просмотры кинофильмов, выставки, экскурсии по экспозициям, модные показы | 142 |
| Технопарк «Ленполиграфмаш» | | 2013 | Концертные площадки, зоны отдыха, рестораны, кафе, просмотры кинофильмов, лекции, мастер-классы, выставки | 123 |
| Творческий индустриальный кластер «Октава» | Тула | 2018 | Выставки, концерты, мастер-классы, лекции, гастрономические фестивали, творческие встречи, постоянная экспозиция мультимедийного «Музея станка» | 633 |
| Креативный кластер «Квартал труда» | Якутск | 2022 | Фестивали, конкурсы стрит-арт, художественные выставки, концерты, мастер-классы, модные показы, архитектурный фестиваль | Данные отсутствуют |

² Институт развития городов «ПОЛИС» // Атлас Креативных кластеров Российской Федерации. URL: <https://polisinstitute.ru/library> (Дата обращения: 10.07.2023).

Туроператоры креативный туризм понимают по-разному. Для крупных туроператоров федерального уровня, имеющих развитую агентскую сеть и сайт, как инструмент для прямых продаж, становится популярной концепция «дизайнеры туров». К таким туроператорам можно отнести «Pac Group», «Вантач Трэвел», «Fun and Sun». При этом туроператоры все чаще применяют технологии динамического пакетирования туров. От креативного туризма эта концепция на данный момент далека, однако, позволяет на онлайн платформе одного туроператора собирать индивидуальный тур, включающий широкий спектр услуг: перевозку, размещение, трансферы, оформление страховых полисов, аренду автомобилей, групповые или индивидуальные экскурсии. Как раз в последней опции и содержится возможность развития креативного туризма, поскольку в экскурсионном обслуживании заложена возможность предлагать туристам посещение креативных кластеров и иных объектов и предприятий креативных индустрий.

Другие туроператоры предлагают рынку готовые пакеты. Такие туроператоры создают туры с элементами креативного туризма для массового рынка, продвигая новые идеи и нестандартные решения. По сути, они занимаются популяризацией креативного туризма, подготовкой туристов для восприятия более сложных по содержанию программ, расширением кругозора и интеллектуальным воспитанием туристов. В эту группу туроператоров можно отнести как хорошо известных игроков туристского рынка («Алеан», «Дельфин», «Мультитур»), так и региональных туроператоров, занимающихся приёмом туристов в своих домашних регионах. Для понимания вовлечения креативных индустрий в формирование туристского продукта были проанализированы пакетные туры и экскурсионные программы 23 региональных туроператоров (табл. 2) и федерального туроператора «Алеан» (табл. 3).

Содержательная часть экскурсионно-познавательных программ региональных туроператоров зависит от нескольких факторов:

наличия крупных городов, опыта развития креативных индустрий и вовлеченности населения, ресурсной историко-культурной и социально-экономической компоненты. Наиболее разнообразными и инновационными креативными элементами обладают программы туроператоров Санкт-Петербурга, Москвы, Казани. Они включают разнообразные квесты, экскурсии с дополненной реальностью, авторские экскурсии, связанные с творческими индустриями, посещение креативных кластеров, различные иммерсивные мероприятия, мастер-классы и многое другое. В остальных регионах туроператоры основной акцент делают на более привычные формы: мастер-классы гастрономической и ремесленной тематики, фольклорные мероприятия, посещение этнографических комплексов. Довольно часто креативные индустрии фигурируют в турах, ориентированных на детские аудитории. В некоторых случаях туроператоры предлагают посещение сувенирных магазинов, фабрик, обеды и ужины в национальном стиле, ориентированных на широкие целевые аудитории и трудно поддающиеся оценке аутентичности и культурной ценности, поэтому их сложно отнести к категории креативных индустрий, а не обычных торговых точек и предприятий общественного питания.

Национальный туроператор «Алеан», как один из флагманов по развитию внутреннего туризма, успешно работающий на рынке уже более 30 лет, предлагает огромное количество как партнёрских, так и собственных программ. В настоящее время на сайте туроператора представлено более 90 направлений и курортов с экскурсионными программами. Они охватывают практически все регионы Российской Федерации. В большей части это классические экскурсионно-познавательные туры, включающие проживание, питание, обзорные и тематические экскурсии, знакомство с основными достопримечательностями регионов. Креативные индустрии в таких программах фигурируют редко. Совсем другую картину мы наблюдаем в двух других типах программ:

«Авторские туры по России» и «Национальные туристические маршруты».

В сегменте «Авторские туры по России» туроператор предлагает 8 программ по самым колоритным российским регионам (табл. 3), которые можно отнести к категории «креативного туризма», поскольку их концепция подразумевает: получение эстетического удовольствия, разработку познавательных программ лучшими экскурсоводами направлений, гастрономические приключения и базовое питание во время программы необычными

блюдами разных народов, проведение мастер-классов, а так же активные коммуникации между туристами и новые знакомства с интересными людьми. Сами программы реализуются в небольших экскурсионных группах.

Так же туроператор «Алеан» предлагает 18 национальных туристических маршрутов, в основном краткосрочных, продолжительностью 3-5, максимум 9 дней, но насыщенных мастер-классами ремесленной или гастрономической тематики, фольклорными и этнографическими мероприятиями.

*Таблица 2 – Креативные индустрии в турпакетах
и экскурсионных программах региональных туроператоров³*

| <i>Регион местонахождения и деятельности туристской компании</i> | <i>Туристская компания</i> | <i>Креативные элементы туров и экскурсий</i> |
|--|--------------------------------|--|
| Ленинградская обл., г. Санкт-Петербург | «Невские Сезоны» | Квесты по Санкт-Петербургу. Мастер-классы. Экскурсия с VR очками. Авторские тематические экскурсии и туры для взрослых и школьников. Посещение креативных кластеров. |
| Московская обл., г. Москва | «Мос-Тур» | Экскурсии-спектакли. Посещение и участие в арт-мероприятиях. Иммерсивные театрализованные прогулки. Гастрономия. Фотопрогулки. Квесты. |
| Респ. Татарстан, г. Казань | Бюро путеше- ствий «Казань» | Квест-туры и экскурсии по Казани и Татарстану. Этнографические, фольклорные программы. Знакомство с традиционными ремёслами. Гастрономические туры. Интерактивные экскурсии. Театрализованная развлекательно-познавательные программы. |
| Владимирская обл., г. Вла- димир (маршрут «Золотое кольцо России») | Компания «Май-тур» | Посещение ремесленного двора (Ростов Великий). Интерактивная программа «Вокруг печки» (Кострома). Фольклорная программа (Владимир). Мастер-классы. Посещение концертов. |
| Иркутская обл., г. Иркутск | «Гринэксpress» | Этнографические, фольклорные программы. Знакомство с традиционными ремёслами. |
| Респ. Дагестан, г. Махачкала | «Лазурный берег» | Этнографические, фольклорные программы. Знакомство с традиционными ремёслами. Гастрономия. |
| Свердловская обл., г. Екатеринбург | «Солнечные путешествия» | Посещение познавательно-развлекательного центра. Кинотуризм (экскурсия по Свердловской киностудии). Знакомство с традиционными ремёслами. Познавательные программы (тематика – золотодобывающая промышленность). |
| Астраханская обл., г. Астрахань | «Континенталь» | Сафари-экскурсии, наблюдение за птицами. Гастрономия, рыбалка. |

³ Сост. на основе оф. сайтов туроператорских компаний: «Невские Сезоны» URL: <https://www.nevaseasons.ru>; «Мос-Тур» URL: <https://mos-tour.moscow>; «Май-тур» URL: <https://maytravel.ru>; «Грин Экспресс» URL: <https://greenexpress.ru>; «Лазурный берег» URL: <https://www.lazber.ru>; «Бюро путешествий Казань» URL: <http://www.kazantur.ru>; «Солнечные путешествия» URL: <http://www.sunglobal.ru>; «Бюро путешествий Континенталь» URL: <https://continental-bp.ru>; «Золотое кольцо Карелии» URL: <https://karelia.gold>; «Самараинтур» URL: <https://samaraintour.ru/priem-v-samare>; «Эгна» URL: <http://www.egna.ru>; «Союз Гидов (Kamchatkaland)» URL: <https://kamchatkaland.ru>; «Янтарный край» URL: <https://amber-region.com>; «Отдых на родине Деда Мороза» URL: <https://otdih-dm.ru>; «PaCветТур» URL: <https://прием-в-перми.пф>; «Ярослав Мудрый» URL: <https://yarmudr.ru>; «Большой Алтай» URL: <https://big-altai.ru>; «Серебряное кольцо» URL: <https://cardstwo.tilda.ws>; «СаяныЭкоТур» URL: <https://sayanyeco.com>; «Ладья» URL: <https://www.ladya-kmv.ru>; «Волхва» URL: <https://volchkva.ru>; «Атмосфера путешествий» URL: <https://pskovatmosfera.ru>; «Бюро путешествий и экскурсий Джинтур» URL: <https://djinn-tour.ru>; «Рейна тур НТВ» URL: <https://visitdon.reina-tour.ru> (Дата обращения: 25.07.2023).

| <i>Регион местонахождения и деятельности туристской компании</i> | <i>Туристская компания</i> | <i>Креативные элементы туров и экскурсий</i> |
|--|--|---|
| Респ. Карелия, г. Петрозаводск | «Золотое кольцо Карелии» | Посещение арт-объектов. Этнографические экскурсии по карельским деревням. Фольклорные программы (концерт национального ансамбля Кантеле). Знакомство с традиционными ремёслами. Гастрономия. Мастер-классы. |
| Самарская обл., г. Самара | «Самараинтур» | Гастрономия. Знакомство с традиционными ремёслами. Фольклорные программы (духовно-культурный кремль «Богатырская слобода»), интерактивная экскурсия-квест, экскурсии с мастер-классами в музее шоколада, посещение этнокультурного комплекса «Парк дружбы народов», программы и экскурсии в центре исторического моделирования «Древний мир». |
| Нижегородская обл., г. Нижний Новгород | Туристическая компания «Эгна» | Знакомство с традиционными ремёслами, мастер-классы по «хохломы» и «семёновской» росписям, музейно-туристические комплексы «Город мастеров», «Золотая Хохлома». Фольклорные программы. |
| Камчатский край г. Петропавловск-Камчатский | «Союз Гидов» (Kamchatkaland) | Этнографическая программа (посещение эвенского этнографического стойбища). Фольклорная программа (в исполнении ансамбля «Нулгур»). Гастрономия. |
| Калининградская обл. г. Калининград | Туроператор «Янтарный край» | Гастрономия (гастрономические мастер-классы, традиционная кухня, дегустации шоколада, сыра, пива, рыбы). Иммерсивные спектакли. Концерты органной музыки. Знакомство с добычей и переработкой янтаря в ювелирные изделия (промышленная экскурсия). Фотоохота. |
| Вологодская обл., г. Великий Устюг | «Отдых на родине Деда Мороза» | Посещение Дедморозовки (Вотчина Деда Мороза: тропа сказок, экскурсия по терему Деда Мороза, встреча с Дедом Морозом, игровая развлекательная программа или экскурсия). Мастер-классы. Интерактивные мероприятия (Зимние семейные посиделки, Снежная дискотека). Посещение дома моды Деда Мороза. |
| Пермский край, г. Пермь | «РаСветТур» | Этнографические экскурсии (Парк истории реки Чусовой, деревня Ермака, архитектурно-этнографический музей "Хохловка"). Знакомство с традиционными ремёслами, мастер-классы по уральской домовой росписи. Посещение музея современного искусства PERMM. |
| Ярославская обл., г. Ярославль | «Ярослав Мудрый» | Театральная экскурсия. Посещение крафт-пространства. Посещение чайной церемонии. Игровые квесты, познавательно-развлекательные программы, мастер-классы на производствах (лепка пельменей, валяльная фабрика, эмальерная мастерская, кондитерская фабрика) для детей. |
| Респ. Алтай, с. Элекмонар | «Большой Алтай» | Этнографические, фольклорные программы. Знакомство с традиционными ремёслами. Гастрономия. |
| Респ. Хакасия, г. Абакан | «СаяныЭкоТур» | Этнографические программы, мастер-классы. |
| Ставропольский край, г. Пятигорск (программы по Сев. Кавказу) | «Ладья» | Эногастрономия (дегустация, мастер-классы). Этнографические программы (мастер-класс по кавказским танцам, посещение старинной казачьей усадьбы). |
| Новгородская обл., г. Великий Новгород | «Волхва» | Гастротуризм (дегустации, мастер-классы). Этнографические программы. Интерактивные театрализованные экскурсии. Участие в иммерсивном спектакле-променаде «Слушай Новгород». Посещение фолк-рок-мюзикла «Садко». |
| Псковская обл., г. Псков | «Атмосфера путешествий» | Гастротуризм. Этнографические программы. Квесты и интерактивные программы. Театрализованная экскурсия. |
| Тамбовская обл., г. Тамбов | Бюро путешествий и экскурсий «Джинтур» | Концертно-экскурсионный тур. Посещение интерактивного туристического центра. Экскурсионные интерактивные программы, мастер-классы для детей. |
| Ростовская обл., г. Ростов-на-Дону | «Рейна тур НТВ» | Эногастрономия (мастер-классы, посещение виноделен, дегустации). Этнографические, фольклорные программы. Знакомство с традиционными ремёслами. |

Таблица 3 – Креативные индустрии в турпакетах туроператора «Алеан»⁴

| Название тура | Регионы | Креативные элементы туров и экскурсий |
|---|--|--|
| Авторские туры по России | | |
| Открывай Сахалин с Алеан | Сахалин и Курильские о-ва | Гастрономия (сбор гигантских сахалинских устриц и дегустация) |
| Открывай Дагестан с Алеан | Респ. Дагестан | Иммерсивная трапеза в этно-доме «Дербент». Мастер-классы по приготовлению «чуду» и ковроткачеству |
| Открывай Байкал с Алеан | Иркутская обл. | Экскурсия в этнопарк «Золотая Орда»: гастрономия, мастер-классе по лепке |
| Открывай Казань с Алеан | Респ. Татарстан | Посещение комплекса «Туган Авылым»: знакомство с традициями татарского чаепития, мастер-класс по изготовлению национальной выпечки (с дегустацией), посещение галереи национальных ремёсел и фотографирование в национальных костюмах |
| Открывай Карелию с Алеан | Респ. Карелия | Гастрономическая экскурсия и ужин «Традиционная кухня Карелии». Посещение фирменного магазина при фабрике «Карельские узоры» (изделия из льна с традиционной вышивкой) |
| Открывай Владивосток с Алеан | Приморский край | Экскурсия по Сафари-парку. Экскурсия на морскую ферму, дегустация продукции |
| Открывай Северный Кавказ с Алеан | Респ. Сев. Осетия, Ингушетия, Чечня и Дагестан | Мастер-классы: по приготовлению осетинских пирогов, приготовлению одного из чеченских блюд. Иммерсивная трапеза в этно-доме «Дербент». Обед из блюд традиционной аварской кухни в гостях у местных жителей. Мастер-класс по керамике в мастерской «Ремеслов» |
| Открывай Мурманск с Алеан | Мурманская обл. | Посещение саамской деревни с чаепитием (этнография, гастрономия) |
| Национальные туристические маршруты | | |
| Демидовский маршрут | Свердловская обл. | Гастро-ужин для гурманов «Уральская кухня». Культурно-развлекательная программа в подворье «В гостях у бабушки» с мастер-классом по лепке уральских пельменей. Экскурсия «Демидовский малахит» с мастер-классом. Мастер-класс по тагильской лаковой росписи |
| С грохотом по фермам или Глаза στραшатся, а руки делают | Псковская обл. | Мастер-классы по изготовлению бумаги, печатного пряника, хлебопечению, сыроварению, гончарному мастерству, изготовлению фруктовых, ягодных, овощных, мясных слайсов, чипсов, варенья |
| Заповедные уголки Белогорья | Белгородская обл. | Экскурсия в «Музейный комплекс «Слобожанщина» с дегустацией в ремесленном парке |
| Жемчужины Русского Севера | Вологодская обл. | Посещение архитектурно-этнографического музея «Семёнково» (интерактивные программы или мастер-класс). Интерактивная программа «Русь былинная». Посещение сувенирного магазина-выставки «Куракинская керамика» |
| Ивановские манеры | Ивановская обл. | Экскурсия по музею ситца с мастер-классом |
| Немцы Поволжья | Саратовская обл. | Интерактивная программа студии исторического танца «Lete» с исполнением народных и бальных немецких танцев |
| Город МастерOFF | Ярославская, Костромская обл. | Посещение Лавровской фабрики деревянных игрушек, мастер-класс |
| Здравствуй, Алтай! | Алтайский край, Респ. Алтай | Посещение «деревни мастеров», знакомство с народными промыслами. Гастро-ботаник-ужин «Новая Алтайская кухня». Осмотр арт-объектов в Белокурихе. Посещение усадьбы-музея «Андреевская слобода» |
| Вся Карелия | Респ. Карелия | Интерактивная программа в самой весёлой деревне Киндасово. Посещение парка «Вотчина Талви Укко» |
| Челябинск: к нам прилетают даже метеориты! | Челябинская обл. | Экскурсия на «Златоустовскую оружейную фабрику», встреча с мастерами. Посещение г. Сатки, центром российского стрит-арта. Экскурсия с интерактивными элементами по музею комбината «Магnezит» |
| Горизонты открытий | Оренбургская обл. | Мастер-класс в галерее «Оренбургский пуховый платок». Художественный мастер-класс по наивному искусству «Земля и земляки» |

⁴ Национальный туроператор «Алеан». URL: <https://www.alean.ru> (Дата обращения: 22.07.2023).

| | | |
|---------------------------------------|--------------------|---|
| Архангельск: здесь начинается Арктика | Архангельская обл. | Мастер-класс по росписи традиционной северного пряника-«козули» |
| Повесть временных лет | Новгородская обл. | Посещение интерактивного музея «Усадьба средневекового Рушанина». Посещение Ремесленной слободы: мастер-классы по кузнечному делу, обработке глины, ткачеству, набойке по ткани, кожевенному делу, созданию доспехов и плетению кольчуги, традиционной росписи и книгопечатанию, чеканке монет, изготовлению свечей и работе с воском |
| Томск – сердце Сибири | Томская обл. | Посещение интерактивного музея под открытым небом «Семилужкинский острог» |
| В Тверскую область по велению души | Тверская обл. | Театрализованная программа «Обед у Дарьи Пожарской» (с мастер-классом по приготовлению пожарских котлет) |
| Необычайные истории земли Пермской | Пермский край | Мастер-класс по изготовлению печатных чудо-пряников. Анимационная программа «Чаепитие по-Кунгурски» |
| По своей воле в Сибирь | Тюменская обл. | Посещение тематического парка «Тобол» (с элементами кинотуризма) |

Заключение

В результате проделанных исследований следует сделать ряд выводов, направленных на конкретизацию содержательной части понятия «креативный туризм». С точки зрения туристского бизнеса это, в первую очередь, виды и типы туризма, по своему характеру деятельности привлекающие к формированию туристских услуг предприятия креативных индустрий. В «Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года»⁵, среди прочего, к творческим или креативным индустриям относят: народно-художественные промыслы и ремесла, музейную деятельность, театры, музыку, кино, анимацию, живопись, деятельность галерей, виртуальную и дополненную реальность, архитектуру, промышленный дизайн, индустрию моды, гастрономическую индустрию. Деятельность туроператоров показывает, что все они в разной степени участвуют в формировании туристского продукта во всех регионах России.

Среди креативных индустрий и форм их организации существуют те, которые ориентированы на уникальные запросы туристов, и их нецелесообразно упаковывать в турпакет. К ним можно отнести, например, креативные

кластеры, стрит-арт, арт-пространства, экспериментальные жанры театрального искусства. Эти запросы реализуются либо в составе индивидуальных туров, организуемых туроператорами, либо самостоятельными туристами. Главная их черта – эксклюзивность. Именно эта характеристика креативных индустрий преобладает у большей части исследователей. Однако, современная туристская индустрия способна создать турпродукт в сегменте «креативного туризма» для массового потребителя. Необходимо учитывать новые тенденции развития современного общества, в частности, рост креативной экономики и численности креативного класса, необходимо понимать, что спрос на креативный туристский продукт будет расти. Именно в этой парадигме и представляется дальнейшее развитие креативных индустрий и их вовлечение в создание новых туристских продуктов и услуг.

Кластерное развитие креативных индустрий логистически удобно для туризма, но не получило должного воплощения в туристской индустрии при построении программ. Креативные кластеры, как показывает анализ их деятельности, ориентированы, в основном, на жителей городов, в которых они расположены (бизнесменов, творческих людей, молодёжь). Только в крупных городах многопрофильные

⁵ Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года. Распоряжение Прав-ва РФ от 20.09.2021 №2613-р. // Правительство РФ. URL: <http://government.ru/docs/all/136723/> (Дата обращения: 20.07.2023).

кластеры, преимущественно федерального уровня, могут привлекать туристов, главным образом, неорганизованных, желающих разнообразить свой досуг или получить представления о современной культуре и искусствах посещаемых регионов. Большая часть таких кластеров находится в Москве и Санкт-Петербурге. В основном туроператорские компании используют монопрофильные предприятия креативных индустрий, обособленно расположенные, особенно это характерно для российских регионов.

Благодаря тенденциям развития внутреннего туризма, наметившимся в последние годы, можно надеяться, что расширение ассортиментной линейки экскурсионно-познавательных программ российских туроператоров, повлечёт за собой более широкое привлечение предприятий креативных индустрий. И спрос на креативные туры будет ориентирован не только на крупные города и известные туристские дестинации, но и на другие российские регионы, в которых происходит рост креативных индустрий.

Список источников

1. Анохина Н.М., Ахмедова М.М. Развитие программного туризма как важной составляющей креативной индустрии // Экономика и бизнес: цифровая трансформация и перспективы развития: Мат. междунар. науч.-практ. конф. М.: АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна», 2022. Т.1. С. 232-240.
2. Вейнмейстер А.В., Иванова Ю.В. «Культурные индустрии» и «креативные индустрии»: границы понятий // Международный журнал исследований культуры. 2017. №1(26). С. 38-48.
3. Волков С.К. Туризм как сектор креативной экономики // Креативная экономика. 2021. Т.15. №5. С. 2153–2162. DOI: 10.18334/ce.15.5.112027.
4. Гущина Е.Г., Тарабанова Е.В. Креативные индустрии: новые возможности для развития российских городов и регионов // Вестник Волгоградского гос. ун-та. Экономика. 2022. Т.24. №1. С. 91–104. DOI: 10.15688/ek.jvolsu.2022.1.9.
5. Клейман А.А., Бабанчикова О.А. Новая парадигма развития туризма в условиях креативной экономики // Вестник национальной академии туризма. 2011. №3(19). С. 9-13.
6. Королёва И.Б., Соколова И.Л. Креативные индустрии в России и мире: состояние, тенденции и проблемы управления развитием // Baikal Research Journal. 2022. Т.13. №3. DOI: 10.17150/2411-6262.2022.13(3).14.
7. Сарафанова А.Г., Сарафанов А.А. Теория и кейсы креативного туризма // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2022. №8(3). С. 54-64. DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-3-0-5.
8. Черевичко Т.В., Темякова Т.В. Креативный туризм и цифровизация общества // Известия Саратовского ун-та. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право. 2022. Т.22. №2. С. 145–151. DOI: 10.18500/1994-2540-2022-22-2-145-151.
9. Шабалина Н.В., Кудакеев А.Я., Шабалин А.Д. Роль креативных индустрий в развитии туристских дестинаций // Туризм и региональное развитие. 2022. №2(5). С. 24-39.
10. Howkins J. *The creative Economy*. NY: The penguin press, 2001. 288 p.
11. Richards G., Raymond C. *Creative Tourism* // Atlas News. 2000. №23. Pp. 16-21.

References

1. Anokhina, N. M., & Akhmedova, M. M. (2022). Razvitie programmogo turizma kak vazhnoj sostavlyayushchej kreativnoj industrii [Development of software tourism as an important component of the creative industry]. *Ekonomika i biznes: cifrovaya transformatsiya i perspektivy razvitiya [Economy and business: digital transformation and development prospects]*: Materials of the international scientific and practical conference. Moscow: ANO VO "Institute of Business and Design", 1, 232-240. (In Russ.).

2. Veinmeister, A. V., & Ivanova, I. V. (2017). «Kul'turnye industrii» i «kreativnye industrii»: granicy ponyatij [«Cultural Industries» and «Creative Industries»: the Concepts' Boundary]. *Mezhdunarodnyj zhurnal issledovanij kul'tury [International Journal of Cultural Research]*, 1(26), 38-48. (In Russ.).
3. Volkov, S. K. (2021). Turizm kak sektor kreativnoy ekonomiki [Tourism as a sector of the creative economy]. *Kreativnaya ekonomika [Creative economy]*, 15(5), 2153–2162. doi: 10.18334/ce.15.5.112027. (In Russ.).
4. Gushchina, E. G., & Tarabanova, E. V. (2022). Kreativnye industrii: novye vozmozhnosti dlya razvitiya rossijskikh gorodov i regionov [Creative industries: new capabilities for the development of russian cities and regions]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomika [Vestnik of Volgograd State University. Economics]*, 24(1), 91-104. doi: 10.15688/ek.jvolsu.2022.1.9. (In Russ.).
5. Klejman, A. A., & Babanchikova, O. A. (2011). Novaya paradigma razvitiya turizma v usloviyah kreativnoj ekonomiki [A new paradigm of tourism development in a creative economy]. *Vestnik nacional'noj akademii turizma [Bulletin of the National Academy of Tourism]*, 3(19), 9-13. (In Russ.).
6. Koroleva, I. B., & Sokolova, I. L. (2022). Kreativnye industrii v Rossii i mire: sostoyanie, tendencii i problemy upravleniya razvitiem [Creative industries in Russia and the world: state, trends and problems of development management]. *Baikal Research Journal*, 13(3). doi: 10.17150/2411-6262.2022.13(3).14. (In Russ.).
7. Sarafanova, A. G., & Sarafanov, A. A. (2022). Teoriya i kejsy kreativnogo turizma [The theory and cases of creative tourism]. *Nauchnyj rezul'tat. Tekhnologii biznesa i servisa [Research Result. Business and Service Technologies]*, 8(3), 54-64. doi: 10.18413/2408-9346-2022-8-3-0-5. (In Russ.).
8. Cherevichko, T. V., & Temyakova, T. V. (2022). Kreativnyj turizm i cifrovizaciya obshchestva [Creative tourism and digitalization of society]. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya: Ekonomika. Upravlenie. Pravo [Izvestiya of Saratov University. Economics. Management]*, 22(2), 145–151. doi: 10.18500/1994-2540-2022-22-2-145-151. (In Russ.).
9. Shabalina, N. V., & Kudakaev, A. Y., & Shabalin, A. D. (2022). Rol' kreativnykh industrij v razvitiit turistskikh destinacij [The role of creative industries in the development of tourist destinations]. *Turizm i regional'noe razvitie [Tourism and regional development]*, 2(5), 24-39. (In Russ.).
10. Howkins, J. (2001). *The creative Economy*. NY.: The penguin press.
11. Richards, G. W., & Raymond, C. (2000). Creative Tourism. *Atlas News*, 23, 16-20.