

КУМОВА Дарья Михайловна

Южный федеральный университет (Ростов-на-Дону, РФ)
преподаватель; e-mail: kumova@sfedu.ru

АНАЛИЗ ВНЕДРЕНИЯ КРЕАТИВНЫХ КЛАСТЕРОВ В СФЕРУ ТУРИЗМА НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

Креативные технологии оказывают прямое влияние на развитие цифровой экономики стран. Помимо данного фактора творческие индустрии оказывают положительный эффект на развитие туризма. Так согласно международным исследованиям, креативные отрасли влияют на рост туризма локально, а именно творческий контент, цифровой маркетинг формируют имидж туризма в регионах, снижается уровень модели традиционного туризма, тренд смещается на создание «уникального» продукта. При этом бизнес, инфраструктура и власти регионального уровня оказывают влияние на продвижение турпродукта. Значительные отличия во внедрении и функционировании креативных индустрий наблюдается в странах с развитой экономикой и развивающейся. В России креативные технологии изначально внедрялись как дотационные секторы. В Европе рассматриваемые индустрии выступали «ядром» создания инновационных продуктов на стыке творчества, информационных технологий и бизнеса. В статье проведён анализ внедрения креативных индустрий в России и за рубежом, изучен рейтинг инновационной и туристической привлекательности городов. Рассмотрены индексы инновационных городов. Представлена упрощённая модель взаимодействия творческой сферы с бизнесом, городской средой и туризмом. Проведён анализ возможности создания туристических креативных кластеров в Ростовской области, на основе уже созданных кластеров креативных индустрий. Рассмотрены креативные специализации, представленные в городах, которые являются центрами туризма. Представлена модель управления туристическим креативным кластером, на основе технологий искусственного интеллекта.

Ключевые слова: туризм, креативные технологии, туристический кластер, искусственный интеллект, инновации



Для цитирования: Кумова Д.М. Анализ внедрения креативных кластеров в сферу туризма на региональном уровне // Сервис в России и за рубежом. 2023. Т.17. №5. С. 87–95. DOI: 10.5281/zenodo.10426434.

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

UDC 332.1 EDN: POGAHL
DOI: 10.5281/zenodo.10426434

Daria M. KUMOVA

Southern Federal University (Rostov-on-Don, Russia)
Teacher; e-mail: kumova@sfedu.ru

ANALYZING THE IMPLEMENTATION OF CREATIVE CLUSTERS IN TOURISM AT THE REGIONAL LEVEL

Abstract. Creative technologies have a direct impact on the development of the digital economy of countries. In addition to this factor, creative industries have a positive effect on the tourism development. Thus, according to international studies, creative industries influence the growth of tourism locally, namely, creative content, digital marketing form the image of tourism in the regions. The level of the traditional tourism model is reduced, the trend is shifting to the creation of a “unique” product. At the same time, business, infrastructure and authorities at the regional level impact on the promoting the tourist product. Significant differences in the implementation and functioning of creative industries are observed in countries with developed and developing economies. In Russia, creative technologies were initially introduced as subsidized sectors. In Europe, the industries in question became the “core” of creating innovative products at the intersection of creativity, information technology and business. The article analyzes the introduction of creative industries in Russia and abroad, studies the rating of innovative and tourist attractiveness of cities. Indices of innovative cities are considered. A simplified model of interaction between the creative sphere and business, the urban environment and tourism is presented. An analysis of the possibility of creating tourist creative clusters in the Rostov region is based on already created clusters of creative industries. Creative specializations presented in cities that are centers of tourism are considered. The article presents a model for managing a tourist creative cluster based on artificial intelligence technologies.

Keywords: tourism, creative technologies, tourism cluster, artificial intelligence, innovation



Citation: Kumova, D. M. (2023). Analyzing the implementation of creative clusters in tourism at the regional level. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 17(5), 87–95. doi: 10.5281/zenodo.10426434. (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

Креативные индустрии вносят значительный вклад в экономику стран. По мнению Д. Хокинса данное взаимодействие между творческой сферой и цифровой экономикой выступает транзакцией творческих продуктов. В развитых странах креативные технологии вносят до 10% во вклад ВВП, способствуют формированию новых творческих профессий, продвижению культурных ценностей населения и развитию новых креативных услуг и продуктов, выступают в качестве факторов устойчивого развития. В докладе¹ ООН в 2017 г. было обозначено, что условия для развития человеческого капитала, защиты окружающей среды, снижения социального неравенства, формирования открытых обществ опираются на культуру и креативные индустрии. В России наблюдается другая модель внедрения креативных индустрий, они чаще всего рассматриваются как дотационный сектор.

Показатели, входящие в состав креативных индустрий, зависят от страны, в которой рассматривается отрасль. Так признанными показателями в большинстве стран являются: аудио и видео технологии, визуальные искусства, издательское дело и музыка.

Понятие «креативная индустрия» не имеет формального определения. Сложилось две трактовки понятия [1]. Первое основано на подходах ООН, второе вытекает из Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки². Основной упор в представленных источниках делается на капитализацию, коммерциализацию творческого содержания. При этом результат деятельности в первом случае – результат интеллектуальной деятельности, который может быть услугой или товаром прав интеллектуальной

собственности, во втором – товары и услуги, обладающие экономической ценностью.

Следует отметить, что за рубежом большой акцент делается на защиту интеллектуальных прав, при этом в России сфера защиты интеллектуальных прав не имеет узко специализированных нормативно-правовых охраняемых документов [2].

Анализ внедрения креативных индустрий в России и за рубежом

Внедрение инноваций в деятельность предприятий и развитие творческих направлений локально на определённых территориях или в городской среде повышает туристическую привлекательность в целом. Так по проведённым исследованиям НИУ ВШЭ был составлен рейтинг инновационной привлекательности городов (HSE GCII 2023)³ за 2022 г., основанный на комплексном подходе. Расчёт показателей представлен субиндексами: технологическое развитие, городская среда, креативные индустрии. Следует отметить, что атрибутом инновационной привлекательности выступает туризм. Атрибут представлен двумя показателями – международные гостиницы и культура, досуг и спорт. Так в рейтинге туристической привлекательности Париж занимает первое место, далее следуют Токио, Лондон, Шанхай, Москва, Пекин, Нью-Йорк, Осака, Хьюстон, Стамбул.

В странах с развитой экономикой активно используются меры государственной поддержки креативных индустрий в долгосрочном периоде. В России принята Концепция по развитию и поддержке творческих индустрий. Основные цели направлены на предоставление возможностей для развития талантов, успешное развитие бизнеса и достойную оплату труда, а также цифровую трансформацию.

¹ Progress towards the Sustainable Development Goals. Report of the Secretary-General. URL: secretary-general-sdg-report-2018--EN.pdf (un.org) (Дата обращения: 01.07.2023).

² Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 г.

³ Рейтинг инновационной привлекательности мировых городов 2023 / В.О. Боос, Л.М. Гохберг, Е.А. Иванова и др.; под ред. Л.М. Гохберга, Е.С. Куценко; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: НИУ ВШЭ, 2023. 316 с.

С целью анализа внедрения креативных индустрий, автором был проведён анализ инновационной привлекательности пяти городов

(Лондон, Сингапур, Токио, Москва, Санкт-Петербург) на основе рейтинга HSE GCII 2023. Данные представлены в табл. 1.

Таблица 1 – Рейтинг инновационной привлекательности городов

	Лондон	Сингапур	Токио	Москва	С.-Петербург
Инновационная привлекательность	1	22	3	10	82
Технологическое развитие	5	20	3	7	104
Технологические компании	8	61	2	111	147–200
Венчурный бизнес	3	10	11	29	142
Университеты и исследовательские организации	2	12	7	11	83
Продуктивность инновационного класса	19	28	6	22	61
Инфраструктура инноваций	19	57	3	1	101–108
Креативные индустрии	1	56	5	15	94
Кино и анимация	3	49–51	4	24	33
Игровая индустрия	3	84	5	59–60	101–109
Музыка	1	75–200	30–34	11	52–64
Мода	2	75–79	6	52	102–128
Реклама и пиар-индустрия	2	60–67	27	6	60–67
Искусство	2	30	7	19	86–117
Городская среда	2	3	29	7	57
Доступность организации бизнеса	89	30	166	5	4
Доступность жизни в городе	182	176	124	72	46
Мобильность	3	83	69	25	147
Безопасность	27	6	80	39	66
Туристическая привлекательность	3	45	2	5	18
Интернационализация	4	3	60	108	141

В рейтинге инновационной привлекательности г. Москва занимает 10 место, на первой позиции – Лондон. Он же занимает первую строчку в рейтинге по креативным индустриям, но по инфраструктуре инноваций – 19 место, при этом на первом месте по данному субпоказателю расположена г. Москва. Стоит отметить, что Москва занимает пятое место по доступности организации бизнеса и туристической привлекательности.

Значительно отстаёт по инновационной привлекательности г. Санкт-Петербург, однако в отечественном рейтинге город расположен на втором месте после Москвы [3, 4]. Отсутствие достаточных мер государственной поддержки креативных индустрий на региональном уровне влияет на степень развития инновационного развития. Применяются адресные меры поддержки на системной основе. Это выступает инструментом замедления оттока

молодых кадров и капитала, продвигает отечественные креативные продукты на зарубежные рынки. Политика строится на семи принципах: баланс, экосистемный подход, инвариантность поддержки, координация, стимулирование роста инвестиций, преемственность и инновации, локализация.

Принцип инвариантной поддержки направлен на доступность механизмов поддержки для всех – самозанятые, индивидуальные предприниматели, коммерческие и некоммерческие организации.

Сохранение регионального творческого предпринимательства при расширении рынка и выходе на новые площадки закреплено в принципе по локализации.

Не смотря на закрепление рассмотренных принципов, на территории страны наблюдается неравномерное распределение креативных секторов в городах и регионах,

которые можно разделить на локальные, инвестиционные, творческие инкубаторы, творческое предпринимательство и экосистему творческих индустрий.

В локальных выделяют «культурное ядро», в состав которого входят музеи, библиотеки, деятельность издательств и исполнительские искусства. Представленные объекты имеют тесную связь с культурой и в большей степени не имеют коммерческой составляющей. Инвестиционные, творческие кластеры развиваются, как правило, только в тесной взаимосвязи с идентичными представителями бизнеса.

Немаловажное значение в развитии индустрий в регионах является разнообразие творческих специализаций. Чем больше их, тем выше уровень развития креативных индустрий и выше уровень инновационной привлекательности. Учёт особенностей экономики региона, исторических объектов и культурного наследия позволяет формировать структуру взаимодействия креативных отраслей со сферой туризма и гостеприимства [5].

Создание креативных кластеров в туризме на региональном уровне

Кластеры выступают эффективным инструментом формирования экономики в регионах, благоприятно воздействуют на территорию своего присутствия. Резиденты и сектора творческих сфер функционируют под единым брендом.

Мультифункциональность является специфической характеристикой креативного кластера. Взаимодействие предприятий из разных отраслей с субъектами креативных индустрий приводит к созданию устойчивых связей, стартапов, творческих проектов, новых продуктов и услуг.

В регионах для развития и продвижения туристического бренда локально формируют кластеры [6, 7]. Однако ключевым фактором для успешного функционирования кластера является наличие инноваций. При формировании креативных кластеров в туризме доступное инновационное пространство является драйвером инновационного развития (рис. 1).



Рис. 1 – Упрощённая структура модели взаимодействия кластеров креативных индустрий и туризма [8, 9]

Учёные в работах [9] выделяют ряд возможных положительных изменений при инновационном развитии:

- изменение туристического профиля региона,

- продвижение туристического бренда,
- создание локальных «уникальных» продуктов, на основе имеющихся ресурсов,
- разработка мобильных туристических путеводителей, рекомендательных систем

для туристов,

- привлечение инвестиций,
- создание устойчивых взаимосвязей между творческими пространствами, точками питания и субъектами туризма.

Именно творческая деятельность в совокупности с инновациями формирует картину туристической привлекательности, выступает местом притяжения специалистов творческих направлений.

К барьерам для внедрения креативных индустрий в регионах можно отнести:

- отсутствие нормативно-правых документов, регулирующих деятельность креативных индустрий;

– низкий уровень квалификации специалистов;

- недостаточное понимание процессов работы платформ интеллектуальной собственности.

Автором рассмотрена Ростовская область, в которой создано два креативных кластера, при этом регион занимает 22-е место в Рейтинге субъектов РФ по приближённой оценке вклада креативных индустрий в ВРП и числу креативных кластеров. В табл. 2 приведены данные кластеров, расположенные в г. Ростове-на-Дону.

Таблица 2 – Креативные кластеры в г. Ростов-на-Дону⁴

Параметры характеристики		Кластеры	Культурно-деловой центр «Кластер С52»	Пространство «Табачка. Центр»
Услуги	сдача в аренду помещений резидентам		+	+
	оказание услуг содержанию помещений резидентов (уборка, ремонт, охрана)		+	+
	сдача в аренду шеринговой инфраструктуры		+	+
	сдача в аренду оборудования		+	+
	организация и проведение мероприятий		+	+
	проведение совместных мероприятий с резидентами		+	+
Шеринговая инфраструктура	кинозал-лекторий		+	-
	эксплуатируемая крыша		+	-
	эвент холл		+	+
	эвент двор		+	-
	производственный коворкинг		-	+
Резиденты			36	169
Резиденты по укрупнённым видам деятельности, ед.	питание (кафе, бар, ресторан и т.п.)		5	19
	производства и мастерские		4	6
	развлечения, досуг, саморазвитие, спорт		2	19
	услуги		14	97
	торговля (магазины, шоу-румы, интернет-магазины)		9	13
	образование (школы, вузы, курсы)		1	15

Креативный кластер «Табачка.Центр» в большей степени соответствует по характеристикам для создания устойчивых связей между пространством и субъектами туризма. Так наличие точек общественного питания, досуга, мест для проведения мероприятий может способствовать развитию делового туризма, наличие резидентов из сферы образования и

мастерских – научно-популярному туризму.

Однако следует отметить, что в регионе присутствует также крупные туристские центры в городах: Таганрог, Азов, Новочеркасск. Далее представлены коэффициенты креативных специализаций по крупным городам области (табл. 3).

Так, например, г. Таганрог занимает первое

⁴ Атлас креативных кластеров Российской Федерации. 2023. 614 с.

место по количеству ИТ-компаний и экспорту программного обеспечения в Ростовской области, имеет богатое историческое наследие, но туристическая привлекательность с позиции креативности на недостаточном уровне. Однако при активном взаимодействии бизнеса, ИТ-компаний, администрации города возможно создание новых туристических направлений и экскурсий.

Таблица 3 – Коэффициенты креативных специализаций Ростовской области⁵

	Ростов-на-Дону	Таганрог	Новочеркасск
Архитектура	> 1	< 0,5	0,5 – 0,7
Дизайн	0,7 - 1,0	0,7 - 1,0	< 0,5
Звукозапись	0,7 - 1,0	0,5 - 0,7	< 0,5
Издательская деятельность	0,7 - 1,0	0,5 - 0,7	0,5 - 0,7
Исполнительские искусства	0,7 - 1,0	0,7 - 1,0	0,7 - 1,0
ИТ и видеоигры	0,7 - 1,0	> 1	< 0,5
Музеи, библиотеки	0,7 - 1,0	> 1	> 1
Фотография	> 1	> 1	0,7 - 1,0
Художественное творчество	< 0,5	> 1	< 0,5
Ювелирное дело	< 0,5	> 1	0,5 - 0,7

При создании туристического креативного кластера можно руководствоваться моделью системы управления «Tourism Cloud», которая применяется к локациям с высоким туристическим потенциалом. Модель основана на сопоставлении, обработки и оценки внешней и внутренней среды, рассматриваемой локации [9]. Либо провести моделирование процессов в системе.

В сфере искусственного интеллекта наиболее популярны методы роевого поведения при моделировании «жизненных» этапов систем. В качестве примера приедем метод функционирования системы в режиме реального времени.

При математическом моделировании взаимодействия всех участников кластера на начальном этапе можно рассматривать структуру как экосистему с иерархией, разделив на уровни и на биологические и небологические факторы [10, 11].

Биологические факторы представляем объектами туристического показа, достопримечательностями, поставщиками, потребителями, предприятиями посредниками, органами государственной власти, инвесторами, сообществами и ассоциациями.

Политические, социокультурные, демографические, климатические экологические факторы представляем, как факторы небологической природы. Таким образом, субъекты рассматриваемой экосистемы выступают «живыми» системами, а всевозможные риски как внешний объект-раздражитель. Следовательно, при входе инородного объекта в систему, система вырабатывает защитный способ поведения, стремясь вернуться в исходное комфортное состояние. При этом на этапах моделирования возможно отражение эволюции экосистемы, таким образом мы можем задавать значение как благоприятные для функционирования системы, так и критические, с целью прогнозирования всевозможных вариантов функционирования системы.

Заключение

Креативные технологии и индустрии оказывают положительное влияние на развитие цифровой экономики и способствуют формированию нового вида предпринимательства – креативного, повышают туристическую привлекательность регионов, формируют новые привычки потребления «креативных» туристских продуктов. Предприятия малого и среднего бизнеса в большей степени заинтересованы в развитии креативных индустрий. Разнообразие отраслей креативных технологий формирует портрет креативных кластеров. Однако в большинстве случаев индустрии ориентированы на локальное потребление и внутренний рынок.

Формирование экосистемы туристского творческого кластера затрагивает не только экономическую сферу, но также образование (подготовка кадров) и популяризацию творческих профессий среди молодежи.

⁵ Креативные специализации российских городов. Научный дайджест. Спецвыпуск. 2022.

Полезным инструментом при анализе внедрения креативного кластера в сферу туризма являются методы эволюционного и генетического вычислений. Так как при слиянии туристического кластера с отраслями креативных индустрий важно не только рассчитать

экономическую выгоду, но также с применением инструментов искусственного интеллекта смоделировать возможные прогнозы развития кластера, изучить тренды и предпочтения туристов, точки притяжения с целью совершенствования стратегии развития туризма в регионе.

Список источников

1. Бокова А.В. Креативные индустрии: административный и научный подходы к определению понятия // Вестник Томского гос. ун-та. 2014. 389. С. 98-101.
2. Лавриненко А.С. Актуальные вопросы государственного регулирования творческих индустрий // Вопросы государственного и муниципального управления. 2015. №4. С. 135-159.
3. Коргожа Н.С. Креативные индустрии как фактор развития городской культурной среды // Труды Санкт-Петербургского гос. ин-та культуры. 2018. №216. С. 79-84.
4. Гизатуллина О.М. Система показателей для оценки туристической деятельности в РФ // Экономические науки. 2021. №8(201). С. 169-174. DOI: 10.14451/1.201.169.
5. Молчанов И.Н. Творческие индустрии: механизмы развития человеческого потенциала // Экономика. Налоги. Право. 2022. №2(15). С. 52-62. DOI: 10.26794/1999-849X-2022-15-2-52-62.
6. Бенидзе К.С. Кластерный подход в развитии сферы туризма // Российское предпринимательство. 2017. №18(6). С. 895-908.
7. Стасев М.А., Кумова Д.М. Кластерный подход к системе экономической безопасности туризма // Journal of Economic Regulation (Вопросы регулирования экономики). 2022. №3(13). С. 65-72. DOI: 10.17835/2078-5429.2022.13.3.065-072.
8. Kiroff L. The Power of Place: A Case Study of Auckland's Design Creative Industries // Urban Studies Research. 2017. DOI: 10.1155/2017/8952965.
9. Fang Y., Xiong Y., Jincheng Z., Xinli Z., Ruihua Z., Ebuka I. Tourism cloud management system: the impact of smart tourism // Journal of Cloud Computing: Advances, Systems and Applications. 2022. Vol.11. Iss.1. DOI: 10.1186/s13677-022-00316-3.
10. Jia R., Tang X., Eldosoky M.A. An Empirical Study on the Evolutionary Mechanism of Tourism Enterprises in Computer System Data Analysis // In book: Cyber Security Intelligence and Analytics. 2022. Pp.3-11. DOI: 10.1007/978-3-030-97874-7_1.
11. Edi Noersasongko, Fenty Tristanti Julfia, Abdul Syukur, Purwanto, Ricardus Anggi Pramunendar, Catur Supriyanto. A Tourism Arrival Forecasting using Genetic Algorithm based Neural Network // Indian Journal of Science and Technology. 2016. Vol.9. Iss.4. DOI: 10.17485/ijst/2016/v9i4/78722.

References

1. Bokova, A. V. (2014). Kreativnye industrii: administrativnyj i nauchnyj podhody k opredeleniyu ponyatiya [Creative industries: administrative and academic approaches to the definition]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta [Vestnik of Tomsk State University]*, 389, 98-101. (In Russ.).
2. Lavrinenko, A. S. (2015). Aktualnye voprosy gosudarstvennogo regulirovaniya tvorcheskih industrij [Topical issues of state regulation of creative industries]. *Voprosy gosudarstvennogo i municipalnogo upravleniya [Public Administration Issues]*, 4, 135-159. (In Russ.).
3. Korgozha, N. S. (2018). Kreativnye industrii kak faktor razvitiya gorodskoj kulturnoj sredy [Creative industries as a factor in the development of the urban cultural environment]. *Trudy Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo instituta kultury [Proceedings of the St. Petersburg State Institute of Culture]*, 216, 79-84. (In Russ.).

4. Gizatullina, O. M. (2021). Sistema pokazatelej dlya ocenki turisticheckoj deyatel'nosti v RF [The system of indicators for evaluating tourist activity in the Russian Federation]. *Ekonomicheskie nauki [Economic Sciences]*, 8(201), 169-174. doi: 10.14451/1.201.169. (In Russ.).
5. Molchanov, I. N. (2022). Tvorcheskie industrii: mehanizmy razvitiya chelovecheskogo potentsiala [Creative industries: mechanisms of human potential development]. *Ekonomika. Nalogi. Pravo [Economy. Taxes. Law]*, 2(15), 52-62. doi: 10.26794/1999-849X-2022-15-2-52-62. (In Russ.).
6. Benidze, K. S. (2017). Klasternyj podhod v razvitiy sfery turizma [Cluster approach in the development of tourism]. *Rossijskoe predprinimatel'stvo [Russian Entrepreneurship]*, 18(6), 895-908. (In Russ.).
7. Stasev, M. A., & Kumova, D. M. (2022). Klasternyj podhod k sisteme ekonomicheskoj bezopasnosti turizma [Cluster approach to the economic system tourism security]. *Journal of Economic Regulation*, 3(13), 65-72. doi: 10.17835/2078-5429.2022.13.3.065-072. (In Russ.).
8. Kiroff, L. (2017). The Power of Place: A Case Study of Auckland's Design Creative Industries. *Urban Studies Research*. doi: 10.1155/2017/8952965.
9. Fang, Y., Xiong, Y., Jincheng, Z., Xinli, Z., Ruihua, Z., & Ebuka, I. (2022). Tourism cloud management system: the impact of smart tourism. *Journal of Cloud Computing: Advances, Systems and Applications*, 11(1). doi: 10.1186/s13677-022-00316-3.
10. Jia, R., Tang, X., & Eldosoky, M. A. (2022). An Empirical Study on the Evolutionary Mechanism of Tourism Enterprises in Computer System Data Analysis. In book: *Cyber Security Intelligence and Analytics*, 3-11. doi: 10.1007/978-3-030-97874-7_1.
11. Edi Noersasongko, Fenty Trisanti Julfia, Abdul Syukur, Purwanto, Ricardus Anggi Pramunendar, & Catur Supriyanto (2016). A Tourism Arrival Forecasting using Genetic Algorithm based Neural Network. *Indian Journal of Science and Technology*, 9(4). doi: 10.17485/ijst/2016/v9i4/78722.