

ХАНИНА Анна Владимировна

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

РАЗВИТИЕ КРЕАТИВНОГО ТУРИЗМА В РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

В статье рассматривается актуальный вопрос развития креативного туризма в Российской Федерации, проводится комплексный анализ понятия «креативного туризма», в контексте развития экономики впечатлений и креативной экономики и проводится рассмотрение потенциала развития креативного туризма в Ростовской области, как драйвера развития человеческого капитала и самой дестинации, в рамках которой и развивается креативный туризм. В качестве гипотезы исследования автором предполагается убеждение, креативная компонента в туризме в настоящее время является драйвером развития небольших территорий, не имеющих большого числа исторических и культурных ценностей, а также активизации коренного населения и развитию человеческого капитала, а также мощным импульсом развития внутреннего туризма. В связи со сложной геополитической обстановкой, в которой находится Российская Федерация уже несколько лет подряд, начиная с пандемии коронавирусной инфекции, а позднее и с чередой санкций и специальной военной операции, сфера туризма претерпела значительные изменения. Основой данного исследования стала информация о развитии креативных индустрий и креативной экономики, которые являются основополагающими для развития креативного туризма. В статье представлены результаты ретроспективного анализа развития понятия креативный туризм, процесс его становления в контексте развития экономики впечатлений, а также креативных индустрий, отражены имеющиеся данные о текущем состоянии развития креативного туризма в России, а также результаты анализа возможностей Ростовской области для развития креативного туризма.

Ключевые слова: креативный туризм, креативная экономика, туризм, экономика впечатлений, креативные индустрии, творчество, креативность



Для цитирования: Ханина А.В. Развитие креативного туризма в Ростовской области // Сервис в России и за рубежом. 2023. Т.17. №5. С. 125–133. DOI: 10.5281/zenodo.10428506.

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

UDC 338.48 EDN: VMKRKK
DOI: 10.5281/zenodo.10428506

Anna V. KHANINA

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

CREATIVE TOURISM DEVELOPMENT IN ROSTOV REGION

Abstract. *The article deals with the topical issue of the creative tourism development in the Russian Federation. The author analyzes the concept of "creative tourism" in the development of the creative economy and the experience economy, its potential for the Rostov region development. Creative tourism is an impetus for developing human capital and the territory. As a hypothesis of the research, the author assumes that the creative component in tourism is currently the driver for small territories that do not have a large number of historical and cultural resources, as well as the activation of the indigenous population and human potential, as well as a powerful impetus for the domestic tourism development. Due to the difficult geopolitical situation in which the Russian Federation has been for several years, starting with the coronavirus pandemic, and later with a series of sanctions and a special military operation, the tourism sector has undergone significant changes. The basis of this study was information about the development of creative industries and the creative economy, which are fundamental for the development of creative tourism. The article presents the results of a retrospective analysis of the developing the concept of creative tourism, the process of its formation in the context of the development of the experience economy, as well as creative industries. The study reflects the available data on the current state of creative tourism in Russia and results of the analysis of the opportunities of Rostov region for the development of creative tourism.*

Keywords: *creative tourism, creative economy, tourism, experience economy, creative industries, creativity*



Citation: Khanina, A. V. (2023). Creative tourism development in Rostov region. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 17(5), 125–133. doi: 10.5281/zenodo.10428506. (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

Понятие креативности сегодня не является только лишь уделом искусства и творчества. Всё чаще понятие «креативный» приписывается регионам, хозяйствующим субъектам, да и экономике в целом. Термин «креативная экономика» появился в научном обороте в кон. XX в., под которым понимался такой тип экономики, основывающийся на капитализации интеллектуальной собственности в различных областях деятельности. Базисом креативной экономики стали креативные индустрии [6]. В 1998 г. Департамент культуры, медиа и спорта Великобритании дал первую официальную трактовку понятия креативных индустрий, определяющихся как виды экономической деятельности, основывающиеся на индивидуальных творческих способностях, различных навыках и талантов, которые можно использовать в процессе создания новых рабочих мест или добавленной стоимости к уже имеющимся товарам или услугам¹. Основными креативными индустриями называют промышленный дизайн, моду, кино, телевидение и музыку, а также различные ремесла и архитектуру и т.п. Многие развитые страны отмечают высокий вклад креативных индустрий в ВВП, так, например Австралия декларирует 5,7% креативных индустрий в ВВП, Великобритания – 5,5%, Китай – 4,2%.

Большинство стран вкладывают большое количество средств в развитие и поддержку экономического потенциала своих граждан, а некоторые уже подготовили и начали реализовывать специально разработанные экономические стратегии, направленные на мировое лидерство в креативных индустриях.

В научной литературе сегодня можно встретить модель креативности 4Р, данная модель объединяет исследование в области креативности по четырём направлениям: креативная личность, креативный процесс, креативный продукт и креативная среда [4].

Наиболее важным для развития туристической индустрии среди этих 4 элементов выделяют креативную среду, так как наиболее эффективно креативный туризм и креативная экономика может активно развиваться только в том месте, где созданы необходимые условия для креативного развития. Креативная среда должна иметь 3 основных характеристики, по мнению Р. Флориды – технологии, талант и толерантность [1]. Процесс изучения креативной среды лучше проводить в разрезе разных уровней: креативный макрорегион, креативный город, креативная деревня и кластер.

В современном мире имеется огромный потенциал для развития территорий, обладающих культурой, историческими ценностями и креативностью. В некоторых городах формируются и активно развиваются креативные индустрии, которые вносят значительный вклад в развитие экономики региона, а также привлекают туристов. ЮНЕСКО сформировала перечень творческих городов по всему миру. На данный момент в этот престижный перечень ЮНЕСКО входят 295 городов из более чем 80 стран мира, в том числе четыре российских города – Ульяновск, Казань, Каргополь и Санкт-Петербург. Снова отбирать кандидатов, которые могут быть включены в перечень будут в этом году. Ульяновск первым вошёл в список ЮНЕСКО в номинации «Литература» в 2015 г., в 2019 г. список дополнили Казань в категории «Музыка» и Каргополь по номинации «Народное творчество», а в 2021 г. к перечню добавился Санкт-Петербург в номинации «Гастрономия»².

Стремительный переход от традиционной модели оказания услуг туристам к креативному туризму связан с постоянно растущей конкуренцией между территориями за туристов, а последние события активно подстегнули и рост внутреннего туризма и, как следствие, конкуренцию между регионами. Массовый туризм по стандартным направлениям

¹ Картотека: креативная экономика. Как творческие люди увеличивают ВВП страны.
URL: <https://iq.hse.ru/news/468958882.html?ysclid=lki9j9fzma149122134>

² Сеть творческих городов ЮНЕСКО URL: <http://unesco.ru/activity/ccn/?ysclid=lkmggu60gu376804227>

интересует туристов все меньше. Современный турист хочет погружаться в культуру региона или страны пребывания, стать непосредственным участником событий, а традиционные объекты показа должны показать себя с новой стороны.

Сегодня креативный туризм является достаточно новым направлением туризма, который посвящён в первую очередь формированию самобытности местонахождения туриста через раскрытие этнического своеобразия региона пребывания, в частности через совместное творчество местных жителей и путешественников [6].

Главной целью настоящего исследования стал анализ понятия креативного туризма, как драйвера развития экономики региона, а также изучение потенциала Южного федерального округа в контексте развития креативного туризма в регионе.

Важными первоисточниками, формирующими основу настоящего исследования были определены: нормативные документы, такие как «Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года»³, «Стратегия развития туризма в России до 2035 года»⁴, Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства»⁵, Национальный проект «Культура»⁶, Распоряжение Правительства РФ об утверждении «Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года»⁷. Кроме нормативных документов, в работе были использованы периодические издания, статьи и монографии, посвящённые проблемам развития креативного туризма и

креативной экономики в России и за её пределами. Статистическая информация была получена из отчётов, размещённых в официальных источниках.

Говоря о методах исследования, то автор использовал классический литературный обзор, а также методы сравнения и обобщения. Теоретическая значимость работы может быть заключена в изучении ключевых аспектов становления и развития креативного туризма в контексте формирования креативной экономики. Практическая часть работы посвящена изучению возможностей организации креативного туризма в Ростовской области.

Анализ понятия «креативный туризм»

Как уже было обозначено ранее понятие «креативный туризм» появилось из понятия «креативная экономика». Чтобы найти причинно-следственную связь автором предложено проанализировать трактовки данных понятий, предлагаемые различными учёными.

Креативная экономика помогает сформировать дополнительные доходы и рабочие места, посредством создания уникального продукта, основанного на творческих способностях индивидов, помимо этого креативная экономика помогает с социальной адаптацией, а также с развитием культурного многообразия людей. К креативной экономике обычно относят социальные, культурные и экономические аспекты деятельности, а также интеллектуальную собственность и технологическое развитие [5].

В состав креативной экономики входит несколько категорий, отражённых на рис. 1.

В настоящее время именно креативная экономика способствует инновационному развитию, формированию новых идей и перспек-

³ «Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года»: Утв. Расп-м Прав-ва РФ от 13.02.2019 №207-р. URL: <http://static.government.ru/media/files/UVAIqUtT08o60RktoOXI22JjAe7irNxc.pdf>

⁴ «Стратегия развития туризма в России до 2035 года»: Утв. Расп-ем Прав-ва РФ от 20.09.2019 №2129-р. URL: <http://government.ru/docs/37906/>

⁵ Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства». URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions/turizm/nacionalnyy_proekt_turizm_i_industriya_gostepriimstva/?ysclid=lkmgddo6i19693081

⁶ Национальный проект «Культура». URL: <https://culture.gov.ru/about/national-project/about-project/>

⁷ Расп-е Прав-ва РФ от 20.09.2021 №2613-р. URL: <http://government.ru/docs/all/136723/>

тивных направлений. Под креативным классом понимается категория людей, занятых в творческих и научных сферах деятельности, характеризующихся нестандартным мышлением, готовых создавать что-то новое. Другими словами, креативный класс – это человеческий капитал.



Рис. 1 – Компоненты креативной экономики

К креативным индустриям относятся отрасли экономики, которые производят материальные товары, а также оказывают нематериальные услуги интеллектуального или культурного характера.

Креативные индустрии – это отрасли экономики, производящие материальные товары и нематериальные интеллектуальные или культурные услуги. И, наконец, креативный город – это метод городского планирования, дающий людям возможность действовать и творчески мыслить, делая города максимально жизнеспособными [7].

Таким образом, креативная экономика затронула, по сути, и стандартные средства производства труд, землю и капитал, превратив их при этом в креативный класс, креативные индустрии и креативный город.

Туризм является неотъемлемой частью экономики большинства городов и регионов

России. В связи с последними событиями, происходящими в мире, роль внутреннего туризма значительно возросла, это подчёркивают не только научные исследования, но и статистические данные.

По итогам 2022 г. внутренний туризм в России составил 68,5 млн чел., а по прогнозам экспертов по итогам 2023 г. может вырасти на 5% до 72 млн чел.⁸ Самый большой прирост турпотока в 2022 г. наблюдался в Московской области, Санкт-Петербурге, Дагестане, Иркутской области и Республике Крым. Всего же туристские потоки распределились следующим образом (рис. 2).



Рис. 2 – Внутренний туристский поток в отдельных регионах РФ в 2022 г., млн чел.⁹

Как видно из рис. 2 и анализа прироста, внутренний турпоток в России в 2022 г. демонстрирует значительные темпы роста. Доля участия туроператоров на внутреннем рынке демонстрирует рост второй год подряд, в 2022 г. выросла почти с 23% до 30%, а большинство регионов по объёмам турпотока наконец превазошли уровень доковидного 2019 года⁹.

Именно поэтому регионам необходимо разрабатывать новые маршруты, новые точки притяжения для внутренних туристов. Здесь как раз и необходим креативный туризм. Впервые

⁸ В РСТ прогнозируют рост внутреннего туризма в 2023 году на 5%.

URL: <https://tass.ru/ekonomika/17603637?ysclid=iktgo6afqp398142591>

⁹ АТОР подвела предварительные итоги туристического 2022 года.

URL: <https://www.atorus.ru/node/50839?ysclid=iktgpu2ykn775495612>

понятие креативного туризма представили Г. Ричардс и Реймонд [2], которые говорили о том, что креативный туризм – это путешествия, в результате которых происходит активное развитие творческого потенциала туристов за счёт обучения навыкам, ремёслам в месте отдыха.

М. Смит [3] дал 3 варианта сущности креативного туризма, представленные на рис. 3.

Ещё одним важным фактором для развития креативного туризма становится тот факт, что он не зависит от наличия объектов культурного наследия в регионе или иных культурных ценностей. Регионы могут самостоятельно создать творческую и креативную инфраструктуру

с целью привлечения туристов, некоторые территории формируют легенды, создают необычные и оригинальные фестивали, которые привлекают большое число посетителей. Сегодня к креативному туризму можно отнести событийный туризм, экстремальный туризм и туризм катастроф, промышленный туризм, сельский и экотуризм, путешествие по следам гермов фильмов, сказок и т.п.

Современные туристы уже не готовы потреблять стандартные истории, бродить по местам с открыток из путеводителя, им нужно что-то нестандартное, необычное, как раз креативное.

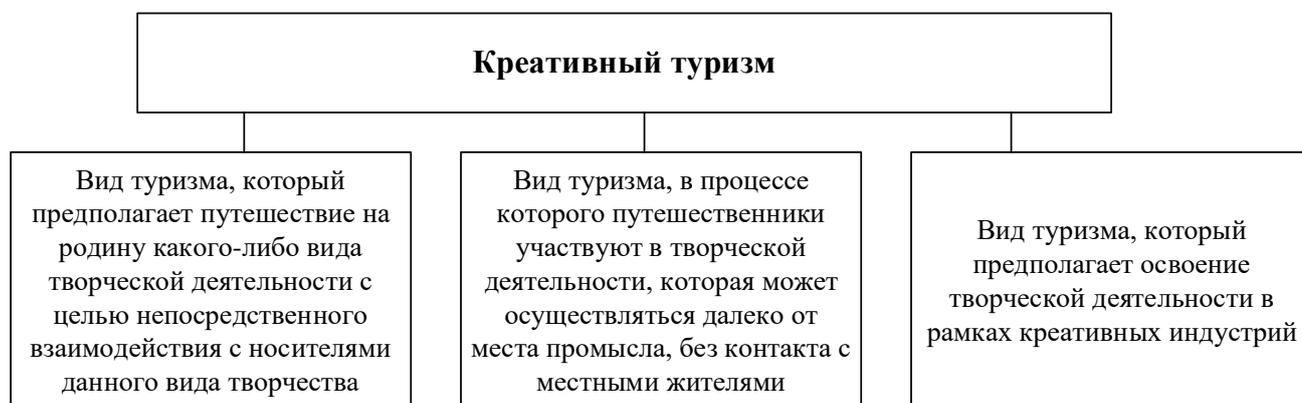


Рис. 3 – Сущность креативного туризма по М. Смицу [3]

Практика креативного туризма в Ростовской области

Ростовская область, как и остальные регионы России, имеет свой колорит и свою специфику, которую можно охарактеризовать брендом области – Вольный Дон. К тому же, Ростовская область имеет свои туристические особенности, большинство туристов посещают область проездом, по дороге на Юг в Крым или Краснодарский край, или же приезжают исключительно на выходные. Именно данные факторы и являются основными для развития туризма в области, и именно креативный туризм, в виде фестивалей выходного дня, событийных мероприятий, различных выставок и

мастер-классов и т.д. должен стать драйвером привлечения туристов в Ростовскую область.

Если обратиться к статистике, то основной турпоток туристов, направляющихся в республику Крым, формируют автотуристы, на их долю приходится до 70–80% всех заездов¹⁰. В 2022 г. в Крыму побывало 6 534 тыс. туристов¹¹, если учитывать, что больше половины из них прибыло на личном транспорте, то при грубых подсчётах можно сказать, что транзитом через Ростовскую область проехало порядка 3 млн. туристов. Безусловно, некоторые туристы едут целенаправленно в пункт назначения, а некоторые не прочь по пути посетить и иные регионы России, именно на них и

¹⁰ В АТОР назвали долю туристов, которые едут в Крым на своём транспорте.

URL: <https://1prime.ru/transport/20230717/841102150.html?ysclid=lkv6i9yj41350460699>

¹¹ В Крыму подсчитали, сколько туристов принял полуостров в 2022 году.

<https://ria.ru/20230109/krym-1843673729.html?ysclid=lkv6lr7aza43761266>

необходимо ориентироваться при развитии креативного туризма.

В настоящее время область активно развивает и позиционирует бренд «Вольный Дон», а вместе с ним и историю донского казачества, историю ремёсел и различных исторических событий, которые происходили в разные века. Например, фестивали «Осада Азова» или «Оборона Таганрога» – крупнейшие событийные мероприятия в регионе.

Военно-исторический фестиваль «Осада Азова» в течение 18 лет собирает любителей посмотреть на реконструкцию Азовского осадного сидения. Ежегодно фестиваль посещают порядка 10 тыс. чел. Главной темой фестиваля стало известное Азовское осадное сидение донских казаков 1641 года. Фестиваль повествует о героическом противостоянии донских казаков и турецкой армии. Порядка 30 военно-исторических клубов принимают участие в реконструкции сражений турок и казаков¹². Помимо самой реконструкции на фестивале работают ремесленные мастер-классы, выступают творческие коллективы, местные кулинары готовят традиционные донские блюда, организуются колоритные фотозоны.



Рис. 4 – Фестиваль «Осада Азова»¹³

Военно-исторический фестиваль-реконструкция «Оборона Таганрога 1855 года».

Традиционные военно-исторический фестиваль с демонстрацией сражений как на суше, так и на воде. Фестиваль показывает события, которые разворачивались в Таганроге во время Крымской войны, так как англичане и французы в тот период трижды хотели захватить город. Во время обороны Таганрога в 1855 г. жители города показали пример истинного мужества и самоотверженности.



Рис. 5 – Фестиваль «Оборона Таганрога»¹⁴

Помимо реконструкций военно-исторических событий, в регионе активно развивается экотуризм. Благодаря удачному расположению на Юге России в Ростовской области функционирует несколько крупных виноделен, которые приглашают на экскурсии, различные мастер-классы и тематические лекции, а также био-хутор Петровский, который в 2023 г. будет проводить масштабный экофестиваль, а помимо прочего активно популяризирует сельский туризм. Именно в био-хуторе туристы смогут испечь хлеб самостоятельно, собрать урожай, прокатиться на тракторе, послушать истории про деревенскую жизнь и, конечно, приобрести фермерские продукты.

Безусловно, данные мероприятия являются лишь частью от потенциала Ростовской

¹² Азовское осадное сидение 5 августа 2023: полная программа военно-исторического фестиваля. URL: <https://www.rostov.kp.ru/daily/27529/4795025/>

¹³ Фестиваль «Осада Азова» отменили из-за ухудшения ситуации с коронавирусом. URL: <https://cityreporter.ru/festival-osada-azova-otmenili-iz-za-uhudsheniya-situatsii-s-koronavirusom/>

¹⁴ Фестиваль «Оборона Таганрога 1855». URL: <http://fotokto.ru/photo/view/6307010.html>

области в контексте развития креативного туризма. В области имеется ещё огромное количество разнообразных мест, которые, при правильном позиционировании зазвучат для туриста по-новому. Реализация креативного туризма является хорошей стратегией

повышения туристского потока в таком транзитном регионе, как Ростовская область, ведь ключевой особенностью такого вида туризма является тесное взаимодействие между людьми, что отлично сочетается с южным гостеприимством.



Рис. 6 – Био-Хутор Петровский¹⁵

Заключение

В настоящее время туризм является важной отраслью российской экономики. Все чаще регионы заявляют туризм в качестве приоритетного направления для развития региона. Однако традиционные туристические ресурсы на сегодняшний день не так привлекают современного туриста. В исследовании автор подчёркивает, что растёт важность креативной составляющей для создания туристских маршрутов.

Конкурентоспособность региону теперь могут обеспечить не только наличие значимых достопримечательностей, таких как Кремль или Эрмитаж, например, но и совсем незначительных объектов, вокруг которых можно сложить целую историю. Например, в Ростовской области после съёмок фильма «Смотритель

маяка» остались декорации – маяк на берегу моря, в течение нескольких лет он стал сначала местной, а потом и всероссийской достопримечательностью, туристы едут к маяку, чтобы насладиться закатом, провести фотосессию, отдохнуть в оборудованных беседках и т.п.

Именно креативный подход к формированию туристских маршрутов и продвижению туристских дестинаций сможет решить проблемы ограниченности ресурсов и повышенной конкуренции среди регионов, так как у туристов происходит активная трансформация подхода к отдыху. В связи с чем необходимо рассматривать концепцию креативного туризма как ключевую веху для продвижения региона среди российских и иностранных туристов.

Список источников

1. Florida R. Cities and the Creative Class. London: Routledge, 2004.
2. Richards G., Raymond C. Creative Tourism // ATLAS News. 2000. Vol. 23. Pp. 16–20.
3. Smith M. Issues in cultural tourism studies. London: Routledge, 2016.
4. Волков С.К. Туризм как сектор креативной экономики // Креативная экономика. 2021. Т.15. №5. С. 2153-2162. DOI: 10.18334/ce.15.5.112027.

¹⁵ Биохутор Петровский URL: <https://biohutor.ru/tourism/>

5. Каменских М.А. Теоретико-методические подходы к понятию «креативная экономика» и оценка уровня развития креативной экономики США и России // Экономический анализ: теория и практика. 2013. №20(323). С. 16-20.
6. Логунцова И.В. Понятие креативного туризма и его развитие в городах и регионах России // Государственное управление. Электронный вестник. 2022. №93. С. 197-206. DOI: 10.24412/2070-1381-2022-93-197-206.
7. Лэндри Ч. Креативный город. М.: Классика XXI, 2006.

References

1. Florida, R. (2004). *Cities and the Creative Class*. London: Routledge.
2. Richards, G., & Raymond, C. (2000). Creative Tourism. *ATLAS News*, 23, 16–20.
3. Smith, M. (2016). *Issues in cultural tourism studies*. London: Routledge.
4. Volkov, S. K. (2021). Turizm kak sektor kreativnoj 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.).
5. Kamenskikh, M. A. (2013). Teoretiko-metodicheskie podkhody k ponyatiyu «kreativnaya ekonomika» i otsenka urovnya razvitiya kreativnoj ekonomiki SShA i Rossii [Theoretical and methodological approaches to the concept of “creative economy” and assessment of the level of development of the creative economy in the USA and Russia]. *Ekonomicheskij analiz: teoriya i praktika [Economic analysis: theory and practice]*, 20(323), 16-20. (In Russ.).
6. Loguntsova, I. V. (2022). Ponyatie kreativnogo turizma i ego razvitie v gorodakh i regionakh Rossii [The concept of creative tourism and its development in cities and regions of Russia]. *Gosudarstvennoe upravlenie [Public administration]: Electronic Bulletin*, 93, 197-206. doi: 10.24412/2070-1381-2022-93-197-206. (In Russ.).
7. Lundry, Ch. (2011). *The Creative city*. Moscow: Classics-XXI, 2011. (In Russ.).