

**КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ АСПЕКТ
РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА**

*УО «Брестский государственный университет
имени А.С. Пушкина», г. Брест, Республика Беларусь,
serg2462@mail.ru*

Особое место в туристических инновациях занимают интеллектуальные новации – креативность. Креативными индустриями называют отрасли, которые сочетают в себе создание, производство и коммерциализацию творческого содержания. Креативность обеспечивает деятельность, содержание и атмосферу для туризма, а туризм, в свою очередь, поддерживает креативную деятельность.

Современный этап развития экономики характеризуется повышением роли инноваций как основы экономического роста государств, а также стремлением развитых стран конкурировать за счет высоких технологий и нестандартных нематериальных активов. Ключевым фактором экономического развития и улучшения качества жизни населения стало внедрение в хозяйственный оборот инновационных продуктов и технологий.

Инновации должны способствовать интенсивному развитию экономики, обеспечивать ускорение внедрения последних достижений науки и техники в производство, полнее удовлетворять потребности в разнообразных высококачественных и конкурентоспособных продуктах и услугах. При широком использовании новшеств в различных отраслях экономики особенно важную роль они призваны сыграть в сфере туризма.

Сфера инноваций широка, она охватывает не только практическое использование научно-технических разработок и изобретений, но и включает перемены в продукте, процессах, маркетинге, организации. Инновация выступает в качестве фактора перемены, как результат деятельности, воплощенный в новый или усовершенствованный продукт, технологические процессы, новые услуги и новые подходы к удовлетворению социальных потребностей.

Инновации в индустрии туризма связаны с аттрактивностью этой сферы деятельности, ее инфраструктурой, турпродуктом, формированием нового туристского продукта/услуги, способами и средствами его распределения, управлением, факторами производства. Внедрение инноваций позволяет повысить конкурентоспособность туристских предприятий. Создание новых и развитие перспективных видов туризма увеличивают рост потребительского спроса на рынке туристских услуг. Выделяют следующие факторы, определяющие степень инновационного развития туризма: рыночная конъюнктура рынка и конкуренция (как на внутреннем, так и на внешнем рынках); внешняя среда (уровень развития науки и техники, совершенствование законодательной и юридической базы, политическая и экономическая стабильность); кадры (ученые, специалисты, предприниматели, менеджеры, политические деятели, государственные служащие); ресурсы (природные, производственные, финансовые, научно-технические, технологические, инфраструктура). Инновационное развитие индустрии туризма – это разработка и создание новых туристских маршрутов, продуктов, услуг и др. с применением достижений науки, техники, IT-технологий, а также передового опыта в области управления и маркетинга, внедрение которых позволит повысить занятость населения, обеспечить рост его доходов,

повысить социально-экономическое развитие и туристскую привлекательность страны и регионов [2].

Как интеллектуальная новация, творческий фактор в развитии экономики рассматривается креативность. Креативный потенциал становится важнейшим ресурсом современного производства, который (при своевременном инвестировании) позволяет получить вполне материальную прибыль. Такая экономика называется креативной. Креативная экономика, новая постиндустриальная экономика, или экономика знаний – сектор экономики, который основан на интеллектуальной деятельности. Базовые аспекты креативной экономики: генерация новых знаний, проектное мышление, креативное воображение, степень неопределённости, высокая роль новых технологий и открытий. Креативная экономика развивается там, где присутствует благоприятный для этого климат, создающий возможности для творчества и генерации идей.

Частью креативной экономики становятся новые направления производства, выдвигающие культурные ресурсы и творчество на первый план. Во многих странах, креативная экономика признается в качестве ведущего сектора в обеспечении экономического роста, занятости и торговли. Креативные и культурные индустрии являются взаимно поддерживающими и усиливающими друг друга с туризмом.

Креативные индустрии играют важную роль в туризме, наряду с другими элементами в этой отрасли внося вклад в экономику впечатлений. Креативность обеспечивает деятельность, содержание и атмосферу для туризма, а туризм, в свою очередь, поддерживает креативную деятельность: туристы являются потребителями тех продуктов, которые создают креативные индустрии.

Инновации в туризме тесно связаны с креативной экономикой, ведь творчество сегодня признается ведущим фактором развития постиндустриальной экономики. Креативными индустриями согласно определению *UNESCO*, называют те отрасли, которые сочетают в себе создание, производство и коммерциализацию творческого/креативного содержания нематериального и культурного характера [4].

Креативные индустрии могут быть объединены в 4 группы.

Первая группа – наследие. Культурное наследие является источником всех форм искусства, культурных и творческих индустрий. Наследие несет в себе культурные аспекты исторического, антропологического, этнического, эстетического и социального развития каждой страны. Эта группа разделена на две подгруппы:

- отрасли, выражающие традиционную культуру: художественные ремесла, фестивали и праздники;
- культурные достопримечательности: культурные и исторические памятники, места раскопок, музеи, библиотеки, выставки и т. д.

Вторая группа – искусство – объединяет творческие индустрии, базирующиеся на искусстве и культуре (культурные индустрии, арт-рынок); эта группа представлена двумя подгруппами:

- изобразительное искусство: живопись, скульптура, фотография и старинные вещи;
- исполнительское искусство: вокал, живая музыка, драматическое искусство и театр, балетное искусство, современный танец, опера, цирк и т. д.

Третья группа – медиа – объединяет две подгруппы отраслей, которые производят творческий контент для широкой аудитории:

- публикации и печатные издания, в том числе книги (художественная и учебная литература), пресса и другие публикации;
- аудиовизуальные средства: фильмы, телевидение, радио, сети широкого вещания.

Четвертая группа – функциональный креатив – включает отрасли, создающие товары и услуги функционального характера:

- дизайн: дизайн интерьера, графический дизайн, мода, ювелирные изделия, игрушки;
- новые медиа: программное обеспечение, видеоигры и цифровой творческий контент;

– креативные услуги: архитектура, реклама, культурные и рекреационные услуги, исследования и разработки, цифровые и другие смежные креативные услуги [1].

Креативные индустрии – это не единая отрасль. Отрасли культурных индустрий (архитектура, мода, изобразительное искусство, кинематограф, издательское дело и др.) имеют разные возможности зарабатывать деньги, разную экономическую логику и динамику развития.

Произведения креативных индустрий становятся частью интерьера, музыкальной атмосферы в салоне или галерее, предметом потребления, восхищения и «переживания» большого количества людей.

Некоторые исследователи считают, что частью креативной экономики является туризм. В таком случае он тесно связан с другими ее элементами. При этом сфера туризма выделяется в отдельное направление в силу особого влияния культуры на развитие туризма. Креативную экономику часто называют экономикой впечатлений. Именно за впечатлениями турист часто отправляется за сотни и тысячи километров. Впечатления же создаются именно культурой: как культурно-историческим наследием, так и привлекательными культурными событиями. Туризм как отрасль по производству впечатлений здесь находится в авангарде изменений, и тенденции наблюдаемые в туризме могут проявляться и в других отраслях экономики впечатлений [3].

Растущая интеграция туризма и креативных индустрий в полной мере проявляется в осознании исследователями и практиками туризма как благоприятной среды для развития креативных индустрий посредством участия, создания нового опыта, который позволяет людям развивать свой творческий потенциал и навыки через контакт с местным населением и культурой.

Важные элементы творческих (креативных) индустрий складываются вокруг туристической индустрии или тесно с ней взаимодействуют – малые и средние творческие предприятия (часто в форме творческих кластеров); негосударственные некоммерческие организации, осуществляются инновационные культурные проекты; государственные и муниципальные организации культуры – театры, библиотеки, музеи и др.; независимые творческие профессионалы, образующие подвижную творческую среду.

Развитие креативных индустрий связано с формированием специфического креативного пространства. Такие пространства формируются и развиваются, прежде всего, в городской среде. Как форма территориальной и производственной организации этой сферы оно может трактоваться в виде территории, насыщенной инфраструктурой креативных индустрий, а также культурно-туристических и др. творческих кластеров.

Креативный кластер создает динамичное пространство культурного туризма и досуга. Творческие кластеры образуются, как правило, на основе взаимного дополнения друг друга и образуют либо музыкально-развлекательные площадки, либо визуально-галерейные, презентативные, либо любые другие.

Творческие индустрии как повышают интерес к современному искусству, так и расширяют возможности воспроизводства традиционной культуры. При этом обновляемая и динамичная среда является прекрасным дополнением традиционной сфере культурного наследия, что создает условия для развития культурного туризма.

Туризм, основанный на традиционных культурных достопримечательностях, но поддержанный и расширенный благодаря малым предприятиям, работающим в сфере культуры, стал, например, новым источником доходов в ряде городов и помог заполнить вакуум, образовавшийся в результате сокращения в них традиционных производств.

В города часто приезжают группы туристов с культурно-познавательными целями, выбирая, как правило, традиционные достопримечательности, в то же время индивидуальные и деловые туристы могут обратить внимание на нестандартные маршруты, в том числе на креативные пространства.

С развитием туристских дестинаций и укреплением постиндустриальных ценностей всё большее количество туристов в своих путешествиях стремятся посетить не столько традиционные достопримечательности, сколько объекты новой (прежде всего городской) культурной инфраструктуры – креативные пространства, частные музеи и галереи, возрождающиеся крафтовые производства и заведения, гарантирующие уникальный гастрономический опыт. Становится очевидным, что сфера туризма для соответствия запросам времени должна учитывать актуальные тенденции развития других рынков, наиболее значимым из которых является рынок креативных индустрий. Помимо изменения содержания туристского приложения, креативные индустрии меняют характер взаимодействия с клиентом, обеспечивая компании, города и страны новыми инструментами для продвижения. В свою очередь, современный турист получает всё больше свободы и возможностей для самостоятельного планирования путешествия благодаря онлайн-сервисам – системам бронирования или электронным путеводителям, сочетающим новизну технологических решений с уникальностью предоставляемых услуг и информации.

О связях туризма с креативными индустриями в Беларуси заговорили сравнительно недавно. Пока недостаточно внимания уделяется исследованию аспектов их системного взаимодействия и, прежде всего, разработке его механизмов. Одного потенциала в виде богатых национальных традиций для эффективного функционирования креативного сектора явно недостаточно. Необходима поддержка в развитии коммуникаций внутри данного сектора, которая не только обеспечивала бы финансовые средства, контроль качества продукции, обучение и подготовку квалифицированных кадров (как в сфере производства, так и в сфере менеджмента и маркетинга), но имела бы стратегической целью сделать сектор самостоятельной, зарабатывающей, а не дотационной частью экономики страны и ее регионов.

Список литературы

- 1 Гуремина, Н.В. Креативные индустрии мира [Электронный ресурс] / Н.В. Гуремина, В. А. Лемешко. – Режим доступа : <https://www.scienceforum.ru/2015/978/13980>. – Дата доступа: 27.02.2017.
- 2 Маклашина, Л.Р. Инновационное развитие индустрии туризма / Л.Р. Маклашина // Проблемы современной экономики: материалы Междунар. науч. конф. (г. Челябинск, декабрь 2011 г.). – Челябинск : Два комсомольца, 2011. – С. 178–179.
- 3 Новичков, Н.В. О некоторых аспектах развития туризма как части креативной экономики и экономики впечатлений [Электронный ресурс] / Н.В. Новичков. – Режим доступа : <http://pandia.ru/text/78/606/59393.php>. – Дата доступа: 27.02.2017.
- 4 Framework for cultural statistics [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://portal.unesco.org/culture/en/files/30297/11942616973cultural_stat_EN.pdf/cultural_stat_EN.pdf. – Дата доступа : 25.11.2012.

S.V. ARTEMENKO

CREATIVE INDUSTRIES AS INNOVATIVE ASPECTS TOURISM DEVELOPMENT

A special place in the tourist innovation hold the intellectual innovation – creativity. Creative industries are called branches, which combine the creation, production and commercialization of creative content. Creativity provides operations, maintenance and atmosphere for tourism, and tourism, in turn, supports the creative activities.