

УДК 338.48 (470.21)

EDN: KBIHVD

DOI: 10.5281/zenodo.7997710

ЖЕЛНИНА Зоя Юрьевна

Мурманский арктический государственный университет (Мурманск, РФ)
кандидат философских наук; e-mail: zzhelnina@yandex.ru

СИЗОВА Ирина Алексеевна

Национальный исследовательский ун-т «Высшая школа экономики» (С.-Петербург, РФ)
кандидат исторических наук; e-mail: iasizova@hse.ru

ХОРЕВА Любовь Викторовна

Санкт-Петербургский государственный экономический ун-т (С.-Петербург, РФ)
доктор экономических наук, профессор; e-mail: luhor@inbox.ru

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ТУРИЗМА И КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ НА АРКТИЧЕСКИХ ТЕРРИТОРИЯХ: СФЕРЫ ПЕРЕСЕЧЕНИЯ

В статье представлены результаты исследования, посвящённого изучению развития туризма в Арктике при взаимодействии турбизнеса с организациями креативных индустрий. Привлечение смешанных научно-исследовательских методов (количественных при работе с опубликованными исследованиями и качественных при работе с экспертами), во-первых, позволило определить сферы и условия продуктивного взаимодействия туризма и креативных индустрий на примере Мурманской области, а во-вторых, разработать модель взаимодействия (коллаборации) туризма и креативных индустрий на арктических территориях. В результате, были выявлены проблемы взаимодействия туризма и креативных индустрий в связи с разным типом развития отраслей и сформулированы рекомендации по их преодолению. Результаты исследования подтверждают, что креативная составляющая как завершённая услуга востребована на туристском рынке Мурманской области из-за увеличения и диверсификации туристического потока, когда туристы готовы к покупке услуг из событийной сферы: участие в творческих мероприятиях, приобретение материальных продуктов креативного характера. Ценность и новизна полученных результатов заключаются в поиске перспективных направлений развития сотрудничества между туризмом и креативными индустриями в дестинации арктического туризма и выработке рекомендаций по преодолению существующих барьеров сотрудничества. Выводы могут быть масштабированы на другие арктические территории при учёте местных особенностей.

Статья подготовлена по результатам работы в рамках проекта «Зеркальные лаборатории» НИУ ВШЭ

Ключевые слова: дестинация, арктический туризм, креативные индустрии в Арктике, взаимодействие туризма и креативных индустрий



Для цитирования: Желнина З.Ю., Сизова И.А., Хорева Л.В. Взаимодействие туризма и креативных индустрий на арктических территориях: сферы пересечения // Современные проблемы сервиса и туризма. 2023. Т.17. №2. С. 7–20. DOI: 10.5281/zenodo.7997710.

Дата поступления в редакцию: 16 января 2023 г.

Дата утверждения в печать: 2 июня 2023 г.

Zoya Yu. ZHELNINA

Murmansk Arctic State University (Murmansk, Russia)
PhD in Philosophy; e-mail: zzhelnina@yandex.ru

Irina A. SIZOVA

National Research University Higher School of Economics (Saint Petersburg, Russia)
PhD in History; e-mail: iasizova@hse.ru

Lyubov V. KHOREVA

Saint Petersburg State University of Economics (Saint Petersburg, Russia)
PhD (Dr.Sc.) in Economics, Professor; e-mail: luhor@inbox.ru

INTERACTION OF TOURISM AND CREATIVE INDUSTRIES IN THE ARCTIC TERRITORIES: AREAS OF CROSSING

Abstract. The article presents the results of the study of tourism development in the Arctic through interaction tourism industry with organizations of creative industries. Using mixed research methods (quantitative while working with published research and qualitative while working with experts), first, allowed us to determine the areas and conditions of productive interaction between tourism and creative industries using the case of Murmansk region, and second, to develop a model of interaction (collaboration) of tourism and creative industries in the Arctic territories. As a result, problems of interaction among tourism and creative industries were identified in connection with different types of development of industries and recommendations were formed to overcome them. The research results confirm that the creative component as a completed service is in demand in the tourist market of Murmansk region due to the increase and diversification of the tourist flow, when tourists are ready to purchase services from the event sphere: participation in creative events, purchase of material creative products. The value and novelty of the results lies in the search for promising areas for the development of cooperation among tourism and creative industries in the Arctic tourism destination and the development of recommendations for overcoming existing barriers to this cooperation. As long as local peculiarities are taken into account, the findings could be applied to other Arctic territories.

Keywords: destination, Arctic tourism, creative industries in the Arctic, interaction of tourism and creative industries



Citation: Zhelnina, Z. Yu., Sizova, I. A., & Khoreva, L. V. (2023). Interaction of tourism and creative industries in the Arctic territories: Areas of crossing. *Sovremennyye problemy servisa i turizma [Service and Tourism: Current Challenges]*, 17(2), 7–20. doi: 10.5281/zenodo.7997710. (In Russ.).

Article History

Received 16 January 2023
Accepted 2 June 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

Туристская индустрия обладает свойствами, которые позволяют отнести её к отраслям-индикаторам развития как экономической, так и социальной сферы. В России на туристическую индустрию приходится почти 4% ВВП. Она влияет более чем на 50 смежных отраслей. В рамках Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», стартовавший в стране в 2021 г. поставлена задача по увеличению вклада сферы туризма в ВВП России к 2030 г. до 8,2 трлн руб. Кроме того, планируется «привлечь в отрасль 600 млрд руб. частных инвестиций, более чем в 2 раза увеличить количество поездок по стране – с 65 млн до 140 млн в год»¹. На нацпроект планируется направить до 2030 г. 529 млрд руб. из федерального бюджета, 72 млрд – из региональных, а также привлекать частные инвестиции на развитие инфраструктуры в регионах России², что подчёркивает территориальный подход к развитию туризма, заложенный в национальном проекте «Туризм и индустрия гостеприимства».

Согласно плану нацпроекта, к 2030 г. в России должно быть создано до 4,7 млн рабочих мест в сфере туризма. В этой связи следует указать, что с точки зрения кадрового состава туристская сфера обладает заметными уникальными характеристиками, среди которых междисциплинарность компетенций и профессиональная мобильность. Междисциплинарность компетенций определяется прежде всего контактным характером взаимодействия с клиентами, проектной деятельностью по созданию и продвижению турпродуктов, наличием значительной доли рутинных, но необходимых функций (подготовка договоров, бронирование, организация визовой поддержки и пр.) – всё это заметно

расширяет спектр форм занятости, повышает гибкость (а нередко неопределённость) трудовой нагрузки, формирует запрос на готовность и способность к адаптации и обучению. Существенную роль в определении функциональных обязанностей работников сферы туризма играет сезонность. Так, на круглогодичных курортах востребован персонал разной специализации (например, на предгорной турбазе зимой необходимы специалисты снегоходной техники, инструкторы лыжных активностей, а летом – гиды-проводники трекингового маршрута, ведущие мастер-классов для арт-резиденций и т.п.).

Другой особенностью занятости в сфере туризма является возможность профессиональной мобильности, что позволяет привлекать в индустрию специалистов разнообразного профиля из других сфер и областей деятельности. При этом сложно установить критерий возраста и/или образования, это могут быть люди, ищущие себя на рынке труда после окончания обучения, а также зрелые специалисты, которые в силу различных причин решили изменить свою профессиональную траекторию. Одновременно идёт процесс «выхода из индустрии туризма» отдельных работников, что снижает уровень устойчивости кадрового ресурса, особенно если речь идёт о территориях, не входящих в топовые дестинации по туристской привлекательности. Здесь встаёт вопрос о поиске путей развития подобных территорий как востребованных туристских дестинаций.

Этому сегодня способствуют специализированные программы и проекты в русле задач развития внутреннего туризма, среди которых назовём проекты: «Промтуризм»³, «Сельский туризм» (как самостоятельное направление экотуризма⁴,

¹ Росстат раскрыл новый способ оценки доли туризма в ВВП // Ведомости. 26 янв. 2022. URL: <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2022/01/25/906393-otsenki-turizma>

² Федеральный проект «Развитие туристической инфраструктуры» в рамках Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства». URL: <https://национальныепроекты.пф/projects/turizm/razvitie-turistskoy-infrastruktury>

³ Проект «Промышленный туризм». URL: <https://promtourism.ru>

программы: «Открываем Россию заново»⁵, Научно-популярный туризм для молодёжи⁶ и др. Развитие подобных проектов определяет необходимость создания как контента путешествия, так и обеспечение его организационного и сервисного сопровождения, что вновь ставит вопрос поиска новых, не использованных ранее ресурсов для развития туризма в российских дестинациях.

Гипотеза, цель и задачи исследования

Пилотные исследования указывают, что драйвером роста современного туризма являются креативные индустрии, технологии которых обеспечивают вариативность продукта за счёт управления впечатлениями и личными активностями потребителя (иммерсивный подход), в свою очередь это становится источником добавленной стоимости, создаваемой на отдельной территории. Гипотеза исследования авторами сформулирована следующим образом: использование потенциала креативных индустрий дестинации в коллаборации с туризмом позволит более точно реализовать запросы клиентов на услуги в сфере досуга и рекреации, а с точки зрения туристского бизнеса обеспечит конкурентоспособность за счёт создания и продвижения уникального туристского продукта.

Цель исследования – оценить потенциал креативных индустрий для развития туризма на территории Мурманской области как одного из потенциальных регионов развития арктического туризма, выявить сферы и условия продуктивного взаимовлияния туризма и креативных индустрий в дестинации, используя ресурсы региона.

Задачи исследования:

1. На основе библиометрического и контент-анализа опубликованных в науч-

ной литературе исследований определить спектр подходов, в которых установлен консенсус в понимании характера социально-экономических процессов, а также выявить дискуссионные вопросы взаимодействия туризма и креативных индустрий в дестинациях, расположенных на арктических территориях.

2. Разработать модель взаимодействия (коллаборации) туризма и креативных индустрий для развития дестинаций арктического региона.

Информационная база и методология

В качестве информационной базы были использованы следующие материалы и данные:

- публикации, отобранные по ключевым словам (арктический туризм и креативные индустрии в Арктике) в базах научного цитирования РИНЦ, Web of Science и SCOPUS. Было отобрано 65 статей (российских и зарубежных авторов) за последние 30 лет – с момента выявления первого интереса к данной теме. Среди выявленных публикаций 55 % составляют зарубежные статьи и 45 % – российские;

- результаты экспертного интервью, было опрошено 8 экспертов, среди которых представители туристской сферы и сферы креативных индустрий г. Мурманска;

- результаты электронного опроса туристов, который проводит Туристский информационный центр (ТИЦ) Мурманской области, размещая анкету на своём портале⁷. Обобщённые данные опроса были предоставлены в докладе председателя Комитета по туризму Мурманской области в феврале 2022 г.⁸. Кроме того, были использованы результаты интервью, проводимых сотрудниками ТИЦ во время

⁴ Проект «Сельский туризм». URL: <https://osen.russia.travel/ekoturizm>

⁵ Программа «Открываем Россию заново». URL: <https://openrussia.rsv.ru>

⁶ Программа научно-популярного туризма для молодёжи. URL: <https://национальныепроекты.рф/news/v-rossii-startuet-programma-nauchno-populyarnogo-turizma-dlya-molodezhi>

⁷ Анкеты ТИЦ Мурманской области. URL: <https://tourism.gov-murman.ru/surveys/>

⁸ Доклад председателя Комитета по туризму Мурманской области на заседании Правительства Мурманской области «О результатах 2021 года и планах по развитию туризма в 2022 году». URL: <https://tourism.gov-murman.ru/about/results/>

тематических мероприятий в Мурманской области⁹.

Методы библиометрического и содержательного анализа публикаций по определению влияния креативных индустрий и туризма на развитие арктических городов и территорий позволил сформировать исходный пул публикаций для исследования.

Было выявлено, что для изучения коллабораций туризма и креативных индустрий недостаточно открытых официальных данных для проведения комплексного многокомпонентного исследования, а для арктических регионов глубина наблюдения ограничена новизной темы. Поэтому в исследовании использован метод «смешивания» (mixed methods research), что даёт продуктивный результат сбора данных с последующим качественным анализом и включением материалов в дискуссию и экспертный отбор.

Качественные методы включают экспертные интервью, что позволило выявить темы, которые не были учтены на начальном этапе исследования. В результате были определены наиболее перспективные направления возможного взаимодействия туризма и организаций креативных индустрий для развития дестинаций арктического региона.

Дизайн исследования не предполагает противопоставления количественных и качественных методов, в ходе исследования проведена апробация промежуточных выводов в экспертных дискуссиях.

Выбор методов отвечает задаче развития пилотного исследования, ценность которого может быть определена не только накоплением базы данных, но и тем, что здесь оценивается корректность самой архитектуры исследования, её устойчивость относительно новых данных и экспертных суждений.

Результаты исследования

Исследование, включающее несколько этапов, на начальной стадии позволило

уточнить сложившийся образ (смысловое наполнение) понятия «арктический туризм» и «креативные индустрии», а также построить временную шкалу с систематизацией периодов интереса к заявленной тематике.

В результате библиометрического анализа отобранных публикаций, были, с одной стороны, были определены основные этапы развития исследований в сфере креативных индустрий и туризма, с другой, было установлено постепенное усложнение дискурса исследований, в котором присутствует всё большее число участников различных научных сфер.

Нами были выделены следующие основные этапы развития дискуссии о связи туризма и креативных индустрий:

- начало 1990-х гг. – появление единичных работ, посвящённых туризму на арктических территориях;

- середина 1990-х гг. – зарождение интереса к креативности, лавинообразный рост числа публикаций;

- начало 2000-х гг. – «бум» исследований, связанных с креативными аспектами и арктическим туризмом с точки зрения его природной составляющей;

- вторая половина 2000-х гг. – спад интереса к данным темам;

- 2010-е гг. – незначительный интерес к изучаемым темам с небольшим ростом в конце периода;

- с 2020 г. по настоящее время – активизация интереса к креативности и туризму на арктических территориях, изучение арктического региона в целом и его туристской составляющей через призму и влияние креативных аспектов (от конкретных индустрий до креативных экономики и предпринимательства).

В настоящее время происходит усложнение дискурса исследований в сфере креативных индустрий и туризма. Так, появляется всё большее число участников различных научных сфер: тема туризма

⁹ Помощь в проведении опросов оказывали студенты Мурманского государственного арктического университета под руководством З.Ю. Желниной.

рассматривается в экономических, культурологических, лингвистических и других работах [1, 2, 13, 16, 17, 20], в которых представлены как обобщающие, так и пилотные исследования. Тема туризма и рекреации рассматривается в статьях, докладах на конференциях в русле обсуждения урбанистических концепций и прагматических решений применительно к арктическим городам. Туризм и креативные пространства города становятся аргументами в принятии улучшенных, социально-ориентированных градостроительных решений [6, 8, 10]. Следует подчеркнуть, что статьи российских учёных посвящены преимущественно изучению проблем и перспектив развития туризма в Арктике, а также креативным индустриям в контексте влияния на развитие туристской сферы и региона в целом [3-5, 7, 9, 12, 14, 15, 18].

Большинство зарубежных работ посвящено разбору конкретных кейсов, в частности, китайским операторам круизного туризма, увеличившим в последнее время своё присутствие в арктическом регионе [19]. Кроме Китая значительную долю в круизном туризме занимает Канада, что отражается в публикациях как канадских исследователей, так и тех, кто делает обзоры по данной теме [22]. Отметим, что авторы публикаций заинтересованы в выявлении предпочтений туристов, выбирающих туры в Арктику, а также получаемому ими опыту от погружения и вовлечения в арктическую действительность [21]. Также рассматривались и различия в полученных впечатлениях от природного и культурного времяпрепровождения туристами. Включение элементов культурного туризма, связанного с историко-культурными объектами и креативными индустриями, произошло относительно недавно, и здесь преобладают темы сохранения наследия и проблемы его презентации, противоречий интересов туристов и

местного населения, эксплуатации стереотипов в продвижении образа арктических территорий [23, 24–27, 29, 30].

В результате содержательного анализа наибольший интерес вызывали публикации, посвящённые методикам оценки влияния креативных индустрий и туризма на развитие регионов, так как по мнению авторов творческие решения в организации туров соответствуют ожиданиям туристов, а главное – вовлекают местное население в диалог с туристами и профессиональным туристским сообществом. Так, А. Петров и М. Тысячнюк [28], рассматривая пути достижения выгод разными участниками, оценили показатели креативного класса следующими индексами: Talent Index (TI), Bohemian Index (BI), Leadership index (LI), Entrepreneurship index (EI), Applied science index (ASI), авторы провели апробацию методики оценки креативности применительно к арктическим регионам (арктическая зона РФ, США, Канада), сделали вывод о перспективности её применения в условиях влияния на развитие территорий со стороны туристских потоков. Однако практическая реализация этого методического подхода к арктическим субъектам России имеет ограничения, поскольку здесь высока занятость в секторе государственного и муниципального управления, а это не стимулирует рынок креативных практик (творчества, сервиса), минимизирует сферу регионального фриланса, работу по найму в проектах и т.п.

С учётом задач Стратегии пространственного развития Российской Федерации до 2025 года¹⁰ комплексные методики важны не только для стратегического отраслевого управления, но и для формирования решений, связанных с развитием городских пространств, что для арктических территорий сверхактуально, так как более 85% населения живёт в населённых пунктах городского типа. Самочувствие людей

¹⁰ «Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года» - утв. распоряжением Прав-ва РФ от 13.02.2019 г. №207-р // Документы Минэкономразвития РФ. URL: https://www.economy.gov.ru/material/dokumenty/rasporyazhenie_ot_13_fevralya_2019_g_207_r.htm/

здесь зависит не только от бытового комфорта, но и от культурной идентификации, приверженности этой территории. С точки зрения культуры туризм обладает свойством отражения культурных стереотипов, эталонов, ожиданий. В построении

стратегий развития территорий продуктивным становится путь сравнения опыта оценки региона со стороны туристов и со стороны резидентов [6, 11]. Динамика туристского потока в Мурманской области представлена в табл. 1.

Таблица 1 – Динамика туристского потока Мурманской области, 2015 – 2022 гг.¹¹

Table 1 – Table 1 - Dynamics of the tourist flow in Murmansk region, 2015 - 2022

Год	Турпоток (тыс. чел.)		Объем платных услуг, оказанных в сфере туризма (включая услуги КРС), млн руб.
	Всего	в т.ч. иностранные туристы	
2022 (январь-ноябрь)	517,1	20,6	х
2021	486,2	21,5	3 528,1
2020	350,0	41,9	1 919,0
2019	458,0	77,0	3 128,0
2018	438,0	64,39	3 052,8
2017	413,7	51,9	2 844,5
2016	330,0	38,9	2 816,1
2015	305,4	27,9	1 615,2

В Мурманской области при разработке пакета стратегических документов, обеспечивающих развитие туризма в регионе, начиная с 2019 г. учитываются результаты опросов и интервью, нацеленных на выявление отношения к процессам, идущим в сфере регионального туризма. Исследования проводятся с использованием ресурсов ТИЦ Мурманской области путём электронного опроса туристов, ссылку на форму предлагают туроператоры, работники отелей, гиды-экскурсоводы, сотрудники ТИЦ Мурманской области. Такая работа обусловлена устойчивым ростом туристского потока, и, одновременно, изменением его характеристик. Так, длительное время это была дестинация активного самодельного туризма, во многом построенного на самообеспечении туристских групп.

Проводимые опросы, которые используются, в том числе, для разработки маркетинговой стратегии дестинации, позволила сделать вывод о том, что в регионе формируются несколько устойчивых целевых групп потребителей туристских услуг.

Усреднённый портрет туриста, согласно данным Комитета по туризму Мурманской области, характеризуется следующими особенностями:

- основная доля - женщины (63,1%);
- каждый второй состоит в браке (48%);
- наибольшую долю составляют люди в возрасте 35-44 года;
- средняя продолжительность пребывания – 3-5 дней;
- средние траты во время поездки – 5 тыс. руб. / сутки.

Для оценки перспектив взаимодействия индустрии туризма и креативных индустрий на арктических территориях авторами статьи были проведены интервью с экспертами из этих сфер. По мнению основной части экспертов, причинами низкого уровня сотрудничества являются «негармоничное скрещивание» индустрий в регионе, которое организует Центра кластерного развития Мурманской области¹². Кроме того, негативное (повышающее) влияние наблюдается со стороны «северной» специфики региона, что отражается на ценах продукции и услуг, в том числе на

¹¹ Туристический поток в Мурманскую область. Комитет по туризму Мурманской области. URL: <https://tourism.gov-murman.ru/documents/statisticheskie-dannye/>

ценах товаров ремесленников (*«сфера туризма слишком сильно увеличивает цены товаров ремесленников»*). Таким образом, эксперты считают, что кластерный подход не оправдал себя в регионе из-за системы финансирования, в рамках которой большая часть учреждения креативных индустрий финансируются из департаментов культуры, учреждений спорта – из спортивных департаментов, а учреждений туризма – из Комитета по туризму. Для преодоления этой разобщённости ресурсов дестинации предлагается внедрить надведомственные гранты для коллаборации туристских и креативных индустрий.

Если говорить о существующих примерах взаимодействия туризма и креативных индустрий в Мурманской области, то опрошенные нами эксперты отметили следующее: успешное создание разнообразных арт-объектов как в самом Мурманске, так и за его пределами, которые привлекают туристов. В частности, в Териберке были открыты следующие арт-объекты: художественная инсталляция «Место встречи изменить нельзя», центральным символическим объектом которой является деревянная лодка – средство передвижения, которое раньше активно использовалось жителями региона. Внешне художественная инсталляция представляет 12-метровый круглый деревянный подиум с перевёрнутыми днищами лодок, внутри которых установлены скамейки; скульптура «Океаны», представленная в виде хвостов китов. Арт-объект посвящён уникальной природе, месту в России и мире, куда можно приехать любоваться океаном, бескрайними просторами и самыми большими обитателями планеты – китами; мурал (изображение, нанесённое на стену здания) с величественным животным Баренцева моря, китом; скелет Левиафана – очередной арт-объект как продолжение сюжета, показанного в одноимённом фильме. В Мурманске также появилась серия муралов в одном из

районов города, по ним уже проводятся экскурсии (речь идёт о фестивале «Рост 2022»). Эксперты отметили, что создание арт-объектов заполняет историко-культурные лакуны и создаёт искусственные места притяжения туристов.

Ещё одним вариантом существующего сотрудничества организаций креативных индустрий с турбизнесом является организация привлекательных для туристов мероприятий (например, фестивалей), в рамках которых представители креативных индустрий устраивают различные интерактивные практики. Например, посетители с удовольствием участвуют в процессе создания значков и иных поделок, получая не только креативный опыт, но и сувенир на память.

Один самых популярный примеров взаимодействия по мнению экспертов – это сотрудничество туристских фирм с дизайнерами. Хотя направление сотрудничества сейчас носит в основном маркетинговый характер: турбизнес приглашает дизайнеров создать айдентику фирмы, рекламную продукцию и, возможно, фирменный стиль сайта, однако потенциал совместного творчества значительный и может использоваться в будущем. Но для этого необходимы усилия с обеих сторон, пока, к сожалению, перспектив дальнейшего взаимодействия не видят ни представители турфирм, ни дизайнеры региона.

Экспертный опрос позволил нам выделить наиболее перспективные организации и виды креативных индустрий Мурманской области, чей потенциал был бы крайне полезен и востребован в туристской сфере региона и в создании долгосрочных коллабораций участников индустрии. Среди них:

- организации народно-художественных промыслов (НХП), которые сейчас приглашают к сотрудничеству молодых креативных дизайнеров, создают свою продуктовую линейку, более того, они могут работать и на

¹² Центр кластерного развития Мурманской области. Туристско-рекреационный кластер Мурманской области. URL: <https://murmanccluster.ru/turistsko-rekreacionnyy-klaster-murmanskoy-oblasti.html>

разработку территориального бренда дестинации арктического туризма;

- гастротуризм: в настоящее время открываются рестораны с блюдами из северной кухни, нацеленные на предоставление услуг туристам. Продвижения местной кухни зачастую может стать мотивирующим фактором или целью поездки в дестинацию. Гастрономический туризм и работа рестораторов с местными продуктами, восстановление и сохранение традиций региональной кухни – крайне актуальный тренд сегодня в мировой практике.
- fashion-индустрия, предлагающая качественную одежду как в стиле casual (свободный, повседневный), так и portmose (обычный, нормальный). Могут быть востребованы и элементы, содержащие мотивы коренных северных народностей – от аксессуаров и украшений до одежды и обуви.

Но главное требование ко всем мероприятиям, как самостоятельным, так и в коллаборации, проводимым не только на территории Мурманской области – это их полноценное продвижение на туристский рынок. Располагать информацией о планируемых мероприятиях должны не только туристы, но и потенциальные участники из сферы креативных индустрий, а для этого желательно иметь «Календарь событий», представленный на главном туристском портале региона. И «глубина» расписания должна быть минимум полгода. Поддержание этого Календаря в актуальном состоянии позволит планировать деятельность организациям креативных индустрий в сотрудничестве со сферой туризма.

Коллаборации туризма и креативных индустрий основываются на близости запросов потребителей, возможности применения кросс-профессиональных компетенций и перспективах развития технологий, объединяющих культурные и сервисные практики.

В результате проведённого качественного исследования коллаборативных

практик между представителями турбизнеса и креативных индустрий были выявлены следующие проблемы:

- замкнутость представителей креативных индустрий в своей сфере деятельности, неготовность к выстраиванию циклов своей работы в русле сезонов туристской активности, инициативной работе в туристских локациях;
- недопонимание между турбизнесом и организациями креативных индустрий;
- недостаток финансирования и стратегических решений по вкладыванию средств в туристские проекты и события со стороны муниципалитетов;
- недостаток информации как у туристов, так и у представителей креативных индустрий;
- нехватка или полное отсутствие программ профессиональной подготовки специалистов с комплексными компетенциями в туризме и креативных индустриях.

Для нивелирования данных проблем может быть предложена модель коллаборации туризма и креативных индустрий для развития дестинаций арктического региона, которая представлена следующим образом:

1. Объединение на основе локализации – разработка продукта по типу «арт-резиденция», которая может быть представлена как сезонным лагерем, так и круглогодично действующим пространством, ключевой ресурс в таком проекте – действующий на постоянной основе график заездов «тематических смен», такой формат работы не только удобен для планирования работы с гостями, но и даёт возможность формировать перспективные планы по приглашению уникальных специалистов для проведения мастер-сессий, творческих событий, креативного проектирования.

2. Организация творческих поездок для представителей креативных индустрий (модель «творческое путешествие «под ключ») – помимо самого тура, такое взаимодействие даёт возможность сформировать макеты технических заданий для различных типов творческих поездок, что

обеспечит дальнейшее проектирование специализированного туристского продукта, локаций для размещения, событийной активности.

3. Разработка программ сложного динамического продукта, составные элементы которого будут размещены на единой платформе для специалистов туризма и креативных индустрий, такой подход позволит в режиме конструктора проводить мониторинг и оценивать услуги партнёров в кластере, привлекать новых участников.

4. Установление предпочтений для комплексных партнёрских проектов как условие получения субсидий и грантов (при этом предпочтения не предполагают барьеров для самостоятельных участников конкурса).

5. Проведение информационных маркетов для знакомства и развития партнёрских связей предприятий туризма и креативных индустрий. Оператором подобных коммуникационных мероприятий мог бы стать как раз Центр кластерного развития Мурманской области, ответственный за развитие туристско-рекреационного кластера региона.

Заключение

Библиометрический анализ публикаций показал высокую степень заинтересованности исследователей в теме развития туризма на арктических территориях в сотрудничестве с креативными индустриями, а также позитивное влияние этих сфер на развитие региона.

Отметим, что туризм ориентирован на гибкий формат работы с клиентом в текущем времени, проектирование турпродуктов имеет сезонные траектории, требует более точного таргетирования в составе продукта. Представители креативных индустрий не всегда могут определить границы своего продукта, так как творческий процесс высоко субъективен. В индустрии туризма и творчества остаётся проблема формирования цены продукта, если он формируется как единый пакет, что особенно важно для арктических регионов, где затраты на выполнение работ очень высоки, а специфика индустрий с высокой добавленной стоимостью создаёт риск переоценить или недооценить ценность итогового продукта для потребителя и партнёров.

Данное исследование подтверждает, что креативная составляющая как завершённая услуга востребована на рынке Мурманской области, туристский поток становится всё более дифференцированным, туристы готовы к покупке услуг, реализующих их личные запросы на участие в событийной деятельности, творческих программах, а также нацелены покупать аутентичные продукты с креативной составляющей. Для дальнейшего продвижения арктических дестинаций целесообразно не только максимально полное использование всего ресурсного потенциала этих территорий, но и усиление работы с «агентами влияния», с амбасадорами Арктики, которые сегодня появляются уже в нашей стране.

Список источников

1. Абанкина Т.В. Креативная экономика в России: новые тренды // Журнал Новой экономической ассоциации. 2022. №2(54). С. 221-228. DOI: 10.31737/2221-2264-2022-54-2-13.
2. Абашкин В.Л., Гохберг Л.М., Еферин Я.Ю. Атлас экономической специализации регионов России: Монография. М.: НИУ ВШЭ, 2021. 264 с.
3. Баяскаланова Т.А., Куклина М.В., Богданов В.Н. Туризм в российской Арктике: проблемы и возможности развития // Современные проблемы сервиса и туризма. 2020. №14(1). С. 109-119. DOI: 10.24411/1995-0411-2020-10111.
4. Белевских Т.В., Иванова М.В. Креативная экономика арктических территорий: испытание холодом // Север и рынок: формирование экономического порядка. 2018. №1(57). С. 140-150. DOI: 10.25702/KSC.2220-802X-1-2018-57-140-150.

5. Бертош А.А. Арктический туризм: концептуальные черты и особенности // Труды Кольского научного центра РАН. 2019. №10(7-17). С. 169-180.
6. Боровинская Д.Н., Залевская М.А., Морданов М.А. Креативность как ключевой принцип успешного брендинга в регионе // Вестник Челябинского гос. ун-та. 2022. №6(464). С. 62-73. DOI: 10.47475/1994-2796-2022-10607.
7. Грушенко Э.Б. Европейский север России: туристский потенциал, основные проблемы, виды туризма и туристские маршруты // География и туризм. Т.1. №9. 2022. С. 47-52.
8. Желнина З.Ю. Туризм Мурманской области как драйвер развития территории // Общество: политика, экономика, право. 2021. №9. С. 65-75. doi: 10.24158/per.2021.9.11.
9. Логунцова И.В. Особенности развития туризма в Арктической зоне России // Государственное управление. Электронный вестник. 2021. №87. С. 39-47. DOI: 10.24412/2070-1381-2021-87-39-47.
10. Лукин Ю.Ф. Арктический туризм: рейтинг регионов, возможности и угрозы // Арктика и Север. 2021. №23. С. 96-123. DOI: 10.17238/issn2221-2698.2016.23.96.
11. Мельничук О.А., Павлов С.С. "Северность", "воображаемое Севера" или "концептосфера арктического дискурса"? // Научный диалог. 2022. Т.11. №4. С. 106-130. DOI: 10.24224/2227-1295-2022-11-4-106-130.
12. Ноева Е.Е. Арктический туризм: международный и национальный аспекты, проблемы и особенности развития // Арктика XXI ВЕК. Гуманитарные науки. 2022. №3(29). С. 35-59. DOI: 10.25587/SVFU.2022.68.59.003.
13. Нюренбергер Л.Б., Петренко Н.Е., Шурбе В.З. Подходы к развитию регионального туризма в контексте турбулентности экономики впечатлений // Экономика, предпринимательство и право. 2021. Т.11. №12. С. 2967-2978. DOI: 10.18334/ep.11.12.113859.
14. Орлова В.С. Потенциал сферы туризма и рекреации Европейского Севера: оценка и направления развития в условиях освоения Арктики // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2021. №14(1). С. 141-153. DOI: 10.15838/esc.2021.1.73.10.
15. Редькина Т.М., Каткова Т.В., Соломонова В.Н. Развитие событийного туризма в арктическом регионе – стратегическое направление государственной политики Российской Федерации в Арктике // Глобальный научный потенциал. 2019. №6. С. 156-159.
16. Салыгин В.И., Криворотов А.К. Задачи развития Российской Арктики в новой международной обстановке // Север и рынок: формирование экономического порядка. 2022. №3(77). С. 7-18. DOI: 10.37614/2220-802X.3.2022.77.001.
17. Щипицина Л.Ю. Речевые стратегии арктического дискурса в комментариях туристов // Развитие Северо-Арктического региона: вопросы сохранения культурного наследия народов Арктики: Мат. Всеросс. науч.-практ. конф., Архангельск, 28–29.04.2022. Архангельск: Северный (Арктический) фед. ун-т им. М.В. Ломоносова, 2022. С. 281-287.
18. Яковчук А.А. Проблемы развития туристской отрасли в регионах Арктической Зоны Российской Федерации // Арктика и Север. 2020. №2/38. С. 55-72. DOI: 10.37482/issn2221-2698.2020.38.56.
19. Cai Y., Ma J., Lee Y.S. How do Chinese travelers experience the Arctic? Insights from a hedonic and eudaimonic perspective // Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism. 2020. Vol. 20. No.2. Pp. 144-165. DOI: 10.1080/15022250.2020.1744185.
20. Chapman D., Nilsson K.L., Rizzo A., Larsson A. Winter city urbanism: Enabling all year connectivity for soft mobility. International Journal of Environmental Research and Public Health. 2019. Vol.16. Iss.10. Pp. 1820. DOI: 10.3390/ijerph16101820.
21. Chen J.S. Tourism stakeholders attitudes toward sustainable development: A case in the Arctic // Journal of Retailing and Consumer Services. 2015. Vol. 22. Pp. 225-230. DOI: 10.1016/j.jretconser.2014.08.003.
22. Dawson J., Stewart E.J., Johnston M.E., Lemieux C.J. Identifying and evaluating adaptation strategies for cruise tourism in Arctic Canada // Journal of Sustainable Tourism. 2016. Vol. 24. No.10. Pp. 1425-1441. doi: 10.1080/09669582.2015.1125358.

23. Huijbens E., Lamers M. Sustainable tourism and natural resource conservation in the Polar Regions: An editorial // *Resources*. 2017. Vol.6. No.3. P. 45. DOI: 10.3390/resources6030045.
24. Chen J.S., Wang W., Jensen O., Kim H., Liu W.-Yu. Perceived impacts of tourism in the Arctic // *Journal of Tourism and Cultural Change*. 2021. Vol.19. No.4. Pp. 494-508. DOI: 10.1080/14766825.2020.1735403.
25. Kuklina V., Ruposov V., Kuklina M., Rogov V., Bayaskalanova T. Multi-polar trajectories of tourism development within Russian Arctic // *International Conference on Trends of Technologies and Innovations in Economic and Social Studies 2017*. Atlantis Press. 2017. Pp. 379-385. DOI: 10.2991/ttiess-17.2017.63.
26. Lau Y. Y. et al. Chinese Cruisers' Preference, Travel Constraints, and Behavioural Intention: Experience from the Arctic Cruise Market // *Journal of Marine Science and Engineering*. 2022. Vol.10. No.2. Pp. 156. DOI: 10.3390/jmse10020156.
27. Myakshin V.N., Shaparov A.E., Tikhanova D.V. Improving the assessment of the tourism potential of the Russian Arctic // *Ekonomika Regiona | Economy of Regions*. 2021. No.1. Pp. 235-248. DOI: 10.17059/ekon.reg.2021-1-18.
28. Petrov A.N., Tysiachniouk M.S. Benefit Sharing in the Arctic: A Systematic View. Reprinted from: *Resources* 2019. Vol.8. P. 155. DOI:10.3390/resources8030155.
29. Ren C., Jóhannesson G.T., Kramvig B., Pashkevich A., Höckert E. 20 years of research on Arctic and Indigenous cultures in Nordic tourism: a review and future research agenda // *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. 2021. Vol.21. No.1. Pp. 111-121. DOI: 10.1080/15022250.2020.1830433.
30. Sisneros-Kidd A.M., Monz Ch., Hausner V., Schmidt J., Clark D. Nature-based tourism, resource dependence, and resilience of Arctic communities: Framing complex issues in a changing environment // *Journal of Sustainable Tourism*. 2019. Vol.27. No.8. Pp. 1259-1276. DOI: 10.1080/09669582.2019.1612905.

References

1. Abankina, T. V. (2022). Kreativnaya ekonomika v Rossii: novye trendy [Creative economy in Russia: New trends]. *Zhurnal Novoj ekonomicheskoy associacii [Journal of the New Economic Association]*, 2(54), 221-228. doi: 10.31737/2221-2264-2022-54-2-13. (In Russ.).
2. Abashkin, V. L., Gokhberg, L. M., & Eferin, Ya. Yu. (2021). *Atlas ekonomicheskoy specializacii regionov Rossii [Atlas of Economic Specialisation of Russian Regions]: A monograph*. Moscow: HSE. (In Russ.).
3. Bayaskalanova, T. A., Kuklina, M. V., Bogdanov, V. N. (2020). Turizm v rossijskoj Arktike: problemy i vozmozhnosti razvitiya [Tourism in the Russian Arctic: Challenges and development opportunities]. *Sovremennye problemy servisa i turizma [Service and Tourism: Current Challenges]*, 14(1), 109-119. doi: 10.24411/1995-0411-2020-10111. (In Russ.).
4. Belevskikh, T. V., & Ivanova, M. V. (2018). Kreativnaya ekonomika arkticheskikh territorij: ispytanie holodom [Creative economy of the Arctic territories: The test of cold]. *Sever i rynek: formirovanie ekonomicheskogo poryadka [The North and the market: Forming the economic order]*, 1(57), 140-150. doi: 10.25702/KSC.2220-802X-1-2018-57-140-150. (In Russ.).
5. Bertosh, A. A. (2019). Arkticheskij turizm: konceptual'nye cherty i osobennosti [Arctic tourism: Conceptual features and particularities]. *Trudy Kol'skogo nauchnogo centra RAN [Transactions of the Kola Science Centre]*, 10(7-17), 169-180. (In Russ.).
6. Borovinskaya, D. N., Zalevskaya, M. A., & Mordanov, M. A. (2022). Kreativnost' kak klyuchevoj princip uspeshnogo brendirovaniya v regione [Creativity as a key principle of successful branding in the region]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta [Bulletin of Chelyabinsk State University]*, 6(464), 62-73. doi: 10.47475/1994-2796-2022-10607. (In Russ.).
7. Grushenko, E. B. (2022). Evropejskij sever Rossii: turistskij potencial, osnovnye problemy, vidy turizma i turistskie marshruty [European North of Russia (Russian North). Tourist

- potential, main problems, types of tourism and tourist routes]. *Geografiya i turizm [Geography and Tourism]*, 1(9), 47-52. (In Russ.).
8. Zhelnina, Z. Yu. (2021). Turizm Murmanskoy oblasti kak drayver razvitiya territorii [Tourism of the Murmansk region as a driver of territory development]. *Obshchestvo: politika, ekonomika, pravo [Society: Politics, Economics, Law]*, 9, 65-75. doi: 10.24158/pep.2021.9.11. (In Russ.).
 9. Loguntsova, I. V. (2021). Osobennosti razvitiya turizma v Arkticheskoy zone Rossii [Special features of Russian Arctic tourism]. *Gosudarstvennoe upravlenie. Elektronnyj vestnik [Public Administration. E-journal (Russia)]*, 87, 39-47. doi: 10.24412/2070-1381-2021-87-39-47. (In Russ.).
 10. Lukin, Yu. F. (2021). Arkticheskij turizm: rejting regionov, vozmozhnosti i ugrozy [Arctic tourism: The rating of regions, the opportunities and threats]. *Arktika i Sever [Arctic and North]*, 23, 96-123. doi: 10.17238/issn2221-2698.2016.23.96. (In Russ.).
 11. Mel'nichuk, O. A., & Pavlov, S. S. (2022). "Severnost'", "voobrazhaemoe Severa" ili "koncept-tosfera arkticheskogo diskursa"? ['Nordicity', 'Imagined North' or 'Concept Sphere of Arctic Discourse?']. *Nauchnyi dialog*, 11(4), 106-130. doi: 10.24224/2227-1295-2022-11-4-106-130. (In Russ.).
 12. Noeva, E. E. (2022). Arkticheskij turizm: mezhdunarodnyj i nacional'nyj aspekty, problemy i osobennosti razvitiya [Arctic tourism: International and national aspects, problems and features of development]. *Arktika XXI Vek. Gumanitarnye nauki [Arctic XXI century. Humanitarian sciences]*, 3(29), 35-59. doi: 10.25587/SVFU.2022.68.59.003. (In Russ.).
 13. Nyurenberger, L. B., Petrenko, N. E., & Shurbe, V. Z. (2021). Podhody k razvitiyu regional'nogo turizma v kontekste turbulentnosti ekonomiki vpechatlenij [Approaches to the regional tourism development amidst the experience economy turbulence]. *Ekonomika, predprinimatel'stvo i pravo*, 11(12), 2967-2978. doi: 10.18334/epp.11.12.113859. (In Russ.).
 14. Orlova, V. S. (2021). Potencial sfery turizma i rekreacii Evropejskogo Severa: ocenka i napravleniya razvitiya v usloviyah osvoeniya Arktiki [Potential of the tourism and recreation sphere in the European North: evaluation and development vector in terms of the Arctic development]. *Ekonomicheskie i social'nye peremeny: fakty, tendencii, prognoz [Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast]*, 14(1), 141-153. doi: 10.15838/esc.2021.1.73.10. (In Russ.).
 15. Redkina, T. M., Katkova, T. V., & Solomonova, V. N. (2019). Razvitie sobytijnogo turizma v arkticheskome regione – strategicheskoe napravlenie gosudarstvennoj politiki Rossijskoj Federacii v Arktike [Development of event tourism in the Arctic region as a strategic direction of the state policy of the Russian Federation in the Arctic]. *Global'nyj nauchnyj potencial [Global Scientific Potential]*, 6, 156-159. (In Russ.).
 16. Salygin, V. I., & Krivorotov, A. K. (2022). Zadachi razvitiya Rossijskoj Arktiki v novej mezhdunarodnoj obstanovke [Russian Arctic development goals in the new international situation]. *Sever i rynek: formirovanie ekonomicheskogo porjadka*, 3(77), 7-18. doi: 10.37614/2220-802X.3.2022.77.001. (In Russ.).
 17. Shchipicina, L. Yu. (2022). Rechevye strategii arkticheskogo diskursa v kommentariyah turistov [Speech strategies of the Arctic discourse in the tourists' comments]. *Razvitie Severo-Arkticheskogo regiona: voprosy sohraneniya kul'turnogo naslediya narodov Arktiki [Advancing Humanities in the Arctic Region: The Cultural Heritage of the Peoples in the Arctic]*: Paper collection of the scientific conference, April 28–29, 2022. Arkhangel'sk: Northern (Arctic) Federal University named after M.V. Lomonosov, 281-287. (In Russ.).
 18. Yakovchuk, A. A. (2020). Problemy razvitiya turistskoj otrasli v regionah Arkticheskoy Zony Rossijskoj Federacii [Tourism industry development issues in the Arctic zone of the Russian Federation]. *Arktika i Sever [Arctic and North]*, 2(38), 55-72. doi: 10.37482/issn2221-2698.2020.38.56. (In Russ.).
 19. Cai, Y., Ma, J., & Lee, Y. S. (2020). How do Chinese travelers experience the Arctic? Insights from a hedonic and eudaimonic perspective. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 20(2), 144-165. doi: 10.1080/15022250.2020.1744185.

20. Chapman, D., Nilsson, K. L., Rizzo, A., & Larsson, A. (2019). Winter city urbanism: Enabling all year connectivity for soft mobility. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(10), 1820. doi: 10.3390/ijerph16101820.
21. Chen, J. S. (2015). Tourism stakeholders attitudes toward sustainable development: A case in the Arctic. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 22, 225-230. doi: 10.1016/j.jretconser.2014.08.003
22. Dawson, J., Stewart, E. J., Johnston, M. E., & Lemieux, C. J. (2016). Identifying and evaluating adaptation strategies for cruise tourism in Arctic Canada. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(10), 1425-1441. doi: 10.1080/09669582.2015.1125358.
23. Huijbens, E., & Lamers, M. (2017). Sustainable tourism and natural resource conservation in the Polar Regions: An editorial. *Resources*, 6(3), 45. doi: 10.3390/resources6030045.
24. Chen, J. S., Wang, W., Jensen, O., Kim, H., Liu, W.-Yu. (2021). Perceived impacts of tourism in the Arctic. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 19(4), 494-508. doi: 10.1080/14766825.2020.1735403.
25. Kuklina, V., Ruposov, V., Kuklina, M., Rogov, V., & Bayaskalanova, T. (2017). Multi-polar trajectories of tourism development within Russian Arctic. *International Conference on Trends of Technologies and Innovations in Economic and Social Studies 2017*. Atlantis Press, 379-385. doi: 10.2991/ttiess-17.2017.63.
26. Lau, Y. Y, Sun X., Yang W., & Kanrak, M. (2022). Chinese Cruisers' Preference, Travel Constraints, and Behavioural Intention: Experience from the Arctic Cruise Market. *Journal of Marine Science and Engineering*, 10(2), 156. doi: 10.3390/jmse10020156.
27. Myakshin, V. N., Shaparov, A. E., & Tikhanova, D. V. (2021). Improving the assessment of the tourism potential of the Russian Arctic. *Economy of Regions*, 1, 235-248. doi: 10.17059/ekon.reg.2021-1-18.
28. Petrov, A. N., & Tysiachniouk, M. S. (2019). Benefit Sharing in the Arctic: A Systematic View. Reprinted from: *Resources*. 2019. Vol.8. P. 155. doi: 10.3390/resources8030155.
29. Ren, C., Jóhannesson, G. T., Kramvig, B., Pashkevich, A., & Höckert, E. (2021). 20 years of research on Arctic and Indigenous cultures in Nordic tourism: a review and future research agenda. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 21(1), 111-121. doi: 10.1080/15022250.2020.1830433.
30. Sisneros-Kidd, A. M., Monz, Ch., Hausner, V., Schmidt, J., & Clark, D. (2019). Nature-based tourism, resource dependence, and resilience of Arctic communities: Framing complex issues in a changing environment. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(8), 1259-1276. doi: 10.1080/09669582.2019.1612905.