

Научная статья

Original article

УДК 338.48

doi: 10.55186/2413046X_2024_9_11_444

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦИФРОВЫХ И КРЕАТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

USE OF DIGITAL AND CREATIVE TECHNOLOGIES IN TOURISM



Алексеева Юлия Петровна, старший преподаватель кафедры сервиса и туризма, Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, E-mail: stirisidium@gmail.com

Шафигуллина Юлия Сергеевна, ассистент кафедры сервиса и туризма, Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, E-mail: juliajulia070799@yandex.ru

Alekseeva Julia Petrovna, Senior Lecturer, Department of Service and Tourism, Kazan (Volga) Federal University, Kazan, E-mail: stirisidium@gmail.com

Shafigullina Yulia Sergeevna, assistant at the Department of Service and Tourism, Kazan (Volga Region) Federal University, Kazan, E-mail: juliajulia070799@yandex.ru

Аннотация. Мир сегодня преобразуется под влиянием цифровизации и стремительного развития креативной экономики. Это меняет не только то, как мы создаем товары и услуги, но и их саму ценность. Креативная экономика базируется на инновациях, требующих нестандартного мышления и поисков оригинальных решений. Развитие креативных индустрий стимулирует экономический рост и выводит взаимодействие между потребителями и производителями на новый уровень. В туризме креативные технологии

открывают новые горизонты, предлагая уникальные и необычные способы путешествовать и развлекаться. В данной статье мы рассмотрим основные формы и направления креативного туризма, уделив особое внимание культурным особенностям, которые могут привлечь внимание путешественников.

Abstract. The world today is being transformed by digitalization and the rapid development of the creative economy. This is changing not only how we create goods and services, but also their value. The creative economy is based on innovations that require unconventional thinking and the search for original solutions. The development of creative industries stimulates economic growth and takes the interaction between consumers and producers to a new level. In tourism, creative technologies open up new horizons, offering unique and unusual ways to travel and have fun. In this article, we will consider the main forms and directions of creative tourism, paying special attention to cultural features that can attract the attention of travelers.

Ключевые слова: цифровизация, креативные индустрии, сфера туризма, цифровые технологии

Key words: digitalization, creative industries, tourism, digital technologies

Введение. Креативная экономика — это не просто фабрики, которые штампуют вещи. Она про что-то новое, что делает жизнь лучше. Вместо того, чтобы просто строить заводы и собирать машины, она фокусируется на идеях, творчестве и знаниях.

Британский экономист Джон Хокинс в своей книге "Креативная экономика" утверждает, что этот подход ключевой для развития современного мира. Он не считает, что креативная экономика ограничивается только творческими профессиями. Она важна для всех сфер жизни, где нужно придумывать что-то новое и нестандартное. Хокинс уверен, что креативная экономика не может развиваться изолированно. Она требует тесного

сотрудничества между разными отраслями и сферами, обмена идеями и открытости к новому. Он также подчеркивает важность инвестиций в образование, науку и новые технологии.

Д. Хокинс считает, что искусство, дизайн, музыка и кино важны для развития креативности и инноваций. Он уверен, что креативная экономика способна создать новые рабочие места, улучшить качество жизни и сделать мир более устойчивым. В своей книге он приводит примеры успешных проектов, подтверждая свою теорию. Работа Хокинса стала одним из главных источников информации о креативной экономике [1].

Российская креативная экономика демонстрирует большой потенциал, опираясь на богатую культуру, талантливых людей и развитую научную базу. Однако, реализация этого потенциала сдерживается рядом факторов.

К основным факторам относят:

- Недостаток инфраструктуры: Отсутствие достаточного количества креативных пространств, инкубаторов и фондов поддержки затрудняет реализацию новых проектов.
- Финансовые ограничения: Дефицит государственного и частного финансирования ограничивает развитие креативных проектов.
- Проблемы с интеллектуальной собственностью: Слабая защита авторских прав тормозит инновации и развитие креативных предприятий.
- Кадровый дефицит: Нехватка квалифицированных специалистов в креативных сферах также сдерживает рост отрасли.
- Бюрократические барьеры: Сложные системы разрешений и документации усложняют реализацию креативных проектов.

- Проблемы с продвижением: Отсутствие эффективных стратегий продвижения и маркетинга ограничивает доступ креативных проектов к широкой аудитории.
- Отсутствие кооперации: Слабое взаимодействие между разными сферами и отраслями креативной экономики тормозит ее развитие.
- Неравномерное развитие: Централизация креативных индустрий в Москве и Санкт-Петербурге приводит к неравномерному развитию в регионах.

Несмотря на эти сложности, правительство предпринимает шаги по поддержке креативных индустрий, а частные инициативы также вносят свой вклад в развитие креативного потенциала России. Для реализации потенциала российской креативной экономики необходимо решить ряд проблем и создать благоприятные условия для ее развития.

Американский психолог Джозеф Гилфорд, исследуя природу креативности, выделил четыре ключевых фактора, которые, по его мнению, определяют творческие способности человека:

- Беглость: Способность генерировать большое количество идей, словно фонтан, выдающий поток свежих мыслей. Чем больше идей человек может создать, тем выше его беглость.
- Гибкость: Умение мыслить нестандартно, не ограничиваясь привычными шаблонами. Гибкость проявляется в способности генерировать разнообразные идеи, использовать разные подходы и точки зрения.
- Оригинальность: Способность создавать нечто новое и уникальное, отличное от уже существующих идей. Это способность придумывать решения, ничем не похожие на все известные ранее.
- Разработка: Способность не просто генерировать идеи, но и развивать их, превращая в реальные решения или продукты. Разработка означает умение улучшать идеи, добавлять детали, придавать им форму и смысл [2].

Все эти элементы тесно взаимосвязаны: высокая беглость позволяет генерировать больше идей, а гибкость - создавать идеи, отличающиеся друг от друга. Оригинальность позволяет создать уникальные идеи, а разработка - превратить их в реальные продукты. В совокупности они формируют способность человека к креативности [3].

Мир становится цифровым и конкурентным. Старые методы работы уже не эффективны. Чтобы привлечь внимание клиентов, нужно придумывать что-то новое. В туризме креативный подход еще не так распространен, но уже показывает хорошие результаты. Он позволяет показать уникальные особенности местной культуры и традиций, вовлекая в это как туристов, так и местных жителей. [4].

Методы и методология исследования. Рассматривая литературу в области использования креативных подходов можно выделить работы: Амосовой А.И., Астафьева С.А., Борковой Е.А., Глинкиной Т. А., Груба М.Г., Дербиной Ю.С., Кужутовой А.Ю., Кузнецовой Е.А., Толстоуховой И.С., Хомкалова Г.В. [5-7]. Применение креативных подходов в туризме можно наблюдать в работах: Джонса К., Кореньковой А.О., Логунцовой И.В., Лоренцена М., Тауза Р., Сапседа Дж., Темяковой Т. В., Христофоровой И.В., Черевичко Т.В., Черниковой Л.И., Элькановой Е.А. [8-11].

Результаты и обсуждение. В отличие от традиционной экономики, которая полагается на материальные ресурсы, креативная экономика строит свой успех на знаниях, творчестве и инновациях. В качестве основной идеи выступают новые технологии, изобретения, произведения искусства и другие формы интеллектуальной собственности. Благодаря данным умениям возможно использовать нематериальный капитал, защищая свою интеллектуальную собственность патентами, авторскими правами и брендами, что в свою очередь может стать ключевым фактором успеха в современной экономике [12].

Креативная экономика является принципиально новым взглядом на экономику. В качестве ее основы выступает интеллектуальный капитал, человеческие ресурсы и инновации, а факторами успеха выступают создание и реализация новых услуг и идей, которые в свою очередь могут воплощаться в технологиях, изобретениях и т.д. Как показывают современные исследования в данной области, основными двигателями креативной экономики выступают нестандартный подход и гибкость мышления. Соответственно можно выделить два фактора: знания и интеллектуальная собственность. Первый фактор выступает как самый ценный ресурс, который нуждается в постоянном развитии, так как современный мир постоянно меняется, практически каждый день появляются новые знания и информация. Интеллектуальная собственность является фактором коммерческого успеха, так как большой поток информации позволяет многим людям генерировать идеи или «воровать» их, без защиты собственных прав реализация креативности также невозможна.

Также креативная экономика активно развивает сотрудничество между разными секторами, от мелких до крупных корпораций. Помимо сотрудничества различных компаний, внедряется сотрудничество между разными сферами, что также позволяет реализовывать новые идеи, так как именно они являются драйверами креативной экономики. Использование новых идей позволят создать и распространить новые идеи более эффективно [10].

Инструменты креативной экономики также активно используются в сфере туризма. До пандемии, туристы путешествовали просто ради того, чтобы отдохнуть, однако после развития цифровых индустрий, а также повышение интереса к внутреннему туризму появляется потребность в приобретении новых эмоций и ощущений. Также появляется запрос на изучение местных культур, традиций, кухни и истории. Особый интерес вызывают музеи с интерактивными экспозициями.

Также в рамках развития концепции устойчивого развития, особый интерес представляет экологический туризм. Развиваются эко-отели, глэмпинги, кемпинги, туристы активно посещают национальные парки и заповедники, участвуют в агротуризме, покупают продукты у местных фермеров.

Также развитие цифровых технологий сформировало нынешнее потребительское поведение, которое характеризуется высоким использованием услуг онлайн-бронирования, использования мобильных приложений для навигации. Данные технологии позволяют сделать процесс путешествия более удобными и информативными.

Так как отмечается повышение интереса к внутреннему туризму, компаниям приходится использовать новые маркетинговые инструменты, чтобы привлечь туристов, например: смешные видеоролики, конкурсы, блоги и сотрудничество с блогерами. Помимо этого, турфирмы все больше работают с тем, что предлагают индивидуальные услуги, которые также повышают ценность предоставляемых услуг. Данные нововведения говорят о том, что сфера туризма активно меняется под влиянием цифровых технологий [13].

Республика Татарстан богатая на историю, национальный колорит, что позволяет в полной мере использовать креативные технологии в области туризма. В качестве основы могут выступать краеведческие музеи, которых на территории республики 27 [14]. Данные музеи хранят богатую историю региона и могут стать привлекательными туристическими объектами, предлагая не только знания, но и интересные мероприятия.

В качестве основной проблемы можно выделить то, что перед краеведческими музеями стоит выбор, остаться хранилищем экспонатов или под давлением цифровизации стать центрами культуры, образования и взаимодействия. Для привлечения большего количества посетителей и поддержания своей актуальности, музеям необходимо переосмыслить свою роль, например внедряя интерактивные экспозиции. Особенно поможет

привлечь туристов возможность «прикоснуться» к объектам, поиграть с ними и так далее, так как в музеях обычно запрещено трогать объекты экспозиции.

Внедрение технологий дополненной позволит перенести туристов в прошлое и почувствовать атмосферу различных исторических событий. Внедрение виртуальных технологий стало популярно во время пандемии, когда туристы не могли путешествовать и путешествовали из дома. Краеведческие музеи могут создать виртуальные реконструкции исторических мест, что позволит посетителям более глубоко погрузиться в историю.

Также в качестве развития креативных индустрий можно использовать различные мастер-классы, где туристы смогут обучиться традиционным ремеслам, искусству, культуре. В Республике Татарстан имеется достаточное количество необычных традиционных особенностей, например Казанский шов и Татарский орнамент, благодаря реализации таких мастер-классов можно привлечь туристов и дать им почувствовать себя частью чего-то большего, что в свою очередь подарит необычные эмоции. Сочетание исторического наследия с современными форматами позволит привлечь посетителей всех возрастов и интересов. Для того, чтобы сделать музеи доступнее для широкой аудитории, можно использовать онлайн-платформы, мобильные приложения и социальные сети.

Также не стоит забывать о местном бизнесе и предоставляемых ими товарах. Внедрение в программу посещение таких мест позволит познакомиться с традиционной кухней, которая в Республике Татарстан также богата. Посещение таких мест в совокупности с музеями сделает услуги более комплексными, а также подарит полный спектр эмоций. Музеи могут стать новыми центрами жизни сообщества, организовывая лекции, дискуссии и выставки. Все это позволит людям обмениваться идеями, узнавать новое и просто приятно проводить время [15].

Для привлечения туристов в музеи необходимо уделять должное внимание маркетинговым технологиям и продвижению. В качестве основного инструмента можно использовать информационные порталы, где потребители смогут самостоятельно находить актуальную информацию о музеях, выставках мастер-классах и других мероприятиях [16].

Выводы. Таким образом, цифровые и креативные технологии в туризме могут не только способствовать улучшению качества обслуживания туристов, но и помогать компаниям сферы туризма быть конкурентоспособными на рынке и создавать уникальные продукты. Использование новых технологий, которые основываются на краеведческих музеях. Республики Татарстан имеет определенное значение для обогащения культурного опыта посетителей, способное подарить новые эмоции и впечатления, что в свою очередь влияет на привлечение повторных туристов в республику, увеличение туристского потока в муниципальные районы и развитию сферы туризма в целом.

Список источников

1. Алексеева Ю. П. Развитие креативного туризма в Республике Татарстан с использованием туристско-рекреационного потенциала / Ю. П. Алексеева // Московский экономический журнал. – 2024. – Т. 9, № 3. – С. 208-227. – DOI 10.55186/2413046X_2024_9_3_143.
2. Концепция креативности Дж. Гилфорда и Э.П.Торренса // Wikireading.ru URL: <https://psy.wikireading.ru/2437> (дата обращения: 05.02.2024).
3. Как развить творческую креативность и начать мыслить нестандартно // 4 Сферы жизни. – URL: www.sferijiznivm.ru/kak-razvit-tvorcheskuyu-kreativnost-i-nachat-myslit-nestandardno/ (дата обращения: 05.02.2024).
4. Глинкина Т. А. Креативность как комплекс интеллектуальных и личностных характеристик / Т. А. Глинкина // Современная высшая школа: инновационный аспект. – 2008. – № 1. – С. 127-131.

5. Амосова А. И. Креативная экономика и ее значение / А. И. Амосова, Е. А. Кузнецова // Бизнес-образование в экономике знаний. – 2022. – № 2(22). – С. 4-7.
6. Астафьев С. А. Креативная экономика как ключевой элемент устойчивого развития территорий / С. А. Астафьев, Г. В. Хомкалов, И. С. Толстоухова // Baikal Research Journal. – 2021. – Т. 12, № 3. – DOI 10.17150/2411-6262.2021.12(3).16.
7. Груба М. Г. Роль креативного подхода в бизнесе и предпринимательстве / М. Г. Груба // Материалы Афанасьевских чтений. – 2022. – № 3(40). – С. 13-15.
8. Кореньков А. О. Инфраструктурные факторы развития креативных индустрий / А. О. Кореньков // Инновации и инвестиции. – 2022. – № 3. – С. 182-186.
9. Towse R. Creative industries //Handbook of Cultural Economics, Third Edition. – Edward Elgar Publishing, 2020. – С. 137-144.
10. Логунцова И. В. Понятие креативного туризма и его развитие в городах и регионах России / И. В. Логунцова // Государственное управление. Электронный вестник. – 2022. – № 93. – С. 197-206. – DOI 10.24412/2070-1381-2022-93-197-206.
11. Jones C., Lorenzen M., Sapsed J. Creative industries //The Oxford handbook of creative industries. – 2015. – С. 3-32.
12. Прокофьева Д. А. Влияние креативной экономики на современный менеджмент креативных индустрий / Д. А. Прокофьева, Н. В. Шамардина // Вестник университета. – 2020. – № 7. – С. 120-127. – DOI 10.26425/1816-4277-2020-7-120-127.
13. Логунцова И. В. Понятие креативного туризма и его развитие в городах и регионах России / И. В. Логунцова // Государственное управление. Электронный вестник. – 2022. – № 93. – С. 197-206. – DOI 10.24412/2070-1381-2022-93-197-206.

14. Объединенный электронный каталог «Музеи Республики Татарстан». – URL: www.collections.museum.tatar.ru/entity/MUSEUM (дата обращения: 10.03.2024).

15. Захарова Ю. С. Место краеведческих музеев в развитии туризма в Республике Татарстан / Ю. С. Захарова, Л. С. Тимофеева // Историко-культурное наследие как потенциал развития туристско-рекреационной сферы : Материалы X Всероссийской научно-практической конференции, Казань, 16–18 апреля 2021 года. Том Выпуск 10. – Казань: Академия наук Республики Татарстан, 2021. – С. 88-90.

16. Сердюков, С. Д. Система продвижения туристской дестинации как составляющая информационного обеспечения в туризме / С. Д. Сердюков, Н. К. Сердюкова, Л. М. Романова – DOI: 10.15862/08ECVN218 – Текст: электронный / Вестник евразийской науки. – 2018. – Т. 10, № 2. – С. 44 – URL: <https://esj.today/PDF/08ECVN218.pdf>. (дата обращения: 20.04.2024).

References

1. Alekseeva J. P. Development of creative tourism in the Republic of Tatarstan using the tourist and recreational potential / Yu. P. Alekseeva // Moscow Economic Journal. - 2024. - Vol. 9, No. 3. - P. 208-227. - DOI 10.55186/2413046X_2024_9_3_143.

2. The concept of creativity of J. Guilford and E.P. Torrance // Wikireading.ru URL: <https://psy.wikireading.ru/2437> (date of access: 02/05/2024).

3. How to develop creative creativity and start thinking outside the box // 4 Spheres of life. – URL: www.sferijiznivm.ru/kak-razvit-tvorcheskuyu-kreativnost-i-nachat-myslit-nestandardno/ (date accessed: 05.02.2024).

4. Glinkina T. A. Creativity as a complex of intellectual and personal characteristics / T. A. Glinkina // Modern higher education: innovative aspect. - 2008. - No. 1. - P. 127-131.

5. Amosova A. I. Creative economy and its significance / A. I. Amosova, E. A. Kuznetsova // Business education in the knowledge economy. - 2022. - No. 2 (22). - P. 4-7.
6. Astafiev S. A. Creative economy as a key element of sustainable development of territories / S. A. Astafiev, G. V. Khomkalov, I. S. Tolstoukhova // Baikal Research Journal. - 2021. - Vol. 12, No. 3. - DOI 10.17150/2411-6262.2021.12(3).16.
7. Gruba M. G. The role of a creative approach in business and entrepreneurship / M. G. Gruba // Materials of the Afanasyev Readings. - 2022. - No. 3(40). - P. 13-15.
8. Korenkov A. O. Infrastructure factors in the development of creative industries / A. O. Korenkov // Innovations and Investments. – 2022. – No. 3. – P. 182-186.
9. Towse R. Creative industries //Handbook of Cultural Economics, Third Edition. – Edward Elgar Publishing, 2020. – P. 137-144.
10. Loguntsova I. V. The concept of creative tourism and its development in cities and regions of Russia / I. V. Loguntsova // Public administration. Electronic Bulletin. – 2022. – No. 93. – P. 197-206. – DOI 10.24412/2070-1381-2022-93-197-206.
11. Jones C., Lorenzen M., Sapsed J. Creative industries //The Oxford handbook of creative industries. – 2015. – P. 3-32.
12. Prokofieva D. A. The Impact of the Creative Economy on Modern Management of Creative Industries / D. A. Prokofieva, N. V. Shamardina // University Bulletin. - 2020. - No. 7. - P. 120-127. - DOI 10.26425 / 1816-4277-2020-7-120-127.
13. Loguntsova I. V. The Concept of Creative Tourism and Its Development in Cities and Regions of Russia / I. V. Loguntsova // Public Administration. Electronic Bulletin. - 2022. - No. 93. - P. 197-206. - DOI 10.24412 / 2070-1381-2022-93-197-206.
14. United electronic catalogue "Museums of the Republic of Tatarstan". – URL: www.collections.museum.tatar.ru/entity/MUSEUM (date of access: 10.03.2024).

15. Zakharova Yu. S. The place of local history museums in the development of tourism in the Republic of Tatarstan / Yu. S. Zakharova, L. S. Timofeeva // Historical and cultural heritage as a potential for the development of the tourism and recreational sphere: Proceedings of the X All-Russian scientific and practical conference, Kazan, April 16-18, 2021. Volume Issue 10. – Kazan: Academy of Sciences of the Republic of Tatarstan, 2021. – P. 88-90.

16. Serdyukov, S. D. The system of promoting a tourist destination as a component of information support in tourism / S. D. Serdyukov, N. K. Serdyukova, L. M. Romanova - DOI: 10.15862/08ECVN218 - Text: electronic / Bulletin of Eurasian Science. - 2018. - Vol. 10, No. 2. - P. 44 - URL: <https://esj.today/PDF/08ECVN218.pdf>. (date of access: 04/20/2024).

© *Алексеева Ю.П., Шафигуллина Ю.С., 2024. Московский экономический журнал, 2024, №11.*