

КРЕАТИВНЫЕ И КУЛЬТУРНЫЕ ИНДУСТРИИ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В СИБИРСКОМ РЕГИОНЕ

В условиях, когда узкая индустриальная специализация экономик сибирских городов не дает значительных оснований для широкой межгородской кооперации, а передовые бизнес-услуги сосредоточены преимущественно в двух столичных регионах страны, делается предположение, что акцент на такие универсальные городские виды деятельности, как культурные и креативные индустрии, поможет по-новому переосмыслить направления местного и регионального развития.

Ключевые слова: креативные и культурные индустрии, культурный кластер, стратегии экономического развития территорий.

Ye.R. Meteleva

CREATIVE AND CULTURAL INDUSTRIES AS THE BASIS OF TOURISM DEVELOPMENT IN THE SIBERIAN REGION

The limited industrial specialization of Siberian cities' economy is an obstacle to a wide interurban co-operation. Meanwhile, advanced businesses and their services are concentrated mainly in both national capital regions. Taking all this into account, we presume that it makes sense to put emphasis on such universal urban activities as creative and cultural industries, which will help reconsider ways of local and regional development.

Keywords: creative and cultural industries, cultural cluster, strategies of economic development of territories.

Культура — это ключевая составляющая постиндустриальной, информационноёмкой экономической активности. Культурно-ориентированное развитие возникает как доминантная парадигма, интегрирующая символический и креативный элементы в важный аспект городской экономики. Оно нацелено на обеспечение городской отличительности, инновативности и высокой степени взаимодействия между локализованным индивидуальным и коллективным знанием и глобализованными рынками.

Все города являются площадками для организации событий. Это могут быть регулярные или разовые события. Но наряду с этими одиночными событиями, обычная культурная программа города может расцениваться как событие само по себе, например, театральная программа или постоянно действующие выставки в городских музеях.

Сеть творческих городов Сибири позволила бы ее членам обмениваться знаниями и опытом, популяризировать наиболее эффективную практику и укреплять собственную индустрию культуры, создавая новые возможности в области инвестиций и трудоустройства и развивая культурный туризм.

Основное внимание органов публичной власти городов-центров сибирских регионов традиционно сфокусировано на кооперации бизнеса, в первую очередь, крупных промышленных компаний. Но сети в бизнесе могут создаваться только на базе *отраслевой общности*. Однако

в городах-центрах регионов Сибири необязательно развиты схожие отрасли, сферы бизнеса. Поэтому шансы кооперации не столь велики и разнообразны.

В отличие от промышленного бизнеса, культура — это чисто городская сфера активности, которая имеется абсолютно *в каждом городе*. Поэтому активизация межгородской кооперации, контакты креативных акторов, интенсификация потоков и повышение мощности сетей за счет активной совместной презентации на глобальных рынках может стать реальной базой городского развития в Сибирском регионе.

В качестве специально организуемых мероприятий сетевого характера, которые усилили бы чувство связности Сибирского региона в восприятии как сибиряков, так и российских и зарубежных контактных аудиторий, можно предложить, например, такие, как назначение ежегодной Культурной столицы Сибири и проведение Интернет-конкурса на выявление «Семи чудес Сибири». Организация этих событий обязательно должна предусматривать создание иноязычных сайтов или блогов, освещение этих событий на сайтах городов, в электронных СМИ и организацию многоязычных форумов и обсуждений в Интернете, планомерное размещение иноязычных постов в Интернет на виртуальных площадках соответствующей тематики.

Как определяют зарубежные исследователи, передовые виды услуг обладают сильным синергетическим эффектом [3]. Креативные и культурные индустрии являются взаимно-поддерживающими и усиливающими друг друга с туризмом, а также с такими бизнес-услугами как дизайн, мода, архитектура, выставочно-ярмарочный бизнес. Все они могут осуществляться эффективно, когда они достаточно развиты и между ними налажено тесное взаимодействие.

Формирование городских сетей социальных агентов в сфере креативных и культурных индустрий может иметь важные стратегические последствия для городов-центров сибирских регионов:

1. Повысит потенциальную возможность создания креативной среды в каждом из городов.
2. Позволит активизировать другие сферы экономической активности вследствие агломерационного эффекта.
3. Поможет репозиционировать Сибирский регион в макроокружении, в глобальной внешней среде, что, в свою очередь, повысит возможности привлечения новых потоков из глобальной экономики.

Конкуренция сибирских городов на рынке туристических услуг, по нашему мнению, является «игрой с нулевой суммой». Совместные усилия могут принести более весомый результат. Культурно-рекреационные ресурсы одного отдельно взятого сибирского города не являются до такой степени привлекательными, уникальными (за исключением, может быть, всемирно известного озера Байкал), чтобы желание их увидеть оказалось сильнее нежелания совершать столь длительное и утомительное путешествие.

Креативные и культурные индустрии имеют ценность не только сами по себе, но в их связке с экономическим развитием, основанным на въездном туризме. Современная туристическая индустрия является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей мирового хозяйства. По данным Всемирной туристической организации (ВТО) в ближайшие 10 лет рост туристического сектора будет составлять 4–6% в год [1].

Наиболее популярными видами туризма к 2020 г., по прогнозу развития, сделанному ВТО, станут: приключенческий, *экологический, культурно-познавательный*, тематический и круизы. Доля туризма в мировой торговле услугами составляет более 30%. Ежегодный рост инвестиций в индустрию туризма составляет 35%, туризм использует до 7% мирового капитала. По прогнозу ВТО к 2020 г. Россия может войти в первую десятку стран — самых популярных направлений туризма. В 2006 году Россия занимала 20-ю строчку среди стран с наибольшим числом прибывающих туристов (9164 тыс. чел.) [1].

Ресурсы, которые являются ключевыми для рекреационного туризма, делятся на природные и социокультурные. Последние включают в себя:

- культурно-исторические объекты;
- культурно-исторические явления;
- экономические (финансовые, инфраструктурные, трудовые).

Те города-центры регионов СФО, которые раньше других занялись разработкой своих турпродуктов, уже хорошо осознали необходимость дополнения природных ресурсов ресурсами социокультурными. Наиболее отчетливо эта озабоченность выражена в Стратегии социально-экономического развития города Улан-Удэ до 2027 г. Проведенный анализ привел авторов данного документа к естественному выводу о необходимости разработки культурной политики города Улан-Удэ, поскольку именно культура — это специфический городской ресурс, который несет на себе отпечаток общей национальной культуры и, в то же время, имеет уникальные особенности, свойственные данному конкретному городу.

Самой прибыльной (экономически привлекательной) целевой аудиторией являются иностранные туристы, прежде всего, европейские, однако путь из Европы в Сибирь представляется довольно нелегким. Поэтому «вознаграждения», ожидаемые «компенсации», получаемые клиентами от посещения места назначения, должны перекрывать издержки перемещения до этого места. «Вознаграждения, компенсации», предоставляемые каждым сибирским городом в отдельности, не в состоянии перекрыть подобные издержки. Поэтому требуется объединение усилий сибирских городов для формирования единого туристического продукта — «путешествия в Сибирский регион». Это должен быть комплексный продукт, «набор (букет) выгод».

Обзор стратегических документов городов-центров регионов СФО выявил ориентиры, которые ставят перед собой ведущие города Сибири. На основе проведенного анализа все города-центры регионов СФО разделены нами на несколько групп:

Города, которые уже имеют опыт развития туристического комплекса и собираются развивать его в дальнейшем — это Иркутск и Улан-Удэ.

Города, которые планируют развивать туризм, хотя и не имеют пока значительных наработок в этой сфере — это Красноярск и Томск.

Города, которые имеют намерения развивать туризм, но не видят в нем одну из ключевых сфер городского развития — это Новосибирск, Кемерово и Барнаул.

Города, которые не имеют намерений и/или возможностей для развития туризма — это Омск и Чита.

В отношении развития сферы культуры (на креативности акцентировано внимание только в документе города Томска) мы также классифицировали города определенным образом:

Города, которые определяют культуру как одну из ключевых сфер развития города и уделяют ей особое внимание на уровне планируемых мероприятий — это Томск, Улан-Удэ и Красноярск.

Города, которые декларируют важность культуры как ключевой сферы развития, но мероприятия по ее превращению в «двигатель развития» в среднесрочной перспективе не планируют — это Новосибирск и Иркутск.

Города, которые определяют культуру, скорее, как традиционную часть социальной сферы, и их планируемые мероприятия по ее развитию носят локальный характер — это Омск, Кемерово, Барнаул и Чита.

Последняя группа представляет особый интерес, поскольку три города из четырех располагают определенными историко-культурными ресурсами — это Омск, Барнаул и Чита. Кемерово, будучи «молодым» городом, не обладает достаточным потенциалом в этой сфере, однако имеет возможность найти свою нишу, позиционируясь как центр современной, даже авангардной культуры.

Сознательное развитие креативных и культурных индустрий, по нашему мнению, позволит городам-центрам регионов СФО продвинуться к достижению как тех целей, которые связаны напрямую с развитием данной сферы, так и тех, что связаны с общим развитием городской экономики.

На основе анализа документов можно сказать, что города выбрали для себя как специфические (отличные), так и общие (схожие) стратегические направления развития.

Исторические особенности каждого города обусловили выбор нескольких *специфических*, свойственных именно для данного города направлений: Омск, Новосибирск и Кемерово, будучи промышленно развитыми центрами и традиционно воспринимая себя именно таковыми, стараются закрепить в первую очередь промышленную специализацию. Барнаул, являясь центром сельскохозяйственного края, намерен продолжать развиваться как центр переработки сельхозпродукции. Иркутск, Улан-Удэ и Чита, хотя и не были крупными промышленными центрами в советское время, в среднесрочной перспективе не отказываются от данных видов деятельности. Выделяются на общем фоне Томск и Красноярск, которые, позиционируя себя как передовые, по-современному мыслящие города, выбрали в качестве перспектив развитие инновационной сферы.

Что касается *общих* перспектив, то практически все города выбрали для себя в качестве стратегических ориентиров развитие нескольких схожих направлений: транспорт, сервис (логистика и торговля), инновационная сфера (производство наукоемкой продукции), туризм, образование и культура. И, разумеется, все города, независимо от специализации, будут заниматься обустройством городской территории, градостроительством.

Мы полагаем, что креативные и культурные индустрии, сфера культуры, могут быть положены в основу формирования в Сибирском регионе глобализированных городов, а также складывания мегагородского региона как крупной наднагломерационной формы расселения геополитического масштаба и значения. Именно культурные ресурсы способны повысить ценность региона и улучшить его имидж в глобальном масштабе [2].

Список использованной литературы

1. Всемирная туристская организация / Всемирная туристская организация — специализированное учреждение ООН. — URL: http://www.unwto.org/index_r.php.
2. Программа «Культура»: региональная программа «Сибирь» / Студия Интернет маркетинга. — URL: <http://sib.net/about.phtml>.
3. Russo A. New culture-oriented economic development trajectories: the case study of four Dutch cities / A. Russo, J. Borg // Carlo Busetto. — 1998–2005. — URL: <http://www.dse.unive.it/pubblicazioni>.

Bibliography (transliterated)

1. Vsemirnaya turistskaya organizatsiya / Vsemirnaya turistskaya organizatsiya — spetsializirovannoe uchrezhdenie OON. — URL: http://www.unwto.org/index_r.php.
2. Programma «Kul'tura»: regional'naya programma «Sibir'» / Studiia Internet marketinga. — URL: <http://sib.net/about.phtml>.
3. Russo A. New culture-oriented economic development trajectories: the case study of four Dutch cities / A. Russo, J. Borg // Carlo Busetto. — 1998–2005. — URL: <http://www.dse.unive.it/pubblicazioni>.

Информация об авторе

Метелева Елена Растиславна — кандидат экономических наук, доцент, кафедра государственного и муниципального управления, Сибирская академия государственной службы, г. Новосибирск, e-mail: elenameteleva@ya.ru.

Author

Meteleva Yelena Rastislavna — PhD in Economics, Associate Professor, Chair of Public Administration Department, Siberian Academy of Public Administration, Novosibirsk, e-mail: elenameteleva@ya.ru.