

СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ В КОНТЕКСТЕ КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ

М.В. Лаврищева, Р.М. Иванова

Елецкий государственный университет им. И.А. Бунина
(Елец, Россия)

***Аннотация.** В статье рассматриваются теоретические подходы к изучению событийного туризма в контексте креативной экономики. Цель данного исследования – описать сущность основных понятий, моделей и роли креативных индустрий в развитии событийного туризма. Используются методы анализа научной литературы, системный и сравнительный методы. Выделены четыре подхода: событийный туризм как драйвер креативной экономики; креативная экономика как ресурс для событийных продуктов; взаимодополняемость; интеграция как инструмент развития. По результатам проведенного исследования обосновано активное формирование креативными индустриями (ремесла, медиа, дизайн и другие) содержания и конкурентных преимуществ событийных мероприятий. Рассмотрены классификации ЮНЕСКО/ЮНИДО, Лондонской школы экономики и ВШЭ, подчеркивающие значимость интеллектуальной собственности. Сделан вывод о наличии разных подходов к пониманию креативных индустрий в контексте событийного туризма. Признание разнообразия креативных практик способствует пониманию потенциала событийного туризма как инструмента развития. Выявлена необходимость интеграции креативных индустрий и событийного туризма для создания уникального потребительского опыта.*

***Ключевые слова:** событийный туризм, креативная экономика, креативные индустрии, региональное развитие, экономическое влияние, культурный туризм.*

EVENT TOURISM IN THE CONTEXT OF THE CREATIVE ECONOMY: THEORETICAL APPROACHES

M.V. Lavrishcheva, R.M. Ivanova

Bunin Yelets State University
(Yelets, Russia)

***Abstract.** This article examines theoretical approaches to studying event tourism within the context of the creative economy. The aim is to analyze existing concepts, theoretical models, and identify the role of creative industries in the development of event tourism. The research employs literature analysis, systemic and comparative methods. Four main approaches are highlighted: event tourism as a driver of the creative economy; the creative economy as a resource for unique event products; complementarity of event and creative tourism; and integration as a tool for territorial development. The analysis shows that creative industries (crafts, media, design) actively shape the content and competitive advantages of event activities. Classifications by UNESCO/UNIDO, the London School of Economics, and the Higher School of Economics are examined, emphasizing the importance of intellectual property. The conclusion stresses the significance of different approaches to understanding creative industries in the context of event tourism. The recognition of diverse creative practices contributes to a deeper understanding of the*

potential of event tourism as a development tool. The study identifies the need for integration between creative industries and event tourism to create unique experiences

Keywords: *event tourism, creative economy, creative industries, regional development, economic impact, cultural tourism*

Введение. В современном мире туризм является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей мировой экономики, оказывающей значительное влияние на социально-экономическое развитие регионов и стран. В последние десятилетия наблюдается смещение интереса туристов от традиционных форм отдыха к более аутентичным и вовлекающим видам туризма, таким как событийный и креативный туризм [5].

Событийный туризм, характеризующийся путешествиями, мотивированными посещением определенных мероприятий и событий [2, 6], приобретает все большее значение как инструмент развития территорий, привлечения инвестиций и повышения узнаваемости дестинаций [15]. В то же время, креативная экономика, основанная на использовании интеллектуального капитала и творческих способностей, становится ключевым фактором экономического роста во многих странах.

Интеграция креативной экономики и туризма открывает новые возможности для создания уникальных туристических продуктов, привлечения креативного класса и формирования положительного имиджа территорий [17, 12]. В связи с этим, возникает необходимость в теоретическом осмыслении взаимосвязи событийного туризма и креативной экономики, а также в выявлении механизмов их эффективного взаимодействия.

Несмотря на растущий интерес к данной тематике, в научной литературе недостаточно внимания уделяется теоретическим аспектам интеграции событийного туризма в креативную экономику. Существующие исследования, как правило, носят эмпирический характер и рассматривают отдельные аспекты данной взаимосвязи.

Целью данной статьи является анализ теоретических подходов к рассмотрению событийного туризма в контексте креативной экономики.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Рассмотреть основные понятия и характеристики событийного туризма и креативной экономики.
2. Проанализировать существующие теоретические подходы к изучению взаимосвязи событийного туризма и креативной экономики.
3. Выявить роль креативных индустрий в развитии событийного туризма.

Креативная экономика – это экономическая система, основанная на использовании интеллектуальной собственности, творческих и инновационных способностей людей для производства товаров и услуг, имеющих культурную и/или экономическую ценность. Ключевыми элементами креативной экономики являются креативные индустрии, такие как искусство, дизайн, медиа, мода, архитектура, IT и другие [4, 13].

Креативный туризм – это форма туризма, которая предполагает активное участие туристов в творческом процессе, обучение новым навыкам и знакомство с местной культурой через интерактивные мастер-классы, воркшопы, культурные обмены и другие подобные мероприятия [9, 10]. Креативный туризм направлен на создание уникального и аутентичного опыта для туристов, а также на поддержку местных креативных индустрий.

В свою очередь, событийный туризм определяется как форма туризма, мотивированная посещением организованных мероприятий, таких как фестивали, концерты, спортивные соревнования, культурные и деловые события [11, 3]. Он играет важную роль в привлечении туристов, стимулировании экономики регионов и формировании имиджа территорий.

Объекты и методы исследований. В настоящем исследовании проведен анализ теоретических и эмпирических работ, посвященных событийному туризму, креативной экономике и их взаимосвязи. Основными источниками информации послужили научные

статьи, монографии, материалы конференций, опубликованные в российских и зарубежных научных изданиях. Нами рассматривается событийный туризм и креативной экономики как взаимосвязанных систем, выявление ключевых элементов и факторов, определяющих их развитие.

В процессе исследования были проанализированы работы отечественных и зарубежных авторов, посвященные различным аспектам развития событийного туризма и креативной экономики. Особое внимание уделялось исследованиям, в которых рассматриваются вопросы интеграции этих двух сфер деятельности.

Результаты и их обсуждение. Анализ научной литературы показал, что существует несколько теоретических подходов к рассмотрению событийного туризма в контексте креативной экономики:

1. Событийный туризм как драйвер креативной экономики: Этот подход рассматривает событийный туризм как мощный стимул для развития креативных индустрий. События, особенно крупные и международные, создают спрос на широкий спектр креативных услуг, таких как дизайн, маркетинг, организация мероприятий, производство сувенирной продукции и т.д. [17]. Проведение фестивалей, выставок, конференций и других мероприятий способствует формированию креативных кластеров и привлечению талантливых специалистов в регион [12].

2. Креативная экономика как ресурс для развития событийного туризма: Данный подход акцентирует внимание на том, что креативные индустрии являются важным ресурсом для создания уникальных и привлекательных событийных продуктов. Использование инновационных технологий, творческих идей и культурного наследия позволяет разнообразить событийную программу, повысить ее качество и привлечь большее количество туристов [16]. Разработка интерактивных экскурсий, создание тематических парков и музеев, организация мастер-классов и других креативных мероприятий способствуют формированию положительного имиджа дестинации и повышению ее конкурентоспособности.

3. Событийный туризм и креативный туризм как взаимодополняющие формы туризма: Некоторые исследователи рассматривают событийный и креативный туризм как взаимодополняющие формы туризма, которые могут успешно развиваться в синергии [14]. Креативный туризм предполагает активное вовлечение туристов в творческий процесс, обучение новым навыкам и знакомство с местной культурой. Событийный туризм, в свою очередь, предоставляет платформу для демонстрации креативных достижений, обмена опытом и установления контактов между представителями креативных индустрий.

4. Развитие территорий посредством событийного туризма и креативных индустрий: Интеграция событийного туризма и креативных индустрий рассматривается как инструмент развития территорий, способствующий повышению их привлекательности для туристов, инвесторов и квалифицированных кадров [8]. Организация крупных событий и развитие креативных кластеров способствуют созданию новых рабочих мест, увеличению доходов местного населения и улучшению качества городской среды.

В соответствии с подходами Организации Объединённых Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО), творческие (креативные) индустрии сочетают создание, производство и коммерциализацию творческого содержания. Творческое содержание, которое выражено в форме результатов интеллектуальной деятельности и защищено интеллектуальным правом, может принимать форму товара или услуги. ООН рекомендуют классификацию из 4 основных укрупнённых блоков креативных индустрий. ЮНИДО придерживается этой классификации в работе со всеми странами, в том числе при реализации проектов в регионах России.

К творческим (креативным) индустриям относятся, в том числе:

1. Индустрии, основанные на использовании историко-культурного наследия (народно художественные промыслы и ремесла, музейная деятельность)

2. Индустрии, основанные на искусстве (театр музыка живопись деятельность галерей и др.)

3. Современные медиа и производство цифрового контента (кино-, видео-, аудио-, анимационное производство, обработка данных и разработка программного обеспечения, виртуальная и дополненная реальность, компьютерные и видеоигры, блогерство, средства массовой информации, реклама и пр.)

4. Прикладные творческие креативные индустрии (архитектура, промышленный дизайн, индустрия мода, ювелирное дело, гастрономическая индустрия и т.п.) [1]

Рассмотрим два наиболее влиятельных подхода: Лондонская школа экономики и Высшая школа экономики.

В интерпретации Департамента культуры, медиа и спорта Великобритании креативные индустрии были определены как вид производства, основанного на использовании интеллектуальной собственности. При этом впервые была произведена классификация. К креативным индустриям было отнесено 13 отраслей [7]

Подход Лондонской школы экономики к определению креативных индустрий опирается на концепцию «культурных производств», акцентируя внимание на создании, производстве и распространении товаров и услуг, основанных на культурном или художественном содержании. В рамках данного подхода, к креативным индустриям относят:

1. Ремесла: производство изделий ручной работы, обладающих художественной ценностью.

2. Искусство и антиквариат: создание, торговля и сохранение произведений искусства и антиквариата.

3. Исполнительское искусство: театральные постановки, танцевальные представления и другие виды сценического искусства.

4. Музыка: создание, исполнение и запись музыкальных произведений.

5. Кино и видео: производство и распространение фильмов, видеороликов и телевизионных программ.

6. Архитектура: проектирование и строительство зданий и сооружений.

7. Мода: создание и продвижение одежды, обуви и аксессуаров.

8. Дизайн: разработка эстетических и функциональных решений в различных сферах, включая промышленный дизайн, графический дизайн и моду.

9. Издательское дело: издание книг, журналов и газет.

10. Телевидение и радио: производство и трансляция телевизионных и радиопрограмм.

11. Реклама: деятельность, связанная с созданием и распространением рекламных сообщений.

12. Программное обеспечение: разработка и распространение программного обеспечения.

13. Компьютерные игры и электронные развлечения: разработка и распространение видеоигр и других видов интерактивных развлечений.

В России, Высшая школа экономики разработала собственную классификацию креативных индустрий, учитывающую специфику российской экономики и культуры. Эта классификация включает следующие отрасли [Коммерсант]:

1. Музыка: Создание, исполнение, запись и распространение музыкальных произведений.

2. Кино и сериалы: Производство, дистрибуция и показ кинофильмов и сериалов.

3. Анимация: Создание анимационных фильмов, сериалов и роликов.

4. Видеоигры: Разработка, издание и распространение видеоигр.

5. Книжное дело: Издание, распространение и продажа книг.

6. Медиа и СМИ: Производство и распространение новостного и развлекательного контента через различные каналы (телевидение, радио, интернет, пресса).
7. Реклама и PR: Разработка и проведение рекламных и PR-кампаний.
8. Дизайн: Разработка визуальных и функциональных решений в различных областях (графический дизайн, промышленный дизайн, дизайн интерьеров, мода и др.).
9. Мода: Дизайн, производство и продажа одежды, обуви и аксессуаров.
10. Архитектура и урбанистика: Проектирование и строительство зданий и городских пространств.
11. Народные художественные промыслы и ремесла: Производство изделий ручной работы, основанных на традиционных технологиях и художественных мотивах.
12. Арт-индустрия: Создание, продвижение и продажа произведений искусства (живопись, скульптура, графика, фотография и др.).
13. Исполнительские искусства: Театр, танец, опера, цирк и другие виды сценического искусства.
14. Культурное наследие: Сохранение, изучение и популяризация исторического и культурного наследия (музеи, археологические памятники, исторические здания и др.).
15. Программное обеспечение: Разработка и распространение программного обеспечения для различных платформ и устройств.

Сопоставление этих подходов демонстрирует как сходства, так и различия в определении креативных индустрий. Оба подхода признают важность таких отраслей, как архитектура, дизайн, искусство, кино, музыка и издательское дело. Однако, подход Высшей школы экономики уделяет больше внимания ремеслам и народным художественным промыслам, что отражает специфику российской культуры. Включение культурного наследия в перечень креативных индустрий также является отличительной чертой подхода Высшей школы экономики.

Для контекста событийного туризма, понимание этих различных классификаций имеет решающее значение. Событийный туризм может быть тесно связан с различными креативными индустриями, такими как исполнительское искусство (фестивали, концерты), дизайн (оформление мероприятий), мода (показы мод), кино (кинофестивали) и ремесла (ярмарки народного творчества). Понимание того, какие индустрии определены как креативные, позволяет более эффективно планировать и продвигать мероприятия, привлекать целевую аудиторию и стимулировать развитие местных креативных секторов.

Таблица 1

Взаимосвязь креативных индустрий и событийного туризма
(Россия и международные примеры)

Креативные индустрии	Проявление в событийном туризме	Примеры событий
Народные художественные промыслы и ремесла	Ярмарки ремесел, фестивали народного творчества, мастер-классы по ремеслам, тематические туры в места, известные своими промыслами.	<p>«Ладья» (Москва, Россия): Всероссийская выставка-ярмарка народных художественных промыслов.</p> <p>Фестиваль «Русский костюм на рубеже эпох» (Ярославль, Россия): Фестиваль-конкурс исторического и стилизованного костюма.</p> <p>«Иван-чай» (Коломна, Россия): Фестиваль традиционных ремесел и промыслов.</p>

Культурное наследие	Исторические реконструкции, фестивали исторической культуры, тематические туры по историческим местам, посещение музеев и памятников.	<p>«Времена и Эпохи» (Москва, Россия): Фестиваль исторической реконструкции.</p> <p>«Куликово поле (Тульская область, Россия)»: Фестиваль, посвященный Куликовской битве.</p> <p>«Генуэзский шлем» (Крым, Россия): Фестиваль военно-исторической реконструкции.</p> <p>Ночь музеев (Россия, международный): Ежегодная акция, посвященная посещению музеев.</p>
Музыка	Музыкальные фестивали, концерты, конкурсы, выступления уличных музыкантов, тематические туры по местам, связанным с музыкой.	<p>«Усадьба Jazz» (Россия, Архангельское, Подмосковь): Международный джазовый фестиваль.</p> <p>«Дикая Мята» (Россия, Тульская область): Мультиформатный музыкальный фестиваль</p> <p>«Евровидение» - ежегодный конкурс эстрадной песни среди стран – членов Европейского вещательного союза (ЕВС) (https://eurovision.tv)</p>
Арт-индустрия	Художественные выставки и ярмарки, аукционы, фестивали искусств, тематические туры по музеям и галереям.	<p>«Art Russia Fair» (Москва, Россия): Ярмарка современного искусства. (https://artrussiafair.com/en)</p> <p>Венецианская биеннале (итал. Biennale di Venezia) – один из самых известных форумов мирового искусства, международная художественная выставка.</p>
Исполнительские искусства	Театральные фестивали, танцевальные конкурсы, цирковые представления, тематические туры по театрам и концертным залам.	<p>«Золотая Маска» (Россия): Национальный театральный фестиваль и премия.</p> <p>«Дягилевский фестиваль» (Пермь, Россия): Фестиваль оперы и балета</p> <p>Street Theatre Festival (Архангельск, Россия): Международный фестиваль уличных театров.</p>
Кино и сериалы	Кинофестивали, премьерные показы, тематические туры по местам съемок, косплей-конвенции.	<p>Московский Международный Кинофестиваль (Россия): Один из старейших кинофестивалей мира.</p>

Анимация	Фестивали анимационных фильмов, мастер-классы и воркшопы по анимации, тематические парки и выставки.	Открытый фестиваль анимационного кино (Суздаль, Россия): Российский фестиваль анимационного кино Annecy International Animation Film Festival (Франция): Престижный международный фестиваль анимации. Anime Expo – ежегодная аниме-конвенция, которая проводится в Лос-Анджелесе.
Медиа и СМИ	Фестивали журналистики и СМИ, конференции по медиатехнологиям, тематические туры по местам, связанным с медиа.	РИФ (Россия, Москва): Российский интернет-форум International Journalism Festival (Перуджа (Италия)) Медиасобытие, во время которого журналисты и медиаспециалисты со всего мира обсуждают актуальные для журналистики вопросы. Всероссийский PR-форум NEW MEDIA FORCE (Россия, Москва): Всероссийский медиафорум
Видеоигры	Киберспортивные турниры, игровые выставки и конференции, фестивали косплея, тематические туры по местам, связанным с игровой индустрией.	ИгроМир (Россия, Москва): Крупнейшая российская выставка. Comic Con Russia (Москва, Россия): Фестиваль комиксов, кино, видеоигр и поп-культуры. Gamescom (Германия): Крупнейшая европейская выставка видеоигр.
Реклама и PR	Фестивали рекламы, маркетинговые конференции, организация рекламных мероприятий в рамках других событий.	« White Square (Белый квадрат) » (Беларусь): Международный фестиваль маркетинга и рекламы. WOW FEST (Москва, Россия): – международный фестиваль маркетинга и креатива в недвижимости. Silver Mercury (Россия, Москва): Фестиваль рекламы и маркетинговых коммуникаций.
Книжное дело	Книжные ярмарки и фестивали, встречи с авторами, литературные туры, тематические чтения.	Московская международная книжная ярмарка (Россия, Москва): советская и российская книжная ярмарка, учрежденная в 1977 году. Edinburgh International Book Festival (Эдинбург, (Великобритания): Включает чтения книг, панельные дискуссии, мастер-классы и интерактивные события.

<p>Архитектура и урбанистика</p>	<p>Архитектурные фестивали и биеннале, тематические экскурсии, конференции по урбанистике, посещение знаковых архитектурных объектов.</p>	<p>Международный архитектурный фестиваль «Зодчество» (Россия, Москва): событие национального масштаба с зарубежным участием, смотр достижений в области архитектурной и градостроительной деятельности городов и регионов. Московская биеннале архитектуры (Россия): Международное мероприятие, посвященное современной мировой архитектуре Arch Moscow (Россия, Москва): Выставка архитектуры</p>
<p>Мода</p>	<p>Недели моды, показы коллекций, тематические выставки, шопинг-туры.</p>	<p>Московская неделя моды (Россия): Мероприятие индустрии моды. Saint Petersburg Fashion Week (Россия): Неделя моды Санкт-Петербурга. Paris Fashion Week (Франция): Неделя моды в Париже.</p>
<p>Дизайн</p>	<p>Недели моды, дизайнерские выставки, фестивали дизайна, мастер-классы и воркшопы по дизайну.</p>	<p>MosBuild (Россия): Международная строительно-интерьерная выставка. Stylish Home. Objects & Tableware (Россия, Москва) – международная промышленная выставка предметов интерьера, декора, освещения для дома и текстиля. Maison & Objet (Париж, Франция): Международная выставка дизайна интерьера.</p>
<p>Программное обеспечение</p>	<p>IT-конференции, хакатоны, выставки программного обеспечения.</p>	<p>Web Summit (рус. «Веб-саммит») – ежегодная IT-конференция, посвящённая информационным технологиям, стартапам в сфере IT, финтеху, e-commerce и другим темам. Blockchain Life 2025 (ОАЭ, Дубай): международный форум по блокчейну, криптовалюте и майнингу. Highload (Россия, Москва): крупнейшая профессиональная конференция для разработчиков высоконагруженных систем.</p>

Креативные индустрии, охватывающие широкий спектр деятельности от народных художественных промыслов до разработки программного обеспечения, играют ключевую роль в формировании уникального контента для событийного туризма. Они предоставляют

ресурсы и идеи для создания привлекательных и запоминающихся мероприятий, которые, в свою очередь, способствуют повышению узнаваемости региона и привлечению целевой аудитории.

Событийный туризм выполняет важную маркетинговую функцию для креативных индустрий. Фестивали ремесел, художественные выставки, музыкальные фестивали и другие мероприятия становятся платформами для продвижения продукции и услуг, установления деловых контактов и привлечения инвестиций.

Проведенный анализ теоретических подходов к рассмотрению событийного туризма в контексте креативной экономики позволяет сделать ряд выводов.

Во-первых, событийный туризм является важным фактором развития креативных индустрий, создавая спрос на их продукцию и услуги. Организация крупных событий требует привлечения специалистов в области дизайна, маркетинга, event-менеджмента, что способствует формированию креативных кластеров и повышению конкурентоспособности региона [17, 12].

Во-вторых, креативные индустрии являются ценным ресурсом для развития событийного туризма, позволяя создавать уникальные и привлекательные событийные продукты. Использование инновационных технологий, творческих идей и культурного наследия обогащает событийную программу, повышает ее качество и привлекает большее количество туристов [16; 7].

В-третьих, событийный и креативный туризм являются взаимодополняющими формами туризма, которые могут успешно развиваться в синергии. Креативный туризм предоставляет возможность туристам активно участвовать в творческом процессе, а событийный туризм создает платформу для демонстрации креативных достижений и обмена опытом [8].

В-четвертых, интеграция событийного туризма и креативных индустрий является эффективным инструментом развития территорий, способствующим повышению их привлекательности для туристов, инвесторов и квалифицированных кадров [12].

Дальнейшие исследования в этой области могут быть направлены на изучение влияния событийного туризма на развитие отдельных креативных индустрий, выявление факторов, определяющих успех интеграции событийного туризма и креативной экономики, а также разработку стратегий развития событийного туризма в контексте креативной экономики на региональном уровне.

Важно отметить, что событийный туризм и креативные индустрии не всегда связаны напрямую. Существуют мероприятия, в которых элементы креативной экономики присутствуют косвенно. Например, спортивные мероприятия, такие как Олимпийские игры или чемпионаты мира, требуют значительных инвестиций в инфраструктуру, дизайна стадионов и разработки визуальной концепции, что стимулирует развитие архитектуры, дизайна и других смежных отраслей. Такие события можно классифицировать как «события с креативным компонентом», где креативные индустрии выступают как поставщики услуг и решений.

Из Таблицы 1 можно выделить несколько примеров успешной интеграции событийного туризма и креативных индустрий:

Международный джазовый фестиваль «Усадьба Jazz» является ярким примером успешной интеграции музыкальной индустрии и событийного туризма. Мероприятие привлекает любителей джаза из разных стран и городов России. Помимо музыкальной программы, фестиваль предлагает посетителям различные развлечения, такие как мастер-классы, ярмарки ремесел и дегустации блюд. «Усадьба Jazz» не только способствует развитию музыкальной культуры, но и оказывает положительное влияние на экономику региона, привлекая туристов и создавая новые рабочие места

Московская неделя моды (Moscow Fashion Week, Россия): Это мероприятие является важной площадкой для продвижения российских дизайнеров и брендов, а также для

привлечения внимания к российской индустрии моды. Неделя моды способствует развитию текстильной промышленности, дизайна и других смежных отраслей.

ИгроМир (Igomir, Россия): Примером служит крупнейшая в России выставка видеоигр Игромир, данное мероприятие стимулирует развитие не только игровой индустрии, но и косплея, дизайна и других креативных направлений.

Заключение. В заключение следует отметить, что событийный туризм играет важную роль в креативной экономике, являясь одновременно драйвером и ресурсом для ее развития. Событийный туризм и креативные индустрии находятся в тесной взаимосвязи, оказывая взаимное влияние на развитие друг друга. Событийный туризм является эффективным инструментом маркетинга для креативных индустрий, позволяя им продвигать свою продукцию и услуги, привлекать инвестиции и расширять свою аудиторию. В свою очередь, креативные индустрии создают уникальный контент для событийного туризма, делая его более привлекательным и запоминающимся.

Для успешной интеграции событийного туризма и креативной экономики необходимо применять комплексный подход, включающий создание благоприятной среды для развития креативных индустрий, формирование креативных кластеров и использование событийного туризма в качестве инструмента маркетинга территорий. Интеграция событийного туризма и креативных индустрий открывает новые возможности для создания уникальных туристических продуктов, привлечения креативного класса и формирования положительного имиджа территорий.

Проведенный анализ теоретических подходов к рассмотрению событийного туризма в контексте креативной экономики показал, что существует несколько перспективных направлений для дальнейших исследований в этой области. Особое внимание следует уделить изучению влияния событийного туризма на развитие отдельных креативных индустрий, выявлению факторов, определяющих успех интеграции событийного туризма и креативной экономики, а также разработке стратегий развития событийного туризма в контексте креативной экономики на региональном уровне.

Список источников

1. Абанкина, Т. В. Креативные индустрии в России: подходы к определению / Т. В. Абанкина // Государственная культурная политика Российской Федерации и новые практики социально-культурной деятельности: сборник научных статей, Санкт-Петербург, 25 января 2023 года / Санкт-Петербургский государственный институт культуры. Том 2. Выпуск 1(2). – Санкт-Петербург: ООО «НИЦ АРТ», 2023. – С. 146. – EDN ZKMOTH.
2. Булганина, С. В. Событийный туризм: история и перспективы развития / С. В. Булганина, Н. С. Лопаткина // Интернет-журнал Науковедение. – 2015. – Т. 7, № 3(28). – С. 6. – DOI 10.15862/168EVD315. – EDN UMFVSD.
3. Getz D. Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management/ Getz D // Tourism Management*. – 2008. – № 28(3). – С. 403-428.
4. Howkins J. *The creative economy: How people make money from ideas* / Howkins J – 1. – London: Allen Lane, 2001 – 288 с.
5. Ковалева, И. Н. Российская и зарубежная практика в организации и проведении мероприятий событийного туризма / И. Н. Ковалева // Актуальные проблемы общества, экономики и права в контексте глобальных вызовов: сборник материалов XII Международной научно-практической конференции, Москва, 11 июля 2022 года / Редколлегия: Л.К. Гуриева [и др.]. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью «ИРОК», ИП Овчинников Михаил Артурович (Типография Алеф), 2022. – С. 75-85. – EDN OELLIO.
6. Лазицкая, Н. Ф. Тенденции развития событийного туризма в мире и Российской Федерации / Н. Ф. Лазицкая, З. З. Екимова, А. М. Хахалина // Ученые записки Крымского

федерального университета имени В.И. Вернадского. География. Геология. – 2022. – Т. 8, № 3. – С. 85-94. – EDN ALGRKZ.

7. Левочкин, В. В. Культурные и креативные индустрии: учебное пособие / В. В. Левочкин. – Якутск : Электронное издательство Национальной библиотеки Республики Саха (Якутия), 2021. – 128 с. – ISBN 978-5-6046486-2-9. – EDN VVBHFJ.

8. Пономарева, И. Ю. Вовлечение местных жителей малых исторических городов в туристическую деятельность / И. Ю. Пономарева, Т. А. Танкиева, А. О. Слемзина // Сервис в России и за рубежом. – 2022. – Т. 16, № 3(100). – С. 76-88. – DOI 10.24412/1995-042X-2022-3-76-88. – EDN UKTITJ.

9. Raymond C., Richards G. Exploring the creative tourism participation motivation scale / Raymond C., Richards G. // *Tourism Management*. – 2015. – № 18(2). – С. 165-179.

10. Raymond C., Richards G. Creative tourism / Raymond C., Richards G. // *ATLAS News*. – 2000. – № 23. – С. 16-20.

11. Салпагарова, С. Б. Событийный туризм как фактор развития региона / С. Б. Салпагарова, А. С. Мнеев // Университетская наука – региону : материалы V (62) ежегодной научно-практической конференции, Пятигорск, 03–21 апреля 2017 года. – Пятигорск: Северо-Кавказский федеральный университет, 2017. – С. 195-197. – EDN UQMVAK.

12. Креативность как новый фактор роста туристской привлекательности городов / Л. В. Стахова, Е. Ю. Никольская, Т. Т. Христов, О. В. Гончарова // *Современные проблемы сервиса и туризма*. – 2023. – Т. 17, № 2. – С. 67-81. – DOI 10.5281/zenodo.7982022. – EDN WYOGAY.

13. Cohendet, P., Simon, L., Sole Parellada, F., Valls Pasola, J. «Creative Economy: The challenge of assessing the creative economy towards informed policy-making», ONU Report 2008 / Cohendet, P., Simon, L., Sole Parellada, F., Valls Pasola, J. // *International Management*. – 2009. – № 13. – С. 159-163.

14. Цапук, Д. А., Щегольков, Ю. Ю. Креативный туризм: возможности и практики развития малых городов / Д. А. Цапук, Ю. Ю. Щегольков // *Современные проблемы сервиса и туризма*. – 2024. – № 1. – С. 151-181.

15. Черткова, А. А. Событийный туризм как движущий фактор социально-экономического развития регионов / А. А. Черткова // *Сила систем*. – 2018. – № 2(7). – С. 32-35. – EDN ZDOIGL. 16. Шабалина, Н. В., Каширина, Е. С. Развитие креативного туризма как путь повышения туристской привлекательности в города Севастополя/ Н. В. Шабалина, Е. С. Каширина // *Современные проблемы сервиса и туризма*. – 2024. – № 1. – С. 112-124.

17. Шабалина, Н. В. Роль креативных индустрий в развитии туристских дестинаций / Н. В. Шабалина, А. Я. Кудакаев, А. Д. Шабалин // *Туризм и региональное развитие*. – 2022. – № 2(5). – С. 24-39. – EDN VXCVDM.

References

1. Abankina, T. V. Creative industries in Russia: approaches to definition / T. V. Abankina // *State cultural policy of the Russian Federation and new practices of socio-cultural activity: collection of scientific articles, St. Petersburg, January 25, 2023 / St. Petersburg State Institute of Culture. Volume 2. Issue 1(2)*. – St. Petersburg: SIC ART LLC, 2023. – p. 146. – EDN ZKMOTH.

2. Bulganina, S. V. Event tourism: history and prospects of development / S. V. Bulganina, N. S. Lopatkina // *Online journal of Science Studies*. – 2015. – Vol. 7, No. 3(28). – p. 6. – DOI 10.15862/168EVN315. – EDN UMFVSD.

3. Getz D. Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management/ Getz D // Tourism Management*. – 2008. – № 28(3). – Pp. 403-428.

4. Howkins J. *The creative economy: How people make money from ideas* / Howkins J – 1. – London: Allen Lane, 2001 – 288 с.

5. Kovaleva, I. N. Russian and foreign practice in organizing and conducting event tourism events / I. N. Kovaleva // Actual problems of society, economics and law in the context of global challenges : Proceedings of the XII International Scientific and Practical Conference, Moscow, July 11, 2022 / Editorial Board: L.K. Gurieva [et al.]. – Moscow: Limited Liability Company «IROK», IP Ovchinnikov Mikhail Arturovich (Alef Printing House), 2022. – Pp. 75-85. – EDN OELLIO.
6. Lazitskaya, N. F. Trends in the development of event tourism in the world and the Russian Federation / N. F. Lazitskaya, Z. Z. Ekimova, A.M. Khakhalina // Scientific notes of the V.I. Vernadsky Crimean Federal University. Geography. Geology. – 2022. – Vol. 8, No. 3. – pp. 85-94. – EDN ALGRKZ.
7. Lovochkin, V. V. Cultural and creative industries : A textbook / V. V. Lovochkin. – Yakutsk : Electronic Publishing House of the National Library of the Republic of Sakha (Yakutia), 2021. – 128 p. – ISBN 978-5-6046486-2-9. – EDN VVBHFJ.
8. Ponomareva, I. Y. Involvement of local residents of small historical towns in tourist activities / I. Y. Ponomareva, T. A. Tankieva, A. O. Slemzina // Service in Russia and abroad. – 2022. – Vol. 16, No. 3(100). – pp. 76-88. – DOI 10.24412/1995-042X-2022-3-76-88. – EDN UKTITJ.
9. Raymond C., Richards G. Exploring the creative tourism participation motivation scale / Raymond C., Richards G. // Tourism Management. – 2015. – № 18(2). – Pp. 165-179.
10. Raymond C., Richards G. Creative tourism / Raymond C., Richards G. // ATLAS News. - 2000. – No. 23. – pp. 16-20.
11. Salpagarova, S. B. Event tourism as a factor of regional development / S. B. Salpagarova, A. S. Mneyan // University Science for the Region : proceedings of the V (62nd) Annual Scientific and Practical Conference, Pyatigorsk, April 03-21, 2017. Pyatigorsk: North Caucasus Federal University, 2017. pp. 195-197. - EDN UQMVAK.
12. Creativity as a new factor in the growth of tourist attractiveness of cities / L. V. Stakhova, E. Y. Nikolskaya, T. T. Khristov, O. V. Goncharova // Modern problems of service and tourism. – 2023. – Vol. 17, No. 2. – pp. 67-81. – DOI 10.5281/zenodo.7982022. – EDN WYOGAY.
13. Cohendet, P., Simon, L., Sole Parellada, F., Valls Pasola, J. «Creative Economy: The challenge of assessing the creative economy towards informed policy-making», ONU Report 2008 / Cohendet, P., Simon, L., Sole Parellada, F., Valls Pasola, J. // International Management. 2009. No. 13. pp. 159-163.
14. Tsapuk, D. A., Shchegolkov, Yu. Y. Creative tourism: opportunities and practices for the development of small towns / D. A. Tsapuk, Yu. Y. Shchegolkov // Modern problems of service and tourism. - 2024. – No. 1. – pp. 151-181.
15. Chertkova, A. A. Event tourism as a driving factor of socio-economic development of regions / A. A. Chertkova // The power of systems. – 2018. – № 2(7). – Pp. 32-35. – EDN ZDOIGL.
16. Shabalina, N. V., Kashirina, E. S. The development of creative tourism as a way to increase tourist attractiveness in the city of Sevastopol/ N. V. Shabalina, E. S. Kashirina // Modern problems of service and tourism. - 2024. – No. 1. – pp. 112-124.
17. Shabalina, N. V. The role of creative industries in the development of tourist destinations / N. V. Shabalina, A. Ya. Kudakaev, A.D. Shabalin // Tourism and regional development. – 2022. – № 2(5). – Pp. 24-39. – EDN BXCVDL.