

СТАТЬИ

УДК 332.1:338.48(470.43)
DOI 10.17513/fr.43920

**РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ
В КОНТЕКСТЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ**

¹Домнина С.В. ORCID ID 0000-0002-3805-5651,

²Вильгута О.Ф. ORCID ID 0000-0002-7531-6734,

³Рудык Н.В. ORCID ID 0000-0002-7469-0310

¹Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»,
Россия, Самара, e-mail: swdomnina@mail.ru;

²Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Самарский государственный технический университет», Россия, Самара;

³Частное образовательное учреждение высшего образования
«Московский университет имени С.Ю. Витте», Россия, Москва

Целью данной статьи является обоснование теоретических и практических аспектов развития туризма в Самарской области на основе интеграции с креативными индустриями. Для достижения цели проанализированы теоретические подходы к определению и составу креативных индустрий и их роли в развитии туризма, оценено текущее состояние туризма в Самарской области, выявлены ключевые креативные индустрии региона, имеющие потенциал для развития туризма, разработан механизм взаимосвязей видов туризма с креативными индустриями, разработаны конкретные меры по стимулированию интеграции креативных индустрий в туристическую отрасль Самарской области. Новизна исследования заключается в том, что авторами представлен в графическом виде механизм взаимосвязей видов туризма с креативными индустриями, цель которого заключается в том, чтобы продемонстрировать мультимодальную схему взаимосвязей между типами туризма на территории Самарской области и креативными индустриями, обеспечивающими поддержку, сервисы и добавленную стоимость для каждого типа туризма. Схема отображает не только соответствие туристических продуктов и креативных секторов, но и конкретные инструменты или меры (контент, дизайн, цифровые решения, производство сувениров, мероприятия и т.п.), которые реализуют взаимодействие и формируют экономический и культурный эффект. Механизм взаимосвязей видов туризма и креативных индустрий в Самарской области заключается в том, что виды туризма формируют спрос на дизайн, медиа, IT и ремесла, при этом креативные индустрии создают продукты и сервисы, которые превращают ресурсы региона в конкурентоспособные туристические предложения и локальные источники дохода. Исследование опирается на междисциплинарный подход, сочетающий методы анализа источников, методы графического и табличного представления данных, логический метод, статистические методы. Практическая значимость полученных результатов заключается в том, что они могут быть полезны для туристических организаций, представителей органов власти, специалистов в области туризма. Сформированы практические рекомендации для усиления взаимодействия туризма и креативных индустрий на уровне региональной политики и проектов.

Ключевые слова: туризм, виды туризма, креативные индустрии, механизм взаимосвязей видов туризма с креативными индустриями, показатели эффективности взаимодействия туризма и креативных индустрий

**DEVELOPMENT OF TOURISM IN THE SAMARA REGION
IN THE CONTEXT OF CREATIVE INDUSTRIES**

¹Domnina S.V. ORCID ID 0000-0002-3805-5651,

²Vilguta O.F. ORCID ID 0000-0002-7531-6734,

³Rudyk N.V. ORCID ID 0000-0002-7469-0310

¹Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Education
"Samara State University of Economics", Russia, Samara, e-mail: swdomnina@mail.ru;

²Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education
"Samara State Technical University", Russia, Samara;

³Private educational institution of higher education
"Moscow University named after S. Yu. Witte", Russia, Moscow

The purpose of this article is to substantiate the theoretical and practical aspects of tourism development in the Samara Region through integration with creative industries. To achieve this goal, we analyzed theoretical approaches to the definition and composition of creative industries and their role in tourism development, assessed the current state of tourism in the Samara Region, identified key creative industries in the region with potential for tourism development, developed a mechanism for linking tourism types with creative industries, and developed specific measures to stimulate the integration of creative industries into the Samara Region's tourism sector. The novelty of the research lies in the graphical representation of the mechanism linking tourism types with creative industries, aimed at demonstrating a multimodal framework of relationships between the types of tourism being developed in the Samara region and the creative industries that provide support, services, and added value for each type of tour-

ism. The framework illustrates not only the correspondence between tourist products and creative sectors but also specific tools or measures (such as content, design, digital solutions, souvenir production, events, etc.) that facilitate interaction and generate economic and cultural impacts. The mechanism of interrelations between tourism types and creative industries in the Samara region indicates that the types of tourism generate demand for design, media, IT, and crafts, while creative industries produce goods and services that transform regional resources into competitive tourist offerings and local income sources. The research employs an interdisciplinary approach, combining source analysis methods, graphical and tabular data representation techniques, logical methods, and statistical methods. The practical significance of the findings lies in their potential utility for tourism organisations, government representatives, and tourism specialists. Practical recommendations have been formulated to enhance the interaction between tourism and creative industries at the level of regional policies and projects.

Keywords: tourism, types of tourism, creative industries, the mechanism of interconnections between types of tourism and creative industries, indicators of the effectiveness of the interaction between tourism and creative industries

Введение

Развитие туризма в Самарской области приобретает особую значимость в условиях современной экономики, где креативные индустрии (далее – КИ) выступают важным драйвером инноваций и конкурентоспособности региона и одной из крупнейших агломераций РФ – Самарско-Тольяттинской агломерации [1]. Интеграция культурных, творческих и технологических направлений способствует формированию уникального туристического продукта, привлекательного как для внутренних, так и для иностранных путешественников.

В научной литературе в последнее время стали появляться статьи, посвященные вкладу туризма в экономический рост страны. А. Thommandru, M. Espinoza-Maguiña, E. Ramirez-Asis, S. Ray, M. Naved, M. Guzman-Avalos считают, что туризм как отрасль вносит значительный вклад в экономический рост страны, предоставляя возможности трудоустройства широким слоям населения, а поддержка других сфер креативных индустрий дает дополнительный эффект (например, способствует сохранению культурного наследия страны, укреплению процесса национальной интеграции и др.) [2]. F. Sørensen, T.S. Grindsted в своей статье рассматривают, как сочетание различных подходов к устойчивому развитию, применяемых предпринимателями в сфере туризма, может препятствовать развитию продуктов природного туризма [3]. Кроме того, в статье предлагается аналитический подход, основанный на «ДНК устойчивости», для устранения ограничений, связанных с развитием туризма.

Имеются исследования, посвященные взаимосвязи между стратегиями развития креативного туризма, креативными индустриями и видами деятельности (N. Islam, S. Sadhukhan) [4].

J. Arcos-Pumarola, A.G. Paquin, M.H. Sitges изучают проблемы использования нематериального наследия и креативных индустрий в качестве туристического актива в развитии креативных городов, они пишут

в своей работе, что синергия между творческими индустриями и туризмом укореняется в культурном туризме [5].

M. Pourzakarya в своем исследовании разработала концепцию туризма, ориентированного на культурные и творческие индустрии. Ее исследование направлено на поиск возможного потенциала культурных и творческих индустрий в развитии сельского туризма [6].

Туризм рассматривается в научных работах как:

- сектор креативной экономики (С.К. Волков) [7];
- фактор формирования имиджа территории (А.А. Громов) [8];
- драйвер социально-экономического развития Самарской области (Н.В. Полянская, В.В. Каклюшкин) [9].

Д.В. Амелькина, М.С. Гусева, Н.Н. Калущкова в своей статье проводят оценку природных и экологических условий развития туристско-рекреационной деятельности в муниципальных районах Самарской области [10].

Научная проблема, на решение которой направлено данное исследование, – недостаточное использование потенциала креативных индустрий в развитии туризма в Самарской области.

Цель исследования – обосновать теоретические и практические аспекты развития туризма в Самарской области на основе интеграции с креативными индустриями, разработать механизм их взаимодействия.

Задачи:

- Проанализировать теоретические подходы к определению и составу креативных индустрий и их роли в развитии туризма.
- Оценить текущее состояние туризма в Самарской области.
- Выявить ключевые креативные индустрии региона, имеющие потенциал для развития туризма.
- Разработать механизм взаимосвязей видов туризма с креативными индустриями.
- Разработать конкретные меры по стимулированию интеграции креативных ин-

дустрий в туристическую отрасль Самарской области.

Новизна исследования заключается в том, что авторами представлен в графическом виде механизм взаимосвязей видов туризма с креативными индустриями.

Материалы и методы исследования

Объект: туризм в Самарской области.

Предмет: взаимодействие туризма и креативных индустрий в Самарской области.

Данное исследование опирается на междисциплинарный подход, сочетающий методы анализа источников, методы графического и табличного представления данных, логический метод, статистические методы.

Практическая значимость полученных результатов заключается в том, что они могут быть полезны для туристических организаций, представителей органов власти, специалистов в области туризма.

Результаты исследования и их обсуждение

Понятие «креативные индустрии» остается предметом дискуссий, однако в общем смысле под ними понимается совокупность видов экономической деятельности, основанных на индивидуальном творчестве, талантах и способных создавать добавленную стоимость и рабочие места за счет производства и коммерциализации товаров и услуг, содержащих культурное или художественное содержание. В Концепции развития креативных индустрий под креативными индустриями понимаются сферы деятельности, в которых организации, индивидуальные предприниматели в процессе творческой и культурной активности, распоряжения интеллектуальной собственностью производят товары и оказывают услуги, имеющие экономическую ценность, а также способствующие формированию гармонично развитой личности и росту качества жизни российского общества [1].

К креативным индустриям относятся следующие отрасли: ремесла, дизайн (в том числе графический), литература, мода, кино и анимация, телевидение и радио, фотография, настольные игры, музыка, музеи и галереи, издательская деятельность, СМИ, НИОКР, ПО и компьютерные игры, реклама, библиотеки и архивы, новые медиа и связь, культурно-историческое наследие, исполнительское искусство, развлечения и отдых, авторское право, образование, ювелирное дело, изобразительное искусство, архитектура, инженерия, туризм, спорт, гастрономия и др.

Ключевыми характеристиками креативных индустрий являются:

– Уникальность, оригинальность. Продукты и услуги креативных индустрий отличаются высокой степенью индивидуализации и основываются на оригинальных идеях, что делает их особенно привлекательными для туристов, стремящихся к аутентичному опыту (например, посещение мастер-классов ремесленников, знакомство с местной кухней и т.д.).

– Интеллектуальная собственность. Защита интеллектуальной собственности стимулирует создание качественного и уникального контента, который может быть использован в туристических продуктах, например в создании тематических парков, проведении фестивалей и т.д.

– Зависимость от цифровых технологий, которые играют ключевую роль в продвижении туристических направлений, предоставлении информации и бронировании услуг, а также позволяют создавать новые формы туристического опыта (например, виртуальные туры).

Как показывают результаты исследований Агентства стратегических инициатив, вклад креативных индустрий в экономику России составляет около 5 %, при этом вклад IT отрасли составляет около 60 % всего сектора креативных индустрий [11, с. 98]. При этом Самарская область с диверсифицированной экономикой имеет потенциал развития креативных индустрий выше среднего [11, с. 104], занимая 62-е место в рейтинге субъектов РФ по оценке вклада креативных индустрий в ВРП (вклад в ВРП – 4,7 %) [11, с. 111], 9-е место по количеству организаций, работающих в данной сфере [11, с. 114], и 8-е место по среднесписочной численности сотрудников данных организаций [11, с. 118]. А Сергиевский муниципальный район Самарской области занял 11-е место по вкладу КИ в ВМП среди всех муниципальных образований РФ [11, с. 121], опередив по данному показателю региональный центр (7,1 % против 6,9 %) [11, с. 458]. Всего в креативных индустриях Самарской области задействовано 9,3 % от всех организаций региона, 3,8 % от всей численности сотрудников региона и 1,4 % от выручки всех организаций [11, с. 456].

В Самарской области туризм является одним из приоритетных направлений социально-экономического развития [12, с. 81] и развития КИ. Валовая добавленная стоимость туристической индустрии экономики Самарской области с 2019 по 2023 г. выросла с 2 до 2,4 % [13].

Динамика показателей развития туристской деятельности в Самарской области

Показатель развития туризма	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.
Численность размещенных лиц, тыс. чел.	1019	722	912	1 048	1 187
Число туристских фирм	315	327	345	355	392
Число гостиниц	212	218	213	239	240
Число турпакетов, реализованных населению, тыс.	67,1	55,8	85,9	105,7	130,8
Численность российских туристов, отправленных туристскими фирмами в туры по России, тыс. чел.	60,0	77,8	114,6	147,3	159,3
Число коллективных средств размещения	475	473	468	498	494
Доля валовой добавленной стоимости туристской индустрии в валовом региональном продукте субъекта РФ, %	2,0	1,7	1,6	1,9	2,4

Источник: составлено по данным Федеральной службы государственной статистики: Регионы России. [Электронный ресурс]. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Region_Pokaz_2024.pdf (дата обращения: 27.09.2025); Туризм в России. [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm/publications> (дата обращения: 27.09.2025).



Рис. 1. Виды туризма в Самарской области
Источник: составлено авторами

При этом в 2022 г., по данным Агентства стратегических инициатив, вклад КИ в ВРП составил 4,7% [11, с. 456], то есть это составляет примерно 111 787,2 млн руб. (ВРП Самарской области в 2022 г. составило 2 378 451 млн руб. [14]). Следует отметить, что при определении вклада КИ в ВРП региона Агентство стратегических инициатив не включало данные по туризму, этот вид деятельности отнесли к «кандидатам на включение в расчет», поскольку туризм обладает признаками КИ, но не включен в расчет, потому что не включен в перечень отраслей КИ из-за нечастого их упоминания в имеющихся иностранных классифи-

кациях [11, с. 91–92]. Валовая добавленная стоимость туристской индустрии экономики Самарской области в 2022 г. составила 45 504,8 млн руб. [13]. Сделаем корректировку на вклад КИ в ВРК Самарской области с учетом ДС туризма:

$$111\,787,2 \text{ млн руб.} + 45\,504,8 \text{ млн руб.} = 157\,292 \text{ млн руб.}$$

Таким образом, вклад туристской индустрии в КИ составил в 2022 г. 28,93% $[(45\,504,8 \text{ млн руб.} / 157\,292 \text{ млн руб.}) \cdot 100\%]$, то есть почти треть от всех КИ, что свидетельствует о высоком потенциале туризма для развития Самарской области.

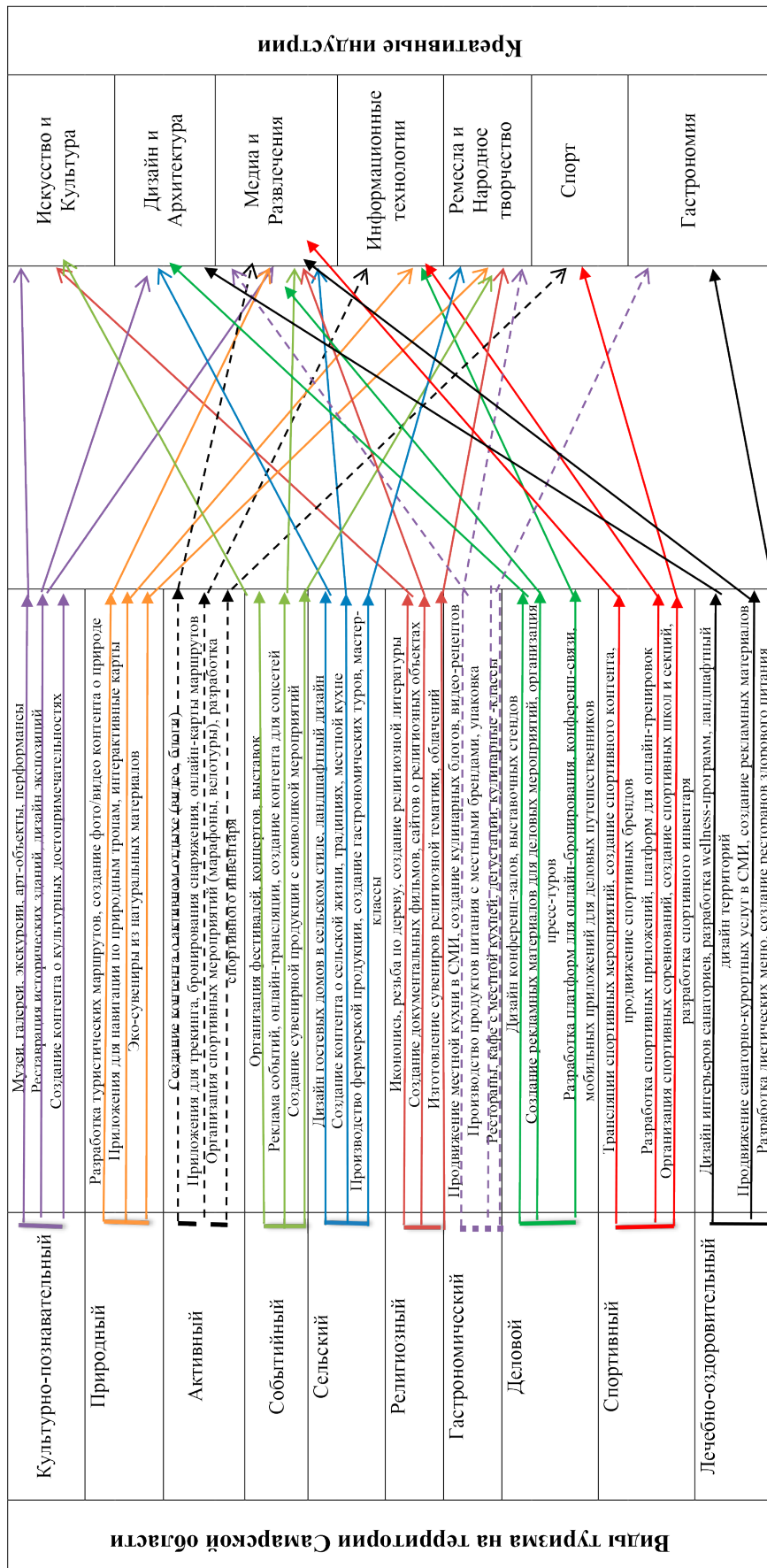


Рис. 2. Механизм взаимосвязей видов туризма с креативными индустриями
Источник: составлено авторами.

Самарская область обладает уникальным сочетанием природных, исторических и культурных ресурсов, которые создают благоприятные условия для развития различных видов туризма. С 2020 по 2024 г. поток туристов увеличился в 3,5 раза [15]. В последнее время и другие показатели развития туристской деятельности в Самарской области показывают тенденцию к росту (таблица).

Несмотря на сокращение показателей развития туристской деятельности в Самарской области в 2020–2021 гг. из-за пандемии, с 2022 г. наблюдается их рост, а в 2023 г. все показатели превысили уровень 2019 г. Так, численность размещенных лиц увеличилась почти на 17%, число туристских фирм – почти на 24,5%, число гостиниц – на 13,2%, число турпакетов, реализованных населению, – почти вдвое, а численность российских туристов, отправленных туристскими фирмами в туры по России, – в 2,7 раза. Доля валовой добавленной стоимости туристской индустрии в валовом региональном продукте Самарской области увеличилась на одну пятую по сравнению с 2019 г.

Несомненно, туризм является одной из сфер культурных индустрий Самарской области наряду с такими сферами КИ, как искусство и культура, дизайн и архитектура, медиа и развлечения, информационные технологии, ремесла и народное творчество, спорт, гастрономия и др. В Самаре на стратегических сессиях неоднократно обсуждались вопросы развития туризма во взаимосвязи с другими сферами креативных индустрий [15].

Основные виды туризма в Самарской области представлены на рис. 1.

При этом все виды туристской деятельности, которые представлены и развиваются в Самарской области [16], отраженные на рис. 1, взаимосвязаны с другими сферами креативных индустрий. На рис. 2 представлены такие взаимосвязи. Цель рисунка – продемонстрировать мультимодальную схему взаимосвязей между типами туризма, развиваемыми на территории Самарской области, и креативными индустриями, обеспечивающими поддержку, сервисы и добавленную стоимость для каждого типа туризма.

Приведенная схема отображает не только соответствие туристических продуктов и креативных секторов, но и конкретные инструменты или меры (контент, дизайн, цифровые решения, производство сувениров, мероприятия и т.п.), которые реализуют взаимодействие и формируют экономический и культурный эффект.

Механизм взаимосвязей видов туризма и креативных индустрий в Самарской области заключается в том, что виды туризма формируют спрос на дизайн, медиа, IT и ремесла, при этом креативные индустрии создают продукты и сервисы, которые превращают ресурсы региона в конкурентоспособные туристические предложения и локальные источники дохода.

Ниже показана роль КИ в развитии каждого вида туризма в Самарской области и конкретные меры по стимулированию интеграции креативных индустрий в туристическую отрасль Самарской области.

Так, роль КИ в развитии культурно-познавательного туризма (его содержание – музеи, галереи, экскурсии, арт-объекты, перформансы): реставрация и дизайн экспозиций (Дизайн и Архитектура), создание экспозиционного и промоконтента (Медиа и Развлечения), производство сувениров и арт-товаров (Ремесла). Конкретными мерами могут стать реконструкции исторических зданий, разработка медиагидов, фотосессии объектов, создание виртуальных туров.

Роль КИ в развитии природного туризма (его содержание – природные маршруты, тропы, обзорные площадки): разработка маршрутов и навигационных приложений (IT), создание фото-, видеоконтента и интерактивных карт (Медиа), производство экосувениров (Ремесла). Конкретными мерами взаимодействия могут стать цифровые карты, мобильные приложения, эко-маркетинг, устойчивые дизайн-решения для инфраструктуры.

Роль КИ в развитии активного туризма (содержание – трекинг, велотуры, водные виды, спортивные мероприятия): создание контента и трансляций (Медиа), приложения для трекинга и бронирования (IT), дизайн спортивного инвентаря и брендинг мероприятий (Дизайн и Архитектура, Спорт). Конкретные меры: платформы бронирования экипировки, видеорепортажи, организация марафонов и велотуров.

Роль КИ в развитии событийного туризма (содержание – фестивали, концерты, выставки): организация и промоподдержка мероприятий (Медиа и Развлечения), дизайн сцены и мерча (Дизайн), онлайн-трансляции и SMM. Конкретные меры: комплексная PR-кампания, производство сувениров с символикой, цифровые билеты и стриминговые платформы.

Роль КИ в развитии сельского туризма (его содержание – гостевые дома, агротуризм, мастер-классы): ландшафтный и интерьерный дизайн (Дизайн), создание контента о местной культуре и кухне (Медиа), упаковка и брендинг фермерской продук-

ции (Гастрономия, Ремесла). Конкретные меры: гастрономические маршруты, ремесленные мастер-классы, фирменная упаковка продуктов.

Роль КИ в развитии религиозного туризма (содержанием которого являются паломничества, религиозные памятники, духовные практики): реставрация и художественные ремесла (Иконопись, Резьба), документальные фильмы и сайты (Медиа), производство религиозных сувениров и облачений (Ремесла). Конкретные меры: создание цифровых каталогов объектов, организация тематических туров, публикация образовательного контента.

Роль КИ в развитии гастрономического туризма (его содержание – локальная кухня, дегустации, кулинарные классы): продвижение через СМИ и блогеров (Медиа), брендинг и упаковка продуктов (Дизайн), рестораны и формат events (Гастрономия). Конкретные меры: кулинарные фестивали, видеорецепты, местные бренды продуктов.

Роль КИ в развитии делового (конференц-) туризма (содержание – конференции, выставки, бизнес-мероприятия): дизайн конгресс-пространств и стендов (Дизайн), рекламные и PR-материалы, платформы онлайн-бронирования и конференц-связи (IT, Медиа). Конкретные меры: создание онлайн-платформ для регистрации и трансляций, организация пресс-туров, брендинговые решения для мероприятий.

Роль КИ в развитии спортивного туризма (его содержание – соревнования, спортивные лагеря, тренинги): трансляции и спортивный контент (Медиа), разработка приложений и платформ для тренировок (IT), дизайн инвентаря и инфраструктуры (Дизайн, Спорт). В качестве конкретных мер взаимодействия можно назвать спортивные трансляции, онлайн-школы, производство фирменного спортивного оборудования.

Роль КИ в развитии лечебно-оздоровительного туризма (содержание – санатории, SPA и wellness-услуги): дизайн интерьеров и ландшафта, разработка wellness-программ (Дизайн), рекламные кампании и продвижение услуг (Медиа), создание диетических меню (Гастрономия). Конкретные меры: брендинг курортов, цифровые каталоги услуг, интеграция здорового питания в сервисы.

Механизм взаимодействия видов туризма и креативных индустрий включает:

– Входы: природный и культурный ресурсы, инфраструктура, локальные сообщества и предприниматели.

– Инструменты креативных индустрий: реставрация и дизайн, производство контента, IT-решения, брендинг и сувенирная продукция, организация мероприятий.

– Процессы: формализация туристических продуктов, цифровизация (приложения/карты), промоция и монетизация (сувениры, билеты, сервисы), обучение персонала и развитие компетенций.

– Выходы: увеличенный туристический поток, рост дохода местных сообществ, усиление культурной идентичности, создание рабочих мест в креативных и туристических секторах.

– Обратная связь: данные посетителей и метрики (просмотры контента, загрузки приложений, продажи сувениров) позволяют корректировать маршруты, программы и маркетинг.

Для определения эффективности взаимосвязей туризма и других видов креативных индустрий можно предложить следующие количественные показатели:

– Количество разработанных маршрутов и приложений; число загрузок и активных пользователей.

– Число культурных мероприятий, посетителей музеев и галерей; охват медиакмпаний.

– Объем продаж локальных продуктов и сувениров; выручка гостевых домов и санаториев.

– Количество реставрационных и дизайн-проектов, вовлеченных ремесленников и креативных команд.

– Количество рабочих мест в креативных индустриях, связанных с туризмом.

В качестве практических рекомендаций на уровне региональной политики и проектов можно предложить следующие:

– формировать межсекторные партнерства между туроператорами, музейными учреждениями, IT-командами и локальными ремесленниками;

– инвестировать в цифровую инфраструктуру (навигация, онлайн-продажи, виртуальные туры) и в обучение кадров креативных и сервисных компетенций;

– формировать брендинг Самарской области через уникальные сочетания культурного наследия и современного творчества, разрабатывать стандарты брендинга и упаковки для местных продуктов, стимулировать участие ремесленников в туристических цепочках добавленной стоимости. Как отметила министр туризма Самарской области Екатерина Матвеева, «развитие региональных брендов, а также популяризация региона через сувенирную продукцию – важный инструмент для правильного позиционирования Самарской области как внутри региона, так и за его пределами» [17].

– планировать пилотные проекты в ключевых кластерах (например, культурный и природный туризм), оценивать эффект

по установленным КРІ и масштабировать успешные практики;

– стимулировать публично-частное партнерство, поддержку малого и среднего бизнеса в креативном секторе грантами, льготами и др.

Выводы

Ключевые выводы исследования:

1. Креативные индустрии, имеющие наибольший потенциал для интеграции с туризмом в Самарской области, включают: культурные и музейные практики, ремесла и народное творчество, музыкально-концертную и фестивальную деятельность, гастрономию, дизайн и архитектуру, информационные технологии, медиа и развлечения, спорт.

2. Представленный графический механизм взаимосвязей видов туризма с креативными индустриями демонстрирует пути синергетического эффекта: комбинирование тематических маршрутов, событийного туризма и цифровых продуктов позволяет увеличить привлекательность региона для разных целевых аудиторий и продлить сезон посещений.

3. Основные барьеры развития интегрированного подхода: недостаточная межсекторная координация, отсутствие целевых программ поддержки малых креативных предприятий, слабая маркетинговая и брендинговая стратегия региона, ограниченное использование цифровых технологий для создания новых туристских продуктов.

Список литературы

1. Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2021 № 2613-р «Об утверждении концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года» [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_396332/ (дата обращения: 27.09.2025).
2. Thommandru A., Espinoza-Maguiña M., Ramirez-Asis E., Ray S., Naved M., Guzman-Avalos M. Role of tourism and hospitality business in economic development // *Materials Today: Proceedings*. 2023. Vol. 80. Part 3. P. 2901–2904. DOI: 10.1016/j.matpr.2021.07.059.
3. Sørensen F., Grindsted T.S. Sustainability approaches and nature tourism development // *Annals of Tourism Research*. 2021. Vol. 91, 103307. DOI: 10.1016/j.annals.2021.103307.
4. Islam N., Sadhukhan S. Relationship among creative tourism development strategies, creative industries, and activities: A case study of Lucknow, India // *Journal of Destination Marketing & Management*. 2025. Vol. 36, 100988. DOI: 10.1016/j.jdmm.2024.100988.

5. Arcos-Pumarola J., Paquin A.G., Sitges M.H. The use of intangible heritage and creative industries as a tourism asset in the UNESCO creative cities network // *Heliyon*. 2023. Vol. 9. Is. 1, e13106. DOI: 10.1016/j.heliyon.2023.e13106.

6. Pourzakarya M. Searching for possible potentials of cultural and creative industries in rural tourism development; a case of Rudkhan Castle rural areas // *Consumer Behavior in Tourism and Hospitality*. 2022. Vol. 17, Is. 2. P. 180–196. DOI: 10.1108/CBTH-09-2021-0210.

7. Волков С.К. Туризм как сектор креативной экономики // *Креативная экономика*. 2021. Т. 15. № 5. С. 2153–2162. URL: <https://1economic.ru/lib/112027> (дата обращения: 27.09.2025). DOI: 10.18334/ce.15.5.112027.

8. Громов А.А. Развитие туризма как фактор формирования имиджа территории // *Научный электронный журнал «Меридиан»*. 2020. № 8 (42). С. 390–392. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42469585> (дата обращения: 27.09.2025).

9. Полянская Н.В., Каклюшкин В.В. Внутренний туризм как драйвер социально-экономического развития Самарской области // *Вестник евразийской науки*. 2023. Т. 15. № 2. URL: <https://esj.today/PDF/89ECVN223.pdf> (дата обращения: 27.09.2025). DOI: 10.15862/89ECVN223.

10. Амеликина Д.В., Гусева М.С., Калущкова Н.Н. Оценка природных и экологических условий развития туристско-рекреационной деятельности в муниципальных районах Самарской области // *Вестник Самарского государственного экономического университета*. 2018. № 10 (168). С. 47–60. URL: https://vestnik.sseu.ru/lk_file.php?pdf=7205 (дата обращения: 27.09.2025).

11. Атлас креативных индустрий РФ [Электронный ресурс]. URL: https://docs.yandex.ru/docs/view?url=ya-disk-public%3A%2F%2FWxdLb8R8Zmn8ban2lXfEapCamEoOVlg-8mGCEV0b1968uBeULtAJocKKg7klueQRuq%2FJ6bpmRyOJonT3VoXnDag%3D%3D&name=%D0%D1%82%D0%BB%D0%B0%D1%81_2022.pdf&nosw=1 (дата обращения: 16.10.2025).

12. Цветкова И.В. Развитие туризма в контексте региональной идентичности (на примере Самарской области) // *Проблемы развития территории*. 2019. № 5 (103). С. 78–90. URL: http://pdt.vscs.ac.ru/article/28279/full?_lang=ru (дата обращения: 20.08.2025). DOI: 10.15838/ptd.2019.5.103.5.

13. Валовая добавленная стоимость туристской индустрии экономики субъекта Российской Федерации (ОК-ВЭД2) (с 2019 г.). [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (дата обращения: 16.08.2025).

14. Регионы России. [Электронный ресурс]. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Region_Pokaz_2024.pdf (дата обращения: 27.09.2025).

15. В Самаре обсудили развитие туризма и креативных индустрий. [Электронный ресурс]. URL: <https://sgpress.ru/news/480721> (дата обращения: 16.10.2025).

16. Постановление Администрации городского округа Самара от 11 сентября 2020 г. № 734 «Об утверждении муниципальной программы городского округа Самара “Развитие туризма в городском округе Самара” на 2021–2025 годы» (с изменениями на 29 мая 2024 г.) [Электронный ресурс]. URL: <https://docs.cntd.ru/document/570914447> (дата обращения: 27.09.2025).

17. В центре «Мой бизнес» обсудили развитие туризма через производство сувениров [Электронный ресурс]. URL: <https://mybiz63.ru/posts/news/v-centre-moi-biznes-obsudili-razvitie-turizma-ce> (дата обращения: 27.09.2025).

Конфликт интересов: Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Conflict of interest: The authors declare that there is no conflict of interest.