

Дискуссии
Чистобаев А.И.

ДИСКУССИИ

УДК 911.3:379. 8/338.436

DOI: 10.17072/2079-7877-2020-3-170-176

СФЕРЕ ТУРИЗМА НЕОБХОДИМ ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ (О статье С.А. Тархова «Пространственный подход в географии туризма»)

Анатолий Иванович Чистобаев

ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0003-3341-9214>e-mail: chistobaev40@mail.ru*Институт наук о Земле, Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург*

География туризма как научно-образовательная дисциплина в своем развитии прошла ряд этапов – от комплексного изучения туристских объектов до разработки теории и методологии формирования туристско-рекреационных систем и их пространственных структур. На географических факультетах российских университетов возникли соответствующие кафедры. Одни из них специализируются исключительно в рамках географической специальности, другие вобрали в себя и аспекты науки об управлении, в данном случае – в сфере услуг. Опыт работы показал, что студенты отдают предпочтение второму направлению. Автор полагает, что причина этого негативного для географической науки явления состоит в игнорировании вопросов маркетинга и менеджмента при чтении лекционных курсов по дисциплине «География туризма». Этот факт отражен и в дискуссионной статье С.А. Тархова. Полемизируя с ним, автор предлагаемой вниманию читателей ответной статьи обосновывает свое видение научно-образовательной дисциплины для будущих специалистов в области пространственного развития туризма.

Ключевые слова: география туризма, туристско-рекреационные системы, маркетинг, менеджмент, туристские компании.

TOURISM NEEDS GEOGRAPHIC MANAGEMENT (Concerning the paper Spatial Approach to Tourism Geography by S.A. Tarkhov)

Anatoly I. Chistobaev

ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0003-3341-9214>e-mail: chistobaev40@mail.ru*Institute of Earth Sciences, St. Petersburg State University, St. Petersburg*

Tourism geography as a scientific and educational discipline has gone through a number of stages in its development - from comprehensive study of tourist sites to the development of theory and methodology for the formation of tourist-recreational systems and their spatial structures. Corresponding departments were established at geography faculties of Russian universities. Some of them specialize exclusively within the geographical area of expertise, while others have incorporated some aspects of management science, in our case – in the service sector. Experience has shown that students prefer the latter specialization. The author believes that the reason for this phenomenon, being negative for geographical science, is ignoring the issues of marketing and management when giving lectures on tourism geography. This fact was clearly manifested in the article by S.A. Tarkhov. Polemizing with him, the author of the given response article substantiates his vision of the scientific and educational discipline for future specialists in the field of spatial development of tourism.

Key words: tourism geography, tourist-recreational systems, marketing, management, tourist campaigns.



Дискуссии
Чистобаев А.И.

Введение

В статье С.А. Тархова раскрывается объектно-предметная сущность географии туризма, обосновываются основные понятия, актуализируется пространственный подход к изучению социально-экономического и культурно-познавательного феномена туризма. Главные недостатки в изучении анализируемой дисциплины автор статьи видит в том, что недостаточно рассматриваются такие составляющие курса, как распределение по территории туристских объектов, маршрутов и потоков, туристской инфраструктуры. Основными направлениями пространственно-географического изучения туризма, по мнению Тархова, должны стать: «типология территорий по уровню развития туризма, анализ туристской специализации стран и районов, туристское районирование и зонирование территории, изучение процесса туристского освоения территории, анализ эволюции пространственной структуры туризма разных территорий» [5, с. 172].

В принципе, нельзя усомниться в правомерности постановки обозначенных выше вопросов – все они могут быть включены в лекционные курсы. Однакостораживает другое: возможно ли конструктивное разрешение этих вопросов, если они не будут базироваться на теорию и методологию современного менеджмента туристской деятельности на уровне субъектов государственного и муниципального управления. Уточняя: речь идет не о преподавании основ менеджмента как такового, а о специальном географическом менеджменте, отвечающего специальным заказам – разработке документов по управлению развитием туризма на конкретной территории с учетом ее специфики: природной, ресурсной, демографической, этно-конфессиональной, экологической, экономической, геополитической. Об этом ниже и пойдет речь.

Поскольку статья С.А. Тархова написана от первого лица, то и я, автор данной статьи, буду следовать его примеру.

К анализу пробелов в географии туризма

С.А. Тархов, анализируя содержательные пробелы в географии туризма, отмечает следующие нерешенные вопросы: 1) отсутствие пространственного анализа туристской специализации; 2) слабое освещение пространственного распределения объектов туризма по территориям; 3) не выявленную пространственную иерархию объектов туризма; 4) не установленное пространственное взаимодействие разных видов туризма на конкретной территории; 5) недостаточный пространственный анализ сети потоков туристов с использованием традиционных методов моделирования; 6) отсутствие теории и методологии пространственного выбора туристских маршрутов [5, с.174]. При этом он не констатирует, а только допускает: «почти нет», «редко встречаются», «почти не изучаются», «незначительно исследуются». На мой взгляд, как минимум четыре из шести названных пробелов присущи не только географии туризма, но и другим видам деятельности в пространственном измерении. Но главное даже не в этом – среди содержательных пробелов не названо отсутствие разработки принципов, механизма и инструментария внедрения результатов исследования в практику управления развитием туристских дестинаций. Только в одном, последнем, видении нерешенных вопросов косвенно просматривается этот аспект, относящийся к частной задаче – выбору туристических маршрутов. До тех пор, пока коллеги-географы не осознают всей важности для науки и практики управленческого аспекта научного поиска, общественная география вообще и география туризма, в частности, не найдут признания у лиц, принимающих управленческие решения, наша наука будет все также занимать маргинальное положение.

Дискуссии
Чистобаев А.И.

Об объекте и предмете географии туризма

Под объектом изучения географии туризма С.А. Тархов понимает территориальные системы туризма, а под предметом – их пространственную (территориальную) структуру. На первый взгляд, такая трактовка объектно-предметной сущности дисциплины не должна вызывать возражений. Однако, если вспомнить, что любая система состоит из взаимосвязанных и взаимодействующих элементов, действующих в заданном направлении, то что же в таком случае составляет структуру? И другой вопрос: туризм и рекреация – элементы одной системы или разных систем? Отечественные классики рекреационной географии (И.Т. Твердохлебов, В.С. Преображенский, Н.С. Мироненко и др.) эти виды деятельности представляют как элементы одной системы, такого же мнения придерживаются и их последователи (Л.Ю. Мажар и др.), но в статье С.А. Тархова термин «рекреация» даже не упомянут.

На первых этапах развития туризма и рекреации эти виды деятельности могут функционировать изолированно друг от друга, но по мере насыщения их новыми элементами усиливаются их взаимосвязи и взаимодействия, что обуславливает процесс формирования единой туристско-рекреационной системы. Перед исследователями встают следующие задачи: 1) выявление наличия и возможных направлений использования туристско-рекреационных ресурсов; 2) определение параметров развития туристско-рекреационных объектов; 3) обоснование возможных источников поступления оборудования и снаряжения для туристов и рекреантов; 4) обеспечение территории всеми элементами производственной, социальной и институциональной инфраструктуры. Каждому этапу формирования туристско-рекреационных систем присуща «своя» проблематика при разработке и реализации инвестиционных проектов, для решения которой необходимы знания и силы специалистов-географов.

О содержательности научных подходов

Использование комплексного подхода к исследованию пространственных объектов – особенность и одно из главных достижений общественно-географической науки. Исследователи владеют системно-структурным, геоситуационным, воспроизводственным, проблемно-программным и другими научными подходами, которые используют при разработке стратегий социально-экономического развития и схем территориального планирования, целевых комплексных программ развития территории, включая программы развития туризма и рекреации. Благодаря этому умению географы, как правило, руководят разработкой проектов развития территорий.

В свете сказанного вызывает вопросы заявление С.А. Тархова о том, что «за декларациями о комплексности, интегративности, эмерджентности ничего содержательного нет» [5, с. 175]. И тем более непонятна позиция автора дискуссионной статьи о том, что «все элементы территории взаимодействуют друг с другом..., что надо изучать эту территориальную комплексность, взаимодействие, а вот этим-то как раз никто не занимается и не хочет заниматься [5, с. 175]. При сопоставлении приведенных цитат возникает главный вопрос: если в комплексности, интегративности, эмерджентности нет ничего содержательного, то почему же следует сожалеть, что никто не занимается изучением этой самой комплексности?

Наряду с этим отмечу, что в наших разработках стратегий регионального развития и схем территориального планирования субъектов РФ и муниципальных районов используются и комплексный, и геосистемный, и проблемно-программный научный подходы и ГИС-технологии [6]. То же самое можно сказать и относительно интегративного подхода к оценке состояния качества жизни и динамики общественного здоровья для целей управления территориальным здравоохранением [2; 7]. Другое дело, что, выдавая свои

Дискуссии
Чистобаев А.И.

разработки в разрешающие инстанции, мы вынуждены причислять их «гребенкой» официальных инструкций. Поэтому и готовим два тома: один – для властных структур, другой, который по объему значительно больше первого, оставляем у себя.

К вопросу о понятиях в географии туризма

Вряд ли найдется такой географ-обществовед, который может усомниться в междисциплинарном характере своей науки. Однако нередко приходится слышать заявления некоторых коллег о том, что исследование, вбирающее в себя экономические, социологические, юридические и т.п. аспекты, не может быть отнесено к географической специальности. Взаимодействуя на диссертационных советах и научных конференциях с учеными названных и других наук, я не слышал подобных заявлений. Наоборот, те же экономисты, социологи и юристы охотно вводят в свой научный лексикон географические термины, привыкают к ним и считают своими. Более того, экономисты «прибрали к рукам» целую научную дисциплину – экономическую географию, назвав ее региональной экономикой, оставив нам в наследство «рожки да ножки». На фоне сказанного обращает на себя внимание заявление С.А. Тархова о том, что в «географии туризма используется число понятий, которые по своей сути не являются географическими» [5, с. 175]. И далее приводится ряд понятий, которые, по мнению автора статьи, имеют действительно географическое содержание.

По-моему, в обширном перечне понятий С.А. Тархова нет главных, а именно: тех, которые способны придать конструктивность исследованию, обеспечить выход в практику принятия управленческих решений. Кроме того, здесь автор статьи сам себе противоречит, относя к числу географических некоторые термины, используемые другими науками. Прежде всего, это касается туристского потенциала территории – его используют и экономисты, и менеджеры, и маркетологи, и архитекторы. Это становится тем более очевидным, если принять во внимание тот факт, что туристский потенциал территории определяется ныне не в баллах, как утверждается в статье Тархова, а в стоимостном выражении, что определяет принадлежность данной категории к экономической науке. Более того, чем выше уровень потенциала территории, тем дороже земля; этот факт надо учитывать в архитектурно-планировочном и градостроительном проектировании. То же самое можно сказать и относительно других «географических» (по С.А. Тархову) понятий: туристском центре, туристской специализации территории и т.п.

По-моему, гораздо важнее не сужать, а расширять перечень понятий, которые необходимо использовать при изучении географии туризма. Приведу несколько примеров дополнительных понятий:

инвестиции в развитие сферы туризма – долгосрочные вложения капитала в туризм как отрасль «зеленой» экономики;

институт управления развитием туризма – ряд правил, выполняющих функции ограничения поведения туристских субъектов и регулирующих взаимоотношения между ними;

инфраструктура туризма – комплекс отраслей, направленных на обеспечение общих условий функционирования туризма;

туристско-рекреационный кластер – совокупность компактно расположенных объектов туризма и рекреации, призванных обеспечивать потребности общих снабженческо-сбытовых, консалтинговых и других структур;

конкурентоспособность туристско-рекреационных услуг – комплекс их потребительских, ценовых и качественных характеристик, определяющих успех на рынке данного вида услуг;

факторы-катализаторы в сфере туризма – факторы, ускоряющие ход развития туристской отрасли;

Дискуссии
Чистобаев А.И.

факторы-ингибиторы в сфере туризма – факторы, замедляющие ход развития туристской отрасли.

Перечень понятий, используемых в географии туризма и сопряженной с ней рекреационной географии, можно расширить и далее [8]. Все приведенные «географические» и «негеографические» термины подчинены пространственному развитию туристско-рекреационных систем, в состав которых входят элементы и территории, и акватории, и аэротеррии, по Э.Б. Алаеву, – геотеррии [1]. И в шутку, и всерьез я говорю своим ученикам: на вопрос о принадлежности к географической науке можно ответить, что оно, исследование, выполнено ГЕОГРАФОМ! По-моему, этим все сказано.

Почему необходим географический менеджмент в сфере туризма

Термин «менеджмент» присутствует в паспорте специальности 25.00.24 – экономическая, социальная, политическая и рекреационная география, но в публикациях географов используется редко [3; 4; 9]. Мне, географу, довелось читать лекционный курс в Высшей школе менеджмента СПбГУ (в течение пяти лет) по использованию ГИС-технологий и географического менеджмента при управлении региональным развитием. Затем подобный курс был внедрен на кафедре региональной политики и политической географии, его читает физико-географ по базовому образованию, кандидат экономических наук З.А. Семенова. В расширенном варианте этот лекционный курс ныне читается тем же преподавателем и на кафедре страноведения и международного туризма в СПбГУ. Насколько мне известно, опыта модификации методов современного менеджмента применительно к задачам общественной географии в других российских университетах на сегодняшний день нет.

С.А. Тархов относительно сформированных им тем изучения географии туризма пишет, что они должны характеризовать научное лицо этого предмета, быть его «козырными картами» [5, с. 177]. Что же это за темы? Назову их: типология стран и регионов по уровню развития туризма; анализ туристской специализации территории региона и страны; туристское районирование и зонирование территории; изучение процесса туристского освоения территории, типов такого освоения; формирование и эволюция пространственной структуры туризма разных территорий [5, с. 177–178].

Да, с точки зрения географа, эти темы интересны, вполне могут удовлетворить любопытство исследователя. Но мы живем в реальном времени-пространстве, результаты исследований и в бакалавриате, и в магистратуре должны быть приняты потенциальным работодателем. Допускаю, что в столице можно найти такого в какой-нибудь ветви государственной власти, но на уровне региональной власти, муниципалитета – только по блату. Таковы реалии дня и нам, географам, об этом надо помнить.

Даже у нас в Санкт-Петербурге – второй столице России выпускные квалификационные работы принимают в основном владельцы туристских компаний. И мыслят они не высокими научными категориями, а исключительно тем, как сформировать туристский продукт, который в состоянии обеспечить доходность компании. При отсутствии такого материала в ВКР соискателю нельзя рассчитывать на положительную оценку. Для того чтобы противостоять такой организации образования, нужно объединять наши усилия, а москвичи, учитывая их территориальную близость к власти, должны возглавить это движение.

В связи с названными причинами неприемлемости принятия «Плана Тархова» необходимо решать вопросы по овладению фундаментальными и прикладными основами современного менеджмента и его составляющих – маркетинга туристских услуг. Изучение менеджмента в туризме позволяет лучше сориентироваться в жизненных ситуациях, обрести себя как специалиста, применять полученные знания к выполняемой работе.

Дискуссии
Чистобаев А.И.

Заключение

Завершая статью, С.А. Тархов пишет, что его «взгляды, конечно, дискуссионны» [5, с. 178]. Соглашаясь с этим выводом, замечу, что и мои суждения тоже дискуссионны. И тем не менее я, как и Сергей Анатольевич, надеюсь, что мои доводы могут быть использованы для развития географии туризма как научной и образовательной дисциплины.

В заключение хочу выразить признательность членам редакционного совета и редакционной коллегии журнала «Географический вестник» за введение рубрики «Дискуссии». Я помню то время, когда на страницах географических журналов велась острая полемика по актуальным вопросам развития науки, что привлекало внимание читателей, способствовало качественному развитию научно-исследовательских работ. Рад, что эту прерванную традицию возобновили пермские географы.

Благодарности. Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ в рамках гранта №19-05-00104 «Пространственно-временные особенности и закономерности развития медицинского туризма на глобальном и региональном уровнях организации системы здравоохранения».

Acknowledgements. The reported study was funded by the RFBR, grant no. 19-05-00104. «Spatial and temporal features and patterns of development of medical tourism at the global and regional levels of the organization of the healthcare system».

Библиографический список

1. Алаев Э.Б. Социально-экономическая география: Понятийно-терминологический словарь. М.: Мысль, 1983. 290 с.
2. Дмитриев В.В., Огурцов А.Н., Боброва О.Н., Семенова З.А., Чистобаев А.И. Оценка состояния социо-эколого-экономических систем, качества жизни населения, общественного здоровья в регионах России // Информационные технологии и системы: управление, экономика, транспорт, право. 2019. № 3 (35). С. 15–25.
3. Семенова З.А. Медико-географический менеджмент: предпосылки становления и развития // Актуальные проблемы современной экономической, социальной и политической географии / под ред. С.С. Артоболевского и Л.М. Синцера. М.: МГПИ, 2011. С. 211–214.
4. Семенова З.А. Модификация методов современного менеджмента в медицинской географии // Географический вестник = Geographical bulletin. 2016. №1 (36). С. 132–137. Doi: 10.17072/2079-7877-2016-1-132-137
5. Тархов С.А. Пространственный подход в географии туризма// Географический вестник = Geographical bulletin. 2019. №4 (51). С. 172–178. Doi: 10.17072/2079-7877-2019-4-172-178
6. Чистобаев А.И., Красовская О.В., Скатерщиков С.В. Территориальное планирование на уровне субъектов России. СПб.: Издательский дом «Инкери», 2010. 296 с.
7. Чистобаев А.И., Федоров Г.М., Семенова З.А. Управление развитием территории: учеб.-метод. пособие. Калининград: Изд-во БФУ им. Канта, 2015. 90 с.
8. Chistobaev, A. I.; Semenova, Z. A.; Grudtcyn, N. A. Dynamics and strategic directions of public health preservation in Russian Federation. Entrepreneurship and Sustainability Issues, 2019. 6(3): 1380–1392. DOI: 10.9770/jesi.2019.6.3(23)
9. Semenova, Z. A.; Chistobaev, A. I., Grudtcyn, N. A. Management of the public-private partnership in health tourism. Vol. 41 (Iss. 15). 2020. P.14–21.

References

1. Alaev E.B. Socio-economic geography: Conceptual and terminological dictionary. M.: Thought, 1983. 290 p.
2. Dmitriev V.V., Ogurtsov A.N., Bobrova O.N., Semenova Z.A., Chistobaev A.I. Assessment of the state of socio-ecological and economic systems, the quality of life of the population, public health in the regions of Russia. Information technologies and systems: management, economics, transport, law. 2019. N. 3 (35). P. 15–25.
3. Semenova Z.A. Medical and geographical management: prerequisites for the formation and development // Actual problems of modern economic, social and political geography / Ed. S.S. Artobolevsky and L.M. Sintserova. M.: MGPI, 2011. P. 211–214.

Дискуссии
Чистобаев А.И.

4. Semenova Z.A. Modification techniques of modern management in medical geography // Geographicheskiy Vestnik. 2016. v1(36). P. 132–137.
5. Tarkhov S.A. Spatial approach to tourism geography // Geographical bulletin. 2019. №4(51). Pp. 172–178. Doi: 10.17072/2079-7877-2019-14-173-179.
6. Chistobaev A. I., Krasovskaya O. V., Skaterschikov S. V. Spatial planning at the level of subjects of Russia. SPb.: «Inkeri» Publishing House, 2010. P. 296.
7. Chistobaev A.I., Fedorov G.M., Semenova Z.A. Territorial development management. Kaliningrad: Publishing House of the BFU of I. Kant, 2015. P. 90.
8. Chistobaev, A. I.; Semenova, Z. A.; Grudtcyn, N. A. Dynamics and strategic directions of public health preservation in Russian Federation. Entrepreneurship and Sustainability Issues, 2019. 6(3): 1380–1392. DOI: 10.9770/jesi.2019.6.3(23)
9. Semenova, Z. A.; Chistobaev, A. I., Grudtcyn, N. A. Management of the public-private partnership in health tourism. Vol. 41 (Iss. 15). 2020. P. 14–21.

Поступила в редакцию: 12.05.2020

Сведения об авторе

Анатолий Иванович Чистобаев

доктор географических наук, профессор,
Заслуженный деятель науки РФ, профессор
кафедры региональной политики и
политической географии, Институт наук о
Земле, Санкт-Петербургский государственный
университет; 197761, Россия, Санкт-Петербург,
10-я линия В.О., 33–35

About the author

Anatoly I. Chistobaev

Doctor of Geographical Sciences, Professor,
Honored Scientist of the Russian Federation,
Professor of Department of Regional Politics and
Political Geography, Institute of Earth Sciences, St.
Petersburg State University; 197761, Russia, St.
Petersburg, 10th line V.O., 33–35

e-mail: chistobaev40@mail.ru

Просьба ссылаться на эту статью в русскоязычных источниках следующим образом:

Чистобаев А.И. Сфере туризма необходим географический менеджмент // Географический вестник = Geographical bulletin. 2020. №3(54). С. 170–176. doi 10.17072/2079-7877-2020-3-170-176.

Please cite this article in English as:

Chistobaev A.I. Tourism needs geographic management // Geographical bulletin. 2020. №3(54). P. 170–176. doi 10.17072/2079-7877-2020-3-170-176.