

Сахарчук Елена Сергеевна

доктор педагогических наук,
заведующая кафедрой туризма
Московского государственного
института культуры

КОЛЛАБОРАЦИЯ БИБЛИОТЕК И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УЧАСТНИКОВ РЫНКА В ЦЕЛЯХ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА

Аннотация:

Предметом исследования является процесс интеграции библиотек в туристскую инфраструктуру в целях развития внутреннего туризма в РФ. Исходными данными выступили: 1) содержание нормативно-правовых документов, регулирующих туристско-информационную деятельность; 2) кейсы, характеризующие «туристскую» деятельность библиотек; 3) функциональные задачи современных туристско-информационных центров как профессиональных участников рынка туризма. Используются следующие методы: анализ теоретических источников; систематизация вторичных данных, касающихся «туристских» проектов библиотек; анализ эмпирических данных (экспертных интервью представителей туристской и библиотечной сфер деятельности). Исследование позволило сделать вывод о необходимости коллаборации библиотек и профессиональных участников рынка как условия формирования их неконкурентных синергичных отношений в целях развития внутреннего туризма. Для реализации совместной проектной работы библиотек и туристских центров предложены основные стратегические модели управления знаниями на микроуровне.

Ключевые слова:

коллаборация, управление знаниями, туристско-информационная деятельность, библиотеки.

Sakharchuk Yelena Sergeevna

D.Phil. in Education Science,
Head, Tourism Department,
Moscow State Institute of Culture

COLLABORATION OF LIBRARIES AND PROFESSIONAL MARKET PARTICIPANTS IN ORDER TO DEVELOP DOMESTIC TOURISM

Summary:

The subject of the research is the process of “embedding” libraries in tourism infrastructure in order to develop domestic tourism in the Russian Federation. The initial data of the study are: 1) the content of regulatory documents governing tourist information activities, 2) cases characterizing the “tourist” activity of libraries, 3) the functional tasks of modern tourist information centers as professional participants in the tourism market. The following methods were used: analysis of theoretical sources; systematization of secondary data characterizing the “tourist” library projects; analysis of empirical data (expert interviews of representatives of tourism and library fields of activity). The conducted study allowed us to conclude that it is necessary to collaborate with libraries and professional market participants as a condition for the formation of their non-competitive synergy relations in order to develop domestic tourism. To implement the joint project activities of libraries and tourist centers, the main strategic models of knowledge management at the micro level are proposed.

Keywords:

collaboration, knowledge management, tourist information activities, libraries.

Общим для профессиональных функций сотрудников организаций библиотечно-информационной и туристской направленности является предоставление информационных услуг. При этом вполне закономерна представленность библиотек в информационной среде интенсивно развивающегося российского внутреннего туризма. В качестве аргументации в поддержку тезиса об эффективности участия библиотекарей в становлении так называемого малого туризма называются опыт культурно-просветительской деятельности, доступ к значительным информационным ресурсам, владение поисково-исследовательскими навыками, с чем, безусловно, трудно не согласиться.

С одной стороны, разнообразие сложившихся практик оказания туристско-информационных услуг свидетельствует о положительной тенденции формирования обширной сети популяризации внутреннего туризма. С другой – невозможно определить однозначно отложенный эффект реализации некоторых направлений «туристской» деятельности библиотек, таких, например, как разработка и проведение экскурсий, создание мобильных туристских приложений или туристских экосред. Прежде всего, сомнения обусловлены пониманием специфики туристских технологий, реализация которых постоянно совершенствуется введением новых национальных туристских стандартов (ГОСТов), профессиональных стандартов, ужесточением требований к профессиональным исполнителям туристских услуг.

В статье на основе анализа опыта участия библиотек в туристской деятельности предпринята попытка определить направления их коллаборации с профессиональными участниками рынка туризма в целях повышения соответствующего актуальным стандартам качества услуг внутреннего туризма.

Организация, предоставляющая услуги туристской информации, ответственная за прием и консультации посетителей по вопросам туризма, а также рекламирующая услуги туризма, согласно национальному стандарту РФ «Туристские информационные центры. Туристская информация и услуги приема. Требования» (далее – ГОСТ Р 56197–2014), называется туристским информационным центром (далее – ТИЦ), туристским информационным бюро или туристским бюро [1]. ТИЦ оказывает услуги лично или дистанционно. Информация, аккумулируемая центром и предоставляемая по запросу туристов, может быть различной:

- о туристской дестинации в целом (географии, истории, архитектуре, обществе, выдающихся людях и др.);
- о поставщиках туристских услуг (туроператорах, турагентах, организации культурно-досугового профиля, транспортных предприятиях, гостиницах, ресторанах и др.);
- об услугах туризма (комплексном туристском обслуживании, отдельных услугах, экскурсиях, организованных и самостоятельных маршрутах и др.);
- об инфраструктуре дестинации (учреждениях здравоохранения, образования, связи и др.);
- о местных обычаях, религии, местах поклонения, календаре событий разной направленности и др.

Система ТИЦ в России представлена сегодня более чем 400 предприятиями [2] различной организационно-правовой формы [3, с. 16]. Деятельность центров должна соответствовать требованиям ГОСТ Р 56197–2014. Некоммерческим партнерством (далее – НК) ТИЦ НАИТО разработаны методические рекомендации для туристских информационных центров в Российской Федерации, определяющие стандарты организационной структуры, местоположения, ассортимента услуг, технологий обслуживания, помещений для обслуживания туристов и т. д. [4]. Одним из основных условий эффективного взаимодействия участников туристского рынка в целях продвижения региональных и межрегиональных проектов в сфере туризма, а также обмена информацией между ними является наличие системы специализированных сервисов, например национального календаря событий [5] или национального каталога экскурсионных программ на портале НК НАИТО.

В последние годы появились публикации, характеризующие роль библиотек в информационном обеспечении развития туризма. В качестве главной проблематики подобных изданий выступают участие библиотек в краеведческом туризме и разработка нового направления «библиотечного краеведения».

Так, в 2017 г. Оренбургской областной универсальной научной библиотекой им. Н.К. Крупской выпущен сборник по итогам областного мастер-класса «Библиотека и краеведческий туризм» [6]. Авторы материалов определяют в качестве основных направлений «встраивания библиотек в развивающуюся туристическую инфраструктуру» следующие: «информационное обеспечение краеведческого туризма» и «самостоятельное проведение краеведческих экскурсий» [7, с. 4]. В статьях издания приводятся результаты деятельности российских библиотек в целях развития внутреннего туризма. В качестве положительного опыта авторы выделяют разработку:

- туристских путеводителей (например, серии путеводителей, посвященных юбилею Бузулука, электронного путеводителя «Литературная карта Оренбургской области» и др.);
- туристских указателей (4-го выпуска указателя «Аксаковские места на карте России»);
- интерактивных карт (в частности, карты Пономаревского района);
- буклетов по видам туризма (по анималотерапии в Соль-Илецке);
- тематических электронных картотек (например, картотеки промыслов «Мастера и народные промыслы Соль-Илецка»);
- отдельных тематических электронных публикаций («Заповедные зоны Оренбуржья» и др.);
- экскурсий по мини-музеям, расположенным в библиотеках (в частности, практику Русско-кандызской сельской библиотеки (филиала));
- тематических экскурсий различной направленности (историко-культурных, экологических и др., например экскурсионных маршрутов по селам Асекеево и Илек);
- брендов туристских территорий (в частности, экспозиции Медногорска, подготовленной местными библиотекарями на VI Международном форуме «Оренбуржье – сердце Евразии») и др.

В дайджесте «Опыт работы российских библиотек в сфере туризма» 2019 г. представлены итоги проведения XVII Форума публичных библиотек России «Библиокараван-2018» (Пермь). Основной вектор обсуждений направлен на взаимодействие библиотек с музеями, театрами, сферами образования и туризма [8]. В дайджесте описан следующий опыт:

- методической поддержки интеграции библиотек в систему продвижения внутреннего и въездного туризма (например, методической разработки Тамбовской областной универсальной научной библиотеки им. А.С. Пушкина «Библиотека и краеведческий туризм: современные подходы»);

– деятельности информационных центров культурного и экологического туризма (так, в Бурятии «библиотеки ведут работу по созданию собственных электронных ресурсов для информационного продвижения и развития туризма» [9, с. 7]);

– функционирования тематических электронных библиотек по туризму («Библиотека сельского туризма»);

– создания информационных кейсов ресурсного обеспечения туризма (например, мультимедиа-приложений, включая системы консультирования и проектирования маршрутов, а также тематические кейсы, подготовленные Иркутской областной библиотекой им. И.И. Молчанова-Сибирского).

В дайджесте рассматриваются реализованные проекты библиотек, связанные с продвижением идей развития предпринимательской инициативы в сфере туризма на местах (в частности, тематические проблемные семинары в Устюжне, Кириллове и др.).

Как видно из приведенных примеров, существенный информационный задел, накопленный в библиотеках по тематике краеведения и туризма, может представлять большую ценность в контексте развития общенациональной системы информационной поддержки внутреннего и въездного туризма при условии коллаборации библиотек и профессиональных участников туристского рынка. Речь идет о реальной коллаборации, достижение которой возможно в результате «взаимодействия всех необходимых и достаточных факторов труда и производства», когда наблюдаются «взаимное обучение участников и их общий продукт с новым интеллектуальным компонентом» [10, с. 40].

Имеются основания полагать, что в качестве профессиональных участников коллаборации могут выступать как ТИЦ (представленные во всех российских регионах), так и туроператоры и даже турагентства, переориентация которых на продажи консультаций и формирование интернет-клубов, по оценкам экспертов и нашему мнению, отраженному в предыдущей работе, является вполне очевидной перспективой в силу складывающихся на рынке туризма новых условий взаимодействия с потребителями [11].

Как мы отмечали ранее, развитие коллабораций микроуровня в соответствии с современными представлениями в сфере менеджмента предприятий обусловлено реализацией механизмов управления знаниями (далее – УЗ) [12]. Применимы, в частности, следующие стратегические модели УЗ [13]:

– инновационно-продуктовая (совместная (библиотек и профессиональных участников рынка) деятельность по поиску и ресурсному обоснованию уникальных туристских предложений);

– технологическая (совместная разработка инновационных единичных (уникальных) продуктов и услуг, интеграция IT-сервисов);

– организационно-управленческая (совместная подготовка обоснованных, оптимальных и инновационных организационно-управленческих решений);

– клиентоориентированная (совместная разработка нововведений, развивающих существующие потребности туристов).

По результатам исследования можно сделать следующие выводы.

1. В настоящее время сложился опыт активного участия российских библиотек в организации туристской деятельности. Положительной стороной этого процесса являются информационное обеспечение проектов, продуктов и услуг внутреннего туризма, улучшение туристского имиджа регионов.

2. Вместе с тем очевидно, что участие библиотек в реализации профессиональных туристских технологий обслуживания, таких, например, как разработка туристских маршрутов или оказание экскурсионных услуг, не обеспечено нормативно, организационно и компетентно, поскольку относится к области ответственности профессиональных субъектов туристской деятельности.

3. Опыт непрофильных функций библиотек обусловлен, среди прочих, фактором не сложившейся пока практики проектного взаимодействия библиотек и туристских предприятий.

4. Коллаборация библиотек и профессиональных участников рынка в сложившейся ситуации есть условие формирования их неконкурентных синергичных отношений в целях развития внутреннего туризма.

5. Синергичность взаимодействий библиотек и профессиональных участников рынка практически может быть реализована в предложенных стратегических моделях УЗ на микроуровне.

Ссылки:

1. ГОСТ Р 56197–2014. Туристские информационные центры. Туристская информация и услуги приема. Требования [Электронный ресурс]. М., 2016. 10 с. // Библиотека нормативной документации. URL: <https://files.stroy-inf.ru/Data2/1/4293768/4293768043.pdf> (дата обращения: 21.04.2020).

2. НП НАИТО – Партнерство туристско-информационных центров [Электронный ресурс]. URL: <http://naito-russia.ru> (дата обращения: 21.04.2020).
3. Жданчиков П.А. Развитие системы туристских информационных центров в российских регионах // Региональная экономика: теория и практика. 2015. № 25 (400). С. 13–26.
4. НП НАИТО ...
5. Национальный календарь событий [Электронный ресурс]. URL: <http://eventsinrussia.com> (дата обращения: 21.04.2020).
6. Библиотека и краеведческий туризм : сборник материалов по итогам областного мастер-класса / сост. И.Н. Скробот, А.Р. Сунякина. Оренбург, 2017. 66 с.
7. Там же. С. 4.
8. Опыт работы российских библиотек в сфере туризма : дайджест / сост. М.Ю. Семина ; ред. И.В. Валиулина. Магнитогорск, 2019. 26 с.
9. Там же. С. 7.
10. Иншаков О.В. Коллаборация как глобальная форма организации экономики знаний // Экономика региона. 2013. № 3 (35). С. 38–43.
11. Сахарчук Е.С. Повышение квалификации сотрудников туристского предприятия как компонент системы управления знаниями // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2019. № 5 (91). С. 172–181. <https://doi.org/10.24411/1997-0803-2019-105>.
12. Кузнецов В.В., Сахарчук Е.С. Корпоративное образование: стратегия развития : монография. М., 2019. 129 с.
13. Сахарчук Е.С. Указ. соч. С. 178–179.

Редактор: Тюлюкова Мария Олеговна
Переводчик: Мельников Евгений Вячеславович