



РЕЦЕНЗИЯ НА УЧЕБНИК «ТУРИЗМ В РОССИИ: РУКОВОДСТВО ПО УПРАВЛЕНИЮ»¹

Рецензент: *Илькевич Сергей Викторович*,
Российский государственный университет туризма и сервиса
(Москва, Российская Федерация)

Учебник в русскоязычной и англоязычной редакциях стал результатом четырехлетнего проекта (2012–15 гг.) в рамках консорциума восьми российских и восьми европейских университетов и образовательных центров ТЕМПУС «НЕТУР» (TEMPUS NETOUR), целью которого было создание образовательной и исследовательской сети российских и европейских университетов в области туризма, с особым акцентом на изучении и совершенствовании преподавания туристских дисциплин в вузах России.

Одним из самых значимых результатов стало совместное написание учебника европейско-российским коллективом, состоящим из 21 автора, посвященного всем центральным аспектам управления туризмом в России, которое, бесспорно, стало первым изданием такого рода с точки зрения как международного и внутрироссийского представительства авторов, так и широты спектра раскрытых тематик и аспектов управления туризмом на примере российской практики. Нельзя не отметить и то, что данная книга, издателем которой выступила компания Emerald, стала одним из первых изданий по проблемам менеджмента в туризме на английском языке.

Среди российских участников авторского коллектива стоит отметить особо выраженное представительство ведущих отечественных центров исследования

и преподавания туризма – Российский государственный университет туризма и сервиса, Сочинский государственный университет, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Учебник «Туризм в России: руководство по управлению» отличается инновационной и аналитической структурой, основными элементами которой являются три раздела с принципиально отличным фокусом и проблематиками, а также глоссарий.

Первый раздел состоит из четырех глав и имеет название «Основы» (Foundations), включает в себя введение, а также описание национальных особенностей истории туризма, основной статистики по въездному, выездному и внутреннему туризму, актуальным проблемам развития туризма, системе управления туризмом и туристскими дестинациями, практическим и теоретическим аспектам конкурентоспособности дестинаций, их планированию и развитию, а также потребительским предпочтениям, принятию решений и мотивации туристов, различным маркетинговым аспектам. Таким образом, читателю предоставляется возможность полноценно ознакомиться с аспектами маркетинга, продвижения, планирования и конкурентоспособности как на макро- и мезоуровнях (дестинации), так и на микроуровне (турпродукт). Авторы представляют как собственные разработки, так и обширно ссылаются на признанные международные и российские управ-

¹ Предпросмотр книги доступен по ссылке:

<http://www.amazon.com/Tourism-Russia-Management-Frederic-Dimanche/dp/1785603434>

ленческие и маркетинговые разработки. Изложение концепций отличается не только высокой академичностью, но и очень удачной практической релевантностью и проблематичностью: авторы постоянно приводят ситуации либо из российского контекста, либо проводят небезыносные параллели между российским и зарубежными туристскими рынками, а также примеры лучших международных практик. Впрочем, данные сильные стороны характерны и для двух других разделов.

Второй раздел представлен также четырьмя главами и называется «Разделы» (Секторы). Здесь коллектив авторов очень удачно переключается на рассмотрение проблем управления российским туризмом через призму внутриотраслевой перспективы, т.е. на рассмотрение менеджмента основных видов туризма и их специфики в российской практике: культурного, делового, природного и оздоровительного туризма. В главе по культурному туризму (с фокусом на Москву и Санкт-Петербург), помимо описания ресурсов культурного туризма и особенностей впечатлений потребителей данного вида туризма, предприняты небезыносные попытки сегментации потребителей, анализа особенностей ценообразования продуктов культурного туризма, их продвижения, кастомизации, совместного потребления (co-creation), цепочек создания ценности, взаимодействия между поставщиками различных компонентов туров. Столь обширный и комплексный маркетинговый анализ культурного туризма является беспрецедентной попыткой в России. В главе по природному туризму авторы подробно характеризуют туристские ресурсы, широко описывают всю палитру подвидов данного туризма, а также уделяют особое внимание аспектам формирования спроса, брендинга, сегментирования, управления рисками (что особенно актуально для данного вида туризма). Глава, посвященная оздоровительному туризму и его особенностям, может представлять особый интерес для международных читателей, поскольку авторы рассматривают не только особенность российского пути и достижения в этой области, но и практические аспекты мотива-

ции потребителей, проектирования и позиционирования турпродукта в российских условиях (в частности, Краснодарского края), управления инфраструктурой.

Последняя глава второго раздела, посвященная деловому туризму, заслуживает особого внимания. Ее диспропорционально большой размер (почти 20% от всего издания) можно рассматривать как прежде всего очень положительный момент. Поскольку на примере данной подотрасли туризма рассмотрены едва ли не все возможные аспекты управления туризмом. Раскрыта проблематика дефиниций и квалификаций, объяснена особая значимость данного вида и его специфика, объемные показатели, правовая база, тенденции и прогнозы роста. Описаны отраслевое регулирование и саморегулирование, международные и российские ассоциации, поставщики, сегменты потребителей, площадки, места проведения, промежуточные поставщики и организаторы, маркетинговые принципы и подходы, включая позиционирование и продвижение, в т.ч. роль ДМО. Отдельное внимание уделено повышению квалификации кадров, глобальным, региональным и отечественным системам сертификации персонала.

В третьем разделе «Будущее» (Future) фокус вновь резко смещается – авторы переходят к проблематике прогнозирования дальнейшего развития туризма в России в заключительных двух главах. Это также является новаторским подходом. Авторы охватывают широчайший спектр аспектов дальнейшего развития туризма в России с акцентом на возможные организационные, маркетинговые, технологические, поведенческие, инфраструктурные нововведения и прорывы как во всей отрасли, так и в разрезе отдельных видов туризма – и классических, и тех, что лишь недавно получили распространение. Ссылаясь на сказанное в предыдущих главах, авторы подытоживают проблемы, пути и механизмы их решения, а также перспективы российского туризма.

Отдельный интерес представляет подробное рассмотрение проблемы подготовки кадров для туристской отрасли как фактора конкурентоспособности отрасли. Предло-

жены механизмы улучшения практической направленности и релевантности обучения, интернационализации и глобализации туристского образования, инновационных подходов подготовки и переподготовки кадров.

Среди других ярких и сильных сторон издания можно особо подчеркнуть его высокую академичность, притом не в ущерб обучающему стилю изложения. Каждая глава изобилует отсылками к релевантным исследованиям, концептуальным первоисточникам, статистической информации, туристским порталам. Удачен также баланс между иллюстрациями, таблицами, схемами и собственно текстом. Авторы в разумных пределах используют информационные вставки, экскурсии, пояснения, небольшие кейс-стади объемом в половину-полторы страницы и вопросы для обсуждения, которые носят как концептуальный характер, так и очень прикладной и проблематический. Таким образом, можно отметить высокий уровень проработки дидактических блоков каждой главы.

Как итог, получилось учебное издание объемом в четыреста с небольшим страниц, не перегруженное ненужной информацией, и при этом оно очень многоаспектное, с особым акцентом на управленческую проблематику и национальную специфику. Издание, прекрасно понятное студенту бакалавриата, но по уровню проблем и их раскрытию в полной мере соответствующее уровню магистратуры. А по концептуальности, авторскому вкладу, академичности – отнюдь не бесполезное как научное издание. Как представляется, издание можно определить как учебную монографию, поскольку книга является попыткой в образовательном контексте донести результаты исследований проекта ТЕМПУС «НЕТУР».

У издания, к сожалению, имеется один досадный, точнее говоря, просто неле-

пый недостаток, легко заметный читателю даже при беглом ознакомлении с русскоязычной редакцией книги. Если англоязычная редакция учебника «Tourism in Russia: A Management Handbook» написана точным, выверенным и корректным с точки зрения и текста, и терминологии языком, то русскоязычная редакция издания «Туризм в России: руководство по управлению» весьма неравномерна по качеству текста с точки зрения перевода англоязычного оригинала. Неточности имеют место даже в оглавлении. Раздел 2 называется «Разделы» (что вообще полная бессмыслица: раздел «Разделы»), поскольку в английском оригинале название звучит как «Sectors», ибо речь в четырех главах этого раздела идет о видах туризма – деловом, природном, культурном и оздоровительном. И в переводе речь должна была бы идти если не о секторах, то о видах или отраслях/подотраслях туризма, а не о «разделах» туристской отрасли. И таких ошибок и неточностей из-за недостаточной работы по научному редактированию допущено немало даже в заглавиях. Они сразу же производят неприятное впечатление от этой, безусловно, содержательной и очень насыщенной книги. Особенно огорчает, что в нескольких частях книги на протяжении нескольких страниц вставлен просто машинный перевод английского текста на русский язык. Такой вопиющий недостаток русскоязычной редакции является очень досадным и не должен иметь место в столь ярком, информативном и во многом новаторском издании. В случае устранения ошибок перевода и нехватки редактирования издание можно будет со всеми основаниями назвать одним из лучших образовательных изданий по туризму и, вероятно, лучшим из того, что имеется на сегодняшний день по менеджменту туризма.