

КОЛЛАБОРАТИВНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ

Сухарев М.В. Коллаборативное планирование туризма в регионе // Роль туризма в модернизации экономики российских регионов. Сборник научных статей по материалам международной научно-практической конференции. 8-10 июня 2010 г. Петрозаводск, Кондопога.- Петрозаводск: Карельский научный центр РАН, 2010.- С. 122-125.

М.В. Сухарев
с.н.с., к.э.н. ИЭ КарНЦ РАН

В статье рассмотрено использование современных методов коллаборативного и коммуникативного планирования в развитии туристической деятельности на региональном уровне. Приводится обзор публикаций по указанным направлениям, предлагается развитие коллаборативного подхода за счет использования информационно-коммуникативных технологий.

In the article modern methods of collaborative and communicative planning in development of tourist activity at a regional level is studied. The review of publications on the specified directions is given, and development of collaborative approach by information-communicative technologies is offered.

Коллаборативное планирование

Коллаборативное (основанное на сотрудничестве) планирование (КП) – сравнительно новое направление в науке управления. Суть концепции состоит в использовании и развитии сотрудничества (collaboration) при разработке планов развития между всеми субъектами (индивидами и организациями), интересы которых будут затронуты при реализации плана (стейкхолдерами). Близкое и в значительной степени пересекающееся направление – коммуникативное планирование. В нем основное внимание уделяется развитию коммуникации между участниками команды, ведущей планирование (например, региональным правительством), и стейкхолдерами (населением, экологическими организациями, бизнесменами). Естественно, коммуникация играет принципиальную роль в сотрудничестве. Ранние публикации по теме относятся к 1990-м годам [1,2,3]. В одном из вариантов эта технология носит наименование «коллаборативное

1 Innes, J. E. (1995) Planning Theory's Emerging Paradigm: Communicative Action and Interactive Practice, Journal of Planning Education and Research, Vol. 14, No. 3, pp. 183-190.

планирование, предсказание и накопление (знаний – М.С.)» (Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment (CPFR) [4]. Имеется целый ряд близких и пересекающихся направлений, смысл которых, в конечном счете, сводится к использованию коллективного интеллекта регионального сообщества при создании планов развития. В их число следует внести социальные системы поддержки принятия решений (SDSS) [5] и ориентированные на сообщество геоинформационные системы CoGIS [6].

В 1990-е и 2000-е годы, в связи с развитием Интернет, во все большей степени начинают разрабатываться технологии коммуникативного планирования, основанные на использовании информационно-коммуникационных технологий (ИКТ).

Если процесс планирования и принятия решений достаточно сложный, то он по необходимости включает множество людей и организаций, имеющих разнообразные, часто противоречивые, интересы. Вот пример, который привел на семинаре в нашем институте профессор Оле Линдквист из Исландии. В результате многочисленных посещений туристические объекты требуют определенного ухода, на что требуются средства. Дорого стоит и обустройство туристической инфраструктуры. Поэтому в Исландии обсуждается вопрос о введении платы за туристическое посещение. Но каким образом вводить эту плату? Ее могут собирать правительство страны «за въезд», власти территорий, хозяева объектов.

Как принять решение демократическим путем, устраивающим всех (абсолютное большинство) заинтересованных, а не силовым путем «сверху вниз»? Ведь туризм обычно связан с посещением не одного, а многих объектов, принадлежащих разным собственникам. Мало кто поедет за сотни километров ради одного объекта. Что

2 David Kolbus, et. al. A multi-client study in Collaborative Technology Environments, SRI International, 1992-93

3 Keith D Swenson, The Future of Workflow: Collaborative Planning, Proceedings of the Groupware 94 conference, San Jose, The Conference Group, Scottsdale, AZ, August 1994

4 Verity, J.W. Clearing the Cobwebs from the Stockroom, New Internet software may make forecasting a snap. Business Week, October 21, 1996.

5 Turoff, M., Hiltz, S.R., Cho, H-K., Li, Z., Wang, Y. Social Decision Support Systems (SDSS) // Proceedings of the 35th Hawaii International Conference on System Sciences – 2002.

6 Yigitcanlar, T. Augmenting competitiveness of cities through tourism planning: the role of collaborative decision support systems. In: Proceedings of the Cities as Creative Spaces for Cultural Tourism Conference, 19-21 November 2009, Boğaziçi University, Istanbul.

получится, если одни станут мешать другим? В условиях войны за клиентов они могут потерять клиентов вообще.

Вот, например, конкретная проблема – есть водопад, посмотреть на который возят туристов. Река, водопад не являются частной собственностью. Но посмотреть на него можно только с берега, с земли, которая принадлежит разным хозяевам. Туристическая компания может договориться и с хозяином правого берега, и левого. Поэтому каждому из них приходится ориентироваться на цены, установленные другим – если он потребует слишком много, все поедут на другой берег. Но, если всю плату будут получать только владельцы территорий, без финансирования останется туристическая инфраструктура – улучшение дорог, обустройство стоянок, благоустройство городов. Туркомпании, которые приводят туристов на территорию, будут против того, чтобы все доходы доставались владельцам земли.

С другой стороны, если въездную плату установит и будет взимать правительство, у людей возникает вопрос, насколько эффективно будут использоваться эти деньги. Правительству придется гарантировать общественный контроль за расходованием средств.

Для простых жителей, не занятых в туристической деятельности, увеличение потока туристов означает перегруженность магазинов, дорог, общественных мест, сферы услуг (достаточно посмотреть на финскую Лаппенранту в выходные дни). С другой стороны, туристы - это поступления в бюджет городов и страны, позволяющие увеличивать расходы правительства, не повышая налоговую нагрузку на резидентов – но далеко не каждый житель ясно это понимает.

Вот еще один пример. В Долине Робсона (Канада) лесная промышленность переживает трудности, падает занятость [7]. В то же время быстро растет природный туризм, ряд людей, потерявших работу в лесозаготовке, переквалифицировались на туризм. Вроде бы, хорошо для локального сообщества в целом. Но требования к сохранности окружающей среды, предъявляемые туризмом, мешают лесозаготовителям. Притом политический вес лесозаготовителей и переработчиков намного выше, чем туристического сектора, в силу чего местные власти не очень стремятся развивать туризм.

7 Watchorn, E.M. Collaborative planning and tourism: a case study of the Robson Valley land&resource management planning process. Thesis for master degree. The University of British Columbia, 1998.

Поиск равновесия в этих и многих других случаях представляет собой сложную проблему. Коллаборативное (коммуникативное) планирование представляют собой специальную технику, предназначенную для поиска общественного согласия в таких сложных случаях.

Разберем особенности этой технологии. Она основана на всестороннем обсуждении проблем и путей их решения, в которое должны быть вовлечены все заинтересованные стороны. Это обсуждение может быть организовано или в виде серии семинаров, конференций, мозговых штурмов, или (в новейшем варианте) в виде интернет-порталов, форумов, голосований, электронного обучения участников. Профессор Джудит Иннес из США важнейшее значение придает построению консенсуса. Она пишет:

«Построение консенсуса относится к долговременному, межличностному (face-to-face) групповому процессу, который включает ключевых стейкхолдеров, включает представителей общественных организаций, групп интересов, территориальных властей, действующих в поиске общей почвы. Методы обсуждения основываются на посреднических (mediation) и переговорных технологиях, но построение консенсуса, как мы убедились, шире и дальновиднее, нежели обычное разрешение конфликтов. Группы создаются для подготовки законодательства, политики, планов, руководящих принципов, и стратегий реализации, а не просто для разрешения конфликтов» [1], р. vii.

Целый ряд (четырнадцать) примеров практического применения КП для разработки планов развития нескольких штатов США помогли сформулировать набор правил, которым нужно следовать. Вот список основных правил проведения КП, приведенных в работе [1], несколько сокращенный и адаптированный к условиям России:

- Требуется, чтобы процесс КП был официально утвержден региональными (местными) властями или авторитетной общественной организацией;
- Необходим высокий уровень доверия между участниками КП, иначе люди не станут тратить время и энергию на обсуждение и разработку предложений;
- Участники должны быть уверены в том, что достигнутые соглашения и разработанный план наверняка будет реализован, что разработанный план не будет искажен властями до неузнаваемости;
- В процесс необходимо включить все заинтересованные стороны, иначе стейкхолдеры, интересы которых проигнорировали, могут заблокировать реализацию плана;

- Хотя участники КП исходно предполагают, что знают стоящие перед ними проблемы, но в действительности в начале процесса необходимо уделить достаточное время для выявления и точного определения природы и границ настоящих проблем;
- Важно, чтобы в состав участников входили представители локальных властей, академические специалисты в роли модераторов, местные активисты, представители бизнеса и общественных организаций, эксперты по обсуждаемым вопросам;
- Построение консенсуса занимает продолжительное время, в половине реальных случаев это был целый год;
- В ходе планирования создаются специальные группы для решения сложных вопросов;
- В процессе КП участники не остаются неизменными, они начинают лучше понимать позиции других участников, получают важные знания по обсуждаемым проблемам от приглашенных экспертов, учатся разрешать противоречия и находить решения, вместе с решением проблем происходит обучение участников;
- Лидерство и творческая энергия персонала имеют важное значение для успешного достижения консенсуса, но слишком сильное вмешательство персонала может помешать важному для группы ощущению "права собственности" на ведение процесса и его результаты.

Брюс Голдштейн [8] описывает, как устаревшую альтернативу коллаборативному планированию, т.н. «всеобъемлющий рациональный подход к планированию» (The Comprehensive Rational Planning Approach to Planning). Суть этого подхода включает неявное предположение о том, что наилучший план развития может быть скалькулирован специалистами однозначно и безошибочно. В рамках этого подхода учитывать мнение и желания населения нет смысла; «специалисты все равно знают все лучше». Этот подход достиг апогея в США в 1930-х – 1970-х, начиная с «Нового курса» Рузвельта и с

8 Goldstein, B. How Communicative Planning Can Help Counties Reduce the Impact of Land Use Change on Biodiversity, While Other Planning Frameworks Fall Short: A Conceptual Blueprint for the California Biodiversity Project. Электронный документ: режим доступа <http://proceedings.esri.com/library/userconf/proc96/to50/pap036/p36.htm>.

развитием и экономического планирования прогнозирования и компьютерных технологий после II мировой войны. Но практика показала, что построенные по этим принципам планы при реализации часто наталкиваются на непреодолимые препятствия, как в силу того, что не были учтены важные факторы, так и в силу нежелания населения жить по этим планам.

Голдштейн так описывает преимущества коммуникативного планирования: *«Коммуникативный подход, в частности, подходит для случаев, в которых ни один отдельный стейкхолдер не может добиться проведения этой политики без согласования с другими, а также в случаях, когда требуется не только решение, но и определение реальной проблемы. Коммуникативный подход преодолевает неполноту политического анализа, используя технологии, развитые в практике посредничества в разрешении конфликтов и альтернативного разрешения споров. Скорее, чем снабжать стейкхолдеров интеллектуальным оружием для их вовлечения в обычные политические войны, коммуникативное планирование стремится свести стейкхолдеров вместе в условиях отсутствия принуждения и доминирования между участниками, равного доступа к информации и представления всех относящихся к делу интересов. При этих условиях люди с различными ценностями и устремлениями могут выстроить общее определение (диагноз) проблемы, так же, как построить базу для взаимопонимания и доверия»* [там же].

Здесь неявно ставится серьезный вопрос – всегда ли экономическому агенту действительно выгодно вступать в процессы коммуникации и сотрудничества с другими агентами? Ответ на этот вопрос выглядит примерно так: если он способен в одиночку реализовать свой план, то он может разработать этот план наилучшим для себя способом. Но, если он при этом серьезно задевает интересы других стейкхолдеров с данной территории, и дело происходит в относительно свободном обществе, они могут заблокировать реализацию разработанного плана самыми различными способами, начиная от судебных исков и кончая организацией протестных акций населения.

В том же, что касается развития местного сообщества в целом, то для него коллаборативное планирование однозначно выгоднее, чем планирование «сверху вниз» (top-down).

Коллаборативное планирование туристической деятельности

Различие в подходах к планированию туризма в России и США отчетливо проявляется в работе [9]. Группа исследователей из Вирджинии помогла создать план развития туризма в Юрино (республика Мари-Эл). Они пишут: *«Готовой информации, подходящей для анализа осуществимости (feasibility analysis) в России нет. Исследователи из США привыкли работать в информационно изобильной среде. Множество организаций постоянно опрашивают туристов на локальном, региональном уровнях, на уровне штата. Множество отчетов, ресурсных обзоров и баз данных создают базу для прогнозирования количества посетителей и их пространственного распределения. Во многих других странах информация о туристических трендах и мотивации посетителей также имеется в наличии и приемлема по цене для бизнес-стартапов и легкодоступна. В отличие от этого, в России исследования посетителей и предпочтений посетителей редко доступны для новых бизнес-проектов, а если есть, то слишком дороги».*

В качестве одного из средств преодоления недостатка информации, они предлагают использовать коллаборативное планирование и несколько более широкую технологию – социальное планирование. *«Проблемы и вопросы, стоящие перед малыми сельскими сообществами в России, в действительности очень похожи на те, что стоят перед малыми сообществами в США. Но имеется значительная разница в средствах, доступных для решения этих вопросов и в уровне профессиональных знаний стейкхолдеров по технологии социального планирования (community-based planning); эти факторы часто непонятны для планировщиков туризма из США. По мере того, как процесс развития туризма неспешно продвигается в Юрино, исследование использования социальных средств развития (community development tools) будет продолжено»* [там же].

Проведение КП и построение консенсуса является длительным и дорогостоящим мероприятием. Люди в течение длительного времени (часто более года) должны собираться для работы в группах, иногда (на больших территориях) выезжать в другие населенные пункты. В результате многие начинают выбывать из процесса, качество которого при этом резко снижается, как по причине потери экспертного потенциала, так и из-за падения легитимности решений, принятых не в полном составе. Результаты

9 Ramthun, R. et.al. Heritage tourism development in rural Russia: a case study in collaborative tourism planning in an international setting // Proceedings of the 2009 Northeastern Recreation Research Symposium. Электронный документ: режим доступа http://www.nrs.fs.fed.us/pubs/gtr/gtr_nrs-p66.pdf.

обсуждений нужно фиксировать. Обычно они записываются на диктофоны, и эти многочасовые записи кто-то должен расшифровывать. Для ознакомления сообщества с набросками планов требуется публикация в местных газетах.

При планировании развития туристической деятельности стороной процесса коммуникации выступает сам турист, который чаще всего находится на значительном расстоянии от мест дестинации. Как узнать его предпочтения, пожелания?

Развитие ИКТ в последние годы создало новые возможности для упрощения КП. Работа [10] специально посвящена использованию ИКТ для развития туризма. Авторы пишут: *«Появление Интернета изменило все основные компоненты традиционной сферы туризма. В электронном рынке наших дней, эта система была пройдена «электронный фэйс-лифтинг», чтобы полноценно конкурировать. Путешественник теперь е-исследователь; связь стала е-связью; туристические дестинации должны были вступить во Всемирную Сеть, и даже не связанные с туризмом участники рынка должны были следовать тенденциям электронного туризма для того, чтобы быть в состоянии сотрудничать со своими туристическими партнерами»* [р.3].

Для ведения КП создается интернет-сайт сложной структуры (портал). Он должен соединять в себе основную часть, содержащую базовый набор документов. Это может быть описание местности, посещение которой предлагается туристам. Карты, фотографии, описания достопримечательностей, туристических объектов. История местности, поселений на ней, история объектов.

Предшествующие планы развития туризма на территории и история их исполнения. Экономические данные туристической деятельности. Транспортные условия, условия проживания.

Эта информация нужна для того, чтобы участники планирования могли составить себе начальное представление об объекте планирования. Это могут быть и потенциальные инвесторы, желающие построить отель, организовать маршрут, предоставить какие-то услуги. Могут быть туристы, предполагающие в будущем посетить эту дестинацию, и имеющие какие-то пожелания по организации туризма. Могут быть местные предприниматели, бизнес которых связан с туристическим потоком. И могут быть местные жители, которым туристы доставляют некоторые неудобства.

10 Scott, N., et.al. Helping SMTEs Plan and Implement Information and Communication Technology. Australia (Gold Coast, Queensland), CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd, 2010. 82 p.

Для обсуждения портал снабжается интерактивными службами – электронной почтой, форумами, чатами. В последнее время все чаще используются средства проведения телеконференций. Развиваются методы совместной работы, когда участники могут одновременно работать над одним документом. Возникают новые направления, такие, как диаграммы планирования XMind, компьютеризированный шедулинг (контроль за выполнением проектов).

«Социальные медиа-платформы, такие, как Facebook, MySpace, LinkedIn позволяют пользователю связаться с друзьями и единомышленниками, часто в форме интернет-сообществ и развивать сети, которые могут быть использованы для социальных или деловых целей. Примером этого в индустрии путешествий и туризма является сообщество T-list на Facebook, где профессионалы в сфере Интернет маркетинга, специализирующиеся на индустрии туризма и авиаперевозок, создали группу и обмена идеями и примерами наилучших практик» [там же].

К преимуществам ИКТ-систем планирования следует отнести:

- стейкхолеры могут принимать участие в обсуждениях прямо из своего дома;
- исходная информация, включая базы данных и карты, доступна стейкхолдерам постоянно;
- результаты обсуждений (тексты, звук, видео, графика) поступают в оцифрованном виде, и доступны к воспроизведению и поиску в любое время и из любой точки мира;
- резко снижаются затраты денег и времени на построение консенсуса;
- упрощается вывод результатов КП в СМИ (особенно электронные);
- возможно привлечение экспертов из разных районов и даже стран;

В целом, можно констатировать, что технологии планирования туристической деятельности в регионе с использованием коллаборативных технологий на базе ИКТ, являются очень перспективным направлением исследований и практики.