

УДК796.5(470):327

Панов А.И.

Московский государственный областной университет

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ

A. Panov

Moscow State Regional University

THE RUSSIAN FEDERATION'S NATIONAL POLICY IN TOURISM: PROBLEMS AND THEIR SOLUTION

Аннотация. В данной статье рассматриваются проблемы, возникающие при реализации государственной политики Российской Федерации в сфере туризма. По мнению автора, главной проблемой для российского туризма является его трактовка исключительно в контексте идеологии потребительского общества, как предоставления услуг удовольствия, с одной стороны, и потребления их, с другой. Это делает туризм доступным преимущественно состоятельным гражданам и иностранцам. Автор полагает, что такому пониманию туризма государство должно противопоставить военно-патриотический и образовательный туризм, носящие массовый характер. В статье сформулированы некоторые рекомендации по корректировке государственной политики Российской Федерации в сфере туризма в указанном направлении.

Ключевые слова: туризм, государственная политика, военно-патриотический туризм, образовательный туризм, патриотизм.

Abstract. The article analyses the problems of realization of the Russian Federation's national policy in tourism. The author considers understanding tourism only through consumer society ideology to be the main problem, i.e. to treat tourism as a source of providing with services of delight, on the one hand, and consuming them, on the other hand. This makes tourism to be affordable mainly for the wealthy and foreigners. The author states that such understanding of tourism should be changed by the state through introducing patriotic and educational tourism to a greater extent. The article presents some recommendations on correcting the Russian Federation's national policy in tourism in the direction indicated by the author.

Key words: tourism, national policy, patriotic tourism, educational tourism, patriotism.

В современном глобализирующемся мире всё большее значение приобретает туризм. Как отмечается в Гаагской декларации 1989 г., современный туризм стал деятельностью, «имеющей важнейшее значение для жизни людей и современных обществ, превратившись в важную форму использования свободного времени отдельных лиц и основное средство межличностных связей и политических, экономических и культурных контактов, ставших необходимыми в результате интернационализации всех секторов жизни наций... Он является одновременно следствием и решающим фактором качества жизни в современном обществе. Поэтому парламентам и правительствам следует уделять все более активное внимание туризму с целью обеспечения его развития в гармоничном соответствии с обеспечением других основных потребностей и видов деятельности общества» [1].

Уделяется внимание развитию туризма и в России. В последние годы в стране начала складываться государственная политика в сфере туризма, появилась значимая цель, облекаясь в национальные программы. В Федеральном Законе «Об основах туристической деятельности в Российской Федерации» государственная политика в сфере туризма в России определяется как «составная часть социально-экономической и культурной политики Российской Федерации, которая вырастает из отношения государства к туризму, определяет цели, направле-

ния, формы деятельности органов государственной власти Российской Федерации и её субъектов в сфере туристской деятельности, а также отношений, возникших при реализации прав граждан на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий» [10, с. 8].

В контексте институционализма государственная политика – это, прежде всего, функционирование Парламента и Правительства, призванных определить направление деятельности в создаваемых законах и подзаконных актах и осуществить конкретные действия по реализации норм в жизнь; а также деятельность средств массовой информации, дающих информацию, концентрирующих внимание граждан, создающих туристические «бренды» и т. д.

В соответствии с Федеральной целевой программой «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 гг.)», утвержденной постановлением Правительства России № 644 от 2 августа 2011 г., на развитие туризма в стране планируется выделить около 100 млрд. рублей. Деньги предполагается потратить на развитие инфраструктуры: строительство дорог, аэропортов, отелей и кемпингов. Выполнение данной программы предполагает, что в Россию должны войти, въехать и прибыть до 23 миллионов человек, а рынок туристических услуг возрастёт в 4,7 раза, что в денежном выражении составит до 417 млрд. рублей [6].

Надежды государства на развитие туристической сферы объясняются не только желанием политической элиты пополнить за счет доходов от туризма государственную казну, но также желанием решить (хотя бы отчасти) социальные проблемы внутри страны.

Более двадцати лет в России шел процесс разрушения промышленного и сельскохозяйственного производства. На фоне деградации реального сектора экономики несколько лучше выглядела сфера услуг. В условиях увеличения безработицы туризм стал той отраслью хозяйства, которая, в отличие от промышленности и сельского хозяйства,

создавала для граждан государства рабочие места. Казалось бы, развитие туризма в России является взаимовыгодным для власти и общества. Но так ли всё просто? Попробуем разобраться.

Серьезной опасностью для российского туризма является его «прочтение» исключительно в контексте идеологии потребительского общества, как предоставление услуг удовольствия, с одной стороны, и потребления их, с другой.

По прогнозу Всемирной Туристской Организации, к 2020 г. Россия может войти в первую десятку стран – самых популярных направлений туризма. По оценке экспертов ВТО, Российская Федерация занимает 15 место в мировой классификации по посещаемости иностранцами, что составляет 2,5% мирового рынка въездного туризма. Прирост в процентном отношении в 1999 г. по сравнению с 1998 г. составил 5,23%. В настоящее время Россию посещает порядка 17,5 млн. иностранцев в год (в т. ч. с целью туризма только 2,5 млн. чел. в год – 14,3 % от общего объема), что составляет около 2,5% мирового потока [8].

Наиболее перспективными направлениями развития туристической сферы в России считаются развитие сельского туризма и создание этнопарков [9]. Однако в тех странах, где нет развитой промышленности, не развит интеллектуальный потенциал, туризм становится доступным лишь для богатых граждан и иностранцев.

Возможен ли иной вариант? Прежде всего, это ставка на внутренний туризм, «прочтенный» в контексте политики воспитания патриотизма. Наряду с так называемым «элитным туризмом», направленным на удовлетворение эстетических потребностей граждан, должен иметь место туризм, преследующий целью воспитание любви к своей Родине.

Одним из вариантов такого туризма может быть известные ещё с советских времен маршруты «Дорогами Победы!»: автопробеги, велопробеги и другие формы. Автор лично неоднократно организовывал подобные ме-

роприятия. В 1982 г. под нашим руководством курсанты Таллинского военно-политического училища прошли на лыжах от Таллина до Ленинграда, по пути выступая с концертами в клубах и школах перед русской и эстонской молодёжью. В 1984 г. состоялся велопробег по маршруту Таллин – Киев – Симферополь. В 1989 г. – конный поход курсантов Горьковского высшего командного строительного училища по чапаевским местам Горьковской области и Чувашии. В 1990-е гг. курсанты того же училища осуществили автопробег по маршруту Горький – Волгоград – Керчь – Симферополь – Курск – Москва – Горький. И везде проводилась воспитательная работа с местной молодёжью [2; 3; 5; 7; 11].

К сожалению, сегодня утрачен опыт и преданы забвению технологии в области развития военно-патриотического и образовательного туризма (нормативные документы, подготовка туристских кадров, разработка туристских маршрутов, производство снаряжения, информационные базы данных и многое другое). Накопленный за последние 80 лет опыт практически не востребован.

Вместе с тем современное Российское государство как политическая структура не может существовать без воспитания у своих граждан любви к Родине, чувства гордости за её великие дела в прошлом и настоящем. Посещение Городов-героев и Городов воинской славы оказывают сильнейшее психологическое воздействие на молодёжь. Но, к сожалению, современные мероприятия, посвященные Победе советского народа в Великой Отечественной войне 1941-1945 гг., иногда пытаются превратить в красочное шоу, с явным выхолащиванием сути события.

По мнению автора, организация туристических маршрутов по местам боевой славы приведёт не только к росту гордости и любви к своему краю, но и будет финансово выгодна. В этом случае доходы рядовых российских граждан, желающих посмотреть, прикоснуться к историческим местам, могут быть сопоставимы с доходами от нефти и газа.

Однако для всего этого нужны первичные инвестиции в подготовку кадров, финансо-

вая помощь и информационная поддержка средств массовой информации. Но во всех этих трёх составляющих на сегодняшний день больше декларативности, нежели серьёзной планомерной работы.

Всплеск внимания к истории нашего Отечества, проявившийся в 1990-е гг., выявил отсутствие комплексного государственного подхода к развитию туризма в стране. В этот период руководство туризмом было рассосредоточено по 14 ведомствам. Сегодня положение дел несколько изменилось, однако ставка государства на приток частного капитала в сферу туризма не вполне оправданна. Как представляется, частный капитал стремится лишь к извлечению прибыли, а вовсе не поощряет познание молодёжью истории своей страны.

Для изменения сложившейся в современной России ситуации необходимы следующие действия.

1. Государственная политика по развитию туризма должна выделить именно молодёжный туризм как приоритетное направление воспитания молодого поколения.

2. Необходимо создать специальную федеральную программу развития молодёжного туризма, направленного не только на извлечение коммерческой выгоды, а и на воспитание патриотов своей Родины.

3. В Федеральном агентстве по делам молодёжи следует создать центр подготовки общественных и государственных туристических кадров.

4. Необходимо, целенаправленное выделение финансовых средств на развитие туризма, формирование новых институтов и структур, где должно быть чёткое разделение поставленных перед этой отраслью задач: экономических, политических и идеологических.

5. Необходимо чтобы российские средства массовой информации не только пропагандировали зарубежные туристические диковины, но рекламировали бы успехи и достижения России, воспитывая своих граждан в духе патриотизма и гордости за свою Родину.

Как первый шаг к такому пониманию туризма можно рассматривать подписанные странами Содружества Независимых Государств Межправительственные Соглашения о сотрудничестве в области туризма, создание Совета по туризму государств-участников соглашения о сотрудничестве в области туризма, принятие Рекомендательного законодательного акта об участии стран СНГ в области туризма.

На важность внутреннего туризма для развития экономического потенциала страны совершенно верно указывал ректор Российской Академии туризма И. Зорин, характеризуя советский опыт в этой сфере: «Туризм, активные виды времяпрепровождения получали активную поддержку государства, оно было заинтересовано в организации полноценного отдыха, как средства восстановления и умножения работоспособности населения, живой силы, главного элемента производительных сил страны. И это не громкая, идеологически окрашенная фраза, это действительно так: государство заботилось о живой части производственного потенциала» [4].

Развивая российский туризм, важно помнить, что, показывая свою страну, мы тем самым закрепляем в сознании наших граждан её красоту и величие. Указом третьего Президента России Д.А. Медведева 2012 г. объявлен годом Российской истории. И это не случайно: он богат юбилейными датами, которые делают историю нашей Родины уникальной и славной. История наших предков – это огромных пласт воспитательных возможностей не только для жителей России, но и для всего человечества.

При реализации национальных интересов России в условиях глобализации необходимо применить имевший место в прошлом положительный опыт государственной политики

в области развития туризма, получить экономическую выгоду и нейтрализовать возможные негативные факторы.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Гагская декларация по туризму. Принята 14 апреля 1989 г. [Электронный ресурс] // Российский союз туриндустрии [сайт] – URL: http://www.rostourunion.ru/pages/rus/proekty_v_rst/megdunarodnye_pravovye_akty/gaagskaya_deklaraciya_po_turizmu (дата обращения 14.01.2012)
2. Григорьев И. Конный поход // Маяк. – 1989. – 22 июля.
3. Дорогами боевой славы // Страж Балтики. – 1984. – 14 декабря.
4. Зорин И. Похвальное слово учредителю. – URL: www.nnat.ru/2006/10/09/pohvalnoe-slovo-uchreditilyu (дата обращения 16.01.2012)
5. Панов А.И. По местам былых боёв // Маяк. – 1990. – 5 июня.
6. Постановление Правительства РФ от 2 августа 2011 г. № 644 «О федеральной целевой программе “Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы)”» [Электронный ресурс] // Информационно-правовой портал «Гарант» [Сайт]. – URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/55071986> (дата обращения 16.02.2012)
7. Равняясь на Знамя Победы, с героев берём мы пример! // Знамя Родины. – 1982. – 23 февраля (№ 7).
8. Современное состояние туристического рынка в России. businessrest.ru/content/document_r_85E7249C-... (дата обращения 16.01.2012)
9. Сурнина В.В. Направления совершенствования современной государственной политики туризма: сельский туризм // Вестник Московского государственного областного университета. – Серия «История и политические науки». – 2011. – № 4. – С.168-176.
10. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 4 октября 1996 года // Туристское законодательство России. – Ч. 1. – М., 1997.
11. Ходили мы походами // Турист. 1990. – № 2. – С. 20.