

СТАТЬ НА ОБА КОЛЕСА

При поддержке государства развитие внутреннего туризма под силу любому региону



Станислав Махов: Если регион заинтересован в развитии туризма, можно начать с организации велопутешествий.

Фото: Денис Петров

В Орле разработали научно-практический проект развития национального туризма с говорящим названием "Сокровища России". Его руководитель - президент Межрегиональной академии безопасности и выживания, основатель общественной "Лиги путешественников", доцент орловского "Госуниверситета-УНПК", кандидат педагогических наук Станислав Махов. О том, какими ученому представляются перспективы развития туризма в России, он рассказал в интервью "РГ".

Ваш проект посвящен стратегии развития туризма в масштабах страны. Как возникла идея "объять необъятное", ведь можно было начать с региональной стратегии?

Станислав Махов: Я сам - профессиональный турист, и за время путешествий по стране повидал больше красивых мест, чем описано в книгах и путеводителях. Это те самые сокровища России, о которых говорится в проекте. До многих из них вообще редко кто добирается. Стало обидно: почему никто не видит это красивое место, никто о нем не знает? Начал изучать вопрос и выяснил: на долю России приходится около процента мирового туристского потока. Это низкий показатель, учитывая, что ее

культурно-исторический и природный потенциал больше, чем в странах с высокой туристской посещаемостью. Слабо развит внутренний рынок. По статистике, в год отечественные туристы вывозят за рубеж на 10-13 миллиардов долларов США больше, чем иностранцы ввозят в нашу страну. То есть, такую сумму Россия теряет, хотя могла бы ее зарабатывать.

Может, за рубежом просто больше привлекательных мест?

Станислав Махов: Достаточно взглянуть на карту, чтобы понять: туристские ресурсы России неисчерпаемы. Однако свыше 60 процентов россиян, выезжавших в зарубежные туры, и не догадываются, что те же удовольствия можно получить дома. Речь не только о природе или курортах, но и об уникальных возможностях для событийного, экстремального, приключенческого и других видов туризма. Большинство знают лишь о Черноморском побережье, "Золотом кольце" и домах отдыха в своем регионе. Поэтому ресурсная база внутреннего туризма задействована процентов на 10-15. И в этой сфере

отсутствует полноценный товарно-денежный обмен, являющийся основой экономического развития любой отрасли.

Значит, соотечественники способны рублем помочь развитию туризма в стране?

Станислав Махов: Деньги, вывозимые за рубеж, могут и должны стать основой самоинвестирования отрасли. По сути, сейчас мы вкладываем средства в экономику других государств и стимулируем в них развитие туризма. Если отдыхать в Россию приезжают около двух миллионов иностранцев в год, то за рубеж выезжают более девяти миллионов наших соотечественников. Между тем, Всемирная туристическая организация оценила потенциальные возможности России по приему туристов примерно в 40 миллионов человек в год.

Почему, на ваш взгляд, развитие национального внутреннего туризма находится на низком уровне?

Станислав Махов: Причин несколько. Это и сложившийся, увы,

отрицательный имидж России в ряде зарубежных стран, и высокий уровень цен на услуги и средства размещения туристов - особенно по сравнению с качеством. Население слабо информировано о туристских возможностях регионов. Российские туры не покупают потому, что о них не знают. Часто турфирмам невыгодно показывать Россию ее жителям, поскольку работают они с прибыльными зарубежными направлениями. Хотя в последнее время, надо признать, и у них появился интерес. Во многих странах давно поняли необходимость развития программ обслуживания внутреннего туризма. Постепенно понимают выгоду и в России.

То есть, следует сформировать положительный имидж. Как это сделать?

Станислав Махов: Надо создать привлекательный внутренний туристский продукт, насыщенный основными и дополнительными услугами, преодолеть сдерживающие факторы. Такие, как отсутствие комплексного взгляда на страну как на туристскую дестинацию, бедность ассортимента услуг, недостаточное развитие инфраструктуры, в частности, гостиниц среднего класса и сети современных транспортных магистралей и многое другое. Проблемы невозможно решить без поддержки государства. Первоочередной задачей органов власти должно стать создание эффективных условий для работы туристских организаций. Следует сформировать законодательную базу, выделить средства на развитие инфраструктуры, разработать и внедрить прогрессивные стандарты туристского обслуживания. Надо возродить массовый социальный туризм и на его основе повысить интерес сограждан к своей стране. Все это имеет не только экономический, но и стратегический социальный смысл.

Но насколько выполнима миссия привлечения туристов на уровне регионов? Ведь многие из них, включая Орловскую область, предпочитают вкладывать средства и усилия в другие отрасли.

Станислав Махов: Развитие туризма не всегда требует больших затрат. Объектами маркетинга могут стать не только рекреационные, но и

культурные, исторические, духовные, образовательные и другие достопримечательности. Достаточно вспомнить проект "Семь чудес России", участники которого несколько лет назад выбирали самые значимые объекты туризма. Наш проект похож на этот. Мы создали его в 2005 году, а недавно он получил официальный статус. Проект предусматривает посещение уникальных мест по всей стране и создание условий туристического развития дестинаций.

А родился он из простых велоэкспедиций. Путешествуя на велосипедах, мы создаем национальную базу турмаршрутов, пригодных для авто- и мототуризма, экскурсионных туров, приключенческого и событийного туризма. На мой взгляд, велопутешествия вообще могут стать инструментом, с помощью которого в сложившихся условиях можно наиболее полно и широко раскрыть туристический потенциал страны.

Туристы ежегодно вывозят за рубеж на 10—13 миллиардов долларов США больше, чем иностранцы ввозят в нашу страну

Велосипед? Не слишком ли это просто и не слишком ли сложно?

Станислав Махов: Лично я считаю велопутешествия самым выгодным способом активного отдыха - максимальная отдача при умеренных затратах. Для них характерны динамичные походы с разными препятствиями, частая смена впечатлений и большие покрываемые расстояния. Они могут проходить в любом районе и в любое время года. На велосипеде можно добраться до таких мест, куда на машине проехать невозможно, а пешком пойти тяжело в силу удаленности. Велопутешествия доступны туристам любого возраста, дешевы и полезны для здоровья. На мой взгляд, если регион заинтересован в развитии туризма, можно начать как раз с организации велопутешествий - разработать маршруты, приобрести велосипеды, нанять специалистов. Это дешевле и эффективнее, чем, например, издавать малыми тиражами буклеты о том, что пылится в фондах местных музеев.

Но согласится ли тот же иностранец, привыкший к цивилизованным условиям жизни, оседлать велосипед и прокатиться по

российскому бездорожью?

Станислав Махов: Этим надо "заражать", такой туризм надо рекламировать и сделать популярным. Кстати, если говорить о мировой практике, то за рубежом наблюдается настоящий велосипедный бум. Заводы выпускают модели для всех случаев жизни, И в нашей стране немало мест, где велосипед любят, Например, мы не раз проезжали через город Карачев в Брянской области, там велосипедистов очень много. Надо эту энергию направить в нужное русло.

Поясню на собственном примере. Почти десять лет вместе с единомышленниками мы участвуем в научно-исследовательских велоэкспедициях. С каждым годом состав участников растет. Начинали с восьми человек, в этом году было 18. За месяц преодолеваем несколько тысяч километров и видим то, что другим туристам не под силу. Малоизвестные достопримечательности наносим на туристическую карту. Пожалуйста, по нашему пути может пройти кто угодно. Люди пойдут по этим тропам, расскажут другим, и вот, уже надо создавать инфраструктуру, те же гостиницы строить,

Если все так просто, что мешает реализовать идею?

Станислав Махов: Дело в желании. Нужна пропаганда, в том числе здорового образа жизни. Мы, например, нашли понимание в правительстве Орловской области. Нас поддерживают, и потому велотуризм у нас постепенно развивается. Остается "заразить" другие регионы, тем более что они есть на туристической карте. Возможно, следует создать всероссийский государственный портал в Интернете. Когда иностранец или россиянин его посетит и узнает, что в таком-то регионе есть такая-то достопримечательность, может быть, церквушка с уникальной росписью на стенах или источник с целебной водой, до которых на туристическом автобусе не добраться, он сядет на велосипед. Почему бы нет⁹

Однако для массового внедрения все равно необходимы специальное туристическое снаряжение, опытные инструкторы...

Станислав Махов: А еще необходим мощный банк информации о маршрутах, интересные проекты и идеи. Все это возможно в любом регионе. Стоит кинуть ключ, и заинтересованные люди найдутся - и тренеры, и инструкторы. Кстати, подготовку последних можно организовать на базе местных учебных заведений. В любом случае, нужна господдержка. Общественные объединения эту миссию не вытянут. Надо расширять рамки, заинтересовывать людей, и не только туристов, но и руководителей турфирм. Надо пересмотреть действующие программы развития туризма, провести инвентаризацию туристической сферы, вычленить "узкие места", наметить реальное решение проблем и предусмотреть реальное финансирование. Понимаю, что неизведанное всегда страшит, но в данном случае страшнее - ничего не делать.

Передельский, Д. Статья на оба колеса / Д. Передельский // Российская газета. – 2012. – 2 октября. - Режим доступа: <http://www.rg.ru/2012/10/02/reg-cfo/turizm.html>