

# СЕКЦІЯ 1

## СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ.

УДК 338. 48

В.Л. Вайнгорт, д.э.н.

*консалтинговая центр „Кардис“ (Таллин, Эстония)*

### АКТУАЛЬНОСТЬ ПОЛИТИЧЕСКОГО ТУРИЗМ

1. Традиционные туристические продукты: экономический (шопинговый в том числе) и культурно-просветительский; образовательный и медицинский; ориентированный на безмятежный отдых и яхтенный — по всем этим и другим распространенным видам туризма в последние годы спрос сокращается по мере обострения международной обстановки и роста терроризма.

„Когда говорят пушки“ или хуже того, пока ещё говорят ангажированные государствами патриоты-телеведущие, „внешний“ туризм уступает „внутреннему“.

Развивать отрасль (а может быть даже правомерно говорить — спасти отрасль) может только „политический туризм“.

2. В любой поисковой системе интернета сегодня легко найти информацию об этом новом туристическом продукте. Прочитируем, например, статью „Политический туризм. Бизнес-идея № 1057“ [1], где сказано: „Все понимают, что телевидение — инструмент пропаганды, и картину мира по нему не составишь. Для тех, кто предпочитает пользоваться своими глазами и информацией из первоисточников, появилась британская туристическая компания «Political Tours», организующая поездки по эпицентрам событий прошлого и настоящего.

Сам основатель турфирмы, бывший корреспондент «New York Times» на Балканах Николас Вуд (Nicholas Wood) проводит экскурсии в Косово, да и для других стран программы тоже разрабатывали журналисты. В доносимой до туристов информации авторы постарались не занимать ничью сторону.

Аналогичным образом и при возникновении дискуссий гиды в них не участвуют. А что они возникнут, сомнений нет, ведь туры групповые — собирается 8—18 человек. Впрочем, по желанию туристов и за дополнительные деньги группа может быть и меньше.

В поездке, организуемой «Political Tours», участникам удастся увидеть значимые места, поговорить с местными жителями, повстречаться с аналитиками, журналистами, дипломатами, чиновниками и представителями международных организаций и задать им интересующие вопросы. Таким образом, предполагается, что политические туристы смогут составить свое представление о мировых политических играх. Бытовую часть поездок «Political Tours» сохраняет на высоком уровне: номера бронируются в хороших гостиницах, обеды-ужины тоже обещаются достойные“.

Эффективным и массовым оказался политический туризм, совмещаемый с событийным (конечно, если событие политически окрашено).

3. Учитывая, что Восточноевропейские страны бывшего советского блока уже живут в условиях холодной (или даже гибридной) войны, приведу пример того, что сегодня мы бы назвали политическим туризмом, а в своё время это был туризм, ставший одним из первых ударов по „железному занавесу“.

Мне повезло быть участником такого тура в июле 1957 г. (после окончания первого курса Полтавского строительного института). Тогда за небольшие деньги „Интурист“ возил группы на 5 дней на московский „Всемирный фестиваль молодёжи и студентов“. Туристы не имели возможности попасть на самые „ударные“ мероприятия фестиваля. Но это было неважно. Вся Москва была круглосуточным фестивальным мероприятием и все молодые туристы за 5 дней меняли взгляд на мир.

Сегодня в России и Германии, Чехии и Франции происходят политические события, которые могут быть объектами политического туризма. Например, в России весь август идут молодёжные фестивали „Территория смыслов“, где смену „молодых учёных“ меняет смена „молодых политических лидеров“, далее „преподаватели информационных технологий“

или „преподаватели экономических наук“. Поток туристов туда огромен (в основном, из стран „старой Европы“).

4. Но ограничивать „политический туризм“ только выбором событий или встреч неверно. Туристическая отрасль в сфере „политического туризма“ должна стать инициатором и лоббистом таких событий.

По данным Всемирной туристической организации сегодня каждое 11-е рабочее место в мире находится в индустрии туризма. И туристическая индустрия вполне способна серьезно „давить“ на политиков. Естественно, такое давление должно быть согласованным со стороны туристского бизнеса разных стран (тому впечатляющие примеры дали туристическая отрасль Египта и Турции вместе с турбизнесом России).

Действуя хотя бы из чувства самосохранения, туристические организации могут и обязаны стать инициаторами активизации событий развивающих толерантность и снимающих не только национальную нетерпимость, но и в целом национализм (иногда даже в ущерб этнографической красочности). Такой „политический туризм“ в принципе противостоит „патриотическому туризму“ (лучший пример — развиваемый в России местнический туризм — см. статью „Экономически мотивированный патриотизм“ [2]).

Требуется срочная интеллектуализация событийного туризма, что позволит превратить его в „политический туризм“. Например, в Эстонии зрелищные и привлекающие туристов „Дни Старого города“ или „Дни моря“ включают в программу также вполне серьезные конференции, собирающие слушателей из других стран (чему способствует перевод конференций на основные языки ЕС плюс русский язык).

Популярны также „Довлатовские дни“ и „Дни Тарковского“ (снявшего в Эстонии „Сталкера“ и ставившего спектакли в Русском драматическом театре). Эти „дни“ собирают туристов не только из России и не только на зрелищную их часть, но и на дискуссионные вечера.

Летом в Эстонии проходит „Фестиваль мнений“ — массовые дискуссии по острым социальным темам, в которых участвуют и студенты, и министры, а также с каждым годом растёт число наблюдающих за этим туристов.

Безусловно, огромное поле для такой работы даёт приближающееся столетие Октябрьской революции. Применительно к условиям любой страны постсоветского пространства разброс мнений о событиях 1917—1920 гг. позволит организовать дискуссионное пространство, в рамках которого возможны любые и очень зрелищные события.

5. Понятны сложности, с которыми сталкиваются турфирмы Украины. Но в то же время совместными усилиями турбизнеса Украины и России можно не только развивать отрасль за счёт „политического туризма“, но и саму государственную политику менять.

Например, на базе музея Булгакова в Киеве, имея в качестве театральных подмоств весь Андреевский спуск, можно разворачивать фестиваль альтернативной истории не только Украины и России, но и всего российского дооктябрьского и послеоктябрьского пространства. Надо только подняться над взаимной телевизионной истерией.

А в Полтаве, как говорится, „сам бог велел“ устраивать „Короленковские дни“, на которые съедутся не только адепты российского „Яблока“, но интеллигенция всего „Русского мира“ (использую термин не в его шовинистическом нынешнем значении). Николай Васильевич Гоголь (пока в туристских целях выезжающий на пролётке во время Сорочинской ярмарки) дал столько возможностей для событийного туризма в Петербурге и Полтаве (проводимого в согласованном режиме), что это гоголевское движение масс могло бы погасить обоюдоострый националистический угар. Путин, назвавший Ленина предателем за лозунг поражения собственного правительства в Первой мировой войне, показал, чего он на самом деле боится. Так же как его украинские коллеги.

Из всего вышеизложенного следует вывод: туризм способен не только развиваться, но и менять мир, при одном очень важном условии: отсутствии огосударствления и более того — свободы от государства. Любого. И свободы полной. Туристическая отрасль едва ли не единственная, которая глобальна по определению. Не может быть внешнего туризма „Русского мира“, „Украинского мира“, „Польского“ и т. п.

Только если туризм интернационален — он составляет огромный экономический ресурс.

б. Кому, как не кафедрам туризма различных университетов Европы необходимо стать базой движения интеллигенции за интернационализацию общественного сознания? Это, на самом деле, сегодня могло бы стать предметом обсуждения. Потому, что туризм и воинствующий национализм несовместимы.

#### Список использованных источников

1. Шаломанов, О. Политический Туризм. Бизнес-идея № 1057. [Электронный ресурс] // Бизнес идеи — Журнал идей для бизнеса со всего мира. URL: <http://coolidea.ru/2011/06/07/politicheskij-turizm/>

2. Соловьёва, О. Экономически мотивированный патриотизм. Журнал „Эксперт Северо-Запад“ № 27—28 от 4 июля 2016 г. — Медиахолдинг „Эксперт“.

**УДК 338.486**

М.П. Мальська, д.е.н., професор,

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

### **ОСНОВНІ НАПРМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНО-ЕКСКУРСІЙНОГО РИНКУ ПОСЛУГ**

Для туристично-екскурсійного ринку послуг характерний розвиток комерційного туризму і підприємництва та скорочення внутрішнього культурно-пізнавального туризму. Все це викликано кризовими явищами в економіці (значне падіння доходів населення, скорочення державного інвестування в розвиток туристсько-екскурсійної діяльності) і недостатньою потужністю туристичних об'єктів, низьким рівнем комфортності готельно-туристського господарства. В перспективі необхідна соціально-орієнтована реструктуризація туристсько-екскурсійної діяльності, розширення ємності туристичного ринку.

У санаторно-курортній та оздоровчій сферах послуг має місце зміна джерел фінансування, зростання попиту населення на послуги санаторно-курортного характеру; руйнація матеріально-технічної бази санаторно-курортних закладів;