

Почему уплыл «Антон Чехов»?

Флагман пассажирского флота на великой сибирской реке Енисей четырехпалубный теплоход «Антон Чехов» приближался к Казачинскому порогу. Место это непростое не только для больших, но и малых судов. Чтобы «Чехов» смог беспрепятственно приблизиться к порту приписки – Красноярску, его расписание было синхронизировано с работой ...Красноярской ГЭС, от которой до Казачинского порога – почти 250 км. Поэтому заблаговременно, с учетом скорости движения судна и течения реки, увеличивался сброс воды с верхнего бьефа плотины.

Был августовский вечер 2003 г., над Енисеем поднимался густой туман, по берегам были видны палатки туристов и места стоянок судов поменьше, которые переждали сумерки, не решаясь проходить порог в темное время суток.

Теплоход завершал свой последний круизный рейс. В прощальный вечер гостям давали ужин от имени капитана. На входе в ресторан их приветствовал Иван Марусев, вставший на капитанский мостик в феврале 1984 г. Как и положено, одет он был «по первому сроку» (по старой флотской традиции – на прощанье и на битву – быть одетым, как на праздник) – отутюженный белый костюм, на пиджаке которого печальным светом поблескивала звезда Героя Социалистического Труда.

О чем мог думать капитан?

Наверное, о том с каким трудом в конце 1970-х годов Енисейскому речному пароходству удалось получить одно из двух суперкомфортабельных речных судов, спроектированных и построенных по заказу Советского Союза в Австрии (конкурентом было Волжское речное пароходство, другое судно этой серии – «Лев Толстой»). О том, как развивались и речной флот, и туризм на великой сибирской реке. Не мог не вспоминать капитан и нелегкие годы борьбы за «плаучесть» судна в волнах «новой экономики» – его спасали не только органы власти бюджетными средствами, но и иностранные фирмы-туроператоры (корабль после модернизации стал одним из звеньев маршрута для туристов из Западной Европы).

Но, пройдя через штормовые 1990-е, красавец-теплоход потерпел крушение. Новая команда администрации края посчитала ненужными расходы на его содержание и продала «Норильскому никелю», после чего в 2003 г. он был перепродан компании-туроператору Волго-Донского бассейна, куда он чуть не попал в 70-е.

Автору этих строк довелось быть участником незабываемого прощального рейса. Новая встреча с «Чеховым» состоялась уже в ноябре 2011 г. в рамках заседания Международного клуба директоров в Ростове-на-Дону – во время экскурсии по городу на зимней стоянке на городском причале. На Дону и на Волге «Чехов», как когда-то на Енисее, стал флагманом и гордостью туристической флотилии (увы, россиянам в пик сезона на него «путь заказан» – все места проданы иностранным турфирмам).

Так почему же уплыл «Чехов»?

Причины те же, что и в экономике, и в социальной сфере страны в целом. Неумение (и нежелание) видеть тенденции и процессы в их сложном, неоднозначном и противоречивом проявлении. Ориентация на сиюминутные выгоды и корпоративные интересы.

Да, сам по себе «Чехов» на Енисее – «дорогое удовольствие». Нелегкими были и проблемы его судовождения по мелям, порогам и шиверам великой сибирской реки, и неравномерности пассажирского и туристического потоков (сезон – с конца мая по сентябрь, на 2 месяца меньше, чем на Дону, Волге и Неве), и его «размера» по отношению к окружающей экономической среде – туристическому бизнесу в Сибири (как тогда, так и сейчас).



Основная проблема – «Чехов» как экономический актив значительно опережал и время, и среду, в которой он оказался. Но означает ли это, что есть только один путь выхода из ситуации – продажа данного «проблемного» актива «на сторону»? Все – нет.

Как показывают статьи этого номера, туристический бизнес – очень многоплановая и диверсифицированная деятельность. «Монетизация» красот российской природы и уникальных лечебно-профилактических возможностей природной среды, а также постижения исторического прошлого (один Аркаим чего стоит) – требуют не только целенаправленных усилий всех заинтересованных сторон, но и немалой гибкости и взвешенности в подготовке и принятии «судьбоносных решений».

Многие виды деятельности, обеспечивающие развитие туризма в России, особенно на северных и восточных окраинах, производны от решения общих проблем экономики и социальной сферы – транспортная доступность, комфортные условия проживания, бережное отношение к прошлому.

Именно отсутствие комфортной среды «выталкивает» россиян в Турцию, Грецию, Болгарию. Об этом говорит статистика по тратам россиян в иностранной валюте за рубежом (статья И.В. Мусиенко и С.В. Тихомирова). Международные сопоставления, несмотря на их неполноту и неоднозначность, свидетельствуют о том, что темпы развития туристической отрасли в России гораздо ниже, чем в мире в целом. Поэтому первоочередная задача – не столько нарастить, а, скорее, сохранить и не растерять достигнутое (не продать очередной «Чехов» в спешке).

При пространствах России, многообразии форм туризма (от паломничества до лечения) – без государства не обойтись. Необходимо решать проблемы инфраструктуры, преодолевать межведомственные и межрегиональные барьеры (формирование единых маршрутов при наилучшем сочетании сильных сторон каждого из участников). Нельзя в полной мере согласиться с тезисом о необходимости борьбы с конкуренцией – для нее нет особых причин в силу значительной разницы условий и особенностей территорий Сибири (статья С.В. Тихомирова и И.В. Мусиенко). Напротив, есть настоятельная необходимость кооперации и объединения усилий. «Байкал прекрасен при любой погоде», но без инфраструктуры эти слова так словами и останутся (статья Л.Б.-Ж. Максановой).

В мире колоссален интерес к историческому прошлому человечества. Сибирь – одна из территорий, откуда наши далекие предки разошлись по свету. Плато Укок, Уймонская долина, Минусинская котловина, Аркаим – несть числа таких мест и таких направлений в России.

Туристический бизнес – индикатор социальной политики в стране (статья И.В. Грошева и И.П. Корчагина). Пример Республики Горный Алтай (Е.В. Ларин) говорит о чрезвычайной «волатильности» туризма к мерам позитивной направленности. «Судьбоносные» программы (те самые ОЭЗ ТРТ) только декларированы, а поток туристов уже стремительно вырос.

Рост выездного туризма говорит не только о неудовлетворенном голоде россиян на познание других стран мира, но также и о смещении вектора развития страны в социальном направлении.

Туристический вектор очень многомерен: успех зависит от уважения и признания труда в сфере обслуживания, умения выявить и реализовать тот потенциал, которым располагают и страна, и населяющие ее народы. Этот потенциал велик, но об отдаче говорить пока преждевременно. Нужны взаимные усилия, согласие и бережное отношение к прошлому (другого «Чехова» в Сибири, увы, больше нет).