

## **СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РОССИИ**

*В. И. Котелкин*

### **СООТНОШЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО И СОЦИАЛЬНОГО АСПЕКТОВ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РОССИИ**

Туризм – сложная, многосторонняя социально-экономическая система, которая имеет ряд составляющих, находящихся в органическом единстве.<sup>1</sup>

В то же время имеется точка зрения, согласно которой «при классическом определении туризма и развернутой характеристике его составляющих... довлеющими были, есть и всегда будут экономические предпосылки, потому что туризм в значительной мере категория экономическая, политическая и лишь затем - социальная».<sup>2</sup> С такой позицией трудно согласиться.

Да, несомненно, туризм – экономическая категория, форма предпринимательской деятельности, бизнеса, отрасль рыночной экономики. Но одновременно туризм имеет другую, социальную составляющую, является социальной категорией. Эти стороны - составляющие туризма, они органически взаимосвязаны, предполагают друг друга, их нельзя противопоставлять.

Туризм как экономическая категория, форма предпринимательской деятельности, бизнеса прежде всего связана с предложением туристских услуг, их производством, реализацией, поведением предпринимателей. Но предложение товаров, услуг не существует само по себе, в отрыве от спроса на них, который неразрывно связан с потребностями, доходами населения, их структурой, продолжительностью отпуска, социальными выплатами государства. Но это уже – другая, социальная составляющая туризма (туризм как социальная категория). Предложение туруслуг не может существовать без спроса, предполагает его, и туризм как экономическая категория не может существовать сам по себе, без туризма как социальной категории, не может иметь какие-то приоритеты, первенство.

На наш взгляд, положение о туризме – прежде всего как экономической категории – в России появилось не случайно. Оно имеет свои причины, в том числе и методологического характера, возводит в правило положение, которое сложилось в нашей экономике, в том числе и в туризме, в 1990-е годы. Наша экономика в эти годы утратила социальную направленность, переход к рынку не имел социальной ориентации. В России сложилась социально-экономическая система, которую один из ведущих ее реформаторов – Е. Гайдар – назвал вороватым, коррумпированным капитализмом. В экономике в целом, в том числе и туризме, стали преобладать чисто коммерческие, рыночные начала.

---

#### **КОТЕЛКИН**

**Владимир Иванович**

– д-р экон. наук, профессор кафедры управления и планирования социально-экономических процессов экономического факультета СПбГУ. Окончил экономический факультет ЛГУ в 1953 г. и с этого времени работает в Университете. Имеет 120 научных публикаций, главным образом по проблемам нормирования труда, распределительных отношений, а в последние годы – по вопросам социального туризма. Почетный работник высшего образования РФ.

© В. И. Котелкин, 2005

Односторонняя трактовка туризма прежде всего как экономической категории является выражением однобокого развития нашей экономики, попыткой возвести существующую практику в правило, принцип. Это нашло свое закрепление, выражение и в Федеральном Законе «Об основах туристской деятельности в РФ», который является в настоящее время исходным, основополагающим в данной области.

При рассмотрении соотношения экономической и социальной составляющих туризма, очевидно, необходимо учитывать тенденции развития современной экономики, туризма, обусловленные переходом к так называемому постиндустриальному, информационному обществу (или обществу с новой экономикой). В этом обществе существенно возрастает роль гуманизации, социологизации экономики, общественной жизни в целом.

В связи с этим заслуживает внимания точка зрения В. Сапруновой, которая считает, что в конце XX в., в процессе перехода к постиндустриальному обществу, в ведущих странах мира наметился переход к новому этапу развития туризма. В. Сапрунова считает, что в этот период наметился, в частности, переход от «общества рабочего времени» к «обществу свободного времени», от «рынка производителей туристских услуг» к «рынку потребителей туристских услуг». <sup>3</sup> Поэтому если и говорить о первенстве, приоритете, то в перспективе в ведущих странах мира явно наметилось возрастание социальной стороны, социальной составляющей туризма. Очевидно, по такому пути должна идти и Россия.

С трактовкой туризма прежде всего в качестве экономической категории, недооценкой его социальной составляющей связана и явная недооценка социального туризма на практике, в законодательстве, литературе. Имеет место точка зрения, что социальный туризм в России – третьеразрядный его сектор. По существу, в этом утверждении мы видим тот же ранее рассмотренный методологический подход.

Действительно, социальный туризм в нашей стране находится в упадке, ему отведена третьестепенная роль. Положение продолжает ухудшаться: Это связано и со значительным уменьшением с 2003 г. ставки налоговых платежей в фонд социального страхования, с 5,4% от фонда заработной платы до 3,6%. Вызывает беспокойство и воздействие на соответствующий сегмент социального туризма замена льгот многим категориям населения с 1 января 2005 г. на денежную компенсацию.

В ведущих индустриально развитых странах доходы большинства населения, даже многих пенсионеров, позволяют приобретать туристские путевки по их стоимости, полной цене. Социальный туризм в этих условиях выполняет дополнительную, вспомогательную роль. Он является важной формой участия в отдыхе, туризме малообеспеченных слоев, а также формой социального партнерства, социального согласия на предприятиях, в организациях.

Иное положение в России. Многие годы здесь бедность является постоянным, массовым социальным явлением. По данным английского журнала «Экономист», Россия занимает 55-е место в мире по уровню реальных доходов, 101-е место – по уровню качества жизни. <sup>4</sup> Туризм на чисто коммерческих, рыночных началах для большинства населения недоступен, не по карману. Потребность населения в нормальном отдыхе, укреплении здоровья, лечении стала одной из наименее удовлетворяемых среди основных потребностей. Чтобы существенно изменить сложившееся положение, необходим подъем социального туризма. Он должен находиться не на заднем, третьем, а на первом плане. Ему должна принадлежать приоритетная роль в развитии нашего туризма.

Значительный рост социального туризма позволит также увеличить общий спрос на туристские услуги, загрузку, наполняемость санаториев, домов и баз отдыха, пансионатов, турбаз, тем самым существенно увеличить их доходы. Один из наиболее авторитетных специалистов в области туризма В. Квартальнов с полным основанием утверждал: «... безусловно,

туризм – это рынок, и многоотраслевые рыночные связи – его экономическая составляющая. Но при этом нельзя забывать, что основная его цель – социальная. Важно сделать туризм доступным для каждого человека с детства и до старости. Такая установка отнюдь не противоречит его выгоды. Напротив, мировая практика показывает: чем страна ближе к упомянутой цели, тем выше в ней и доходность туризма».<sup>5</sup>

Развитие социального туризма – необходимая предпосылка подъема внутреннего туризма, в том числе изменения его соотношения с выездным туризмом. В индустриально развитых странах, как правило, соотношение числа туристов, путешествующих внутри страны, и тех, кто выезжает в другие страны, в среднем 4:1, а в дальнейшем, по прогнозам – 5–6:1. В России – соотношение обратное. Число туристов, выезжающих за пределы страны, превышает число совершающих путешествие внутри страны. Таким же является и соотношение общей стоимости соответствующих туристских путевок.<sup>6</sup>

Стремление возвести сложившуюся, порой уродливую, практику в правило проявляется и при рассмотрении вопроса о субъектах, потребителях социальных туристских услуг в России. Так, авторы статьи о проекте модельного закона «О социальном туризме» пишут: «В классической модели демократического общества методы и льготы социального туризма распространяются на все категории граждан, которым таковые льготы установлены законом, а не только на малообеспеченных. Социальными льготами во всех странах, в том числе в России, пользуются все граждане, в том числе начиная с президента страны, администрации президента, члены правительства РФ и субъектов Федерации, депутаты всех уровней, лица, имеющие награды, и т. д. Представление социальных льгот, в том числе социального туризма, не зависит от обеспеченности индивидуума, получают таковые по закону».<sup>7</sup>

Во-первых, авторы статьи не приводят необходимые и достаточные фактические материалы, которые подтверждали бы, что «классическая модель демократического общества» предполагает законы, согласно которым «методы и льготы социального туризма распространяются на все категории граждан», что их представление не зависит от уровня дохода, материальной обеспеченности индивида.

Известно, например, что система отпускных чеков – ведущая форма социального туризма Франции – предусматривает возможность и размер скидок на отпускные чеки (социальные туруслуги) в строгой зависимости от дохода и размера семьи. Зарботная плата президента США включает, наряду с основным окладом, дополнительные надбавки, за счет которых он должен оплачивать свой личный отдых, поездки по личным делам.

Во-вторых, и это главное, авторы статьи, безусловно, правы, что в России социальными льготами, в том числе по социальному туризму, широко пользуются президент РФ, его администрация, правительство РФ и субъектов РФ, депутаты всех уровней и т. п. Об этом свидетельствует и наличие многочисленных правительственных, ведомственных санаториев, Домов и баз отдыха. Но нельзя согласиться с утверждением авторов статьи о том, что в России социальным туризмом пользуются все граждане, независимо от их дохода, материальной обеспеченности. Десятки миллионов малообеспеченных семей, инвалидов, пенсионеров, многодетных семей лишены возможности нормально отдохнуть, поддерживать здоровье, лечиться. Они не получают бесплатные и льготные путевки в Дома отдыха, пансионаты, тем более в санатории. Очевидно, что в условиях современной России субъектами, потребителями социальных туруслуг должны быть, прежде всего, именно эти категории населения, а также среднеоплачиваемые работники предприятий, организаций в соответствии с принципами социального партнерства, социального согласия.

Те же категории населения, которые имеют заработок 50–70, 100 и более тыс. руб. в месяц, поступают безнравственно, аморально, если претендуют на льготные и бесплатные социальные туруслуги. Что же касается президента, его администрации, министров, губернаторов, депутатов всех уровней, то если и предоставлять им социальные туруслуги, то не-

обходимо в законодательном порядке однозначно определить предельный размер бюджетных средств на эти цели, при условии строгого общественного контроля за их использованием. Может быть, целесообразнее использовать для этого специальную надбавку к заработной плате перед отпуском. Это уже применяется при вознаграждении ряда категорий руководящих госчиновников, депутатов.

---

<sup>1</sup> Кузнецов Ю. Туризм как социальный феномен конца XX – начала XXI века // Актуальные вопросы теории и практики туризма. Вып. 2. СПб., 1997. С. 7.

<sup>2</sup> Биржаков М. Введение в туризм. М.; СПб., 2004. С. 37.

<sup>3</sup> Сапрунова В. Туризм: эволюция, структура, маркетинг. М., 1997. С.15–20. Представляет также интерес статья: Гордин В., Хорева Л. Туризм в постиндустриальной экономике // Труды Академии туризма. Вып. 4. СПб., 2003.

<sup>4</sup> Известия. 2004. 10 дек.

<sup>5</sup> Труды Академии туризма. Вып. 3. СПб., 2000. С.195.

<sup>6</sup> Туризм в цифрах-2003: Статистика России. М., 2004. С. 35.

<sup>7</sup> Азар В., Байназаров Ю., Биржаков М. и др. Закон о туризме для нищих. Критические замечания к материалам проекта модельного закона «О социальном туризме» // Туристские фирмы. Вып. 23. СПб., 2001. С. 148, 149.

Статья поступила в редакцию 24 марта 2005 г.