

Мартышено Н.С., Локша А.В.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ АВТОТУРИЗМА В РОССИИ.

В работе рассматриваются возможности и перспективы развития автотуризма в России. Определяются разновидности автотуризма. Обосновывается необходимость создания в России развитой придорожной инфраструктуры с целью развития автотуризма и караванинга. Автотуризм способствует формированию открытых транспортных коридоров для проведения дружественных международных экспедиций, предполагающих использование караванных путей научно-исследовательского, туристского и спортивного назначения. Развитые страны мира накопили значительный опыт в развитии автотуризма, который необходимо учитывать при разработке программ развития автотуризма в масштабах страны и регионов. В работе рассматриваются особенности автотуризма в различных странах мира. Обобщается международный опыт повышения эффективности автотуризма через развитие кемпинг-индустрии.

Ключевые слова: автотуризм, внутренний туризм, въездной туризм, караванинг, кемпинг, экстремальный туризм, туристская инфраструктура, туристский маршрут.

In work possibilities and prospects of development of trailering in Russia are considered. Trailering versions are defined. Necessity of creation for Russia developed roadside infrastructure for the purpose of development of trailering and caravanning is proved. Trailering promotes formation of open transport corridors for carrying out of the friendly international expeditions assuming use of caravan tracks of research, tourist and sports appointment. The developed countries of the world have stored considerable experience in development of trailering which is necessary for considering by working out of programs of development of trailering in scales of the country and regions. In work features of trailering worldwide are considered. The international experience of increase of efficiency of trailering through camping-industry development is generalised.

Keywords: trailering, internal tourism, entrance tourism, caravanning, camping, extreme tourism, tourist infrastructure, tourist route

Автомобильный туризм имеет давнюю историю. Первые путешествия на личном автотранспорте стали совершаться по мере развития автомобильной промышленности.

Одним из самых распространенных определений автотуризма является следующее определение: «автомобильный туризм — путешествия людей в страны или местности, отличные от их постоянного места жительства, в которых основным средством передвижения выступает частный или арендованный автомобиль» ¹. Из всех видов активного туризма это самый комфортный представитель, которые сочетается с различными предпочтениями туристов во время путешествия и отдыха.

В последние годы в России заметно возрос интерес к автомобильному туризму. Это можно объяснить рядом причин. Значительно вырос парк личного автотранспорта за счет импорта зарубежных автомобилей. Повысилась надежность автомобильной техники. Широкое распространение получили высокопроходимые автомобили. Улучшились возможности по ремонту автомобильной техники зарубежных марок. Немаловажно то, что владельцы автомобилей сильно помолодели. В последнее десятилетие увеличилась сеть дорог хорошего качества. Появилось больше автотуристов, которые пропагандируют этот вид туризма, осваивая новые туристские дестинации и маршруты. Немаловажной причиной является повышение уровня криминальной безопасности путешествий по России.

¹ Автомобильный туризм в России [Электронный ресурс]. – URL: <http://silkhway.ru/attractive/186-avtomobilnyj-turizm-v-rossii.html> (дата обращения 27.07.2013).

Благоприятно отражается нормализация ситуации в стране, которая приобретает более стабильный характер.

Преимущества автотуризма перед другими видами туризма.

В России автотуризм, в основном, является самостоятельным видом туризма. Разные люди по разным причинам выбирают этот вид туризма. Существуют люди, которым просто доставляет удовольствие езда на автомобиле. Автотуризм дает наибольшую свободу выбора: своего маршрута (дороги, места остановок и стоянок), времени путешествия, импровизации программы во время путешествия. Человек, путешествующий на автомобиле, не ограничивается в пространстве. Ведь он может посещать города и села, различные достопримечательности, которые ему будут интересны. При этом исключается проблема с тем, на чем добраться до нужного места и, вообще, ходит ли туда хотя бы какой-то транспорт. Постоянное наличие автотранспорта делает туриста очень мобильным и позволяет увидеть максимально большое количество туристских объектов. Автотурист может в любой момент изменить маршрут, закончить или продолжить путешествие.

Автотурист сам определяет все самое необходимое, что понадобится в путешествии (вещи, оборудование). В тоже время автомобиль позволяет брать с собой в дорогу более широкий диапазон таких вещей. Турист не ограничен возможностями наличия одного или двух чемоданов при путешествии на поезде или самолете, ему не нужно так заботиться о багаже, как в других поездках.

Некоторых людей, особенно, влекут уединенные места, где сохранились уникальные природные условия, недоступные для посещения массовым туристам. Автотуризм – это не только возможность планировать свое время по своему усмотрению, но и определять с кем совершать путешествие. Автомобильные поездки часто совершаются в компании единомышленников и друзей, позволяя общаться с теми людьми, которых ты сам выбираешь. В этом случае появляется возможность разделить все расходы между несколькими участниками путешествия. При групповом автотуризме удается оптимизировать содержание багажа и повысить безопасность путешествия за счет взаимовыручки в непредвиденных ситуациях.

В автомобильном туризме шире возможности планирования поездки в соответствии со своим бюджетом. Часто, автомобильный туризм позволяет снизить транспортные расходы и расходы на проживание. Особенно выгоден автотуризм при путешествии всей семьей. Часто это единственная возможность осуществить поездку вместе с семьей. Многие жители нашей страны не избалованы всеми прелестями комфортного отдыха и без труда переносят тяготы путешествия на автомобиле.

Появление GPS, или Global Positioning System (глобальная система позиционирования) также повлияло на развитие автотуризма. Навигаторы позволяют планировать маршруты с учетом дорожной разметки и дорожных пробок на пути, сохранять историю прошлых маршрутов, вести приблизительный расчет топлива - и многое другое.

Россия очень большая страна и выбор велик, все зависит от желаний туриста и его представлений об идеальном отдыхе.

Разновидности автотуризма и перспективные направления его развития автотуризма в России

Одной из самых распространенных разновидностей автотуризма в России являются поездки к месту отдыха с разбивкой базового лагеря или месата стоянки, приспособленному к приему автотуристов. Чаще всего это поездки на морское побережье. Основная часть путешествия приходится на пребывание в пункте назначения, выбранном для отдыха. Особенностью такого вида автотуризма является то, что часто приверженцы этого вида поездок возвращаются на излюбленные места многократно.

В последнее время все большее распространение находит автотуризм, который осуществляется с познавательными целями. Туристы постоянно находятся в движении по маршруту (как правило, замкнутому). Стоянки производятся с целью изучения достопримечательностей или отдыха и ночевки. Сторонники такого вида автотуризма постоянно в поиске новых, еще не пройденных маршрутов.

Разновидность автомобильного туризма определяется принципом планирования автомобильного маршрута – либо выбор «путешествия под автомобиль», либо «автомобиля для путешествия».

Стремление автотуристов повысить комфортность путешествия на колесах породило такой вид автотуризма как караванинг.

Караванинг – вид автомобильного туризма, путешествие с проживанием в автодомах или автоприцепах (рис. 1). На пути следования караванеры обычно останавливаются на специально оборудованных площадках (кемпинги для караванеров). Караванинг – самый удобный и комфортный вид автотуризма и путешествий на автомобилях.

Караванинг получил большое распространение в США и Европе. В последние годы караванеры из Европы добрались и до России. В основном они пока нацелены на столичные города – Москву и Санкт-Петербург. Сегодня в Москву ежегодно приезжают более 2 тыс. автодомов. В настоящее время туристы вынуждены оставлять свои автодома на случайных и непригодных стоянках. В столичных городах России предполагается строительство кемпингов для караванеров. Тогда ожидается, что поток автодомов будет доведен до 10 тысяч в год.



Рис. 1. Караванеры на марше, план автодома

Караванинг вообще имеет очень большие перспективы в России^{2,3}. С обслуживанием этого вида туристов связано множество сопутствующих услуг: от бытовых до проката автодомов, ремонта и обслуживания техники на пути следования.

Но не все автотуристы главным для себя считают комфортность путешествия. Часто побудительным мотивом к автотуризму является преодоление себя или достижение собственного рекорда. В отдельных случаях экстремальные условия автотура выбираются специально. Разновидность такого автотуризма называется джипинг (рис. 2).

² Мартышенко Н.С., Локша А.В. Анализ концепций нестандартных средств размещения в мировой туристской практике // Вестник национальной академии туризма. – 2013. – №1. – С. 21–27.

³ Козлова В.А., Шмарков М.С. Изучение спроса на путешествия с целью внедрения караванингтуров // Маркетинг в России и за рубежом. – 2008. – № 2. – С. 35-41.

Джиппинг (*Jeeping*) — экстремальный вид отдыха и туризма, заключающийся в прохождении туристических маршрутов по бездорожью на автомобилях класса джипа (или вездеходах).

Для джиппинга используют либо личные, специально подготовленные автомобили, либо экстремальный тур организуют туристские фирмы на собственных автомобилях.

В последние годы возрастает популярность такого вида туризма, как автопробег. Организаторами автопробегов, как правило, являются спонсорские организации.

Организаторами автопробегов, как правило, являются спонсорские организации. Автопробег всегда имеет какую-нибудь цель: спортивную, испытательную или пропагандистскую.



Рис. 2. Джиппинг на российских автодорогах

Зачастую, автопробеги имеют собственное имя и повторяются с той или иной периодичностью. Примером такого автопробега является международный автопробег ретро автомобилей «Пекин-Париж-2013», значительный участок пути которого пролегал по России (рис. 3).



Рис. 3. Участники автопробега «Пекин-Париж-2013» на марше

Часто автопробеги посвящают каким-нибудь знаменательным событиям. Так, например, резонансно прошел экстремальный автопробег на специально подготовленных

автомобилях по маршруту Москва-Камчатка, посвященный зимней олимпиаде в Сочи-2014 (рис. 4).

Хотя нехватка острых ощущений жителей современных городов и привлекает все большее количество автотуристов со всего мира, экстремальный туризм никогда не станет массовым.

С целью содействия в развитии внутреннего автотуризма в России была создана программа «Дороги мира и сотрудничества». Данная программа представляется собой долгосрочный план развития Федеральной целевой программы «Развитие туризма в РФ»⁴.



Рис. 4. Полярная экспедиция Амагок по маршруту Москва-Петропавловск-Камчатский

Данная программа ставит задачи по исследованию проблем дальнейшей интеграции стран Европы и Азии, Севера и Юга через восстановление древних торговых путей между Западом и Востоком, между Россией и другими странами, развития трансевразийской транспортной сети, охватывающей сушу и водные объекты (Каспий, Черное море и другие).

Основой развития добрососедских отношений в области экономики, политики, социально-культурного развития является формирование открытых транспортных коридоров для проведения дружественных международных экспедиций, предполагающих использование караванных путей научно-исследовательского, туристского и спортивного назначения.

Исследования в рамках данной программы направлены также на совершенствование взаимодействия между органами государственной власти и общественными структурами с целью определения и реализации перспектив дальнейшей интеграции, развития торговли, культурных связей, туризма и спорта.

По-настоящему массовым автотуризм сможет стать только при участии и организующей роли туристских предпринимательских структур. Создание организованных и разработанных автотуров и продажа их на рынке туруслуг позволит⁵:

⁴ Программа «Дорога мира и сотрудничества» [Электронный ресурс]. – URL: http://lawforpeace.ru/projects/way_peace/programm.shtml (дата обращения 27.07.2013).

⁵ Тарасова М.В., Корнеев А.А. Автотуризм и автотуры: современный опыт и перспективы развития. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.scienceforum.ru/2013/pdf/4457.pdf> (дата обращения 27.07.2013).

- регулировать самодеятельный туризм;
- распределять турпотоки по турцентрам (способствует развитию новых маршрутов, недоступных даже для автобусных туров; снимает нагрузку с наиболее популярных турцентров);
- включить данный вид туризма в рейтинги, оценивать привлекательность тех или иных объектов;
- обезопасить путешествующих на автотранспорте, предлагая им разработанные и проверенные маршруты, а также страховку на время путешествия;
- способствовать популяризации краеведения и историко-краеведческой культуры среди туристов путем ознакомления с историческими архитектурными памятниками России;
- способствовать формированию экологической культуры среди участников;
- способствовать развитию туристского рынка, благодаря появлению новых турпродуктов, связанных с автотуризмом, что увеличит процент инвестиций в российский туризм.

Автотуризм в Приморском крае

Приморский край является одним из важнейших транспортных узлов, связывающих Россию со странами АТР, где проживает в совокупности 40% мирового населения, или 2,7 млрд. человек. Столицу Приморского края г. Владивосток по праву называют автомобильной столицей России. И не потому, что во Владивостоке налажено производство автомобилей, а потому, что количество автомобилей в крае на душу населения самое большое в России⁶.

Самая длинная в мире по протяженности автомобильная трасса, которая проходит через всю Россию, связывает Владивосток с Москвой. После ввода в строй в 2010 году последнего участка Чита – Хабаровск, дорога стала пригодна для езды на легковых автомобилях на протяжении всего пути. У автотуристов России и других стран мира теперь появилась уникальная возможность проехать по трассе и посмотреть своими глазами на всю великую страну^{7,8}. Поэтому Владивосток может и должен стать крупным центром автомобильного туризма. Кроме того, край обладает обширными пляжными территориями, которые привлекают туристов со всех прилегающих территорий.

В настоящее время большая часть туристов осуществляют самостоятельные поездки на собственных автомобилях и для проживания используют либо палатки, которые привозят с собой либо пользуются услугами частного сектора, широко предлагаемых местными жителями прибрежных населенных пунктов⁹ (рис. 5).

⁶ Мартышенко Н.С., Старков В.С. Новые возможности развития автомобильного бизнеса в Приморском крае // Практический маркетинг. – 2013. – № 3. – С. 14 – 18.

⁷ Мартышенко Н.С. Формирование Ивент-стратегии развития въездного туризма в Приморском крае // Event-маркетинг. – 2012. – №3. – С. 178–197.

⁸ Мартышенко Н.С. Саммит АТЭС 2012 во Владивостоке – большое видится на расстоянии // Event-маркетинг. – 2013. – №1. – С. 66–72.

⁹ Мартышенко Н. С. Новые возможности развития туристского кластера в Приморском крае // Концепт. – 2013. – № 03 (март). – ART 13049. – 0,7 п. л. – URL: <http://e-koncept.ru/2013/13049.htm>. – Гос. рег. Эл № ФС 77-49965. – ISSN 2304-120X.



Рис. 5. Неконтролируемый туризм в Приморском крае приобрел угрожающие масштабы

Этот вид туризма принято называть неорганизованным. Сейчас такой вид туризма является преобладающим в пляжном туризме Приморского края¹⁰. Пока неорганизованный туризм не носил массового характера, он был безопасен для экологии края, но когда он приобрел массовый характер, он стал большой угрозой экологическому состоянию и прибрежных зон, и очень ранимым экологическим системам островных территорий¹¹.

Сегодня неконтролируемая туристская деятельность на территории Приморского края является самой большой проблемой, которая оказывает серьезное влияние на эстетические качества ландшафта. Отсутствие экологической культуры у населения приводит к загрязнению окружающей среды, хищническому истреблению биоресурсов. Естественные природные ресурсы могут быстро деградировать и потеряют свою привлекательность. Ситуацию в Приморском крае можно характеризовать не иначе как «ландшафтный терроризм» (рис. 6).



Рис. 6. Захламление красивейших бух Приморского края

С экономической точки зрения этот вид туризма не приносит доходов и казне Приморского края, потому что в основном обслуживается теневыми предприятиями. Сами туристы тоже страдают. Они вынуждены за низкое качество услуг платить большие деньги.

¹⁰ Мартышенко Н.С., Ильин А.Е. Позиционирование пляжно-купального отдыха и туризма в Приморском крае // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2012. – №4. – С. – 113–117.

¹¹ Мартышенко Н.С. Экологический туризм – важнейшее направление развития международного туризма в Приморском крае // Российский Журнал Экотуризма. – 2012. – №3. – С. 34-38.

Из-за несоответствия цены и качества край теряет многих туристов из соседних регионов России, которые из этих соображений начинают переориентироваться на отдых других стран. Поэтому для Приморского края переход от неорганизованного туризма к индустриальному (так устроен этот вид туризма во всем мире) является очень важной проблемой. На первом этапе необходимо хотя бы наладить учет автотуристов, посещающих Приморский край в пляжный сезон. На следующем этапе необходимо создать условия для развития мощной инфраструктуры автомобильного туризма.

Определяющая роль инфраструктуры в развитии автомобильного туризма

Данные Росстата России свидетельствуют о том, что объектов дорожного сервиса в стране крайне мало и распределены они по огромной территории очень неравномерно. Почти половина мотелей находится в Центральном округе. Неплохо обеспечен придорожными гостиницами Южный округ. Другие регионы страны значительно отстают по данному показателю. Всего в Российской Федерации насчитывается чуть более 2 тысяч мотелей, а в США их больше 40 тысяч.

Придорожный сервис в России только зарождается. На российских трассах недостаточное количество парковочных мест, а качественные стоянки для грузовых автомобилей практически отсутствуют. Например, на всю Россию только 2 специализированных стоянки для фур, а в Германии – 4000.

Повсеместно не хватает туалетов (даже уличных). Возле дорог располагается множество объектов, не имеющих никакого отношения к придорожной инфраструктуре (рынки, офисные и складские помещения). Объекты инфраструктуры, расположенные около дорог, недостаточно освещены в ночное время.

Между тем, создание придорожной инфраструктуры и сопутствующих сервисов – это единственный сегмент дорожного строительства, который может обеспечить приемлемую доходность инвесторам. Бизнес, со своей стороны, ждет четких правил игры. Необходимо нормативное правовое регулирование объектов придорожного сервиса. В противном случае инвестировать в придорожную инфраструктуру будет слишком великим риском. Если закон об основах государственно-частного партнерства будет принят, есть надежда, что в этот сегмент придут крупные сетевые компании со своими стандартами качества.

Министерство транспорта Российской Федерации рассчитывает, что до 2020 года объем инвестиций в развитие транспортной инфраструктуры России составит около 12,3 трлн рублей. Из них государственные инвестиции – 7,3 трлн рублей, средства, привлеченные за счет различных механизмов внебюджетного финансирования государственно-частного партнерства – порядка 5 трлн рублей.

Панкрухин А.П. считает, что развитие придорожной инфраструктуры туристской направленности может привлечь дополнительно более 4 млн туристов [15].

Опыт различных стран показывает, что успех развития туризма напрямую зависит от того, как на государственном уровне воспринимается эта отрасль, насколько она пользуется государственной поддержкой.

Зарубежный опыт развития автотуризма

Автотуризм служит основой развития добрососедских отношений между странами мира в области экономики, политики, социально-культурного развития. Автотуризм способствует формированию открытых транспортных коридоров для проведения дружественных международных экспедиций, предполагающих использование караванных путей научно-исследовательского, туристского и спортивного назначения.

В развитых странах придорожной инфраструктурой и сервисом автотуристов занимаются давно и серьезно. Поэтому неудивительно, что мы так отстали в этом направлении. В мире выработаны стандарты и нам только остается их изучить и

придерживаться. Исследования, проведенные в США, показали, что число дорожно-транспортных происшествий на автомобильных дорогах, где научно и технически обосновано строительство необходимого количество площадок отдыха, снижается на одну треть по сравнению с дорогами, на которых такие площадки отсутствуют.

Аналізу зарубежного опыта развития автотуризма посвящено ряд публикаций отечественных авторов. В качестве примера можно привести работы^{12,13,14}. Однако опыт организации автотуризма, законодательство и механизмы получения прибыли недостаточно изучены.

В данной работе мы хотим обратить внимание на две разновидности автотуризма, которые в России совершенно не развиты, а на западе составляют значительную долю дохода от автотуризма.

Первым видом можно по праву назвать караванинг. Этот вид автотуризма зародился в США и затем нашел широкое распространение в Европе. Караванинг в качестве составляющей турбизнеса можно разделить на несколько связанных между собой частей:

- специализированная техника для караванинга;
- специализированные места для остановок и стоянок караванеров;
- различные специализированные услуги для караванеров.

В Европе неуклонно растет количество людей, приобретающих автодома и жилые прицепы. Автотуризм доказал свою жизнеспособность и вносит значительный вклад в экономику стран Европы и Северной Америки.

В Германии официально зарегистрировано 683 000 автодомов и 570 000 караванов. С учетом жилых стационарных прицепов для отдыха (используются для стационарного кемпинга на долговременных стоянках), количество караванов превышает 1 миллион единиц (согласно исследованию, проведенному Ассоциацией по Туризму Германии (German Tourism Association) и Союзом Производителей Караванов Германии (Caravanning Industrie Verband (CIVD))¹⁵. По данным CIVD в разных странах предпочитают разные виды караванной техники (рис. 7-9).

¹² Аксенов А.П., Монастыренко Д.Ю. Развитие автомобильного туризма в России на основе опыта стран Европы и его влияние на экономику страны // Известия Московского государственного технического университета МАМИ. – 2012. – Т. 3. – № 2. – С. 18-22.

¹³ Тамов А.И. Анализ зарубежного опыта формирования инфраструктуры для развития караванинга // Вестник Университета (Государственный университет управления). – 2010. – Т. 1. – С. 350-354.

¹⁴ Гритчина Д.А. Международный опыт повышения эффективности бизнеса в кемпинг индустрии // Современные технологии управления. – 2012. – № 24. – С. 24-31.

¹⁵ Автотуризм (караванинг) новый перспективный сегмент для развития въездного и внутреннего туризма в России [Электронный ресурс]. – URL: http://www.russiatourforum.com/upload/2012v2/smolensk/caravanning_doclad.pdf (дата обращения 27.07.2013).



Рис. 7. Доля в продажах домов на колесах среди стран мира

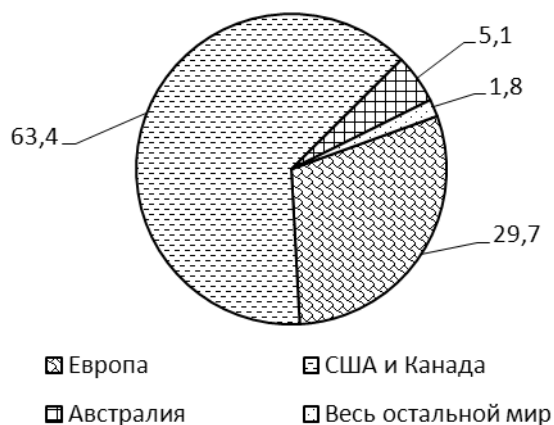


Рис. 8. Доля в продажах жилых прицепов среди стран мира



Рис. 9. Доля в продажах автокемперов среди стран мира

Согласно статистике Европейской Федерации Производителей Караванов (ECF), общее количество автодомов и караванов в Европе, зарегистрированных в качестве транспортного средства, достигает 1 353 140 и 4 044 900 единиц, соответственно. Общий оборот за 2009 год в индустрии караванинга (продажи и обслуживание специализированной техники) составили сумму в 10,567 миллиарда евро. А 2011 год показал новый значительный

скачок интереса европейцев к караванингу. Прошедшая в конце августа 2011 года крупнейшая европейская выставка в Дюссельдорфе показала рекордную посещаемость в 179 000 человек. Причем впервые 62% посетителей пришли с конкретными намерениями, чтобы купить технику. Это особенно важный и положительный момент, поскольку Caravan Salon Dusseldorf считается барометром для предстоящего сезона. Более того, крупнейшие производители техники для караванеров с удовлетворением отметили беспрецедентный рост объемов продаж до 20% за 2012 год.

Что касается караванинга, как туристского сегмента, то по данным Европейской Федерации Ассоциаций Кемпингов и Караван-стоянок (EFCA&HRA) на сектор кемпингов и караванинга (данный сектор охватывает различные места, площадки, парковые зоны, оборудованные для отдыха и туризма, где предусматривается полное самообслуживание, а плата берется только за размещение) каждый год, в среднем, приходится 23% от всех отдыхающих в Европе. Для примера только за 2009 год Германию посетило 5,5 миллиона автотуристов.

Так же статистика показывает, что европейский автотурист совершает в течение года не менее 3-4 поездок, половина из которых подразумевает длительные поездки на расстояния свыше 1000 км.

Если говорить о США, то нужно отметить, что американцы вообще народ активный. Они не любят сидеть дома, а предпочитают куда-нибудь ездить, открывать для себя новые города, природу и людей.

В США вдоль автомобильных шоссе расположено огромное количество кемпингов (RV parks), которые обеспечивают все необходимые условия для путешественников: снабжение питьевой водой, электричеством, канализацией, душем, ванной, кухней, местами сбора мусора, местами для выгула животных и т.п. В США существуют фирмы и компании, специализирующиеся на доставке почты для адресатов, у которых нет постоянного места жительства (mail forwarding services). За определенную плату они доставляют письма и посылки в любое заранее условленное место.

Американские кемпинги, как и европейские, делятся по «звездности» в зависимости от списка facilities, которые они предоставляют. Есть свои бренды и сети кемпингов.

Стоимость аренды площадки для кемпинга с водой и электричеством около 25\$ в сутки (пенсионерам, инвалидам и военным скидка 50%). При желании можно найти примитивные площадки с туалетными кабинками и летним (холодным) душем, без подключения к электричеству - их стоимость от 3\$ до 5\$ в день. Кстати сказать, место в самом простом (по количеству услуг) кемпинге под Санкт-Петербургом будет стоить от 30\$ до 50\$. Накручивая цены, мы караванинг не разовьем. Подчеркнем, что в США кемпинговый туризм – это социальный туризм, доступный всем слоям населения. На необоснованно высокие цены на туристские услуги в России обращают внимание многие исследователи туризма [16]. У нас, наверно, нужно уже вводить ограничения на цены и сделать цены более прозрачными для потребителя. Кстати, некоторые страны, активно занимающиеся развитием туризма на своей территории, вводят ограничения по ценам на некоторые виды туристских услуг (например, Китай).

В настоящее время поток иностранных караванеров пока сдерживают не цены, а другие факторы. Переговоры с иностранными туроператорами из Франции, Италии, Германии, Англии и прочих стран, специализирующихся на организации караван-туров показывают готовность туроператоров увеличить потоки караванеров в разы. Для этого необходима организация хотя бы минимальной инфраструктуры караванинга в наиболее популярных туристских регионах России.

Решение этой проблемы может быть произведено в кратчайшие сроки, потому что развитие этого вида туризма имеет ряд преимуществ в организации бизнеса по сравнению с другими видами туризма. Очевидными плюсами этого направления являются:

- гораздо менее затратный этап строительства;
- возможен более гибкий подход к подбору земельного участка, так как нет необходимости в капитальном строительстве, отсутствие многих согласований и экспертиз ведет соответственно к большему многообразию вариантов при приемлемых ценах;
- возможна организация на базе уже существующего комплекса отдыха или реконструкция не используемого;
- существенно меньше штат, соответственно легче найти необходимое количество квалифицированного персонала;
- нет зависимости от общественного транспорта;
- возможность разработки унифицированных проектов и на их базе развития сети аналогичных кемпингов, на который распространяется информационно-рекламная поддержка со стороны профессиональных, административных и коммерческих структур.;
- социальное и природоохранное значение, как проекта, развивающего организованный экотуризм, семейный отдых, автотуризм и сопутствующую этому инфраструктуру.

Все эти преимущества в совокупности делают этот бизнес более привлекательным для инвесторов.

Среди услуг, которые могли бы существенно повысить привлекательность автотуризма в нашей стране можно выделить прокат транспортных средств. Этот вид услуг у нас совершенно не развит. Если говорить о способах организации поездок, то почти 90% автотуристов в России выбирают поездку на собственном автомобиле, что контрастирует с аналогичными данными по Европе и США: в Америке на своей машине путешествуют только 30% водителей, остальные выбирают прокат, в Европе этот показатель составляет приблизительно 50%.

Цена семейного дома на колесах среднего класса в среднем составляет \$ 40 тыс. Есть, конечно, и достаточно дорогие автодома повышенной комфортности, цена которых достигает уже \$ 120-150 тыс. Поэтому многие европейцы считают содержание такого транспортного средства экономически нецелесообразным. Поэтому множество автодомов, курсирующих по Европе, взяты в аренду (от €100 в сутки). Туристские компании тоже не оставляют караванинг без внимания. Например, туры серии Fly & Drive пользуются большим спросом – туристы прилетают в ту или иную точку планеты и отправляются в путешествие на арендованном кемпере. Конечно, качество дорог там не сравнить с нашим.

В зарубежных странах постоянно занимаются совершенствованием обслуживания автотуристов. Важным элементом системы является опыт создания государственными органами «обратной связи». Многие дорожные администрации организуют обратную связь по их работе в виде вопросников и формируют, так называемые, «Обзоры удовлетворенности пользователей автодорог». Опыт исследования мнений потребителей при планировании развития автотуризма нам бы тоже не помешал.

Заключение

Территории многих российских регионов имеют значительный потенциал по разработке разнообразных автомобильных маршрутов. Одним из наиболее перспективных

регионов является Приморский край. В пространстве магистральной автомобильной дороги Москва – Владивосток или ее части возможен кластерный подход к развитию автотуризма¹⁶.

На пользу российского автотуризма играет факт перенасыщения европейской отрасли автотуризма и оригинальность маршрутов. В настоящее время назрела необходимость организовать продвижение российского автотуризма на международном рынке с использованием современных технологий маркетинга. Необходимо способствовать разрушению сложившегося имиджа России в Европе, как страны непривлекательной для туризма из-за низкого уровня безопасности.

Для массового внутреннего автотуризма необходимо менять ценовую политику туристских предприятий, ориентированных на автотуризм.

Сегодня для формирования устойчиво растущего сектора автотуризма необходима более мощная поддержка государства и региональных органов управления. В первую очередь необходима нормативная база и стандарты.

Сдерживающим фактором развития этого вида отдыха и туризма в России, является высокая стоимость автодомов и караванов для конечного потребителя, которая по сравнению с Европой выше почти в два раза. Так, например, самая простая модель Хюмермобиля с учетом таможенных платежей стоит 50 000 евро, что делает его малопривлекательным для российских любителей путешествий. В такой ситуации караванинг не может стать массовым явлением.

К сожалению, в России автомобили данной категории не производятся. Можно прогнозировать появление подобного производства, но только при наличии сложившегося рынка и достижении минимального уровня продаж, при котором подобный проект станет целесообразным. На данный же момент таможенные платежи за ввоз автодомов и караванов в Россию носят скорее заградительный характер и препятствуют развитию автотуризма.

Как показывает зарубежный опыт, именно поддержка на государственном уровне позволяет полностью реализовать перспективы строительства инфраструктуры автотуризма, возможности привлечения инвестиций в развитие придорожного сервиса, а также превратить внутренний и въездной автотуризм в важную доходную часть бюджета государства.

¹⁶ Мартышенко Н.С. Применение теории кластеров в туризме. Аналитический обзор // Экономика и предпринимательство. – 2013. – № 8. – С. 647-652