

УДК 332:338.48
DOI

НАУЧНО-ЭМПИРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ АВТОТУРИЗМА В КОНТЕКСТЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ И ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Гомилевская Г.А., Швабский Д.М.

*ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет», Владивосток,
e-mail: gag17@yandex.ru, youtosakh@gmail.com*

В статье рассматриваются аспекты развития автомобильного туризма на основе анализа объемов туристского спроса, регионального распределения, транспортной доступности туристской дестинации, наличия объектов туристского показа и уровня туристской инфраструктуры. Цель исследования – на основе комплексного анализа рынка автомобильного туризма предложить универсальную схему разработки тура с использованием автомобильного транспорта. Методическим подходом в работе является туристско-рекреационное проектирование. В процессе исследования использованы методы: анализ и синтез, классификация, систематизация, статистические методы, проектный инструментарий. Развитие автомобильного туризма демонстрирует значительный разрыв между объемами автомобильного туризма в Европе и России, что требует принятия принципиальных решений по развитию инфраструктуры, стандартизации и повышения качества туристского продукта. Комплексный анализ мирового и отечественного опыта развития автомобильного туризма позволил выделить критерии и виды авторской классификации. Установлено, что одним из ограничивающих факторов развития автотуризма является недостаточный проектный инструментарий при разработке программы тура, на основании чего предложена авторская схема разработки регионального автомобильного туристского маршрута. С использованием метода оценки автомобилизации субъектов Дальнего Востока составлен рейтинг наиболее привлекательных регионов и разработана авторская концепция автомобильного тура по Сахалинской области. Научной новизной работы является разработка авторской схемы проектирования регионального тура с использованием автомобильного транспорта с учетом потребностей целевого рынка и детализацией этапов проектирования. Практическим результатом является систематизация данных о показателях мирового и отечественного рынка автотуров на основе анализа имеющихся статистических показателей и туристских предложений, а также рейтинговая региональная оценка уровня автомобилизации на Дальнем Востоке России.

Ключевые слова: мировые туристские прибытия, автомобильный туризм, автомобильный маршрут, автотурист, путешествие, туристский продукт, разработка тура

SCIENTIFIC AND EMPIRICAL ASPECTS OF THE DEVELOPMENT OF AUTO-TOURISM IN THE CONTEXT OF INTERNATIONAL AND DOMESTIC PRACTICE

Gomilevskaya G.A., Shvabskiy D.M.

Vladivostok State University, Vladivostok, e-mail: gag17@yandex.ru, youtosakh@gmail.com

The article discusses aspects of the development of automobile tourism based on an analysis of the volume of tourist demand, regional distribution, transport accessibility of the tourist destination, the presence of tourist attractions and the level of tourist infrastructure. The purpose of the study is to propose a universal scheme for developing a tour using road transport based on a comprehensive analysis of the automobile tourism market. The methodological approach to the work is tourism and recreational design. The following methods were used in the research process: analysis and synthesis, classification, systematization, statistical methods, design tools. The development of automobile tourism demonstrates a significant gap between the volumes of automobile tourism in Europe and Russia, which requires the adoption of fundamental decisions on the development of infrastructure, standardization and improvement of the quality of the tourism product. A comprehensive analysis of world and domestic experience in the development of automobile tourism made it possible to identify the criteria and types of the author's classification. It has been established that one of the limiting factors in the development of autotourism is insufficient design tools when developing a tour program, on the basis of which the author's scheme for the development of a regional automobile tourist route has been proposed. Using the method of assessing the motorization of the subjects of the Far East, a rating of the most attractive regions was compiled and the author's concept of a car tour in the Sakhalin region was developed. The scientific novelty of the work is the development of the author's design scheme for a regional tour using road transport, taking into account the needs of the target market and detailing the design stages. The practical result is the systematization of data on the indicators of the global and domestic auto tour market based on an analysis of existing statistical indicators and tourist offers, as well as a rating regional assessment of the level of motorization in the Russian Far East.

Keywords: world tourist arrivals, automobile tourism, automobile route, auto tourist, travel, tourist product, tour development

Введение

В условиях современного общества, характеризующегося процессами глобализации и интеграции, туризм становится одним из наиболее динамично развивающихся секторов экономики. Развитие туризма способствует не только экономическому росту, но и культурному обмену, укреплению международных связей и формированию положительного имиджа страны, что подтверждается многими отраслевыми экспертами [1–3].

Одним из перспективных направлений туризма является автотуризм, позволяющий путешественникам самостоятельно планировать маршрут и получать уникальные впечатления от поездки. В последние годы автотуризм приобретает популярность, что обусловлено ростом интереса к путешествиям, развитием дорожной инфраструктуры и появлением новых технологий, облегчающих планирование и организацию поездок. Однако развитие автотуризма сталкивается с рядом проблем, одной из которых является безопасность дорожного движения, для решения которой необходимо совершенствовать дорожную инфраструктуру.

Проблеме развития автомобильного туризма посвящены исследования авторов Д.В. Коннова, Б.И. Штейнгольц, И.Г. Гладской и др. [2, 4, 5], в которых рассматриваются вопросы государственной политики в области планирования и поддержки автомобильного туризма. Понятийный аппарат и принципиальные задачи автотуризма представлены в работах М.С. Оборина, Т.М. Вальковой, А.Д. Шабалиной и др. [6, 7], специфика методики разработки и проектирования автотуров исследуется в трудах

А.Ю. Кононова, Ю.В. Макаровой, И.Г. Гладской [8–10]. При этом в работах ограничено представлен анализ региональной компоненты развития и организации автотуризма на территории Российской Федерации.

Цель исследования – на основе комплексного анализа европейского и отечественного опыта организации автотуризма предложить универсальную схему разработки тура с использованием автомобильного транспорта.

Материалы и методы исследования

Теоретико-методологическая база исследования определяется материалами и публикациями, устанавливающими основополагающие принципы и формы организации автомобильного туризма, методики туристско-рекреационного проектирования.

В работе использовались статистические методы при оценке структуры рынка автомобильного туризма на мировом, отечественном и региональном уровнях. Системный подход реализован через общенаучные методы: классификации и систематизации, анализа и синтеза, метода критериальной оценки.

Научная новизна работы состоит в разработке авторской схемы проектирования регионального тура с использованием автомобильного транспорта с учетом потребностей целевого рынка и детализацией этапов проектирования.

Результаты исследования и их обсуждение

Автомобильный туризм представляет собой популярный вид туризма, который в современных условиях становится все более востребованным.

Таблица 1

Классификация автомобильного туризма

Критерий	Вид	Краткая характеристика
1) Категория транспорта	Автомобильный	Путешествия за пределы постоянного места жительства на автомобиле
	Автобусный	Турпродукт с перевозкой туристов на автобусе
	Мотоциклетный	Формат туризма, в котором участвует мотоцикл
	Велосипедный	Автономные поездки на велосипеде
2) Цели туризма	Познавательный	Направлен на познание культуры и истории
	Караванинг	Автотуризм с проживанием в автодомах
	Джиппинг	Тур на автомобилях повышенной проходимости
	Автопробег	Тур по определенному маршруту в различных целях
3) Способ организации	Самостоятельный	Самостоятельное путешествие по маршруту
	Групповой	Групповое путешествие по маршруту

Источник: разработано автором по [6, 9–12].

Благодаря автомобильному транспорту у туриста появляются дополнительные возможности минимизации времени, гибкости при планировании туров, получения ярких впечатлений от объектов туристского показа и в целом комфортной поездки.

Классическое понятие автомобильного туризма опирается на основную цель – перемещение в другую местность, путешествие людей в страны или местности, отличные от их постоянного места жительства, с использованием автотранспорта как основного средства передвижения [4, 5], при этом отмечается, что автомобильный туризм не связан с профессиональными обязанностями водителя, целью является смена обстановки и отдых [6, 7]. При этом в работах не отмечено, что автомобильный тур совершается в срок не менее 24 ч, в противном случае это будет отнесено к категории экскурсионного маршрута.

Анализ направлений автомобильного туризма позволил разработать авторскую систему классификации данного вида туризма с выбором критериев и видов (табл. 1).

Согласно классификации, автомобильный туризм подразделяется на три критерия: категория транспорта, цели и способ организации. Каждый из перечисленных подвидов автотуризма имеет свои особенности: например, познавательный туризм направлен на изучение культуры страны; караванинг предоставляет комфорт в путешествии; джиппинг предлагает экстремальные поездки по бездорожью; автопробег может иметь спортивный или рекламный характер.

Международная современная практика развития автотуризма прежде всего опирается на американский опыт, поскольку США являются не только одной из самых автомобилизованных стран в мире (на 1000 чел. приходится 908 машин), но в стране также высокий вес имеют услуги проката авто-

мобилей, по данным издания Mordor Intelligence на 2024 г. объем рынка оценивается в 132,1 млрд долл. США и, по оценкам, к 2029 г. достигнет 220,1 млрд долл. США.

Широкое распространение автотуризма в США определило относительно равноценный выбор туристами направлений для автомобильных путешествий (от Северо-Востока до Юго-Запада), представленный в 2022 г. агентством My Financing USA, который не имеет ярко выраженных отклонений и колеблется от 18 до 28%. Основными целями автотуристских поездок американцев являются посещение достопримечательностей и природных объектов, еще для 30% целями поездки являются гастротуризм и посещение новых городов, остальные выбирают шоппинг, новые знакомства и дорожные игры во время путешествий (рис. 1).

Примечательно, что, благодаря абсолютной свободе передвижения как одному из преимуществ автотуризма, 71% опрошенных ответили, что взяли бы с собой в путешествие домашних животных.

С точки зрения распространенности также представляет интерес уровень развития автотуризма в Европе, общий объем которого в 2022 г. по оценочным данным составил 662,1 млн чел., или в пересчете на одного жителя Европы 1,47 поездки. Согласно данным агентства Eurostat в ТОП-3 автотуризма в 2022 г. вошли Франция, Германия и Испания (рис. 2).

Неравномерное развитие автотуризма может объясняться рядом факторов: географическим расположением, туристской привлекательностью, уровнем развития инфраструктуры для автопутешествий и состоянием экономики в целом. Так, Германия славится сетью высокоскоростных магистралей, Франция, Бельгия и Швейцария привлекательны с точки зрения объектов туристского показа.

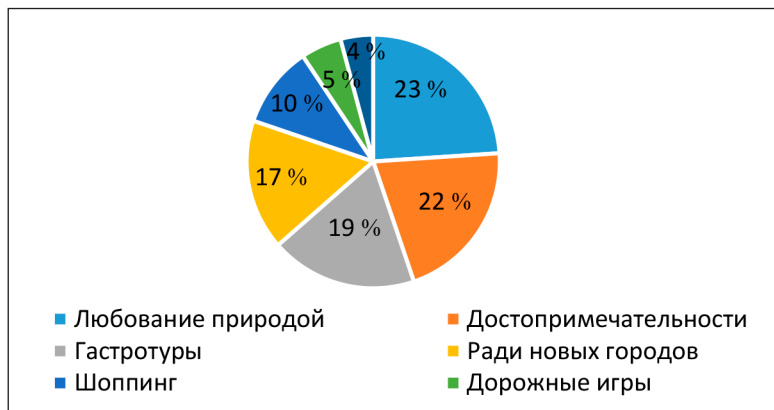


Рис. 1. Цели автомобильных путешествий в США

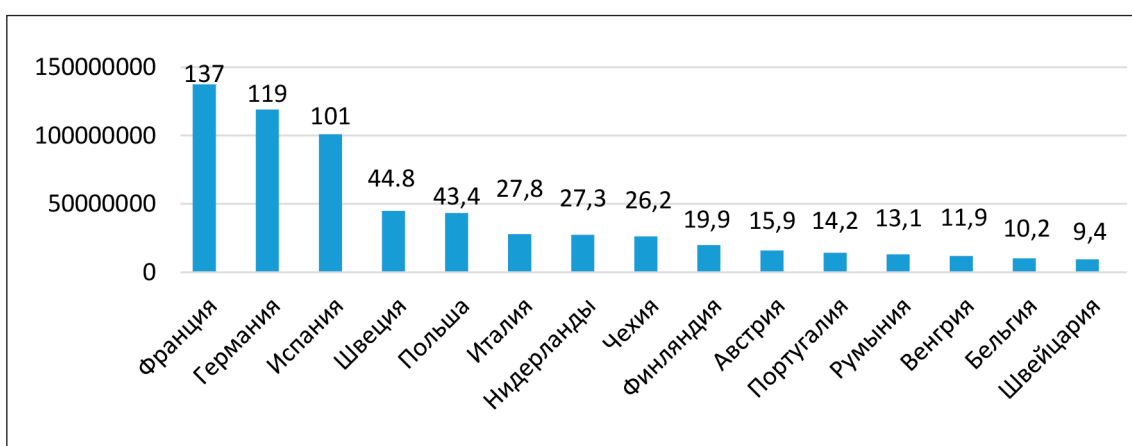


Рис. 2. Количество автопутешественников по странам Европы в 2022 г., млн чел.

Таблица 2

Предпочтения россиян в путешествиях в 2021 г., %

С кем путешествовать		Цели автопутешествий		Предпочтения в маршрутах	
С семьей и друзьями	96	В познавательных целях	75	Знакомые маршруты	81
Вместе с детьми	63	Для посещения различных мероприятий	52	Новые маршруты	68

Источник: составлено авторами.

Таблица 3

Показатели автотуризма в Российской Федерации в 2022 г.

Протяженность маршрута, км		Расходы на 1 человека в день		Продолжительность, дней	
Км	Доля от общей протяженности, %	Руб.	Доля от общего количества человеко-дней, %	Дней	Доля от общего количества поездок, %
До 500	29,0	До 2000	15,0	До 3	29,0
501–1000	33,0	2001–5000	33,0	4–6	27,0
1001–2000	21,0	5001–10000	27,0	7–10	28,0
2001–4000	11,0	Более 10000	22,0	11–19	9,0
Более 5000	6,0			20–30	5,0
				Более 30	2,0

Что касается развития автотуризма в России, то согласно исследованиям о предпочтениях туристов при выборе видов путешествий, проведенным Национальным агентством финансовых исследований (НАФИ), большинство россиян предпочитают групповые путешествия по знакомым маршрутам в познавательных целях, но также готовы посещать различные мероприятия в новых местах, что наглядно представлено в табл. 2.

В 2022 г. НАФИ провело исследование непосредственно в сфере автотуризма (табл. 3). Так, наибольшей популярностью

пользуются поездки до 1000 км; траты большинства туристов в день составляют от 2 до 10 тыс. руб., остальные в равной степени тратят либо до 2 тыс. руб., либо более 10 тыс. руб.; продолжительность большей части автотуров – от 1 до 10 дней.

Согласно данным Росстата, в 2022 г. было совершено 105 млн туристских поездок по стране, при этом только 15% путешественников приобретали путевки у туроператоров, остальные планировали путешествия самостоятельно, в том числе с использованием автотранспорта – порядка 30% (рис. 3) [13].

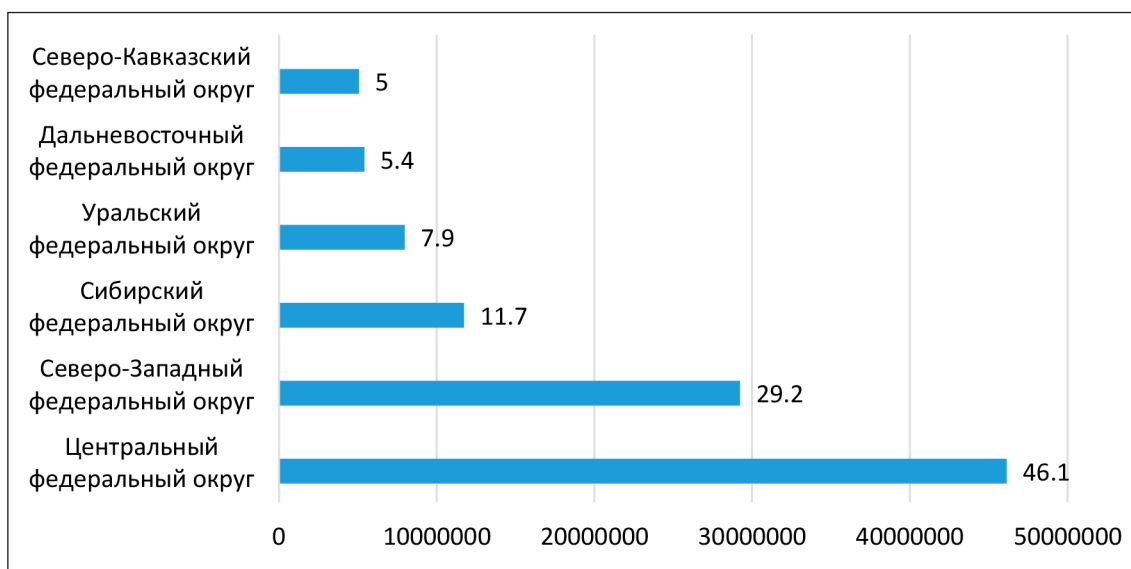


Рис. 3. Динамика туристского потока по федеральным округам в 2022 г., млн чел.

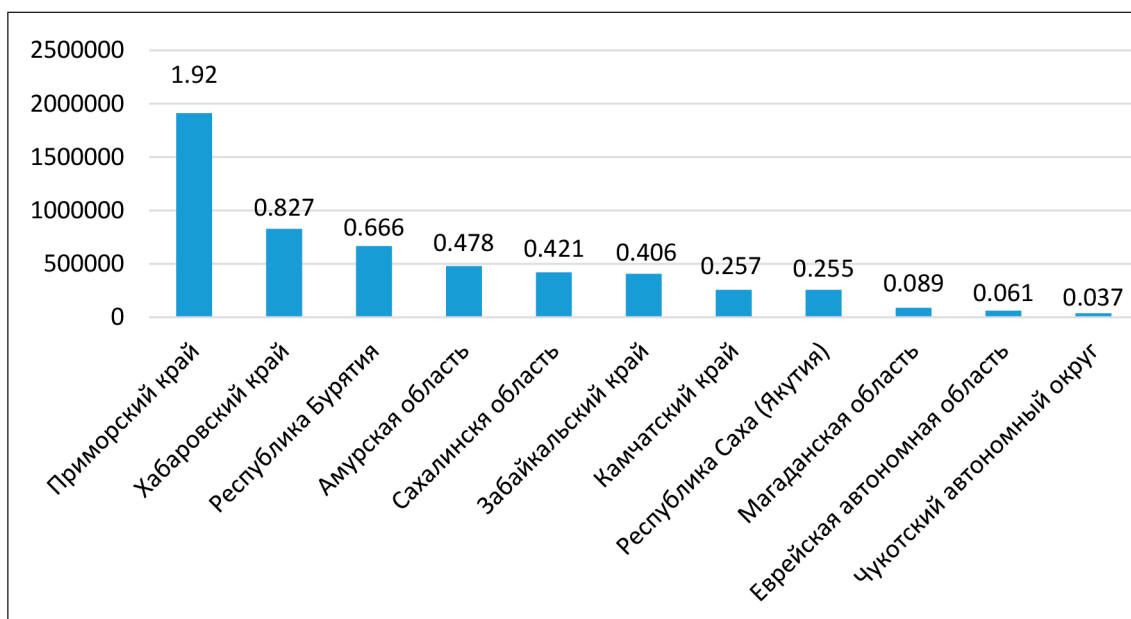


Рис. 4. Оценка туристского потока в ДФО за 2022 г., чел.

Сравнительный анализ объемов европейского и российского рынков автотуризма демонстрирует значительное превышение уровня развития автотуризма в Европе (более чем в 20 раз), относительный показатель автотуристского потока, приходящийся на одного жителя России, составил 0,2 поездки, что по сравнению с европейским показателем меньше в 7,35 раз.

Также в контексте оценки потенциала развития внутреннего туризма в России целесообразно учитывать географический охват и неравномерность распределения

населения по территории России. Большая часть населения проживает в Центральном и Северо-Западном федеральных округах, благодаря чему эти округа находятся в лидерах списка, к тому же средние расстояния для путешествий не превышают 1000 км, что является ограничивающим фактором для длительных путешествий, так как большая часть поездок являются внутрорегиональными.

На государственном уровне автотуризм приобретает одно из ключевых значений для развития туризма [3, 14]. Так, разработа-

тываемая по поручению президента концепция развития автомобильного туризма определяет условия развития инфраструктуры, предусматривает пилотный проект по маршруту Санкт-Петербург – Владивосток и включает систему классификации маршрутов, отраслевых стандартов, создание придорожных кемпингов и глэмпингов, а также информационной платформы для повышения уровня придорожного обслуживания.

Что касается развития автотуризма на Дальнем Востоке, то географическая удаленность региона и природная привлекательность являются факторами отраслевого роста. Спрос на автомобильные туры в данном регионе подтверждается статистикой (рис. 4), в ТОП-3 входят Приморский и Хабаровский края, Республика Бурятия [13].

Для оценки уровня туристской автомобилизации Дальневосточного федерального округа (ДФО) были отобраны следующие показатели: протяженность дорог, число заправок и достопримечательностей. С использованием метода критериальной оценки и расчета интегрального показателя

проведено рейтингование субъектов ДФО по уровню автомобилизации (табл. 4).

Согласно исследованиям, лидируют Приморский край, Амурская область и Хабаровский край. Сахалинская область и Камчатский край имеют большой отрыв от лидеров, что объясняется, прежде всего, малой протяженностью дорог. При этом Сахалинская область выделяется островным положением и при небольшом количестве населения занимает 6-е место по объемам туристского потока (рис. 3), опережая более крупные регионы, такие как Забайкальский край и Республику Саха (Якутия), что говорит о большом интересе туристов к региону, при этом превосходит Камчатский край по числу достопримечательностей.

В настоящее время явные перспективы развития автотуризма в ДФО нивелируются недостатком доступных туров, что объясняется в том числе отсутствием системного подхода к разработке автомобильных туров с учетом их специфики. Для решения проблемы предложена авторская схема разработки регионального автотура, соответствующего потребностям целевой аудитории, с детализацией этапов проектирования тура (рис. 5).



Рис. 5. Схема разработки регионального автомобильного тура

Таблица 4

Автомобилизация субъектов ДФО по уровню развития инфраструктуры

Регионы	Протяженность дорог, км		Количество заправок		Кол-во достопримечательностей		Итого	Рейтинг
	Показатель	В баллах	Показатель	В баллах	Показатель	В баллах		
Приморский край	7204	2,210	336	5.000	145	5.000	4.070	1
Амурская область	16296	5.000	181	2.693	51	1.758	3.150	2
Хабаровский край	10520	3.227	218	3.244	90	3.103	3.191	3
Сахалинская область	2479	0.761	59	0.878	64	2.207	1.282	4
Камчатский край	3055	0.937	57	0.848	38	1.310	1.031	5

Источник: составлено авторами.

В рамках предложенной схемы и на основании первых двух этапов разработана концепция автомобильного тура на Сахалин – крупнейший остров России, который обладает многообразием природных зон и подходит для автотуристов с мотивацией экстремального и познавательного характера.

Исследование целевого рынка проводилось на основе анкетирования при помощи Google Forms в апреле 2024 г. Анкета состояла из 8 вопросов закрытого типа. Объем выборки 144 респондента, в исследовании использован метод случайной выборки. В выборочную совокупность попали респонденты по возрастному распределению в соответствии с генеральной совокупностью, охватывающей один из перспективных и активно развивающихся рынков – жителей Приморского края.

Результаты опроса свидетельствуют о высокой заинтересованности в посещении Сахалина, которую выразили 52,8% респондентов, при этом более половины, 51,4%, предпочли бы воспользоваться услугами турфирмы в связи со спецификой автодорог острова, 44% взяли бы автомобиль в прокат. При выборе концепции маршрута большинство опрошенных (47,3%) ориентируются на природные объекты вблизи Охотского моря и Анивской бухты, 25,7% – на гастрономическую составляющую, в том числе с рыбалкой и корейской кухней.

При выборе регионального маршрута был проведен анализ 35 существующих экскурсионных маршрутов в регионе на основе оценки деятельности 9 ведущих туроператоров внутреннего и въездного туризма: Просахалин, Сахтрэвэл, Сахтурист, Флагман-Тур, Амист, Дрим, Адреналинтур, Друзья-Походники, Твой Сахалин. Наиболее популярные варианты – экскурсии на Маяк Анива, мысы Кузнецова, Птичий, Великан, Крильон. При этом ограничено предложение двух-, трехдневных туров, акцент сделан на однодневный экскурсионный маршрут. В результате в предложенном автомобильном туре были отобраны следующие объекты (табл. 5).

При выборе регионального маршрута был проведен анализ 35 существующих экскурсионных маршрутов в регионе на основе оценки деятельности 9 ведущих туроператоров внутреннего и въездного туризма: Просахалин, Сахтрэвэл, Сахтурист, Флагман-Тур, Амист, Дрим, Адреналинтур, Друзья-Походники, Твой Сахалин. Наиболее популярные варианты – экскурсии на Маяк Анива, мысы Кузнецова, Птичий, Великан, Крильон. При этом ограничено предложение двух-, трехдневных туров, акцент сделан на однодневный экскурсионный маршрут. В результате в предложенном автомобильном туре были отобраны следующие объекты (табл. 5).

Таблица 5

Объекты туристского показа на маршруте «Путешествие по хвосту рыбы»

Объекты показа	Сводная информация
1) Южно-Сахалинск	Культурная и административная столица Сахалина. В городе много японских зданий и есть горнолыжный курорт
2) СПГ «Пригородное»	Первый в России завод по производству сжиженного газа
3) Озеро Буссе	Рыбалка и бёрдвотчинг в период сезонной миграции птиц
4) Мыс Евстафия	Мыс примечателен красотой и чистой водой на побережье
5) Маяк Анива	Маяк, построенный японцами, сейчас облюбовали чайки, привлекателен для фототуризма
6) Мыс Великан	На его территории причудливые каменные фигуры и скалы, а на берегу собираются тюлени и устраивают залежи

Выбор объектов для тура обусловлен возможностью совмещения познавательного и гастрономического видов туризма. Тур кольцевой и рассчитан на два дня с одной ночевкой, протяженность 357 км, началом маршрута является г. Южно-Сахалинск. На маршруте предложены точки питания и организованные остановки в г. Корсаков, с. Озёрное и с. Новиково. Питание осуществляется непосредственно в местах размещения, отдельно стоящих предприятиях питания, а также самостоятельно или предоставлением ланч-боксов. Целевая аудитория определена несколькими группами – экстремальные туристы и любители ярких впечатлений, готовые к длительным перелетам и отсутствию привычного комфорта. Информационная поддержка тура обеспечивается ресурсами Туристско-информационного центра Министерства туризма Сахалинской области.

Заключение

Автомобильный туризм в современных условиях приобретает все большую популярность в мировой и отечественной практике, при этом относительные показатели объемов автотуризма в Европе в значительной мере превышают уровень данного сегмента туризма в России. Развитие автотуризма решает целый ряд социальных и экономических задач, что требует системного подхода к расширению сети автодорог, созданию придорожной инфраструктуры, разработке автотуристских маршрутов и стандартов обслуживания, особое внимание требуется развитию автотуризма на Дальнем Востоке.

На основе критериальной оценки и интегрального показателя проведенное авторами рейтинговое исследование субъектов Дальнего Востока по общей совокупности автомобилизации выявило Сахалинскую область как перспективный регион в сегменте автотуризма. Предложенная авторами концепция автомобильного тура по острову Сахалин может быть рассмотрена как базовая на основе схемы разработки регионального автомобильного тура, включающей исследование рынка, выбор маршрута, разработку программы тура, планирование логистики, тестирование тура и как итог продвижение и продажу тура. Данная методика разработки регионального автомобильного турпродукта представляет собой комплексный подход к организации автомобильных туров и может быть адаптирована под конкретные условия и требования рынка.

ботку программы тура, планирование логистики, тестирование тура и как итог продвижение и продажу тура. Данная методика разработки регионального автомобильного турпродукта представляет собой комплексный подход к организации автомобильных туров и может быть адаптирована под конкретные условия и требования рынка.

Список литературы

1. Суханова Н.Е. Роль и место туризма во внешней политике России // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. 2010. № 10. С. 104–113.
2. Коннов Д.В., Долженко Д.В. Проблемы развития автотуризма в России // Вестник ММА. 2022. № 2. С. 234–239.
3. Минин Е.В. Трансформация транспортного обслуживания в сфере туризма России при действии экономических санкций: задачи и результаты // Экономика, предпринимательство и право. 2024. № 4. С. 1327–1340.
4. Штейнгольц Б.И., Назаркина В.А. Автомобильный туризм в современной России: точки роста // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2015. № 4. С. 225–231.
5. Гладская И.Г. Подходы к формированию туристских автокластеров // Сервис Plus. 2014. № 8. С. 152–161.
6. Оборин М.С. Караванинг как инновационный вид туризма // Современные проблемы сервиса и туризма. 2021. Т. 15, № 2. С. 37–46.
7. Валькова Т.М., Шабалин А.Д., Шабалина Н.В. Особенности развития автомобильного туризма в России // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Естественные науки. 2019. № 3. С. 56–66.
8. Кононов А.Ю., Макарова Ю.В., Удовенко Н.Г. Методические подходы к анализу автомобильного туризма в Российской Федерации // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета. 2023. № 1. С. 39–51.
9. Кононов А.Ю., Макарова Ю.В. Перспективы развития автомобильного туризма (на примере Приморского края) // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета. 2022. № 1. С. 58–75.
10. Гладская И.Г. Развитие автотуризма в регионе: проблемы моделирования // Сервис Plus. 2015. № 3. С. 27–33.
11. Prideaux B. Drive and car tourism: a perspective article // V. Tourism Review. 2019. С. 109–112.
12. Gricar S. Implementation of vector auto-regression models in tourism: state of the art analysis and further development // Tourism and Hospitality Management. 2023. С. 707–709.
13. Туристский поток. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (дата обращения: 04.06.2024).
14. Пугачев И.Н., Клиценко М.В., Куликов Ю.И. Особенности реализации нацпроекта «Туризм и индустрия гостеприимства» в условиях Дальнего Востока // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2021. № 4. С. 126–133.