

На правах рукописи

ТАМОВ АРСЕН ИНАЛЕВИЧ

**ОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ АВТОМОБИЛЬНЫМ
ТУРИЗМОМ В РЕГИОНАХ РОССИИ**

по специальности

**08.00.05.- «Экономика и управление народным хозяйством (экономика,
организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами - сфера
услуг)»**

Автореферат

диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Москва 2010

Работа выполнена на кафедре «Гостиничный и туристический бизнес»
ГОУВПО «Государственный университет управления»

Научный руководитель: доктор экономических наук, профессор
Чудновский Алексей Данилович

Официальные оппоненты: доктор экономических наук, профессор
Морозов Михаил Анатольевич

кандидат экономических наук
Гриштаков Василий Викторович

Ведущая организация: Санкт-Петербургский институт гостеприимства

Защита диссертации состоится 27 сентября 2010 г. в 14 часов на заседании диссертационного совета Д 212.049.07 в Государственном университете управления по адресу: 109542 Москва, Рязанский проспект, 99 в зале заседаний ученого совета.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке университета.

Отзывы на автореферат, заверенные печатью, просим направлять по адресу университета.

Автореферат разослан ____ августа 2010 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета Д 212.049.07
доктор экономических наук,
профессор

Т.В. Богданова

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. В настоящее время Россия не относится к лидирующей в туристской индустрии группе стран. В тоже время российские регионы обладают всеми необходимыми туристскими ресурсами для успешного развития внутреннего и въездного туризма, которые в данное время используются не в полном объеме вследствие роста цен на железнодорожные и авиабилеты, а также недостаточно гибкой ценовой политики российских средств размещения.

Опыт США и ряда стран ЕС показывает, что одним из наиболее экономически эффективных и не требующих значительных инвестиций направлений развития туристской индустрии является автомобильный туризм, и в том числе караванинг. Развитие этого направления туризма в России может существенно повлиять на темпы роста внутреннего и въездного туризма в нашей стране, увеличить товарооборот туристской отрасли, создать большое количество новых рабочих мест.

Вопросам эффективного управления автомобильным туризмом посвящено немало исследований. Вместе с тем, дальнейшее развитие туризма, появление новых его видов требуют решения проблем, связанных с необходимостью адекватного реагирования российских организаций, специализирующихся на автомобильном туризме, на существенное изменение как внешней, так и внутренней среды их функционирования. К сожалению, исследования в этой области носят разрозненный, фрагментарный характер и далеки пока от разработки комплексного методического обеспечения по развитию автомобильного туризма в России в современных и перспективных условиях.

Подытоживая вышесказанное, следует признать, что тема данного диссертационного исследования является, безусловно, актуальной и имеет как теоретическую, так и существенную практическую значимость. Диссертация представляет собой по существу одну из попыток системного исследования организации управления автомобильным туризмом, и в том числе караванингом, а также комплексной разработки организационных и методических рекомендаций по формированию в России эффективной системы организации и управления автомобильным туризмом. Решение данной задачи обеспечит развитие перспективных форм и методов эффективного управления сферой автомобильного туризма, как в отдельных российских регионах, так и в целом по стране, что объективно отвечает стратегическим задачам социально-экономического развития России.

Цель и задачи исследования. Целью диссертации является разработка теоретико-методического обеспечения по совершенствованию управления и организации автомобильного туризма в России в современных и перспективных условиях.

Данная цель определила необходимость постановки и решения следующих **основных задач:**

- исследование и обоснование роли автомобильного туризма в развитии внутреннего и въездного туризма в России;
- анализ зарубежного опыта развития автомобильного туризма, и в том числе караванинга;
- оценка состояния и возможностей развития автомобильного туризма и придорожной инфраструктуры в России с целью выявления проблем их организации и управления;
- определение ключевых направлений развития автомобильного туризма в России в увязке с решением актуальных социально-экономических задач на региональном уровне управления;
- разработка рекомендаций по формированию наиболее перспективных маршрутов автомобильного туризма в России;
- разработка и обоснование методики формирования придорожной туристской инфраструктуры в регионах, специализирующихся на развитии автомобильного туризма.

Объектом исследования являются российские организации мезо- и микроэкономического уровня управления, специализирующиеся на организации автомобильного туризма.

Предметом исследования являются экономические отношения в сфере автомобильного туризма, а также процессы взаимодействия экономических субъектов мезо- и микроэкономического уровня России и их функции по совершенствованию управления.

Методологическую основу исследования составляют системный подход к изучению проблем управления, комплексный экономический анализ, математическое моделирование. Автор в своем исследовании опирался на отечественные и зарубежные теоретические и методические разработки в области организации управления в сфере туризма, материалы и рекомендации научных конференций, симпозиумов и семинаров. В работе использована официальная нормативно-правовая документация по управлению туризмом. Базой аналитической работы послужили статистические данные, материалы международных организаций и Федеральной службы государственной статистики, публикации, личные опросы, наблюдения и выводы автора, полученные в ходе исследования. При разработке теоретических вопросов были использованы работы отечественных и зарубежных ученых, посвященные развитию теории организации, вопросам маркетинга и стратегического управления (О.С. Виханского, Г.Р. Латфуллина, В.Д. Марковой, Б.З. Мильнера, М.Х. Мэскона, М. Портера, М.Л.Разу, Р.А. Фатхутдинова и

др.), экономическим исследованиям в сфере туризма (А.Ю. Александровой, А.В.Бабкина, В.Г.Гуляева, Н.А.Зайцевой, Л.А.Ильиной, Ф. Котлера, А.С.Кускова, М.А.Морозова, О.Я.Осиповой, В.С.Сенина, Д.С.Ушакова, А.Д. Чудновского и др.).

Научная новизна исследования

В результате диссертационного исследования получены следующие **новые научные результаты**:

- проанализировано состояние развития туризма в российских регионах и обоснована перспективность развития автомобильного туризма в России с целью увеличения въездного и внутреннего туристского потока;
- исследованы особенности организации автомобильного туризма за рубежом, и в том числе караванинга, выявлены проблемы и перспективы его дальнейшего развития в России;
- разработана концепция управления развитием автомобильного туризма для регионального уровня управления, направленная на создание конкурентоспособного, соответствующего международным стандартам туристского продукта, позволяющего максимально эффективно использовать туристский потенциал российских регионов;
- сформулированы обязательные условия формирования туристских автомаршрутов и предложен перечень маршрутов автомобильного туризма с указанием: пунктов назначения и транзита, времени в пути, протяженности маршрута, необходимого количества кемпингов и видов туризма, удовлетворяемых на данном маршруте;
- разработана методика формирования инфраструктуры автомобильного туризма в российском регионе с учетом предпочтений целевого потребительского сегмента данной туристской территории.

Выполненное исследование позволяет комплексно решать проблемы эффективного управления автомобильным туризмом в России и повысить его конкурентоспособность на национальном и международном рынках.

Практическая значимость исследования состоит в том, что его результаты могут быть использованы для дальнейшего развития в России автомобильного туризма и организации нового вида туризма – караванинга. Разработанные в диссертации методические рекомендации представляют собой удобный практический материал для развития туризма на региональном уровне. Отдельные теоретические и прикладные результаты могут быть использованы в учебном процессе при разработке программ и пособий по управлению специализированными видами туризма.

Теоретическое значение исследования определяется развитием интереса к изучению развития автотуризма, и в том числе караванинга, в России. Результаты

исследования способствуют формированию в регионах России инфраструктуры автомобильного туризма и развитию на ее базе въездного и внутреннего туризма.

Апробация работы и внедрение результатов исследования

Основные научные положения, методические рекомендации и практические результаты диссертации докладывались и обсуждались на четырех научно-практических конференциях, в том числе на 23 – ей Всероссийской научной конференции молодых ученых и студентов «Реформы в России и проблемы управления» (Москва, ГУУ, 2008 г.), на 25-ой Всероссийской научной конференции молодых ученых «Реформы в России и проблемы управления» (Москва, ГУУ, 2010 г.), на Одиннадцатом всероссийском симпозиуме «Стратегическое планирование и развитие предприятий (Москва, ЦЭМИ РАН, 2010 г.), на Международной конференции «Социально-экономические проблемы общества в условиях кризисной экономики РФ» (Коломна, МГПИ, 2010).

Отдельные положения и рекомендации по совершенствованию организации автотуризма в России получили одобрение и были приняты к использованию в практической деятельности ряда организаций, занимающихся данным видом туризма. Некоторые результаты теоретических исследований использовались при подготовке спецкурсов и циклов лекций в учебном процессе в Государственном университете управления.

ПУБЛИКАЦИИ

Результаты диссертационного исследования отражены в 9 работах, написанных автором лично, общим объемом более 3 п.л. (лично автору принадлежит 3 п.л.). Из них 2 работы опубликованы в ведущих рецензируемых научных журналах и изданиях, определенных Высшей аттестационной комиссией.

Содержание и объем работы. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка используемой литературы и приложений. В работе 151 страница основного текста, 25 таблиц, 20 рисунков, 3 приложения. Список литературы включает 136 наименований.

СТРУКТУРА ДИССЕРТАЦИИ

Введение

Глава 1. Развитие автомобильного туризма в регионах России

1.1. Туристские регионы: понятие, роль в развитии социально-экономической политики и перспективы

1.2. Автомобильный туризм как средство развития въездного и внутреннего туризма в регионах России

1.3. Анализ зарубежного опыта развития караванинга

Глава 2. Проблемы организации и дальнейшего развития автомобильного туризма, в том числе караванинга, в России

2.1. Особенности развития автомобильного туризма, в том числе караванинга, в России: проблемы и перспективы

2.2. Оценка возможностей развития караванинга в России

2.3. Формирование инфраструктурной составляющей автомобильного туризма, и в том числе караванинга, в России

Глава 3. Методическое обеспечение управления развитием автомобильного туризма и организации караванинга в регионах России

3.1. Концепция управления развитием автомобильного туризма в регионах России

3.2. Методические рекомендации по формированию маршрутов автомобильного туризма, в том числе караванингов, в России

3.3. Методические рекомендации по формированию инфраструктуры автомобильного туризма, в том числе караванинга, в регионах России

Заключение

Список использованных источников

Приложения

II. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ДИССЕРТАЦИИ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ

1. Проанализировано состояние развития туризма в российских регионах и обоснована перспективность развития автомобильного туризма в России с целью увеличения въездного и внутреннего туристского потока.

В условиях перехода российской экономики к системе рыночных отношений в стране осуществляется процесс, связанный с усилением экономической самостоятельности и становлением основ финансово-бюджетной независимости регионов России. Знания о территориях, их ресурсах, производственном и экономическом потенциалах, методах управления и формах организации общественного хозяйства при этом являются одним из факторов их эффективного и динамичного использования.

Однако, потребность в знаниях о регионах, к сожалению, в настоящее время не подкрепляется соответствующими научными исследованиями. Среди специалистов, занимающихся проблемами развития регионального туризма, даже нет единодушия в определении понятия «туристский регион». В диссертации экономическая категория «туристский регион» рассматривается как территория, имеющая четко очерченные границы, располагающая объектами туристского показа и предлагающая набор услуг,

удовлетворяющий потребностям туристов, что способствует воспроизводству социальных, культурных и экономических процессов обеспечения жизни населения, обусловленных местом региона в системе территориального и общественного разделения труда. При этом туристский регион должен быть обязательно ориентирован на рациональное использование всех имеющихся на территории туристских ресурсов.

Туристские регионы существенно различаются, поэтому в диссертации выделены их виды на основе следующих классификационных признаков: по численности туристских прибытий, по количеству местного населения, по динамике туристских прибытий, по доле туристских прибытий/доходов туристского региона в общем объеме туристских прибытий/доходов в стране, по целям маршрута, по значимости сферы туризма.

Раскрытие сущности понятия «туристский регион» и рассмотрение его в качестве предмета научного исследования предполагает исследование тех функций, которые объективно присущи этому территориальному образованию (табл. 1).

Таблица 1

Функции туристского региона

Название экономической функции	Ее содержание
Предложение	Выражает зависимость объема туристских услуг от числа организаций в регионе, их доходов и финансовой стратегии
Спрос	Показывает зависимость платежеспособности всех субъектов регионального рынка от уровня их доходов и цен
Активность	Характеризует трудовую активность населения региона, его мотивацию и ориентированность
Специализация региона	Выступает в форме как внутренней, так и внешней функции. Внутренняя функция выражается в приоритетном развитии какой-либо одной или нескольких отраслей региональной экономики, имеющей доминирующее значение в региональном хозяйственном комплексе. Внешняя специализация туристского региона определяется тем объемом и структурой производства товаров и услуг, которые пойдут не только на удовлетворение внутрорегиональных потребностей, но и на их реализацию в других регионах страны
Региональное управление	Воспроизводство туристского региона как социально-экономической системы
Хозяйственная	Обеспечение устойчивого развития туристского региона, эффективного использования производственного и научного потенциала, создание в регионе необходимой рыночной конъюнктуры и конкуренции, а также его инвестиционной привлекательности
Демографическая	Обеспечение полной занятости населения, активизация социальных факторов, влияющих на естественный прирост, воспроизводство населения и формирование трудового потенциала туристского региона
Экологическая	Решение проблем, связанных с утилизацией отходов, снижением материалоемкости производства, очисткой сточных вод и т.д. Значение борьбы за чистоту окружающей среду важно, так как от этого зависит качество и условия жизни населения
Социальная	Обеспечение высокого уровня жизни местного населения туристского региона путем, например, полной занятости, жилищного строительства, проведения различного рода социальных программ

Таким образом, в настоящее время региональный туризм стал рассматриваться как экономическая категория, выражающая совокупность социально-экономических процессов и отношений в сфере маркетинговых исследований, производства, обмена и распределения между производителями и потребителями туристских услуг. В этих условиях объективно возникает необходимость анализа развития регионального туризма России.

Анализ современного состояния туризма в Российской Федерации показал, что в последние годы эта сфера в целом развивается стабильно и динамично (табл. 2). В России имеется положительный опыт развития регионального туризма: в субъектах РФ реализуется 65 региональных целевых программ развития туризма; в пяти регионах приняты концепции развития туризма; создано семь туристско-рекреационных зон. В тоже время очевидным является то, что туристский потенциал страны используется далеко не в полной мере (пока лишь на 20%), и создание условий для качественного отдыха на территории России российских и иностранных граждан требует более активного проведения государственной и региональной политики в сфере туризма.

Таблица 2

Текущее состояние туризма в России

Показатель	Значение
Доля доходов от туризма в ВВП РФ с учетом мультипликативного эффекта, %	6,7
Число рабочих мест в туризме от общей занятости (с учетом смежных отраслей), %	5,7
Доля инвестиций в основной капитал в туризме от общей объема инвестиций, %	12,1
Годовой прирост инвестиций в основной капитал в туризме, %	8,2
Объем услуг, предоставляемых средствами размещения в 2007 г., млрд. руб.	92 (+23%)
Общее количество мест в средствах размещения, млн.	1,25
Объем внутреннего туристского потока в 2008 г., млн. чел.	31,2 (+85)
Объем въездного туристского потока в 2008 г., млн. чел.	2,3 (+4%)
Средние расходы одного нерезидента, въехавшего на территорию РФ, долл. США	424 (+35%)

Источник: Актуальные вопросы государственного регулирования туризма в Российской Федерации // Туризм: право и экономика. – 2009.- № 2 (29). – с. 8-19.

К наиболее значимым проблемам развития туризма в России, требующим пристального внимания и серьезного подхода к их решению, относятся: недостаточное развитие туристской инфраструктуры и отсутствие, за редким исключением, практики создания субъектами Российской Федерации благоприятных условий для инвестиций при строительстве средств размещения и иных объектов туристского использования; наличие территориальных диспропорций в посещении туристами российских регионов, которые

свидетельствуют о наличии проблем инфраструктурного, маркетингового характера и низкой транспортной доступности территорий.

В условиях финансово-экономического кризиса, когда бизнес неохотно вкладывает средства в гостиничные проекты с длительным сроком окупаемости, для решения выделенных проблем необходим поиск новых проектов для инвестирования, в меньшей степени требовательных к наличию развитой туристской инфраструктуры. Развитие придорожной туристской инфраструктуры и автомобильного туризма являются одним из наиболее перспективных направлений инвестирования и могут изменить текущую ситуацию в российском туризме в лучшую сторону.

В настоящее время по экспертным оценкам до 15% российских туристов, а это около 4,6 млн. чел., путешествуют на автомобиле, то есть занимаются автомобильным туризмом, под которым понимаются путешествия людей в страны или местности, отличные от их постоянного места жительства, при этом основным средством их передвижения выступает частный или арендованный автотранспорт.

Обязательным условием развития автомобильного туризма является наличие разветвленной сети автодорог, высокая степень подвижности населения и автомобилизации. К сожалению, в настоящее время дальнейшее развитие автотуризма в России сдерживается из-за наличия следующих проблем: низкого технического уровня и несоответствия параметров дорог интенсивности движения и составу транспортного потока; регулярных перегрузок отдельных участков дорог; отставания темпов дорожного строительства от темпов роста автомобильного парка страны; невозможности обеспечения безопасности на дорогах автомобилистам; слабого уровня развития придорожной туристской инфраструктуры в России.

Низкий уровень развития придорожной туристской инфраструктуры в России объясняется наличием следующих сложностей: существованием диспропорции в системе услуг по обслуживанию автомобильных потоков; преобладанием на федеральных и региональных трассах отдельных быстро окупаемых проектов (АЗС, СТО, малых предприятий торговли и питания); малым количеством предложений по созданию многофункциональных комплексов; низким уровнем услуг и комфорта, технического оснащения и эстетичности внешнего вида придорожной туристской инфраструктуры; недостаточным уровнем развития конкуренции в сфере автотуризма.

В тоже время необходимо подчеркнуть, что в России имеются факторы, благоприятно влияющие на развитие придорожной туристской инфраструктуры, а именно: наличие значительных туристских ресурсов; развитая автодорожная сеть; рост автомобильного парка у населения; возрастающая мобильность населения; рост уровня

доходов и платежеспособности населения; увеличение спроса на внутренний туризм; наличие значительного потенциала и перспективы роста рынка услуг, оказываемых предприятиями сферы автотуризма.

2. Исследованы особенности организации автомобильного туризма за рубежом, и в том числе караванинга, выявлены проблемы и перспективы его дальнейшего развития в России.

Одним из самых популярных видов автомобильного туризма для жителей Европы, где хорошо развита система кемпингов, является караванинг. В 2008 г. общее количество автодомов в Европе составило 85459 единиц, а количество караванов - 105491 единиц (табл. 3-4).

Таблица 3

Количество вновь зарегистрированных караванов в странах Европы

Страна	2007 г.	2008 г.	Изменения в 2008 г. К 2007 г., %
Великобритания	35763	30348	-15,1
Германия	19067	19278	+1,1
Нидерланды	14629	12928	-11,6
Франция	12129	11076	-8,7%
Дания	8251	6916	-16,2
Швеция	6323	5656	-10,5
Норвегия	5462	4851	-11,2
Испания	4132	3564	-13,7
Италия	2902	2550	-12,1
Швейцария	1605	1570	-2,2
Финляндия	1830	1523	-16,8
Бельгия	1601	1422	-11,2
Австрия	905	832	-8,1
Португалия	671	470	-30,0
Словения	146	209	+43,2
Другие страны	2553	2298	-10,0
Итого:	117969	105491	-10,6

Источник: по данным Европейской Федерации Ассоциаций Кемпингов и Караван-стоянок (EFCA&HPA)

Средняя цена на автодома в Европе в 2000 г. составляла: 46000 евро, а в 2008 г. – 54250 евро (за новый автодом). Цена за караван в 2000 г. - 13300 евро, а в 2008 г. - 14650 евро за единицу.

Снижение объемов производства и некоторое снижение спроса на автодома и караваны в Европе с 2008 г. по настоящий момент обусловлено негативной экономической ситуацией в мире, ухудшением условий кредитования, как предприятий, так и частных лиц, ростом цен на топливо, а также ужесточением экологических норм.

Развитие караванинга в Европе стало возможным благодаря наличию широкой сети кемпингов. В Европе и США под кемпингом понимается лагерь для автотуристов с

оборудованной парковкой, туалетами, местами для палаток или домиками легкого типа. Кемпинг может также включать инфраструктуру сферы обслуживания (магазины, автомойки, станции технического обслуживания автомобилей и т.д.). В каждом кемпинге предусмотрен широкий спектр удобств: санитарные помещения, рестораны, магазины, спортивные площадки, развлекательные программы, возможность подключения к воде, электроэнергии, а в некоторых случаях к канализации, отоплению и газу.

Таблица 4

Количество вновь зарегистрированных автодомов в Европе

Страна	2007 г.	2008 г.	Изменения в 2008 г. К 2007 г., %
Франция	23614	21769	-7,8
Германия	19655	20920	+6,4
Италия	15037	11801	-21,5
Великобритания	11646	10099	-13,3
Швеция	3207	3434	+7,1
Бельгия	2546	2842	+11,6
Испания	3828	2668	-30,3
Финляндия	1830	2092	+14,3
Норвегия	1751	2086	+19,1
Нидерланды	1483	1808	+ 21,9
Швейцария	1489	1500	+0,7
Португалия	1027	830	-19,2
Австрия	677	694	+2,5
Словения	281	380	+35,2
Дания	459	298	-35,1
Другие страны	2370	2238	-5,6
Итого:	90900	85459	-6,0

Источник: по данным Европейской Федерации Ассоциаций Кемпингов и Караван-стоянок (EFCA&HPA)

Можно выделить несколько наиболее распространенных типов кемпингов:

1. Кемпинги с местами для сдачи в аренду - охраняемая территория для туристов, путешествующих на автодомах и караванах, с возможностью подключения к электросети, слива отработанной воды, заправки чистой воды, смены баллона с газом (бутан, пропан) и предоставлением следующих основных услуг: питание, экскурсии, сдача в аренду спортивного инвентаря и техники для отдыха, организованным вывозом мусора, наличием санитарного блока. Территория данных кемпинг площадок сдается в аренду, а также может сдаваться в субаренду.
2. Стационарные кемпинги – охраняемая территория с автодомами, караванами и мобильными домиками, возможно со стационарными строениями (мини-гостиницами), которые сдаются в аренду, а также оказание следующих основных услуг: питание, экскурсии, сдача в аренду спортивного инвентаря и техники для отдыха, организованным

вывозом мусора, наличием санитарного блока. Стационарные кемпинги, как правило, работают круглый год.

3. Бунгало, палаточные или коттеджные кемпинги – охраняемая территория с постройками для сдачи в аренду, местом общественного питания, организованным досугом отдыхающих. В качестве бунгало популярно использовать легкие мобильные домики из сэндвич-панелей с мебелью и отоплением.

Цены за пребывание на кемпинг-площадке в Европе зависят от ее звездности (категории), расположения (удаленность от водоема, туристского центра, спортивного объекта, национального парка и т.д.) и в среднем составляют 16-20 евро за ночь. Цена за пребывание на кемпинге может меняться в зависимости от сезона. К основным ценам могут быть добавлены дополнительные сборы за газ, электричество, аренду спортивного инвентаря, использование бассейна, экскурсионную программу, курортный сбор, страховку и прочее.

Оборот индустрии караванинга по Европе в целом по статистике Европейской Федерации Ассоциаций Кемпингов и Караван-стоянок (EFCO&HPA) за 2007 г. составил 28,3 млрд. евро, из которых: 5,6 млрд. евро - оборот рынка новых автодомов и караванов; 5,1 млрд. евро – оборот рынка бывших в употреблении автодомов и караванов; 1,2 млрд. евро – оборудование и аксессуары; 0,6 млрд. евро – сервис и обслуживание.

Организация караванинга в России также может стать важнейшим фактором развития въездного и внутреннего туризма, так как она предполагает: малозатратное освоение туристских зон; быструю самокупаемость; развитие придорожной инфраструктуры и сервиса; расширение гостиничного фонда; создание рабочих мест; возможность использования земель, запрещенных для застройки (санитарных зон, зон с плавучим грунтом, зон с высоко залегающими внутренними коммуникациями и т.д.); невысокую стоимость полноценного отдыха; рост имиджа России как страны, привлекательной для туризма.

Отсутствие статистической информации и единой информационной базы по развитию автотуризма в России делает необходимым проведение социологического исследования – анкетирования среди автотуристов с целью исследования проблем развития данной отрасли, а также потребностей российских туристов.

В диссертации используется анкетирование, проведенное группой специалистов Международной ассоциации развития свободных экономических зон (МАРСЭЗ). Всего в анкетировании приняло участие 750 чел., средний возраст респондентов составлял 37 лет, среди опрошенных преобладали мужчины – 88%. В ходе исследования выявлено, что большинство автотуристов предпочитают путешествовать с друзьями и семьей; среднее

количество людей в поездке составляет 4-5 человек; среднее максимальное расстояние в путешествии - 2,4 тыс. км; средняя максимальная продолжительность поездки - 15,4 дня. Излюбленными маршрутами российских караванеров являются туры: по «Золотому Кольцу»; на юг России; на Селигер; по Карелии; по озерам и рекам России (Волга, Ока); по Европе. При выборе мест отдыха автотуристы отдают предпочтение остановкам в местах с нетронутой природой.

Анкетирование помогло также выявить проблемы, с которыми российские автотуристы часто сталкиваются в дороге: низкое качество автодорог, малое количество кемпингов, беспредел ГИБДД, проблемы безопасности в пути, малый набор и низкое качество услуг, отсутствие информации по пути следования.

В целях определения емкости рынка в рамках данной диссертационной работы была проведена работа по обработке данных по ввозу в Россию автодомов и караванов. В Российскую Федерацию (по данным таможенных органов) с 2000 г. ввозится в среднем в год по 850 караванов и 1000 автодомов (без учета прицепов – используемых в торговле), как новых, так и бывших в употреблении. Средняя цена нового автодома в России составляет 73 тыс. евро, нового каравана 26 тыс. евро, что на 65 % выше европейских цен на данный вид техники, ввиду высоких таможенных пошлин, а также транспортных издержек.

Среди потребительских предпочтений россиян (согласно результатам опроса торговых компаний) лидируют бывшие в употреблении альковные автодома (от трех лет и старше) по цене от 1 млн. руб. до 1,5 млн. руб., а также подержанные караваны (от 5 лет) по цене 450 – 700 тыс. руб. Цены на аренду варьируются по России от 150 до 250 евро в сутки и зависят от длительности аренды и модели автодома, а также географического расположения торговой компании. Активный сезон проката автодомов и караванов: апрель-сентябрь, декабрь-январь. Средняя длительность аренды автодома, каравана по России составляет 6 дней.

К сожалению, в последнее время рост отрасли автотуризма замедлился. Для определения причин негативных тенденций, перспектив и возможностей развития отрасли в диссертации был проведен анализ развития автотуризма в России (рис. 1).

Согласно прогнозам специалистов, к 2015-2020 гг. доля автотранспорта в России увеличится практически вдвое, что потребует дальнейшего развития придорожной туристской инфраструктуры.

В ряде российских регионов к вопросу развития автомобильного туризма уже в настоящее время подошли очень серьезно, что нашло свое отражение в разработке ряда программ и концепций развития придорожной инфраструктуры (Московская,

Ленинградская, Свердловская, Рязанская, Тверская и другие области), в том числе кемпингов. Данные программы предполагают осуществление ряда мероприятий по совершенствованию и развитию дорожной сети и размещению объектов придорожной инфраструктуры.

<p>Сильные стороны / преимущества:</p> <ul style="list-style-type: none"> - мобильность автодома, вариативность путешествия; - большой потенциал въездного туристского потока (только в Европе насчитывается 5400000 караванеров); - значительный природно-экологический, историко-культурный и рекреационный потенциал; - реализация региональных программ по развитию дорожной и придорожной инфраструктуры; - тенденции к переориентации туристических операторов на внутренний рынок; - рост объема в России внутреннего туристского потока (около 10% в год); - положительные тенденции развития «туризма выходного дня», «агро туризма», «экологического туризма», «событийного туризма»; - факт перенасыщения европейской отрасли караванинга – ожидаемая экспансия в Россию; - наличие в стране крупных консалтинговых и венчурных компаний, способных стимулировать привлечение компаний из малого и среднего бизнеса; - наличие особых экономических зон, на территориях которых действует особый режим предпринимательской деятельности; - развитие информационных ресурсов. 	<p>Слабые стороны / недостатки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - низкий уровень развития придорожной инфраструктуры, нехватка мест размещения (мини отелей, кемпингов, мотелей, отелей, организованных мест отдыха, стоянок); - низкое качество придорожного сервиса и высокие цены на размещение; - неоправданно высокие цены на автодома и караваны; - высокие цены на аренду автодомов и караванов (до 50 % выше, чем в Европе); - отсутствие поддержки со стороны государства, слабая поддержка на региональном уровне; - высокие цены на аренду земельных участков в регионах с высокой туристской привлекательностью; - низкое качество и плотность дорог во многих регионах; - низкая информированность о существовании караванинга в России, как внутри страны, так и за ее пределами; - недостаточный уровень маркетингового продвижения (как на внутреннем, так и на внешнем рынках) туристского потенциала России и субъектов; - отсутствие сильных отраслевых структур (союзов, ассоциаций, клубов, федераций по караванингу и автотуризму); - пробелы в нормативно-правовом обеспечении; - отсутствие отечественных производителей автодомов и караванов; - высокие таможенные пошлины на импортируемые автодома и караваны; - отсутствие единых норм и стандартов по созданию кемпинговой инфраструктуры; - низкий уровень конкуренции на рынке караванинга, недостаточное число торговых компаний в сфере караванинга; - отсутствие авторизованных сервисных станций для автодомов и караванов; - сложившийся имидж России в Европе, как страны непривлекательной для туризма; - низкий уровень безопасности
<p>Возможности / потенциал:</p> <ul style="list-style-type: none"> - привлечение инвесторов и развитие инфраструктуры для караванинга; - развитие аренды и лизинга; - поддержка отрасли на государственном и региональном уровне; - рост внутреннего и въездного туризма; - развитие национальных парков; освоение территорий с запретами на стационарное строительство; - развитие информационных ресурсов; - появление отраслевых объединений; - развитие российского производства автодомов; - увеличение числа торговых компаний по продаже и аренде автодомов. 	<p>Угрозы / риски:</p> <ul style="list-style-type: none"> - стихийное нерегулируемое развитие отрасли; - сохранение диспропорции между ценой и качеством услуг; - отсутствие внимания к отрасли со стороны федеральной и региональных власти; - сохранение заградительных ввозных таможенных пошлин; - снижение уровня жизни населения.

Рис.1. SWOT-анализ развития автотуризма в России

Согласно результатам исследования индекса качества жизни населения и экономической активности населения Российской Федерации, центрами концентрации целевой аудитории автотуризма и караванинга в России являются Белгородская, Воронежская, Калужская, Костромская, Липецкая, Московская, Смоленская, Тверская,

Ярославская области и Москва в Центральном федеральном округе. В Северо-западном федеральном округе лидируют: Санкт – Петербург, Ленинградская, Калининградская области. В Южном федеральном округе основная концентрация целевых групп распределена по Ставропольскому, Краснодарскому краям, Волгоградской, Ростовской и Астраханской областям. В Приволжском федеральном округе выделяются Пермский край, Нижегородская, Самарская области, а также республика Башкортостан. В Уральском федеральном округе основными по концентрации целевых групп являются Свердловская, Тюменская и Челябинские области (табл.5).

Таблица 5

Наиболее перспективные территории для развития придорожной туристской
инфраструктуры

Территория (класс-тер)	Субъекты Российской Федерации	Вид туризма	Достопримечательности	Трассы
1.	Республика Карелия, Ленинградская область, г.Санкт-Петербург.	Экскурсионно-познавательный туризм,	г.Санкт-Петербург, исторические объекты городов Ленинградской области	M10, M11, M18, M20
2.	Республика Карелия, Ленинградская область.	Активный отдых, охота, рыбалка, спортивный туризм	Природные объекты Карелии	M18
3.	Новгородская область, Псковская область.	Экскурсионно-познавательный туризм	Исторические объекты городов	M10, M20
4.	Новгородская область, Тверская область.	Экскурсионно-познавательный туризм, Активный отдых	Природные объекты Валдайской возвышенности	M9, M10
5.	Владимирская область, Вологодская область, Ивановская область, Костромская область, Московская область, Тверская область, Ярославская область.	Экскурсионно-познавательный туризм выходного дня	Исторические объекты городов «Золотого кольца»	M7, M8
6.	Белгородская область, Брянская область, Волгоградская область, Воронежская область, Курская область, Липецкая область, Орловская область, Ростовская область, Рязанская область, Тамбовская область, Тульская область.	Транзитный автотуризм в направлении курортов Юга России	Транзит, региональные и местные достопримечательности	M2, M3, M4, M6
7.	Республика Татарстан, Чувашская Республика, Самарская область, Саратовская область, Ульяновская область.	Экскурсионно-познавательный туризм	Исторические объекты, Природные объекты Поволжья	M5, M7
8.	Республика Башкортостан, Челябинская область	Активный отдых, спортивный туризм	Природные объекты Южного Урала	M5
9.	Астраханская область	Активный отдых, охота, рыбалка	Природные объекты дельты р.Волга и Каспийского моря	M6

Территория (кластер)	Субъекты Российской Федерации	Вид туризма	Достопримечательности	Трассы
10.	Республика Дагестан	Пляжный отдых, Экскурсионно-познавательный туризм	Природные объекты Каспийского моря, древние города Дагестана	М29
11.	Кабардино-Балкарская Республика, Карачаево-Черкесская Республика, Ставропольский край.	Санаторно-курортный, бальнеологический, спортивный туризм.	Кавказские минеральные воды, Большой Кавказ.	М29
12.	Краснодарский край, Ростовская область	Санаторно-курортный, бальнеологический туризм, пляжный отдых	Побережья Азовского и Черного морей	М4
13.	Республика Алтай, Республика Хакасия, Алтайский край,	Активный отдых, спортивный туризм	Горные системы Алтая и Саян	М53
14.	Республика Бурятия, Иркутская область.	Активный отдых, спортивный туризм	Озеро Байкал	М55

Источник: материалы исследований Ростуризма

К приоритетным направлениям для строительства придорожной туристской инфраструктуры относятся: Москва – Тверь – С.-Петербург (М10); трасса С.-Петербург – Псков (М20); трасса Москва – Владимир – Нижний Новгород – Казань (М7); в пределах Золотого Кольца (М7, М8); южное направление – на Воронеж, Ростов-на-Дону, Астрахань, Краснодар, Сочи (М2, М3, М4, М6, М27); приграничные трассы, как рокадные, так и радиальные.

По мнению экспертов наиболее эффективной организацией бытового и технического обслуживания участников дорожного движения является объединение объектов дорожного сервиса в различные виды комплексов обслуживания, в том числе в кемпинги, что позволяет подводить общие коммуникации, объединять источники водо-, тепло- и энергоснабжения, строить общие бытовые помещения, подъезды и стоянки, а также значительно улучшать обслуживание путешествующих туристов.

Анализ европейского опыта организации кемпинг-стоянок, а также требований российского законодательства и большинства российских автотуристов (по результатам анкетирования) позволил в диссертации сформировать минимальный (обязательный) перечень услуг, которые должны оказываться на территории кемпинга: удобная, соответствующая существующим стандартам, автостоянка; просторная чистая территория для размещения палаток, отделенная от автостоянки; наличие чистых туалетов, теплого душа; услуги общественного питания; услуги магазина; проживания в домиках, коттеджах; наличие мусоросборников; наличие общественной кухни; обеспечение безопасности. На кемпинге дополнительно могут оказываться также следующие платные

услуги: экскурсионные; аренда спортивного инвентаря, палаток; техническое обслуживание; развлекательные мероприятия; услуги детских площадок, связи (в т.ч. интернет); прокат лошадей, квадрациклов и др. Дополнительный набор услуг и мощность кемпинга определяется индивидуально для каждого объекта на основе анализа следующих факторов: существующего турпотока в данном регионе; целевых групп потребителей (потребности); конкурентной среды; инфраструктурных возможностей и ограничений; экономической целесообразности (размер арендной платы за землю, требуемый объем инвестиций, внутренняя норма доходности, чистая прибыль и т.д.).

На основе анализа современного состояния развития автомобильного туризма и караванинга в России, в диссертации был проведен SWOT-анализ организации кемпингов (рис.2).

<p>Сильные стороны</p> <ul style="list-style-type: none"> • высокая потребность в услугах кемпингов; • незначительный объем инвестиционных средств; • быстрая окупаемость бизнеса; • высокая социальная значимость; • широкие возможности для участия малого и среднего бизнеса; • низкое давление административного фактора. 	<p>Слабые стороны</p> <ul style="list-style-type: none"> • низкое качество и незначительный набор услуг; • проблемы инфраструктурного характера (дороги, инженерная инфраструктура); • воздействие криминала; • слабый маркетинг; • теневой характер.
<p>Угрозы</p> <ul style="list-style-type: none"> • стихийное нерегулируемое развитие кемпингов; • возрастание давления криминала и административного фактора; • снижение уровня доходов, мобильности населения; • сохранение ввозных таможенных пошлин на автомобили (особенно караваны, автодома). 	<p>Перспективы</p> <ul style="list-style-type: none"> • рост поддержки со стороны региональных властей; • появление межрегиональных проектов, участие крупного бизнеса; • комплексный подход при создании кемпингов; • маркетинговая стратегия и развитие информационных ресурсов; • широкое развитие караванинга; • появление отраслевых объединений; • преодоление «узких» мест (ограничения ГИБДД, развитие российского производства автодомов и т.д.)

Рис. 2. SWOT-анализ формирования кемпингов в российских регионах

Однако, несмотря на наличие таких сильных и привлекательных сторон инвестирования в кемпинги, как быстрая окупаемость, невысокий объем инвестиционных средств и значительная потребность в услугах кемпингов, тем не менее, на сегодняшний день инвесторы не торопятся вкладывать средства в строительство придорожной инфраструктуры, что связано с наличием целого комплекса проблем: отсутствием необходимой инфраструктуры; высоким уровнем налогов; отсутствием необходимого земельного участка в собственности или наличием высокой арендной платы; существованием «административных барьеров»; отсутствием поддержки региональных властей; давлением криминала. Поэтому на региональном уровне в рамках реализации проектов по созданию кемпингов целесообразно предусмотреть: освобождение от уплаты региональной части налога на прибыль, на имущество и земельного налога до срока

окупаемости капитальных вложений; снятие ограничений на перенос убытков на последующие налоговые периоды; использование ускоренного механизма амортизации собственных основных средств; предоставление земельных участков на льготных условиях; введение упрощенного режима администрирования; включение проектов развития придорожной инфраструктуры, в том числе кемпингов, в региональные программы.

3. Разработана концепция управления развитием автомобильного туризма для регионального уровня управления, направленная на создание конкурентоспособного, соответствующего международным стандартам туристского продукта, позволяющего максимально эффективно использовать туристский потенциал российских регионов.

В самой общей формулировке цель управления автомобильным туризмом, вытекающая из логики социально-экономического развития России, состоит в формировании конкурентоспособного, соответствующего международным стандартам туристского продукта в сфере автомобильного туризма, позволяющего максимально эффективно использовать природно-рекреационный и историко-культурный потенциал отдельных российских регионов для стабилизации их социально-экономического развития. Наиболее эффективный путь достижения сформулированной таким образом цели управления развитием автомобильного туризма лежит в русле формирования концепции управления развитием автомобильного туризма, представляющей собой комплекс методического обеспечения по совершенствованию управления сферой данного вида туризма (рис.3) .

Цель Концепции	научное обоснование приоритетных направлений формирования конкурентоспособного, соответствующего международным стандартам туристского продукта в сфере автомобильного туризма, позволяющего максимально эффективно использовать природно-рекреационный и историко-культурный потенциал отдельных российских регионов для стабилизации их социально-экономического развития	
Задачи Концепции	Экономические	<ul style="list-style-type: none"> • увеличение экономической роли автомобильного туризма в рекреационно-туристском комплексе региона и создание регионального мультипликационного эффекта (развитие связанных с туристской деятельностью отраслей); • обеспечение участия региона в системе межрегионального разделения труда как крупного центра автомобильного туризма; • содействие привлечению иностранных и национальных инвесторов в развитие автомобильного туризма, в том числе караванинга; • повышение экономической эффективности использования и охраны имеющихся в регионе культурно-исторических, рекреационных и бальнеологических ресурсов; • внедрение в систему управления автомобильным туризмом экономических методов стимулирования развития средств размещения туристов (в том числе кемпингов), развития исконных промыслов и ремесел в регионе (залогово-возвратных схем, льготных тарифов, путем предоставления льготных кредитов, внедрения программы частичной компенсации процентов по кредитам, создания регионального экономического фонда развития автомобильного туризма в рамках программы поддержки развития предпринимательства); • создание (при долевым финансировании государства и частных инвестиций) интегрированной системы информационной поддержки автомобильного туризма (в том числе караванинга), обеспечивающей предоставление субъектам туристской деятельности эффективных маркетинговых услуг по продвижению их предложений; • поддержка создания в регионе современных средств размещения туристов (в том числе кемпингов) с сертификацией качества услуг на уровне общероссийских стандартов; • поддержка программ развития автомобильного туризма, с целью обеспечения занятости населения.
	Социальные	<ul style="list-style-type: none"> • создание условий для социальной стабильности в регионе; • повышение качества обслуживания туристов как важнейшего элемента развития сферы услуг в регионе; • расширение сферы занятости местного населения и создания новых рабочих мест; • сохранение и возрождение в регионе культурного наследия (традиций, обрядов, ремесел, памятников природы, истории, религии и культуры).
	Экологические	<ul style="list-style-type: none"> • эффективное использование, охрана и восстановление природных рекреационных ресурсов региона как важной части его природно-ресурсного потенциала; • минимизация антропогенного воздействия автомобильного туризма на состояние окружающей природной среды, природных ресурсов и состояние здоровья населения российских регионов.
Основные полномочия органов исполнительной власти региона в развитии автомобильного туризма	К полномочиям органов исполнительной власти региона	<ul style="list-style-type: none"> - организация исполнения законодательных и иных нормативных правовых актов о туризме; - осуществление федеральной и региональной политики в сфере автомобильного туризма; - разработка и представление на утверждение региональным органам власти целевых программ развития сферы автомобильного туризма; - принятие нормативных правовых актов, регулирующих туристскую деятельность на территории региона в соответствии с федеральным и региональным законодательством; - принятие решений о включении вопросов туризма в соглашения о сотрудничестве с органами государственной власти субъектов Российской Федерации и иностранными государствами, в рамках установленных федеральным законодательством, а также определение порядка реализации указанных соглашений; - формирование регионального бюджета в части расходов на развитие автомобильного туризма и соответствующих фондов развития туризма; - утверждение порядка введения количественных ограничений посещения туристско-экскурсионных объектов, входящих в состав туристских ресурсов, связанное с необходимостью их сохранения от деградации и разрушения, регулирование антропогенных нагрузок

		<p>на туристские ресурсы, и перечня туристско-экскурсионных объектов, подлежащих такому ограничению;</p> <ul style="list-style-type: none"> - межотраслевая и территориальная координация деятельности государственных органов и организаций сферы туризма всех форм собственности по реализации федеральных и региональных программ развития сферы автомобильного туризма; - участие в разработке нормативной базы, регулирующей социальные, экономические и экологические аспекты развития автомобильного туризма; - разработка стратегии развития автомобильного туризма (в том числе караванинга) в регионе; - прогнозирование и региональное планирование развития сферы туризма, гостиничного хозяйства и курортов; - организация разработки и реализации ведомственных, региональных, аналитических и долгосрочных программ развития автомобильного туризма в регионе; - разработка проектов программ привлечения инвестиций в развитие сферы автомобильного туризма в регионе; - ведение учетной и информационно-аналитической деятельности в сфере автомобильного туризма, создание, обновление, ведение и издание реестра туристских ресурсов региона; - осуществление мониторинга туристских ресурсов региона и контроля за их рациональным использованием, принятие мер по их сохранению и восстановлению; - участие в рекламно-информационном обеспечении сферы автомобильного туризма региона; - организация работы по продвижению региона как территории комфортной для развития автомобильного туризма; - содействие кадровому обеспечению сферы автомобильного туризма региона; - информирование туристов и туристских организаций об угрозе безопасности туристов на территории региона; - иные вопросы, предусмотренные действующим законодательством.
	К полномочиям органов местного самоуправления	<ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать, утверждать и организовывать реализацию муниципальных целевых программ развития сферы автомобильного туризма на территории муниципального образования; - анализировать влияние сферы туризма на социально-экономическое развитие муниципального образования; - оказывать поддержку субъектам сферы туризма, комплексно представляющим сферу автомобильного туризма территории на международном и внутреннем туристских рынках; - способствовать активизации инвестиционной деятельности в сфере автомобильного туризма в муниципальном образовании; - участвовать в качестве партнеров в программах сотрудничества с Европейским Союзом и иными заинтересованными международными организациями в сфере туризма; - осуществлять иные полномочия, предусмотренные федеральным, областным законодательством и нормативными правовыми актами органов местного самоуправления муниципальных образований.
Приоритетные направления развития автомобильного туризма	Совершенствование нормативно-правового обеспечения автомобильного туризма	<ul style="list-style-type: none"> • подготовка предложений федеральным органам исполнительной власти для внесения изменений и дополнений в действующее законодательство и нормативно-правовые акты, содействующие развитию автомобильного туризма, (в том числе караванингу); • совершенствование действующих, разработка и внедрение новых кредитно-финансовых механизмов поддержки субъектов малого предпринимательства в сфере формирования придорожной инфраструктуры и поддержке автомобильного туризма; • совершенствование механизмов налогообложения в рамках полномочий органов исполнительной власти и местного самоуправления в результате пересмотра нормативно-правовых актов, которые направлены на упорядочение ставок местных налогов и сборов, стоимости патентов, арендной платы, стимулирующих создание новых рабочих мест в регионе и др.
	Научно-методическая поддержка	<ul style="list-style-type: none"> • изучение состояния рекреационных, бальнеологических ресурсов и рекреационного потенциала региона; • проведение поэтапной инвентаризации и оценки состояния природных, производственно-экономических и социокультурных объектов, используемых в туристских целях; • создание информационных банков данных (в т. ч. в сети Интернет) о программах и маршрутах автомобильного туризма (в том числе караванинга) на территории региона, а также инвестиционных площадках для развития автомобильного туризма; • проведение инвентаризации средств размещения (в том числе кемпингов), а также их аккредитации и сертификации; • разработка комплекса методик учета туристских потоков, прибывших в регион; • составление реестров природно-рекреационных и лечебных ресурсов региона на геоинформационной основе;

	<ul style="list-style-type: none"> • обоснование вариантов рекреационного освоения региона на основе создания национальных и региональных ландшафтных парков, восстановления усадебных парков и других объектов природно-заповедного фонда, позволяющих сочетать природоохранные и рекреационные функции территории; • научное обоснование подходов к социологическому и маркетинговому изучению туристских потоков и потребностей туристов: обеспечение представительности выборок по контингенту опрашиваемых, изучаемому региону и учреждениям, сопоставимости результатов.
Управление и маркетинг в автомобильном туризме	<ul style="list-style-type: none"> • установление конструктивного диалога и партнерства между органами власти и частным бизнесом; • определение приоритетности целей и их разделения во времени, то есть определение долго-, средне- и краткосрочных целей; • поиск таких потребительских качеств имеющегося туристского продукта, которые бы заинтересовали потенциальных потребителей; • поиск тех потенциальных потребителей, которые заинтересованы в предлагаемом туристском продукте.
Подготовка специалистов для автомобильного туризма	<ul style="list-style-type: none"> • организация ежегодных целевых семинаров специалистов муниципальных образований, отвечающих за развитие автомобильного туризма, владельцев кемпингов; • организация подготовки квалифицированных специалистов для туристского и гостиничного комплекса регионов.
Мониторинг	<ul style="list-style-type: none"> • финансовое обеспечение реализации Концепции осуществляется за счет средств регионального бюджета, местных бюджетов, а также внебюджетных источников финансирования, в том числе международных организаций, использование которых определяется в порядке, установленном Российской Федерацией; • контроль за деятельностью субъектов сферы автотуризма осуществляется соответствующими органами государственной власти Российской Федерации и органами государственной власти регионов в пределах их компетенции; • концепция может дополняться, уточняться и совершенствоваться по мере изменения социально-политического и экономического положения в стране и регионе; • результаты развития автомобильного туризма в регионе должны освещаться в региональных средствах массовой информации
Ожидаемые результаты от реализации Концепции	<ul style="list-style-type: none"> • увеличение количества туристов, посещающих регион; • рост количества средств размещения (в том числе кемпингов); • увеличение реализации в регионе продуктов местного производства; • повышение уровня занятости в регионе; • рост числа предприятий малого бизнеса в регионе; • рост доходов и повышение жизненного уровня местного населения региона при относительно небольших финансовых затратах; • рост поступлений в местные бюджеты; • сохранение местных достопримечательностей, местных обычаев, фольклора, народных промыслов; • развитие инженерной и социальной инфраструктуры; • развитие сферы услуг за счет расширения ассортимента туристских услуг; • рост деловой инициативы населения за счет собственных финансовых, имущественных, трудовых, интеллектуальных ресурсов региона; • совершенствование профессионального уровня местного населения, занятого в туризме.

Рис. 3. Концепция развития автомобильного туризма в российском регионе

4. Сформулированы обязательные условия формирования туристских автомаршрутов и предложен перечень маршрутов автомобильного туризма с указанием: пунктов назначения и транзита, времени в пути, протяженности маршрута, необходимого количества кемпингов и видов туризма, удовлетворяемых на данном маршруте.

В различных регионах России имеется большое количество природных, историко-культурных и иных туристских объектов, привлекающих внимание российских и иностранных туристов, что делает возможным формирование разнообразных туристских автомаршрутов. При создании маршрутов целесообразно, чтобы на пути следования туристов встречались разнообразные объекты, способные удовлетворить многообразные потребительские предпочтения туристов (познавательно-этнические, экологические, обзорные и т.д.). Территории многих российских регионов имеют значительный потенциал по составлению таких разнообразных маршрутов. Обязательным условием создания маршрутов помимо привлекательных объектов является наличие разветвленной транспортной сети. Кроме того, при выделении маршрута необходимо учитывать, что оптимальная длина автомаршрута – 1,5-2,5 тыс. км, среднее время прохождения маршрута – 10-15 дней в зависимости от числа остановок. В диссертации разработано ряд маршрутов автомобильного туризма, предполагающих дальнейшее развитие данного вида туризма в России (табл.6).

5. Разработана методика формирования инфраструктуры автомобильного туризма в российском регионе с учетом предпочтений целевого потребительского сегмента данной туристской территории.

Развитие автомобильного туризма, и в том числе караванинга, в России невозможно без создания современной комфортабельной придорожной инфраструктуры. К сожалению, сложившаяся в Российской Федерации практика размещения объектов придорожной туристской инфраструктуры пока не соответствует международным и российским требованиям по обеспеченности автомобильных дорог объектами дорожного сервиса. Для оптимизации структуры придорожной инфраструктуры, обеспечения выполнения существующих норм (стандартов) и предоставления комфортных условий пребывания автотуристов в путешествии, а также достижения максимального экономического эффекта, в диссертации разработана методика формирования придорожной инфраструктуры для развития автомобильного туризма, в том числе караванинга (рис. 4). Данная методика отвечает существующим стандартам и требованиям, а также построена на использовании лучшего российского и зарубежного опыта развития автотуризма и в том числе караванинга.

Таблица 6

Предлагаемые маршруты автомобильного туризма, в том числе караванинга, в России

Название маршрута	Пункты маршрут	Время в пути, дн.	Протяженность маршрута, км	Необходимое количество кемпингов	Виды туризма, удовлетворяемые на данном маршруте
Бирюзовая Катунь и Алтайская долина	Новосибирск – Камень-на-Оби – Барнаул – Бийск – Белокуриха – «Бирюзовая Катунь» - Тюнгур (подножье Белухи) – «Манжерок» - «Алтайская долина» - Бийск – Телецкое озеро» - Барнаул – Новосибирск	8-15	2000	8-10	Экологический, развлекательный, спортивный, этнический, культурно-исторический
Ворота Байкала и Байкальская гавань	Иркутск – о. Ольхон – «Ворота Байкала» - Листвянка – Слюдянка – Кырен (Тункинская котловина) – Усть-Баргузин (п-в Святой нос) – «Байкальская гавань» - Улан-Удэ – Кяхта – Гусиноозерск – Байкальск – Иркутск	8-12	1800	7-9	Экологический, развлекательный, водный, событийный, культурно-исторический, развлекательный, этнический.
Гранд Спа Юца	Волгоград – Волжский – Ахтубинск – Баскунчак – Астрахань – Элиста – оз. Маныч-Гудило – Буденновск – «Гранд Спа Юца» - Кисловодск – Черкесск – Ставрополь – Ростов-на-Дону – Волгоград.	12-15	2000	8-10	Экологический, развлекательный, событийный, культурно-исторический, пляжный.
Новая Анапа	Ростов-на-Дону – Тимашевск – Анапа – «Новая Анапа» - Новороссийск – Геленджик – Сочи - Сухум – Красная поляна - Джугба – Горячий ключ – Краснодар – Ейск – Ростов-на-Дону.	6-15	1000	6-8	Пляжный, развлекательный, событийный, культурно-исторический, спортивный.
Куршская коса	Берлин – Щецин – Кошалин – Гданьск – Калининград – Светлогорск – «Куршская коса» - Ольштын – Варшава – Познань – Берлин.	6-15	1400	7-9	Пляжный, развлекательный, событийный, культурно-исторический, спортивный.

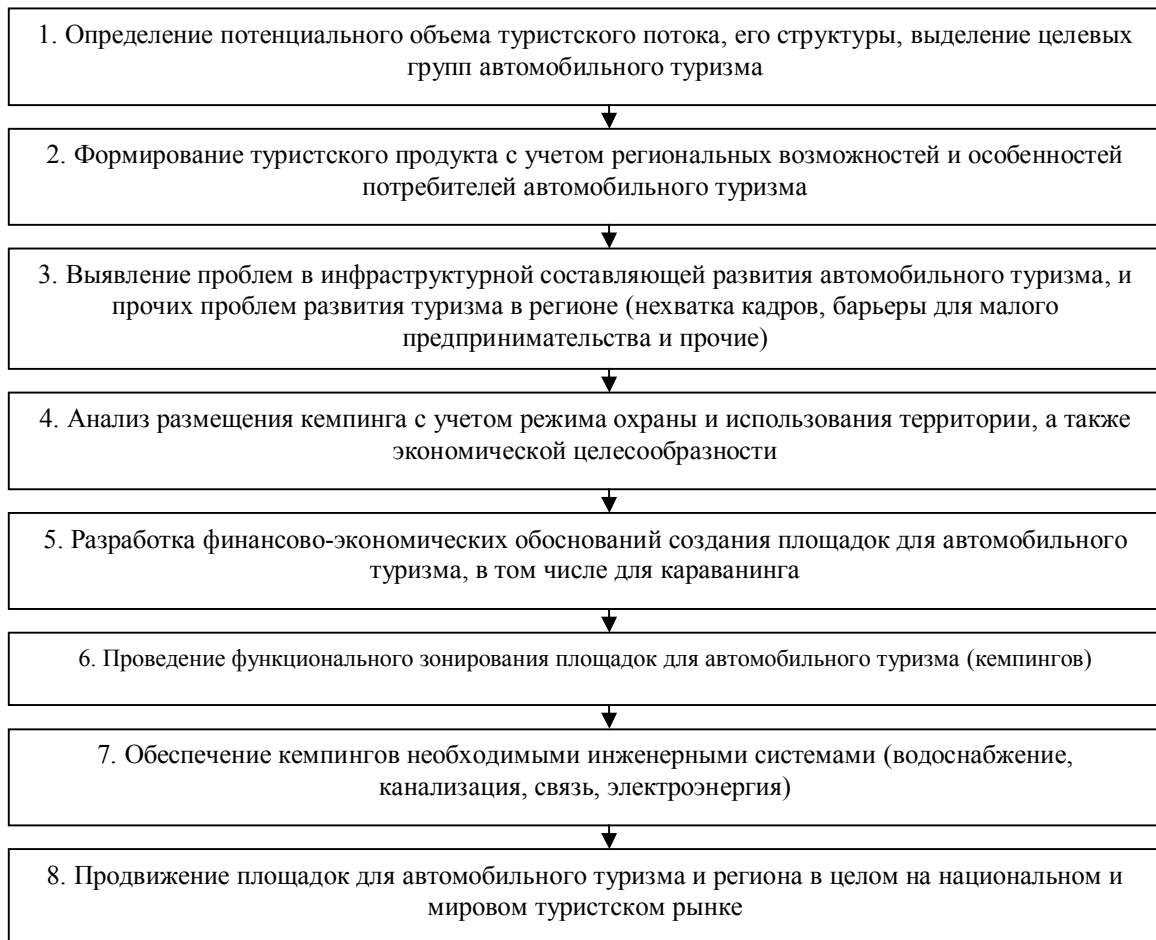


Рис. 4. Методика формирования инфраструктуры автомобильного туризма в российском регионе

III. ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

На основании проведенных исследований можно сформулировать следующие выводы и предложения:

1. Одним из самых популярных видов туризма для жителей Европы является автомобильный туризм, и в том числе караванинг, который может стать важнейшим фактором повышения интереса европейских и российских туристов к природным и историко-культурным ресурсам России. В диссертации определены преимущества развития автотуризма в России, к которым автор относит: малозатратное освоение туристских зон; быстрая самоокупаемость; развитие придорожной туристской инфраструктуры; расширение гостиничного фонда; создание новых рабочих мест; возможность использования земель, запрещенных для застройки; развитие внутреннего и въездного туризма (туризма выходного дня); невысокая стоимость полноценного отдыха; рост имиджа России как страны, привлекательной для туризма.

2. Анализ рынка автотуризма показал, что потенциал его развития в России не реализован в полной мере. В диссертации на основе исследования социально-экономических аспектов жизни российского населения определены центры концентрации целевой аудитории автотуризма и караванинга в России, а также выявлены приоритетные направления для строительства придорожной туристской инфраструктуры.
3. На основе анализа современного состояния развития автомобильного туризма и караванинга в России, в диссертации был проведен SWOT-анализ целесообразности создания кемпингов, выявлены причины, препятствующие процессу создания кемпингов в России, и предложены пути их решения, а именно: освобождение от уплаты региональной части налога на прибыль, на имущество и земельного налога до срока окупаемости капитальных вложений; снятие ограничений на перенос убытков на последующие налоговые периоды; использование ускоренного механизма амортизации собственных основных средств; предоставление земельных участков на льготных условиях; введение упрощенного режима администрирования; включение проектов развития придорожной инфраструктуры, в том числе кемпингов, в региональные программы.
4. Для эффективного решения проблем, существующих в российском автомобильном туризме, необходима концепция управления развитием автомобильного туризма, представляющей собой комплекс методического обеспечения по совершенствованию управления данным видом туризма. В Концепции управления развитием автомобильного туризма диссертант определил цель, перечень ключевых задач экономического, социального и экологического характера, основные полномочия органов исполнительной власти региона в развитии автомобильного туризма, приоритетные направления развития автотуризма и ожидаемые результаты от реализации Концепции.
5. Территории многих российских регионов имеют значительный туристский потенциал для формирования разнообразных автомобильных маршрутов. В диссертации разработано ряд маршрутов автомобильного туризма, предполагающих дальнейшее развитие данного вида туризма в отдельных российских регионах, а именно: маршрут «Бирюзовая Катунь» и «Алтайская долина», маршрут «Ворота Байкала» и «Байкальская гавань», маршрут «Гранд Спа Юца», маршрут «Новая Анапа», маршрут «Куршская коса».
6. С целью оптимизации структуры придорожной инфраструктуры, обеспечения выполнения существующих норм (стандартов), комфортных условий пребывания автотуристов в путешествии, а также достижения максимального экономического эффекта, в диссертации разработана методика формирования инфраструктуры для развития автомобильного туризма, в том числе караванинга.

Публикации по теме диссертационного исследования:

1. Тамов А.И. Развитие караванинга в России. Уфа: Научная перспектива. 2010. № 3-4. - 0,5 п.л.
2. Тамов А.И. Анализ зарубежного опыта развития караванинга. Уфа: Научная перспектива. 2010. № 5. - 0,4 п.л.
3. Тамов А.И. Современное состояние и проблемы развития автотуризма в России. М.: Вестник университета (ГУУ). 2009. № 35. - 0,5 п.л.
4. Тамов А.И. Анализ зарубежного опыта формирования инфраструктуры для развития караванинга. М.: Вестник университета (ГУУ). 2010. № 1. - 0,4 п.л.
5. Тамов А.И. Автотуризм как средство развития въездного и внутреннего туризма в России. М.: Проблемы развития рыночной экономики. 2010. № 2. - 0,6 п.л.
6. Тамов А.И. Французский опыт развития специализированных видов туризма // Стратегическое планирование и развитие предприятий. Одиннадцатый всероссийский симпозиум. М.: ЦЭМИ РАН, 2010. – 0,2 п.л.
7. Тамов А.И. Анализ ценовой политики московских гостиниц в условиях кризиса // Социально-экономические проблемы общества в условиях кризисной экономики РФ. Международная конференция. Коломна: МГПИ, 2010. – 0,2 п.л.
8. Тамов А.И. Создание туристско-рекреационных особых экономических зон в России // Реформы в России и проблемы управления. 25-ая Всероссийская научная конференция молодых ученых. М.: ГУУ, 2010. – 0,1 п.л.
9. Тамов А.И. Особенности развития туризма в регионах России // Реформы в России и проблемы управления. 23-я Всероссийская научная конференция молодых ученых и студентов. М.: ГУУ, 2008. – 0,1 п.л.