

Пахолков А.А.

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Л.В. Майорова
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23
E-mail: pakholkov2002@mail.ru*

Развитие автомобильного туризма в России

Россия имеет огромные географические пространства с историческими и природными достопримечательностями, местами отдыха и туризма, связанные различными дорогами и магистралями. Улучшение качества дорог и придорожного сервиса обслуживания могло бы способствовать развитию внутреннего туризма в России. Кроме того, это потенциально многомиллиардный рынок, если подходить к этому вопросу комплексно.

Российские туристы чаще всего выбирают личный автомобиль способом для путешествий внутри страны. По данным сервиса для бронирования Ostrovok.ru 39% опрошенных туристов передвигаются на автомобиле. Это значит, что для развития внутреннего туризма необходимо улучшить условия для автомобильного туризма. Их современное состояние не является удовлетворительным для привлечения туристов и их комфортного путешествия, поэтому вопросам развития автомобильного туризма следует уделить внимание, как отдельным туроператорам, так и на государственном уровне.

Автотуризм дает огромную свободу выбора: своего маршрута (дороги, места остановок и стоянок), времени путешествия, импровизации программы во время путешествия. Человек, путешествующий на автомобиле, не ограничивается в пространстве, он может посещать города и села, разные достопримечательности, которые ему будут занимательны. 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 путешественника 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 то же 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 и ему не нужно беспокоиться о сохранности багажа. 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. Кроме того, различные современные системы навигаций способствуют развитию автотуризма, предлагая туристам несколько вариантов построения маршрута до любой точки. Водитель самостоятельно может выбрать, каким путем ему наиболее удобно будет ехать [1].

Прежде всего для развития автомобильного туризма необходима развитая дорожная сеть с качественным дорожным покрытием, хорошей освещенностью в темное время суток, актуальными дорожными указателями и знаками. Также любой автомобиль нуждается в

обслуживании, поэтому по пути туристского маршрута должны располагаться сеть автозаправочных станций и сервисы технического обслуживания автомобиля. Помимо, этого любой автотурист нуждается в удобном месте для размещения во время своего путешествия. Придорожные гостиницы или мотели должны быть расположены на магистралях в непосредственной близости от СТО, заправочной станции, на перекрестках дорог. Обычно они располагаются на расстоянии 500-1000 км друг от друга. Ещё одним из важнейших факторов является сеть питания на автострадах. Всё это должно соответствовать определенным требованиям и иметь классификационные признаки. Соответственно, возникает нужда в разработке маршрутов для автотуристов с культурными, историческими и природными достопримечательностями России, которые бы могли заинтересовать как русского туриста, так и иностранного. Снижение таможенных пошлин на ввоз специализированной автотехники, предназначенной для туризма, или разработка отечественных аналогов могла бы так же помочь развитию автотуризма.

Пример успешно развитого автомобильного туризма может показать США [2], ведь множество жителей там передвигаются на автомобилях. Автотуризм является выгодной и крупной отраслью экономики в данной стране. Туристов привлекают различные национальные парки развлечений, зоны для азартных игр, фестивали, исторические строения и памятники. В США очень развита инфраструктура внутреннего туризма. Гостиничный бизнес в США - это мощная индустрия, которая насчитывает 41% от общемирового количества гостиниц. США владеет огромной территорией и богатой историей, как и Россия, а значит опыт данной страны может послужить примером, который способен помочь развивать автомобильный туризм в России.

Обращая внимание на проблему развития российского автотуризма, можно сделать вывод, что это не просто улучшение определенной области туризма, но и экономически выгодное вложение средств для страны, ведь это создает новые рабочие места и развивает бизнес. У России есть явный потенциал стать одним из мировых лидеров в автомобильном туризме, если подойти к его развитию комплексно и качественно.

Литература

1. Мартышенко Н.С., Локша А.В. Тенденции развития автотуризма в России// Практический маркетинг. – 2013. – № 3. С. 27 – 36
2. Хорошевский А.Ю. Все о США. Страны мира / А.Ю. Хорошевский. - Харьков: Фолио, 2011.