УДК 796.5

Беликова Марина Владимировна, магистр 3 курс,
Институт сферы обслуживания и предпринимательства
(филиал в г. Шахты), ДГТУ
Belikova Marina Vladimirovna

Горностаева Жанна Викторовна, к.э.н., профессор
Институт сферы обслуживания и предпринимательства
(филиал в г. Шахты), ДГТУ
Gornostaeva Zhanna Viktorovna

АВТОТУРИЗМ И ПУТЕШЕСТВИЯ НА МАШИНЕ: КАК РЕГИОНЫ ПРИВЛЕКАЮТ САМОСТОЯТЕЛЬНЫХ ПУТЕШЕСТВЕННИКОВ
AUTOTOURISM AND CAR TRAVEL: HOW REGIONS ATTRACT INDEPENDENT TRAVELERS

Аннотация. В статье рассматривается развитие автомобильного туризма в российских регионах. Приводятся данные о доле автопутешественников во внутреннем турпотоке, анализируются инфраструктурные ограничения, сдерживающие рост этого сегмента. Отдельное внимание уделено мерам региональной поддержки: субсидированию кемпингов и придорожного сервиса, формированию автомобильных маршрутов, попыткам удержать транзитного туриста. Делается вывод о том, что привлечение самостоятельных путешественников требует не только строительства объектов, но и изменения логики работы с гостем.

Abstract. The article examines the development of car tourism in Russian regions. It provides data on the share of car travelers in the domestic tourist flow and analyses the infrastructure limitations that hinder the growth of this segment. Special attention is paid to regional support measures: subsidies for campsites and roadside services, the development of car routes, and attempts to retain transit tourists. The conclusion is that attracting independent travelers requires not only the construction of facilities but also a change in the logic of working with guests.

Ключевые слова: Автотуризм, внутренний туризм, кемпинг, придорожный сервис, региональная поддержка, автомобильные маршруты.

Keywords: Auto tourism, domestic tourism, camping, roadside service, regional support, road routes.

Тема автомобильных путешествий в последние годы стала одним из центральных векторов развития туристской индустрии. Если еще несколько лет назад разговор об автотуризме сводился к энтузиастам с палатками и редким кемпингам на юге, то сейчас это направление фигурирует в документах регионального планирования и в отчетах министерств. Причина проста: доля тех, кто отправляется в поездку по стране на собственном автомобиле, растет быстрее, чем инфраструктура успевает за этим ростом.

По оценкам Минэкономразвития, в 2024 году на автотуристов приходилось порядка 38–40% внутренних туристических поездок, а по итогам 2025 года этот показатель прогнозировался на уровне 43%. Речь идет о десятках миллионов поездок, значительная часть которых совершается на расстояния, не превышающие нескольких сотен километров от дома. Именно эта особенность долгое время оставалась вне фокуса внимания. Регионы привыкли бороться за транзитный поток, за тех, кто проезжает через их территорию по пути к морю или к крупным туристическим центрам. Но транзитный турист останавливается редко, тратит мало и почти не оставляет следа в местной экономике. Задача, которую сейчас пытаются решить на местах, звучит иначе: превратить проезжающего в гостя, который задержится хотя бы на день.

Формально инструменты для этого есть. В рамках национального проекта «Туризм и гостеприимство» регионам направляются субсидии, которые можно расходовать в том числе на создание кемпингов, кемпинговых палаток и объектов придорожного сервиса. В 2025–2027

годах на эти цели предусмотрено 27 млрд рублей, причем распределяются они по усмотрению самих субъектов. Лидерами по объему поддержки стали Краснодарский край, Московская, Свердловская и Нижегородская области, Ставропольский край – территории, через которые проходят плотные автомобильные потоки. В Волгоградской области на средства субсидии появились пятнадцать кемпингов в шести районах, включая площадки вблизи трасс. В Тульской области объявили конкурсный отбор проектов по созданию некапитальных объектов у М-4 «Дон»: модульных гостиниц, кафе, зон отдыха. Это не столько решение проблемы в масштабе страны, сколько попытка создать прецеденты, на которые смогут ориентироваться предприниматели в других регионах.

Однако за цифрами субсидий и отчетными мероприятиями проступает более сложная картина. Автотурист, в отличие от организованного отдыхающего, принимает решение о поездке самостоятельно и зачастую не планирует ее заранее в деталях. Он выбирает маршрут по навигатору, останавливается там, где видит понятную и удобную точку, и уезжает, если что-то вызывает сомнение. Это означает, что одного кемпинга недостаточно. Нужна связная среда: указатели, съезды, связь, возможность оплатить услуги без наличных, понять, что его ждет впереди. Эксперты отрасли не раз отмечали, что даже при наличии объектов сервиса путешественник часто просто не знает об их существовании или не может к ним подъехать из-за отсутствия нормального съезда.

В Оренбургской области утвердили программу развития автомобильного туризма до 2035 года. Цель предельно ясна – сделать так, чтобы путешественники останавливались на несколько дней, пользовались местной инфраструктурой и возвращались. В 2025 году, по данным областного правительства, автотуристы составили около 30% общего турпотока региона, а к 2035 году их число планируется увеличить до 420 тысяч в год. Программа включает не только строительство кемпингов, но и ремонт подъездных дорог к объектам показа, развитие навигации и создание новых точек притяжения. Иными словами, речь идет о том, чтобы встроить автомобильный маршрут в региональную экономику.

На Дальнем Востоке логика иная, но проблема та же. Приморский край, через который проходит значительный поток как внутренних, так и въездных автотуристов из Китая, развивает придорожный сервис точечно, через поддержку предпринимателей. Министерство туризма края говорит о благоустройстве стоянок, санитарных зон, навигации, а в перспективе – об оборудовании мест для продажи местной продукции и даже общественных прачечных. Губернатор Олег Кожемяко, возглавляющий комиссию Госсовета по туризму, поднимал вопрос о распространении туристической субсидии на обустройство автомаршрутов вдоль дальневосточных федеральных трасс. За этой инициативой стоит простая арифметика: без нормального сервиса на длинных перегонах автомобильный туризм в макрорегионе остается уделом хорошо подготовленных путешественников, а не массовым явлением.

Есть еще один аспект, который редко попадает в официальные отчеты, но определяет поведение самостоятельного путешественника. Автопарк страны стареет. По данным аналитиков, к началу 2026 года доля автомобилей старше десяти лет превысила две трети, а средний возраст машины приблизился к пятнадцати с половиной годам. Это значит, что значительная часть тех, кто отправляется в дорогу, едет на технике, требующей внимания и обслуживания. Поломка в пути – не абстрактный риск, а реальный сценарий, который автотурист учитывает при выборе маршрута. Поэтому наличие придорожных сервисов, где можно получить помощь, для этой аудитории не менее важно, чем живописные виды. Регионы, которые это понимают, получают преимущество: путешественник, уверенный в том, что в случае чего ему помогут, с большей готовностью отклоняется от основной трассы в сторону.

Пока же статистика показывает, что большинство автомобильных поездок совершается в радиусе до 400 километров от дома. Люди готовы путешествовать, но не готовы ехать далеко, если не понимают, что их ждет на промежуточных точках. Регионы, которые научатся работать с этим коротким радиусом смогут в перспективе завлечь часть потока, который сейчас проезжает мимо.

Список литературы:

1. Балагуров А. М. Автомобильный туризм в России: материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием // Издательство «Среда». – 2024. – С. 6.

2. Бахарев Д. А. Современное состояние и перспективы развития автомобильного туризма в России // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2025. – Т. 19, № 1. – С. 69-81.

3. Кононов А. Ю., Макарова Ю. В. Перспективы развития автомобильного туризма (на примере Приморского края) // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2022. – Т. 14, № 1. – С. 58-75