

Вершицкий А.В.**РАЗВИТИЕ АВТОМОБИЛЬНОГО ТУРИЗМА В КРЫМУ**

Законом Украины «О туризме» от 18.11.2003 года N 1282-IV в зависимости от категорий лиц, осуществляющих туристские путешествия (поездки, посещения), их целей, используемых или посещаемых объектов или других признаков в Украине среди прочих выделяются *автомобильный туризм*, как отдельный вид туризма.

В современной отечественной литературе по туризму понятие автомобильный туризм встречается довольно редко и в большинстве случаев рассматривается при исследовании классификации туризма по видам используемых транспортных средств. В этой классификации наряду с автомобильным рассматриваются: автобусный, авиационный, железнодорожный, водный туризм и туризм с использованием прочих средств перевозки.

Ранее при существовании СССР данный вид туризма развивался интенсивно. Были разработаны автомобильные плановые туристские маршруты – специальные индивидуальные и групповые туры для автолюбителей (владельцев личных машин) с предоставлением туристам всех видов услуг по маршруту (проживание в автокемпингах, питание, экскурсии, досуг, авторемонт и т.п.), кроме проезда [1]. Плановые все-союзные туристские маршруты разрабатывались Центральным советом по туризму и экскурсиям. Путевки на эти маршруты распределялись Центральным бюро реализации туристско-экскурсионных путевок, республиканскими, краевыми и областными советами по туризму и экскурсиям. Часть путевок выделялась профсоюзным организациям предприятий и учреждений, имеющим возможность продать их туристам на льготных условиях.

Один из разработанных маршрутов № 4 связывал Москву с Южным берегом Крыма, пролегал по самой популярной автотуристской трассе – по Симферопольскому шоссе и назывался «В Крым».

Помимо планового автотуризма значительное число самодеятельных автотуристов с палатками ежегодно приезжали на полуостров, ими были заполнены стоянки для кемпинга, оборудованные в то время необходимыми удобствами.

Возрождение автомобильного туризма в наши дни вызвано повышением жизненного уровня населения, увеличением количества автомобилей, как в Украине, так и в странах СНГ, являющихся основными поставщиками туристов в Крым, упрощением таможенных процедур при пересечении границы, визового режима для граждан отдельных государств.

В настоящее время в Крыму ситуация с автотуризмом является неуправляемой и неконтролируемой. Многие из ранее оборудованных стоянок не имеют в настоящее время элементарных условий для автотуристов, на тех же где они существуют, их количество и тем более качество не удовлетворяют требованиям туристов, хотя пребывание на их территориях уже взимается существенная плата 25-35 грн. за машину с палаткой в сутки. Данные о поступлениях в бюджет от таких стоянок отсутствуют, и уплачиваемые суммы вряд ли намного превосходят сумму рекреационного сбора – 5 грн. с одного туриста за весь период.

Учитывая вышеизложенное актуальным в настоящее время является анализ автомобильного туризма в Крыму, выявление проблемных моментов в его развитии и направлений совершенствования управления и организации данного вида туризма.

Транспорт имеет большое значение как составляющая и характерная черта путешествия. За рубежом значение автомобильного транспорта как катализатора роста туризма усилилось после Первой Мировой войны и было сопряжено с утратой железнодорожным транспортом стимулирующего для туризма значения, вызванного рядом присущих последнему недостатков [2]. Автомобильный транспорт, не имеющий строгой привязки к магистралям, характерной для железных дорог, обеспечивал возможность проникновения вглубь территорий, способствовал рассредоточению туристских потоков, обеспечивал гибкую организацию туристских поездок.

С развитием массовых автомобильных путешествий начали появляться и объекты размещения для автотуристов – мотели, обеспечивающие не только услуги по проживанию, но полный комплекс технического обслуживания (гаражи, стоянки для автомобилей, станции заправки и ремонта автомобилей). В зависимости от продолжительности остановки посетителей мотели подразделяют на транзитные, размещаемые вдоль дорог, и конечные, расположенные как правило по берегам рек, озер, морей.

Принято считать, что первоначально мотель появился в Америке. Рост популярности мотелей пришелся на послевоенные годы, когда по примеру немецких автобанов была изменена дорожная система США. В стране были построены многорядные автострады с придорожной инфраструктурой, включающей бензоколонки, полицейские участки, телефоны-автоматы, автосервис, торговые центры, туалеты, закусочные и мотели. Путешествовать на автомобиле стало более комфортно.

В 1952 г. в Америке появился новый “мотельный” стандарт — отель Holiday Inn, открытый К. Уилсоном. Так в стране возникла действующая и поныне сеть Holiday Inn, успех которой основан на умеренных ценах, выдерживаемом стандарте сервиса и удачном расположении отелей (обычно их строят рядом с аэропортами, на подъездах к городам и рядом с шоссе). В настоящее время только в Америке насчитывается более 1000 отелей этой сети [5].

Главной приметой развития рынка мотелей на Западе является жесткая конкуренция. Все больше мотелей там по уровню сервиса приближаются к дорогим гостиницам, оставаясь при этом сравнительно недорогими. Жесткая конкуренция вынуждает предоставлять постояльцам все больше удобств, причем иногда эти удобства вполне сопоставимы с роскошью фешенебельных курортных гостиниц.

Еще одним средством размещения автотуристов являются кемпинги – лагеря для автотуристов на ох-

раняемых, хорошо оборудованных площадках. Они оснащаются системами электроснабжения и водоснабжения, канализации; имеют специально отведенные места под автомобильные стоянки, а также для профилактического осмотра, мойки и ремонта автомобилей и предоставляют ряд информационных, торговых и других услуг.

В зависимости от их качества и ассортимента кемпингам присваивается определенная категория, как правило, от одной до четырех звезд. Высококатегорийные лагеря для автомобилистов располагают теннисными кортами, бассейнами, саунами, водными аттракционами, по существу трансформируясь в центры досуга. Наряду с объектами спорта и развлечений, они имеют при себе предприятия торговли, прачечные, отделения связи, пункты проката и сами нередко входят в состав круглогодичных многопрофильных гостиниц, турбаз, мотелей.

В литературе под кемпингом понимается одно из двух: 1) вид автомобильного туризма, характеризующийся тем, что туристы во время поездки живут в специально оборудованных лагерях; 2) лагерь для автотуристов, оборудованный палатками или другими легкими сооружениями летнего типа (например, бунгало), автомобильной стоянкой, системой водоснабжения и канализации и оснащенный приспособлениями для приготовления пищи. [3].

В соответствии с Национальным стандартом Украины ДСТУ 4268:2003 «Услуги туристические. Средства размещения. Общие требования» среди коллективных средств размещения выделяют площадки для кемпинга, к которым относят коллективные средства размещения на закрытых площадках, предназначенные для размещения палаток, автофургонов, автоприцепов и домов на колесах, которые имеют единое руководство, предоставляют определенные туристические услуги (информационные, продажа товаров в магазинах, отдых и развлечения) [4].

На основе анализа существующих литературных источников можно предложить структуру автомобильного туризма представленную на рисунке 1.

В зарубежных статистических отчетах отдельной группой проходят кемпинг и караванинг. Караванный туризм (караванинг) представляет собой вид автотуризма, при котором в качестве средства размещения используется самоходный или прицепляемый к автомобилю фургон (караван). Караван, или автодом, наибольшее распространение получил в двух исполнениях: в виде автоприцепов и автофургонов, создаваемых на различных шасси, от микроавтобуса до большегрузных грузовых автомобилей.

В разных странах такие автомобили называются по-разному: в Германии - Wohnmobil ("машина-квартира"), в Финляндии – housecar, в США – RV (recreational vehicles), которое объединяет прицепы-кемперы, оборудованные микроавтобусы, передвижные дачи, используются названия кемпер, трейлер.

Только в Европе их насчитывается сегодня 600-700 тысяч и их количество неуклонно увеличивается. В 2004 году рост продажи автодомов на европейском рынке увеличился на 5,3 %. В одной только Великобритании было продано автодомов на 15,1 % больше по сравнению с предыдущим годом (36 441 единиц). Затем следуют Нидерланды с объемом продаж 22 360 единиц, затем Германия - 21 562 единиц; Франция – 11 137 единиц (Таблица 1).

Таблица 1. Регистрация в Европейском союзе новых автодомов в 2003, 2004 годах [European Caravan Federation]

Страна	Автоприцепы		Автофургоны		Всего автодомов		
	2003	2004	2003	2004	2003	2004	Изменение, %
Австрия	1.081	1.021	776	805	1.857	1.826	-1,7
Бельгия	1.667	1.828	1.686	1.902	3.353	3.730	+11,2
Дания	5.930	7.069	682	1.239	6.612	8.308	+25,7
Финляндия	1.412	1.736	1.222	1.389	2.634	3.125	+18,6
Франция	9.733	11.137	17.387	18.033	27.120	29.170	+7,6
Германия	22.595	21.562	17.802	19.363	40.397	40.925	+1,3
Италия	2.745	3.484	13.567	14.646	16.312	18.130	+11,1
Нидерланды	23.869	22.360	399	525	24.268	22.885	-5,7
Норвегия	4.583	4.429	1.471	1.369	6.054	5.798	-4,2
Португалия	1.005	906	360	360	1.365	1.266	-7,3
Словения	125	129	92	129	217	258	+18,9
Испания	2.955	3.224	990	1.445	3.945	4.669	+18,4
Швеция	5.010	5.336	1.204	1.576	6.214	6.912	+11,2
Швейцария	1.766	1.654	1.189	1.253	2.955	2.907	-1,6
Великобритания	31.673	36.441	7.468	8.487	39.141	44.928	+14,8
Другие страны	1.205	1.314	634	819	1.839	2.133	+16,0
Всего	117.354	123.630	66.929	73.340	184.283	196.970	+6,9

Большая часть парка передвижных средств размещения находится в Германии, Италии, Франции и Великобритании. В Германии в 2004 году насчитывалось 3 624 кемпинг-стоянок, годовой товарооборот отрасли автотуризма составил 9,5 миллиардов евро, в отрасли кемпингов и автотуризма были заняты около 170 000 человек. Согласно опросам, каждый третий житель Германии проводит свой отпуск в автодоме [<http://camper-c.ru/index.html>]. Во Франции имеется 9000 специальных обустроенных территорий и 2300 кемпингов на фермах или на природе.

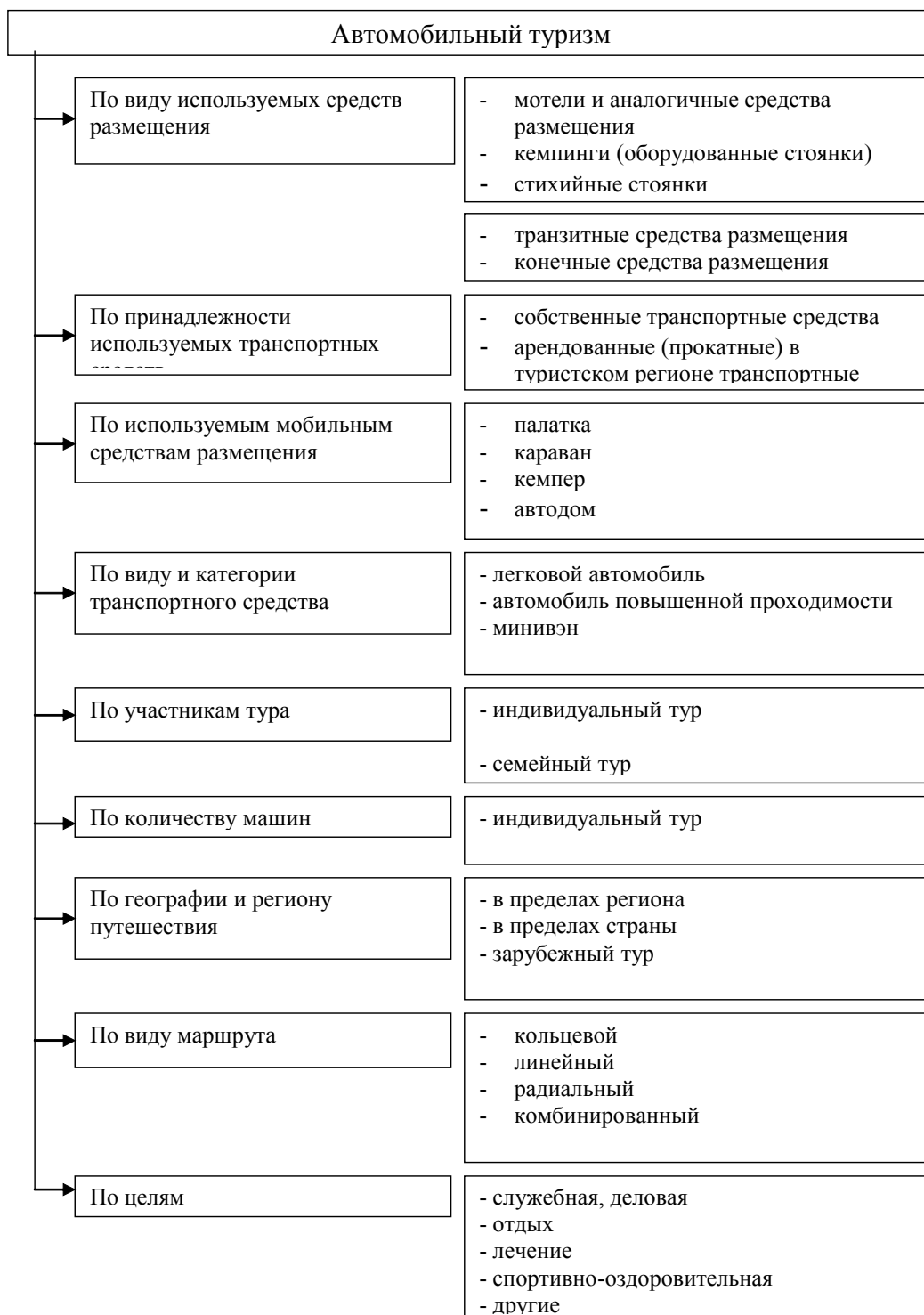


Рис. 1. Структура автомобильного туризма

По уровню комфорта эти жилища мало, чем отличаются от современных дач. В них есть спальная комната, салон, кухня с газовой плитой и холодильником, туалет и душ. Преимущество передвижных средств размещения перед дачей состоит в возможности путешествовать.

Покупка автофургона требует значительных средств. На Европейском рынке их стоимость составляет более 35 тысяч Евро. Поэтому расширению рынка пользователей передвижных автодомов способствует система проката. Все больше компаний предлагают в прокат палатки, фургоны или прицепы. В зависимости от времени года и модели кемпера арендная плата составляет от 800 до 1500 Евро в неделю. Так, например, в средний сезон во Франции, в июне, аренда кемпера на 2-4 человека будет стоить 1250 Евро, а на 4-6 человек – 1300 Евро.

Автодома позволяют свободно перемещаться, не сковывая туриста программами пребывания и расписание общественного транспорта, посещать страны с недостаточно развитой инфраструктурой, слишком дорогими и переполненными отелями, что является актуальным для Крыма в настоящее время.

К сожалению автодома в Крыму пока редкость, а их арендой в Крыму не занимается никто, однако с учетом роста мирового и европейского рынка автотуризма, роста иностранного туризма в Крыму, сущест-

вуют большие перспективы для его развития на полуострове.

Вопросы развития и управления должны основываться на статистических данных о состоянии данного вида туризма, его распределении по регионам и других подобных данных. Однако, в настоящее время, ни органы статистики, ни профильное Министерство курортов и туризма Автономной Республики Крым не обладают не только этими расширенными данными, но даже и неизвестна доля автотуризма в общем туристском потоке в Крым.

По используемой в настоящее время методике и собираемым данным в расчетах об общем количестве лиц, посетивших Крым используются только данные о пересечении границы полуострова автотуристами на переправе Крым-Кубань (в которой доля туристского транспорта также не определена), информация с сухопутных границ полуострова отсутствует и не учитывается в расчетах. Нет также и информации о использовании и эффективности работы кемпингов и стоянок для автотуристов.

Можно отметить и ряд проблем препятствующих развитию автомобильного туризма в Крыму в настоящее время:

- отсутствие исследований о развитии автотуризма и о потенциале данного вида туризма;
- отсутствие качественных и недорогих мест размещения автотуристов;
- несоответствие современным требованиям оборудования стоянок для автотуристов, загрязненность самих стоянок и прилегающих территорий;
- слабо развитая сеть проката автомобилей, отсутствие проката туристских автофургонов и автоприцепов; высокая стоимость подобных машин и как следствие сложная система гарантий и страховок;
- высокая сезонность крымского туризма, недостаток учреждений досуга и инфраструктуры туризма, работающей в межсезонье;
- проблемы с состоянием дорог и городских улиц;
- большая удаленность от основных стран происхождения автотуристов (Германии, Великобритании, Франции).

Однако большое расстояние до Крыма для потенциальных туристов не является существенной преградой. В текущем сезоне на автодорогах полуострова можно было встретить колонны туристских автофургонов из Германии. Можно также привести пример далекой Австралии, до которой уж точно Европейский или Американский автотурист не сможет добраться на своем автомобиле, но при существующей отлаженной системе проката в минувшем году 320 тыс. иностранных автотуристов путешествовали по этой стране. Причем более 80 % из них из Европы и США.

Попытки развития автотуризма предпринимались и в Крыму. В 2001 году принята Программа развития автотуризма в Автономной Республике Крым до 2005 года (утверждена Постановлением Верховной Рады Автономной Республики Крым от 16 мая 2001 г. N 1810-2/01), в которой предполагалось решение ряда проблем развития автотуризма. Однако в связи с недостатком финансирования и рядом других причин указанные проблемы до сих пор не решены.

За период действия программы из бюджета Автономной Республики Крым были фактически выделены средства на осуществление программы в размере 74,3 тыс. грн., которые были потрачены на инвентаризацию и резервирование территорий пригодных для размещения автокемпингов и сопутствующей инфраструктуры автотуризма и проведение двух Российско-украинских автопробегов по маршруту Москва-Крым. Другие, наиболее значимые проблемы развития этого вида туризма решить так и не удалось.

Развитие автотуризма в Крыму способно привлечь автотуристов ближнего и дальнего зарубежья, имеющих собственные кемперы, как в сезон, так и в межсезонье, увеличить тем самым как общее количество туристов в Крыму, так и перенести нагрузку на мобильные средства размещения; привлечь в межсезонье туристов из близлежащих областей на кратковременный отдых в выходные и праздничные дни; при правильной организации работы соответствующих кемпингов и стоянок увеличить поступления в бюджет и занятость местного населения; содействовать развитию инфраструктуры прибрежных стоянок, которая может использоваться также и для нужд местного населения. Актуальность развития кемпингов и мотелей повышается в частности в связи с тем, что курортные города перегружены автотранспортом в период курортного сезона и запретительными мерами власти не могут решить эту проблему. Поэтому вынос части потока за пределы городской черты и более равномерное распределение его по территории полуострова также является важной проблемой.

Источники и литература

1. Котов Г.Г. Автомобильный туризм. – М.: Профиздат, 1986.
2. Александрова А.Ю. Международный туризм: Учебное пособие для ВУЗов. – М.: АспектПресс, 2001.
3. Словарь туристский терминологический. - Зорин И.В., Квартальнов В.А., М.: Советский спорт, 1999.
4. Национальный стандарт Украины ДСТУ 4268:2003 «Услуги туристические. Средства размещения. Общие требования».
5. Русина Н. Доходное место // Ведомости. - 28.02.2005, №34 (1315).

Сметанко А.В., Сорокина Е.С.

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА РАСХОДОВ И ДОХОДОВ, И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ФИНАНСОВЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТА ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Актуальность выбранной темы. Основным приоритетным направлением развития экономики АР Крым является рекреационно-оздоровительный комплекс, деятельность которого ориентирована на обслуживание не только отечественных, но и зарубежных туристов.

Привлечение субъектами хозяйствования иностранного капитала, с одной стороны, является одной из основных статей их дохода, а с другой, при определенных условиях, может приводить к возникновению, как прочих доходов, так и прочих расходов, связанных с изменением курса валют и других форс-