

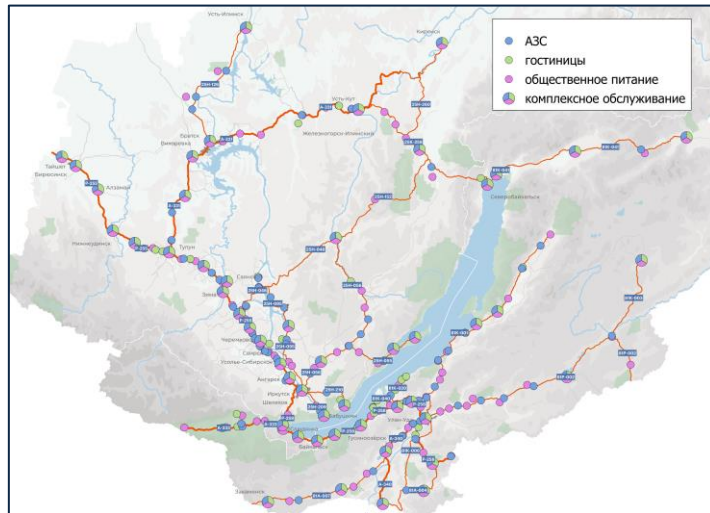
Туризм и автомобильная сеть: синергия и энтропия

Косой Владимир Вульфович
Президент Центра Экономики Инфраструктуры



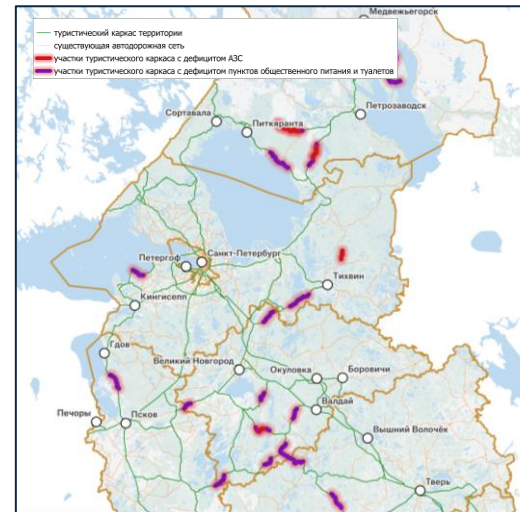
КАКАЯ ИНФРАСТРУКТУРА ИМЕЕТСЯ

В рамках разработки туристических мастер-планов двух макротерриторий (Байкал и «Из Москвы в Петербург») обнаружено, что плотность дорожной инфраструктуры в целом является высокой и соответствует установленным нормативам с учетом категории автодорог



Байкал:

Придорожный сервис соответствует нормативам даже на территориях с низкой плотностью населения (Республика Бурятия, Иркутская область).



Из Москвы в Петербург:

Присутствуют отдельные лакуны низкой плотности сервиса, в том числе и на туристических направлениях (например, Петрозаводск – Сортавала, окрестности Осташкова). Но явление несистемное.

Основная масса федеральных и региональных дорог России соответствует нормативам в части обеспеченности придорожным сервисом. Но новые туристические и дорожные направления пока уступают по параметру плотности инфраструктуры: бизнес не стремится их осваивать ввиду пока ещё низкого спроса. Например, на платных автодорогах отсутствует достаточное число гостиниц и мотелей (некоторые находятся в стадии строительства). В то же время социологические опросы* показывают, что в зависимости от направления от 25% до 40% автомобильных туристов не были удовлетворены придорожным сервисом, но их претензии скорее к качеству сервиса, а не его количеству.



* В рамках разработки мастер-планов стратегического развития туристических макротерриторий (не менее 2000 респондентов на одну макротерриторию)

КАКАЯ ИНФРАСТРУКТУРА ДОЛЖНА БЫТЬ?



Перечень необходимых услуг придорожного сервиса на автомобильных дорогах определяется Постановлением Правительства Российской Федерации № 1753 от 28 октября 2020 г.

Нормативные принципы размещения инфраструктуры:

Категория дороги	Вид сервиса (не менее 1 объекта на указанное расстояние)			
	АЗС (в том числе для электромобилей), включающая торговый объект	Пункт общественного питания	Мотель (кемпинг)	СТО
I	50 км	100 км	150 км	150 км
II, III	100 км	100 км	-	150 км
IV	150 км	150 км	-	150 км
V	300 км	300 км	-	-

Необходимые принципы размещения инфраструктуры:

- **Ключевая проблема: низкая плотность инфраструктуры на скоростных дорогах.** Согласно концепции развития ГК «Автодор», МФЗ должны размещаться на скоростных автодорогах не реже чем каждые 30-65 км
- **Необходима стандартизация сервиса.** Есть общественный запрос на повышение качества услуг (особенно в сфере общественного питания и санитарных комнат)
- **Переизбыток объектов сервиса не приветствуется.** Пока ещё сохраняется проблема недостаточного спроса, особенно на региональных автодорогах

ДОРОЖНЫЙ СЕРВИС В ДРУГИХ СТРАНАХ МИРА

США

- ✓ Основной объем сервиса представлен **многофункциональными комплексами (МФК)**
- ✓ **Чаще располагаются на съездах с крупных автострад**
- ✓ **Обязательно включение зон отдыха.** В них располагаются парковки (для различных типов автомобилей), пункты питания, туалеты, информационные центры, беседки, места выгула собак
- ✓ **Обязательно включение СТО** (ремонт автомобилей + широкий ассортимент запчастей)
- ✓ **Не реже чем каждые 50 км расположен сетевой отель** (наиболее распространена сеть Choice Hotels International Inc.), а также **кемпинги** (для туристов со своими палатками)



Страны ЕС

- ✓ **Лидеры по степени оснащения автодорог МФЗ – Германия, Нидерланды, Бельгия:** один МФЗ на каждые 20-30 км
- ✓ **Разработана система навигации** (указатели подсказывают, что через определенное расстояние будет расположен МФЗ с полным набором услуг, а не обычная АЗС)
- ✓ На МФЗ **используется одинаковая стилистика**
- ✓ **МФЗ стараются располагать ближе к достопримечательностям**, особенно к красивым природным объектам; можно совершить прогулку во время отдыха



Учёт мирового опыта позволит:

- Исключить неравномерность размещения дорожного сервиса;
- Увеличить спектр предоставляемых услуг
- Разработать единую концепцию и стандарты работы МФЗ
- Увеличить качество информационного обеспечения автомобилистов



КАКОЙ ТУРИСТ ВЫГОДНЕЕ? НА АВТОМОБИЛЕ ИЛИ НА ОБЩЕСТВЕННОМ ТРАНСПОРТЕ?

Уровень потребления товаров и услуг туристом, путешествующим на автомобиле или на общественном транспорте, **примерно равен**.
Набор трат оказывается стандартным: гостиницы, питание, музеи, сувениры и т.п.

Разница присутствует в месте совершения трат этих денег.



Турист на общественном транспорте:

Те, кто приезжают с туристическими целями на общественном транспорте (например, в Казань) мало куда выезжают из города ввиду ограниченной мобильности.

Все траты туриста сконцентрированы в одном городе / локации.

Турист на личном автомобиле:

Туристы, приезжающие в Казань на автомобиле, обладают более высокой мобильностью и смогут поехать и в другие близко расположенные туристические места (в Свияжск, Булгар и др.).

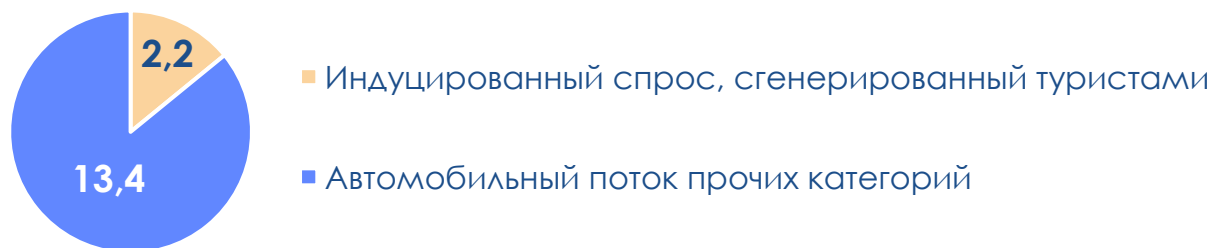
Автомобильные туристы тратят свои деньги на более обширной территории,

С точки зрения экономического развития региона выгодно привлекать туристов на автомобильном транспорте, так как их присутствие позволяет развивать туристические сервисы в большем числе локаций, что благотворно влияет на рост числа рабочих мест и комфорта жизни на всей территории региона, а не только в наиболее доступных местах

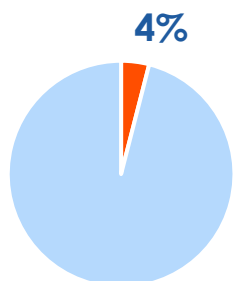


СПРАВИТСЯ ЛИ ИНФРАСТРУКТУРА ТУРИСТИЧЕСКИХ АТТРАКЦИЙ С ДОПОЛНИТЕЛЬНЫМ ПОТОКОМ АВТОМОБИЛЕЙ, ВЫЗВАННЫМ РАЗВИТИЕМ АВТОДОРОЖНОЙ СЕТИ?

Перспективный автомобильный поток по трассе
М-4 «Дон» – Сочи в 2030 г. (тыс. автомобилей в сутки)



Доля автомобилей индуцированного потока туристов
от общего автопарка г. Сочи



По оценкам ЦЭИ, индуцированный спрос, сгенерированный туристами, составит **16% потока** на новой дороге М-4 «Дон» – Сочи. Это приведёт к росту автомобильного траффика в Сочи лишь **на 3-4% в пиковый день**

- ✓ В ближайшие годы перегрузка городских транспортных систем может произойти только в ограниченном числе туристических локаций (Сочи, Пятигорск, Ялта и др.), где приток туристов в пиковый месяц может достигать **50 тыс. чел.** и выше
- ✓ Даже такие крупные автодорожные проекты как строительство скоростной дороги М-4 «Дон» – Сочи не способны сгенерировать сверхвысокий индуцированный спрос со стороны туристов

Проведенные социологические опросы* показывают, что ключевыми проблемами являются низкая обеспеченность парковочными местами в курортах и недостаточное качество местной автодорожной сети, что затрудняет подъезд к знаковым местам. При этом туристы почти не вносят «вклад» в дополнительную загрузку автодорог, так как их доля в общем потоке автомобилей крайне мала.

* В рамках разработки мастер-планов стратегического развития туристических макротерриторий (не менее 2000 респондентов на одну макротерриторию)



ПУТИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ ИЗБЫТОЧНОЙ АВТОМОБИЛИЗАЦИИ В ТУРИСТИЧЕСКИХ ЛОКАЦИЯХ (ЕВРОПЕЙСКИЙ ОПЫТ)

В перспективе 2030-х гг. благодаря применяемым мерам государственной поддержки в рамках Концепции развития автомобильного туризма в РФ на период до 2035 г. яркие туристические локации могут столкнуться с перегрузкой дорожной инфраструктуры. Предлагается ряд мер для смягчения этой проблемы

- ✓ **Введение зоны платной парковки в центральной зоне туристической локации.**
Мера в позволит пополнить местный бюджет, средства могут быть направлены на дальнейшее развитие туристической инфраструктуры.
- ✓ **Обособление парковочных пространств для резидентов.**
Мера позволит решить возможный социальный конфликт между местными жителями и туристами.
- ✓ **Введение платы за использование автомобиля на территории туристической локации (туристический сбор).**
За каждый день пребывания автомобиля взимается плата – пополнение местного бюджета. Невозможно контролировать при поездках «дикарем».
- ✓ **Организация перехватывающих парковок на периферии туристической локации и строительство платных подземных / наземных паркингов на территории локации.**
Мера привлечет инвесторов и возникнут дополнительные сервисы на территории этих парковочных пространств.



БЛАГОДАРЮ ЗА ВНИМАНИЕ!

