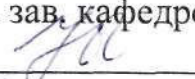


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений  
Кафедра международного бизнеса и туризма  
Направление подготовки 43.03.02 – Туризм

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ  
И.о. зав. кафедрой  
  
В.В. Ульянова  
«15» июня 2022 г.

**БАКАЛАВАРСКАЯ РАБОТА**

Тема: Кемпинг как элемент развития индустрии гостеприимства в Амурской  
области

Исполнитель  
Экзертмент группы 834-об

  
\_\_\_\_\_  
(подпись, дата)


Т.В. Опенкина

Руководитель  
Экзертмент, к.г.н.

  
\_\_\_\_\_  
(подпись, дата)

Т.А. Мирошниченко

Административный контроль  
Экзертмент

  
\_\_\_\_\_  
(подпись, дата)

О.В. Шпак

Благовещенск 2022

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений  
Кафедра международного бизнеса и туризма

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ  
И.о. зав. кафедрой  
[подпись] В.В. Ульянова  
«31» 03. 2022 г.

ЗАДАНИЕ

1. К выпускной квалификационной работе студента Опенкиной Татьяны Владимировны

2. Тема выпускной квалификационной работы: Кемпинг как элемент развития индустрии гостеприимства в Амурской области  
(утверждено приказом от 31.03.2022 № 643-уч)

3. Сроки сдачи студентом законченной работы (проекта) 10.06.2022

4. Исходные данные к выпускной квалификационной работе:

5. Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащих разработке вопросов): Теоретические аспекты кемпинга, Анализ развития кемпинг-индустрии за рубежом, в России и в Амурской области, Перспективы и проблемы развития кемпинг-туризма в Амурской области

6. Перечень материалов приложения (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстрационного материала и т.п.): 23 рисунка, 17 таблиц, 3 приложения, 39 источников

7. Дата выдачи задания 01.04.2022

Руководитель выпускной квалификационной работы: Мирошниченко Татьяна Александровна, доцент, кандидат географических наук

(фамилия, имя, отчество, должность, ученая степень, ученое звание)

Задание принял к исполнению (дата): 01.04.2022  
[подпись]  
(подпись студента)

## РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 66 с., 23 рисунка, 17 таблиц, 2 приложения, 39 источников.

### КЕМПИНГ, КЕМПИНГ-ТУРИЗМ, КАРАВАНИНГ, РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА, АВТОКЕМПИНГ, ЭКОЛОГИЧНОСТЬ, АВТОТУРИЗМ

Целью работы является разработка проекта создания автокемпинга на территории Амурской области.

Задачи работы:

- характеристика автомобильного туризма и кемпинг-туризма;
- анализ зарубежного и отечественного опыта развития кемпинг-туризма;
- оценка ресурсного потенциала Амурской области для развития кемпинг-туризма;
- определение перспектив развития кемпинг-туризма в Амурской области;
- определение проблем развития кемпинг-туризма в регионе;
- предложение по развитию кемпинг-туризма в Амурской области.

Актуальность данной работы заключается в том, что кемпинг-туризм является новым видом туризма в Амурской области.

Объектом исследования является развитие кемпинг-туризма в России и за рубежом.

Предмет исследования – возможность создания автокемпинга на территории Амурской области.

Информационной, методической и методологической базой исследования стали учебные пособия, научные сборники, научные статьи, официальные статистические данные и Интернет-источники. Работа состоит из трех глав, введения и заключения.

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Теоретические аспекты развития кемпинга	8
1.1 Понятие, сущность и виды кемпинга	8
1.2 Особенности организации кемпинга	10
2 Анализ развития кемпинг-индустрии за рубежом, в России и в на территории Амурской области	15
2.1 Развитие кемпинг-туризма за рубежом и в России	15
2.2 Общая характеристика современных туристских маршрутов на территории Амурской области	21
2.3 Ресурсный потенциал развития кемпинга в Амурской области	27
3 Перспективы и проблемы развития кемпинг-туризма в Амурской области	32
3.1 Перспективы развития кемпинга на территории Амурской области	32
3.2 Вариант расположения автокемпинга в Амурской области	42
3.3 Проблемы развития кемпинг-индустрии в Амурской области	56
Заключение	58
Библиографический список	61
Приложение А	65
Приложение Б	66

## ВВЕДЕНИЕ

Развитие новых видов туризма на сегодняшний день является нормальным явлением, так как современные условия меняются день ото дня. Ранее непопулярный самостоятельный туризм в наши дни набирает огромные обороты, так как сейчас многие путешественники предпочитают не зависеть от туристических агентств.

С появлением новых видов туризма возникает необходимость развития новой инфраструктуры, которая позволила бы обеспечить дальнейшее развитие туризма в целом.

Сегодня многие туристы начинают интересоваться популярным во многих странах мира относительно новым видом путешествия, который подразумевает использование личного автотранспорта или специального туристического транспорта. Этот вид туризма в странах зарубежья называется караванингом, что значит передвижение и проживание туриста в доме на колесах, а туристов, которые путешествуют таким способом, стало принятым называть «караванерами».

Но на территории Российской Федерации слабо развито производство автодомов, в которых автотуристы могли бы переночевать, поэтому требуется обеспечить автомобильных туристов подходящим средством размещения. Таким средством размещения, которое не требовало бы от туристов кардинально менять свой маршрут, могли бы стать кемпинги.

Кемпинги не слишком хорошо развиты в России, в стране с большой протяженностью дорог.

Поэтому в данной работе будет проведено исследование возможности развития кемпинг-индустрии в Российской Федерации, а именно на территории Амурской области, и будет составлен бизнес-план развития автокемпинга, как нового и современного аналога обычных средств размещения (гостиницы, отели, мотели, хостелы и т.д.).

Караванинг неразрывно связан с автотуризмом. Автомобильный туризм является способ передвижения туристов на автотранспорте. Главное условие передвижения на автомобиле, в данном случае, - это передвижение вне рабочее время, вне профессиональных обязанностей и не на работу.

Однако, автомобильный туризм не будет развиваться в любом регионе, где нет специальных мест, предназначенных для проживания караванеров, так как на автомобиле не всегда получается вовремя добраться до гостиничных предприятий, и очень часто туристам приходится ночевать у дорог в своем личном транспорте.

Такой самостоятельный вид организации путешествий активно набирает обороты по всему миру, и, способствуя его продвижению на территории Российской Федерации, можно улучшить уровень внутреннего и въездного туризма в стране.

Целью работы является разработка проекта создания автокемпинга на территории Амурской области.

Задачи работы:

- характеристика автомобильного туризма и кемпинг-туризма;
- анализ зарубежного и отечественного опыта развития кемпинг-туризма;
- оценка ресурсного потенциала Амурской области для развития кемпинг-туризма;
- определение перспектив развития кемпинг-туризма в Амурской области;
- определение проблем развития кемпинг-туризма в регионе;
- предложение по развитию кемпинг-туризма в Амурской области.

Актуальность данной работы заключается в том, что кемпинг-туризм является новым видом туризма в Амурской области.

Объектом исследования является развитие кемпинг-туризма в России и за рубежом.

Предмет исследования – возможность создания автокемпинга на территории Амурской области.

Информационной, методической и методологической базой исследования стали учебные пособия, научные сборники, научные статьи, официальные статистические данные и Интернет-источники. Работа состоит из трех глав, введения и заключения.

# 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ КЕМПИНГА

## 1.1 Понятие, сущность и виды кемпинга

Недооценить значимость самоорганизованных путешествий в настоящее время очень сложно. Значительную долю в самостоятельных туристических поездках занимает автомобильный туризм, который в странах зарубежья называется караванингом. Туристов же, занимающихся караванингом, там прозвали караванерами. Данный вид туризма активно развивается сейчас во всем мире, и каждое государство старается этому способствовать.

Для облегчения путешествий караванеров, были созданы специальные средства размещения в виде кемпингов, кемпинг-стоянок, караван парков, мотелей, трейлер-парков и др.

Кемпинг – это территория, предназначенная для парковки автотранспорта и отдыха автомобильных туристов, которое оборудовано парковкой для личного транспорта с возможностью подключения к электричеству, возможностью слива отходов и залива чистой воды, с отдельно стоящими туалетами и душевыми кабинами, местами, предназначенных для установки палаток, а также домиков.

Кемпинг-стоянки – это специализированные места для автомобильных туристов, расположенные рядом с автомобильными трассами или в населенных пунктах, предназначенные для ночлега автотуристов с возможностью подключения транспортного средства к электроэнергии и возможностью слива отходов и залива чистой воды.

Караван-парки – это места, где люди с автотранспортных средств могут остаться отдыхать на ночь или дольше, в отведенных для этого местах, не известных в качестве «караванинга»<sup>1</sup>.

Мотель – это небольшая гостиница для автотуристов, вход в номера которой осуществляется с улицы и с места парковки автотранспортного средства<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Там же. С. 9.

<sup>2</sup> Там же. С. 11.



Трейлер парки представляют собой парки жилых прицепов для загородных поездок (трейлеров), располагающиеся в кемпинге и предназначенные для посетителей.

В том случае, если количество разных видов размещения туристов-караванеров на территории кемпинга равны, то их названия комбинируют между собой.

Также как средство размещения аналогично могут использоваться автодома различного типа. Автодом (автокемпер) – это комбинация жилого дома и автомобиля. Под жилым прицепом понимают жилой дом на колесах, который передвигается за счет сцепления с автомобилем или тягачом.

С момента начала развития кемпингов в мире многое изменилось. Самым главным изменением стало превращение кемпингов из дешевого места для ночлега в комфортные, безопасные территории, обустроенные в форме туристических парков.

Для того, чтобы поддерживать приобретенные высокие стандарты качества услуг в кемпингах, за рубежом была разработана система стандартов, применяемых в кемпингах. основополагающие требования можно увидеть в таблице 1.

Таблица 1 – Требования, применяемые к кемпингам на основании системы стандартов

<b>Требования</b>	<b>Способы осуществления</b>
Комфортность проживания	Контроль уровня гигиены, чистоты домиков и оборудования, эстетики, безопасности проживания
Обеспечение активности	Наличие на территории кемпинга услуг активного отдыха или спортивного оборудования для его обеспечения
Обслуживание	Уровень сервиса, качество предоставляемых услуг, профессионализм персонала
Познавательность	Наличие туристических достопримечательностей и развлечений на территории кемпинга или рядом с ним
Социализация	Проведение мероприятий, специальных событий

С течением времени был сформирован новый, уникальный вид туризма, который получил название «кемпинг-туризм». Суть его заключается в совокупности комфортного и безопасного проживания как в кемпингах, так и в мобильных/переносных средствах размещения.

Кемпинг стал привлекать инвалидов, детей, пожилых и других людей, относящихся к малозащищенным группам населения, так как проживание в кемпинги – это возможность комфортного проживания с отдыхом на природе, но с малыми финансовыми затратами.

В условиях того, что кемпинги набрали огромную популярность в развитых странах, и некоторые даже превратились в кемпинговые сети, сформировалась отрасль индустрии кемпинга, которой ранее не существовало. Отрасль кемпинг-индустрии специализируется на обслуживании не только автомобильных туристов, но и туристов, которые просто любят активный самоорганизованный отдых на природе.

На сегодняшний день разделение кемпингов по видам выглядит следующим образом (рисунок 1):



Рисунок 1 – Типы современных кемпингов

## 1.2 Особенности организации кемпинга

В целях информирования потребителей о качестве услуг, предоставляемых в кемпингах, за рубежом существует классификация, определяющая уро-

вень кемпинга. Проводится специальная аттестация кемпинговой территория, по результатам которой выдается сертификат, удостоверяющий уровень качества и безопасности кемпинга, а также уровень отрицательного влияния кемпинга на окружающую среду.

В России еще не развита кемпинг-индустрия, поэтому нет ни стандартов для кемпингов, ни системы аттестации. Уровень кемпинга в Российской Федерации определяется в соответствии с классификацией отелей, гостиниц и др. Это вызывает много проблем и противоречий, так как данная классификация не может показать полноту различий в уровне обслуживания и качестве сервиса гостиниц и кемпингов.

В странах Европы кемпинги имеют классификация по пяти уровням. Требования к каждому уровню приведены в таблице 2<sup>3</sup>.

Таблица 2 – Европейская классификация кемпингов

Показатель	1 звезда	2 звезды	3 звезды	4 звезды	5 звезд
Размер площади для парковки	От 80 м <sup>2</sup>	От 80 м <sup>2</sup>	От 80 м <sup>2</sup> + 15 % не менее 100 м <sup>2</sup>	От 80 м <sup>2</sup> + 25 % не менее 100 м <sup>2</sup>	От 80 м <sup>2</sup> + 50 % не менее 100 м <sup>2</sup>
Парковки с подключением к электричеству	-	Не менее 20 %	Не менее 40 %	Не менее 60 %	Не менее 60 %
Парковки с подключением к канализации	-	-	-	-	Не менее 20 %
Душ и туалет	Душ с горячей водой, местами для стирки и розетками для фенов, бритв	Душ с горячей водой, местами для стирки и розетками для фенов, бритв	Душ с горячей водой, местами для стирки и розетками для фенов, бритв	Отельные кабины с местами для переодевания с горячей водой, местами для стирки и розетками для фенов, бритв	Отельные кабины с местами для переодевания с горячей водой, местами для стирки и розетками, для фенов и бритв

<sup>3</sup> Ермаков А.С. Обеспечение комплексной безопасности в кемпингах: монография. М., 2018. С. 14.

Продолжение таблицы 2

Показатель	1 звезда	2 звезды	3 звезды	4 звезды	5 звезд
Питание	Кухонный блок	Кухонный блок	Отдельная кухня	Отдельная кухня, столовая. Кафетерий на расстоянии не более 1 км	Отдельная кухня, столовая. Ресторан с лицензией на продажу алкоголя
Развлечения	Игровая площадка	Игровая площадка	Игровая площадка, комната отдыха и ТВ	Хорошо оборудованная игровая площадка, комната отдыха и ТВ	Хорошо оборудованная игровая площадка, комната отдыха, ТВ и Интернет
Режим работы персонала	Ежедневное посещение	В дневное время	Круглосуточно	Круглосуточно	Круглосуточно
Сервисные помещения	Открытые	Под крышей	Отапливаемые	Отапливаемые	Отапливаемые

Цитируя работу А.С. Ермакова «Обеспечение комплексной безопасности в кемпингах» от 2018 года, можно сказать, что: «На данном этапе развития автотуризма в России можно рассматривать возможность принятия классификации кемпингов, как сервисной зоны обслуживания автотуристов, с использованием системы звездности (от одной до пяти звезд). По данной системе оценивается и наличие различной инфраструктуры, и соответствие таким критериям, как уровень гигиены, экологии, обслуживания, аттракций. Соответствия выше перечисленных видов деятельности, проводимых на территории кемпингового сооружения, принятым критериям и их уровень важности в общей системе ранжирования можно выявить с помощью проведения экспертной оценки. Было выявлено, что для проведения экспертной оценки был проведен экспертный опрос туристов с опытом участия в автомобильном туризме, как выездном, так и въездном, не менее трех лет. Перед каждым из экспертов ставился вопрос об установлении значимости в их автомобильном путешествии (на примере Европы), предоставляемых услуг в кемпинге. По каждому

классу кемпинга, с учетом наличия в нем услуг, проведена экспертная оценка их значимости для автотуриста<sup>4</sup>».

Результаты экспертной оценки предпочтений, проведенной Ермаковым А.С., автотуристов по структуре услуг, предоставляемых в кемпингах различного уровня представлены в таблице 2<sup>5</sup>.

Таблица 3 – Результаты экспертной оценки предпочтений автотуристов по структуре услуг, предоставляемых в кемпингах различного уровня

<b>Вид услуг</b>	<b>1 звезда</b>	<b>2 звезды</b>	<b>3 звезды</b>	<b>4 звезды</b>	<b>5 звезд</b>
Специальная стоянка	25	20	19	19	18
Вода	20	17	15	15	14
Электричество	18	15	14	13	13
Туалет	20	17	15	15	14
Душ	10	9	4	5	4
Прачечная	-	2	2	2	2
Общая кухня или кафе	5	6	5	5	4
Охрана автостоянки	-	6	5	5	5
Площадка для отдыха детей	-	-	-	3	3
Уборки территорий	2	4	4	4	4
Интернет/киоск	-	4	4	3	3
Сауна/бассейн	-	-	4	1	2
Слив отходов	-	-	3	3	3
Освещение	-	-	2	2	2
Продовольственный магазин	-	-	1	1	1
Коттеджи	-	-	2	2	2
Отопление	-	-	-	2	2
Служба бронирования	-	-	-	2	2
Служба няни	-	-	-	-	1
Ресторан	-	-	-	-	3

Исходя из представленных выше данных, можно сказать, что с повышением класса кемпинга в перечне услуг оценка веса наиболее востребованных услуг снижается в пользу развлечений. В кемпингах низкого класса автомобилисты предпочитают наличие охраняемой и чистой парковки, доступ к воде, наличие душа, туалета и магазина/кафе. Необходимость оборудования для стока отходов свидетельствует о том, что экологичность услуги не менее важно для автотуристов.

<sup>4</sup> Ермаков А.С. Обеспечение комплексной безопасности в кемпингах: монография. М., 2018. С. 19.

<sup>5</sup> Там же. С. 21.

С каждым днем растет потребность туристов в расширении мировоззрения, именно поэтому базовые услуги уже не могут удовлетворить современных путешественников. Такое стремление путешественников влияет на развитие кемпинговых услуг, т.к., чтобы кемпинги могли стать достойным конкурентом гостиничным предприятиям, кемпинговые услуги должны быстро адаптироваться и удовлетворять новые потребности.

Кемпингам, в которых услуги проката бытового оборудования, почти нет равных, т.к. без наличия на территории кафе/столовых, киосков, прачечных, портье и т.д. очень сложно жить на природе.

Если кемпинг-домах есть центральное отопление, их можно использовать и в зимний период.

Обязательное условие для всех автокемпингов – членство в ассоциации кемпингов своей страны. Без выполнения этого условия, кемпинг не будет зарегистрирован как официальный.

Исходя из всего выше сказанного, можно сделать вывод, что кемпинги становятся актуальным и отличным аналогом привычных средств размещения (гостиницы, отели, мотели, хостелы) за счет предпочтений населения к само организованному отдыху. Кемпинг считается более доступным средством размещения, не теряя свои позиции в обеспечении комфортности проживания. Чем больший набор услуг включает в себя кемпинг, тем более привлекательным он окажется для автотуристов, так как уровень сервиса во многом может определить спрос.

## 2 АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ КЕМПИНГ-ИНДУСТРИИ ЗА РУБЕЖОМ, В РОССИИ И НА ТЕРРИТОРИИ АМУРСКОЙ ОБЛАСТИ

### 2.1 Развитие кемпинг-туризма за рубежом и в России

Считается, что основателем современного автотуризма является Уолли Бьям. Ему принадлежит идея путешествия с домом на колесах, и он стал первым человеком, который разработал чертежи трейлера и изготовил его. Также он написал статью, в которой продвигал идею строительства трейлеров для автотуристических путешествий. Статья получила много положительных откликов, так как передвижной прицеп означал возможность свободно путешествовать, выбирать маршрут и сезон (время) путешествия.

Развитие кемпинг-туризма началось с появления первых автодомов в США в 1930 гг., которые конструировались из дерева и имели совсем небольшой размер. Затем трейлеры начали модифицировать: добавляли биотуалеты, отопление и водоснабжение, кухни, кровати и электричество.

После Второй мировой войны во всем мире возросла роль автотуризма. В Европе караванинг начал развиваться в 1960 гг.

Согласно данным монографии А.С. Ермакова «Обеспечение комплексной безопасности в кемпингах» формирование автомобильного туризма в странах Европы протекало следующим образом: «Появлению и развитию автотуризма в Европе способствовали следующие факторы: потребность урбанизированного населения выезжать в выходные на природу, отсутствие дач в Европе, малобюджетный вид отдыха, государственная поддержка сектора автотуризма и агротуризма в Европе, что повлекло развитие внутреннего и въездного туризма за счет караванинга. По данным Европейской Федерации Ассоциаций Кемпингов на сектор автотуризма каждый год приходится около 22% всех туристов в Европе».<sup>6</sup>

В истории европейских стран есть много ярких примеров использования строительства и применения кемпингов. Во время чемпионата Европы по фут-

---

<sup>6</sup> Ермаков А.С. Обеспечение комплексной безопасности в кемпингах: монография. М., 2018. С. 28.

болу около 80% туристов добирались до мест проведения мероприятий на личных автодомах и останавливались на территории кемпингов, т.к. количество мест в гостиницах и отелях не соответствовало туристическому потоку на тот момент. Создание новых гостиничных мест было затруднено тем, что для этого требовалось много средств и времени, которых не было, поэтому автокемпинги со временем стали привычным аналогом гостиницам и отелям<sup>7</sup>.

Основными факторами, которые положительно влияют на развитие автотуризма в Европе, являются:

- потребность населения покинуть привычное место обитания (город) во время отдыха;
- отсутствие собственного дачного участка с домиком;
- молодежная философия активного отдыха на автомобильном транспорте, которая возникла в США и ставшая популярной в странах Европы в 60 – 70 гг.;
- наличие развитой транспортной инфраструктуры и придорожного сервиса;
- желание сэкономить на отдыхе;
- государственная поддержка автотуризма в виде низких налогов индивидуальных предпринимателей, которые работают в сфере автотуризма;
- ответственное отношение к любому делу (влияние протестантской культуры);
- урбанизированность стран;
- высокие пенсии и достаточное количество свободного времени;
- стремление к путешествиям.

Развитие кемпинг-индустрии в европейских странах направлено на:

- 1) обеспечение условия для устойчивого развития рекреационных территорий;
- 2) повышение уровня экономики и уровня экологии в регионе;
- 3) развитие дизайна территорий, ландшафта;
- 4) привлечение молодого населения за счет новых услуг и направлений в

---

<sup>7</sup> Ермаков А.С. Обеспечение комплексной безопасности в кемпингах: монография. М., 2018. С. 31.



отдыхе;

5) выход на новые рынки продаж и оказания услуг.

При проведении массовых многодневных мероприятий также широко используются мобильные кемпинги. Именно мобильные кемпинги представляют мобильный гостиничный фонд. Зачастую, это автодома и жилые прицепы, которые в совокупности с блочными домиками создают мобильные и модульные гостиницы. Такие дома не ограничены временем и дополнительными финансовыми затратами, а создаваться могут в любых районах и с той же скоростью могут разбираться и перевозиться на другое место.

Кемпинги, которые следуют требованиям комплексной безопасности, не оказывают большого экологического давления на окружающую среду. Именно поэтому страны Европы, США и Канада активно способствуют развитию кемпинг-индустрии на территории своих стран и поддерживают их жизнеспособность.<sup>8</sup>

Развитие массового автотуризма в СССР, в том числе и в России, приходится на 60 гг. XX в., т.к. в этот период времени был введен в строй советский автомобильный гигант на Волге. Спустя 10 лет в Советском Союзе уже сложились определенные традиции автомобильного туризма и были созданы некоторые параметры инфраструктура для обслуживания автотуристов.

Туристы, предпочитающие самоорганизованный отдых, в качестве места для ночлега использовали личный транспорт и палатки. Палатки они располагали на территории кемпинг-стоянок, а местные жители, рядом с которыми располагались кемпинг-стоянки, поставляли к сооружениям продукты.

В конце 80 и начале 90 гг. парк личных автомобилей резко увеличился из-за распада СССР и появления возможности ввоза автомобилей из-за границы. Но развитие автомобильного туризма было значительно подавлено из-за неблагоприятной политической и экономической ситуаций. Автомобильные путешествия в 1990 г. были сопряжены с реальной личной опасностью для жизни и имущества. Накопленные за 20 лет традиции автотуризма и инфраструктуры

---

<sup>8</sup> Ермаков А.С. Обеспечение комплексной безопасности в кемпингах: монография. М., 2018. С. 34.

средств размещения начали утрачивать свою актуальность и стали невостребованными, что привело к их разрушению.

Появление некоторой стабильности политической и экономической обстановки в начале нового тысячелетия явилось основной предпосылкой для развития автомобильного туризма в России<sup>9</sup>.

Благодаря ряду постановлений Правительства Российской Федерации и некоторых федеральных законов, началось развитие территорий со статусом особых экономических зон («туристско-рекреационные особые зоны»), а также началось развитие инфраструктуры автомобильного туризма.

В постановлении Правительства РФ «О Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 – 2018 годы)» говорится о том, что: «Особое внимание уделено развитию автомобильного туризма через создание кластеров. Был предусмотрен кластерный подход к созданию придорожной сервисной службы для автотуризма».

Время поездки, вид транспорта во время путешествия, целевая аудитория, география и многие другие факторы до сих пор остаются важными показателями, заложенными в основу методологии оценки автотуризма в каком-либо конкретном регионе.

Наибольший интерес из-за большого количества туристических объектов, наличия качественного дорожного покрытия и придорожного сервиса для автомобильных туристов вызывает европейская часть нашей страны.

Главными факторами, влияющими на уровень развития автомобильного туризма, являются: уровень развития и качество покрытия автомобильных дорог, средний уровень доходов населения, свободное время, выделяемое для путешествий.

Число собственных легковых автомобилей по федеральным округам Российской Федерации (единиц на 1000 человек населения) представлено на рисунке 1<sup>10</sup>.

---

<sup>9</sup> Ермаков А.С. Обеспечение комплексной безопасности в кемпингах: монография. М., 2018. С. 37.

<sup>10</sup> Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 18.01.2007. – URL: <https://rosstat.gov.ru> (дата обращения: 17.03.2022).

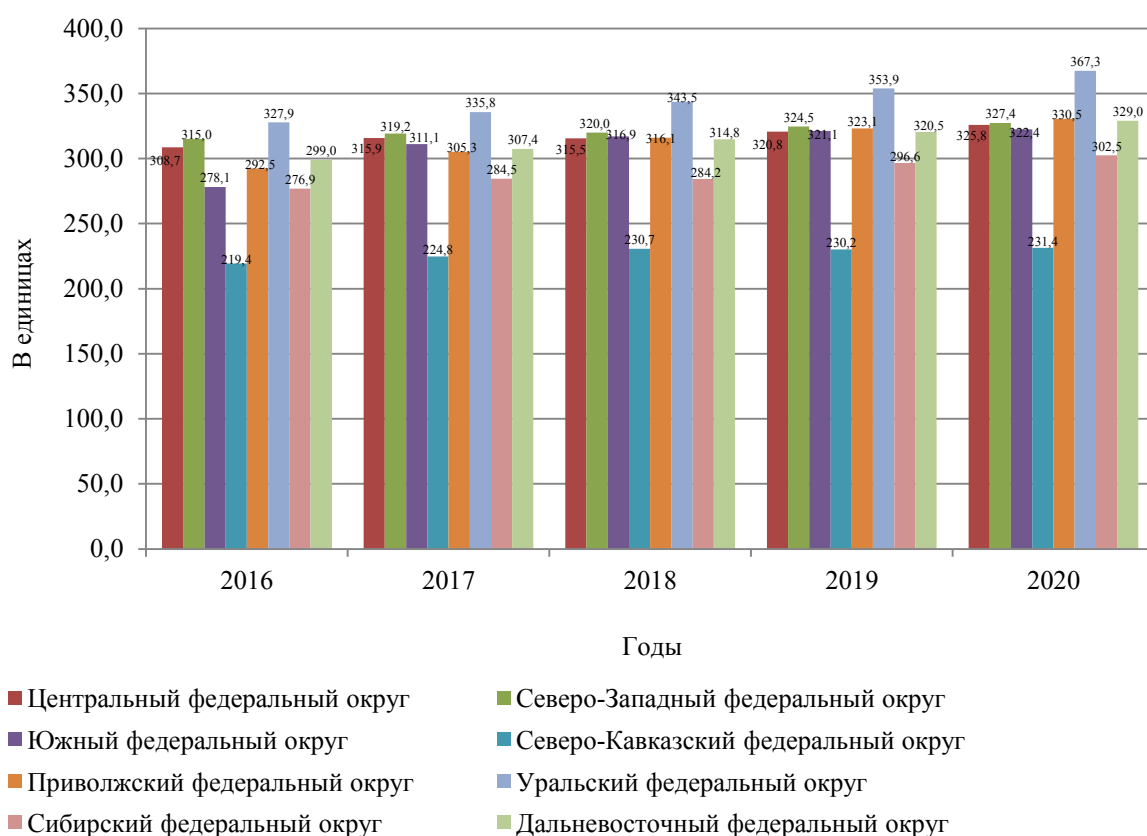


Рисунок 1 – Число собственных легковых автомобилей по федеральным округам Российской Федерации (единиц на 1000 человек населения)

Исходя из данных графика, можно сделать вывод, что самые крупные автотранспортные парки личного транспорта присущи экономически благополучным территориям с высокой доступностью как к собственному производству автотранспортных средств, так и к возможности завоза иномарок на территории страны.

Были определены положительные и отрицательные факторы развития кемпинг-индустрии и замедляющие ее развитие в России (таблица 4).

Таблица 4 – Факторы развития кемпинг индустрии в России

Положительные факторы	Отрицательные факторы
Большое разнообразие туристских ресурсов по виду и объему	Неравномерность расположения предприятий придорожного сервиса (больше всего вблизи крупных населенных пунктов)
Большое количество автодорог в различных климатических и природных регионах	Размещение объектов дорожного транспорта преимущественно на федеральных и региональных трассах
Рост личного, производственного и общественного автомобильного парка	Нехватка многофункциональных комплексов, которые могли бы обеспечить наиболее эффективную организацию сервиса автотуристов

<b>Положительные факторы</b>	<b>Отрицательные факторы</b>
Возрастающая потребность в автопутешествиях	Низкий уровень качества дизайна, оформления и обслуживания в придорожной туристской инфраструктуре
Рост уровня доходов и уровня платежеспособности населения	Незаинтересованность в развитии придорожного сервиса регионах и местных администраций и населения
Увеличение спроса на внутренний автотуризм	Отсутствие должного отечественного нормативно-законодательного регулирования в проектировании и эксплуатации кемпингов
Наличие неудовлетворенного потенциала развития рынка услуг, оказываемых для автотуризма	Отсутствие квалифицированных кадров по проектированию, организации и эксплуатации предприятий кемпинг-индустрии
Свобода выбора направлений варианта маршрута и путешествий	Отсутствие информационного обеспечения предприятий автотуризма
	Недостаточная наполненность автотуризма дополнительными услугами и разнообразными организационно-экономическими сетевыми объединениями
	Недостаточная защищенность природных объектов от техногенного влияния кемпингов и автотранспорта на окружающую среду
	Недостаточный уровень развития конкуренции между участниками автотуризма

Для быстрого и эффективного развития автомобильного туризма в России требуется создание системы кемпингов. Единая система кемпингов не только сможет повысить интерес автомобилистов, но и повысить доверие к кемпингам, расположенным на территории Российской Федерации. Развитие автомобильного туризма с помощью создания кемпингом имеет следующие плюсы:

- малое количество затраченных средств на освоение туристских зон и развитие инфраструктуры в них;
- быстрая окупаемость;
- эффективное повышение уровня обслуживания не только в кемпингах, но и в гостиничных предприятиях за счет роста конкуренции между ними;
- увеличение мест гостиничного фонда;
- создание дополнительных рабочих мест для населения;

- активное развитие спортивного туризма и экотуризма со слаборазвитой инфраструктурой;
- активное развитие автотуризма выходного дня;
- новый вид отдыха с относительно маленькими затратами;
- эффективное обеспечение средствами размещения массовых культурных и спортивных мероприятий, ярмарок, выставок;
- рост имиджа Российской Федерации как привлекательной страны для автомобильного туризма.

В отношении западных туристов, не считая слабого развития всех видов технического и технологического обеспечения автотуризма, основной проблемой будет крайне низкая визовая доступность для автотуристов из стран еврозоны. Зато для повышения уровня внутреннего туризма активное создание кемпингов и развитие автотуризма очень привлекательно в долгой перспективе.

## **2.2 Общая характеристика современных туристских маршрутов на территории Амурской области**

Амурская область расположена на юго-востоке Российской Федерации и входит в состав Дальневосточного федерального округа. Это один из крупных субъектов РФ, занимающий пограничное положение на большом протяжении с Китайской Народной Республикой. Протяженность границы составляет почти 1250 километров. Площадь области – 361,9 тыс. км<sup>2</sup>. Численность постоянного населения, из которого 65 % городское, составляет на 2022 год 771,9 тыс. человек<sup>11</sup>.

На сайте туристско-информационного центра Амурской области «VisitAmur» предоставлена информация о 31 туроператоре, действующем на территории Амурской области.

Основными видами туризма, которые продвигаются в Амурской области, являются:

- приключенческий;
- культурно-познавательный;

---

<sup>11</sup> Министерство внешнеэкономических связей туризма и предпринимательства Амурской области [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 07.06.2019. – URL: <http://www.vstamur.ru> (дата обращения: 17.03.2022).

- спортивно-оздоровительный;
- экскурсионный;
- экологический;
- технотуризм.

На территории Амурской области действует порядка 40 туристических маршрутов, часть которых будут описаны в таблице 3.

Таблица 5 – Общая характеристика туристических маршрутов, представленных на территории Амурской области

Вид туризма	Название маршрута	Продолжительность	Сезонность	Описание	Стоимость, в руб.
1	2	3	4	5	6
Приключенческий	Сплав по реку Ульма	3 дня	Лето	Трехдневный сплав по реке Ульма с возможность рыбалки. Ночевка в палатках и посиделки у костра. Перед началом маршрута обязательное прохождение инструктажа по технике безопасности и обучение приемам управления туристским судном.	От 8 000
	Сплав по реке Томь на байдарках	4 дня	Лето	Сплав по реке Томь от Воскресеновки до Белогорска на байдарках. Маршрут проходит через районы вдали троп и автомобильных трасс. В стоимость входит трансфер, экскурсионное обслуживание, питание и снаряжение.	От 7 000
	Путешествие в Пинежье	1 день	Всесезонный	Прогулка по эко-турбазе «Шамбала Пинежье» возле Нижне-Бурейского водохранилища. Прогулка по Пинежью, под подвесным мостам, катание на каноэ по водохранилищу (в летний период) и обзор смотровой площадки Нижнебурейской ГЭС.	От 5 000

Продолжение таблицы 5

1	2	3	4	5	6
	Фактория «Сивагли». Поездка к оленеводам на Север Амурской области	4 – 5 дней	Всесезонный	Маршрут в эвенкийское село Усть-Уркима в Тындинском районе. Трансфер Благовещенск-Тында-Благовещенск. Трансфер Усть-Уркима – Сивагли - Усть-Уркима. Катание на оленьих упряжках 3 раза в день, катание на снегоходе, мастер-классы, баня и участие в празднике День оленевода и охотника. Посещение музея БАМа и экскурсия по г. Тында.	От 29 000
	Поход к Храмовой горе	2 дня	Всесезонный	Прогулка по Бурейскому водохранилищу на корабле, пешеходная прогулка по дальневосточной тайге к скальному городищу, обзор Бурейской ГЭС	От 10 000
	Туристический маршрут в «Село Черемхово» с посещением конно-спортивного клуба «Центавр»	4 часа	Всесезонный	Ознакомительная встреча в животными, катание верхом на лошадях, катание в санях/фаэтоне	-
	Экскурсионная поездка в конно-спортивный клуб «Адмирал»	4 часа	Всесезонный	Экскурсия по конюшне, езда верхом, прогулка, обучение в группе/индивидуальное обучение верховой езды	От 450
Спортивно-оздоровительный	Партизанская сопка	1 день	Всесезонный	Физкультурно-оздоровительный маршрут с историческими нотками. Возможен поиск золота.	От 450
	Тукурингра – сердце тайги	3 дня	Март - ноябрь	Пеший маршрут (14 км) на хребет. Отдых в домике на уровне 1442 метров, осмотр окрестностей и фотосессия.	От 7 300
	Санаторий Бузули	От 10 дней	Всесезонный	Лечебно-оздоровительное пребывание на базе санатория	-

Продолжение таблицы 5

1	2	3	4	5	6
				Бузули	
Экскурсионный	Экскурсия «Космодром Восточный – Полет нормальный»	1 день	Ракетные запуски	Посещение музея, осмотр настоящей ракеты в цеху и стартового комплекса, покупка сувениров с космической тематикой.	От 5050
	Экскурсия по городу «Благовещенск. Вход со двора или изнанка»	1,5 часа	Всесезонный	Маршрут по музеям и памятникам г. Благовещенск. Посещения бывших значных мест, где раньше были притоны, курильни опиума и кабаки.	От 700
	Свободный 21: экскурсия по самым секретным местам	1 день	Всесезонный	Знакомство с историей закрытого военного городка, самого секретного места Амурской области	От 3 000
	Поездка на Бурейскую ГЭС	1 день	Всесезонный	Трассовая экскурсия, экскурсия по пристанционной территории, посещение машинного зала, подъем на смотровую площадку, посещение источника Св. Ильи, посещение церкви-часовни.	От 3 000
	Экскурсионная поездка в «Дальневосточный аэрокосмический музей»	3 часа	Всесезонный	Экскурсия по территории музея, осмотр самолетов, ознакомление с тренажерами вертолетов, поднятие на борт действующего самолета, осмотр салона и кабины пилота.	-
	Экскурсионная поездка «Город Свободный»	9 часов	Всесезонный	Посещение Свободненского краеведческого музея, Дома народного творчества им. Петра Комарова, памятника Леониду Гайдаю, мемориала Славы в честь победы в Великой Отечественной войне. Знакомство со Свободненской детской железной дорогой, посещение мест заключения жертв репрессий 30-х гг. и захоронений «Свободный – центр	



Продолжение таблицы 5

1	2	3	4	5	6
				БА Млага».	
	Туристический маршрут «Благовещенск-Игнатьево-Марково-Сергеевка»	5 часов	Всесезонный	Посещение церкви в с. Игнатьево, экскурсия на погранзаставы в с. Марково и с. Сергеевка, посещение горного утеса вблизи с. Михайловка и др.	-
	Экскурсионная поездка в «Село Ивановка»	5 часов	Всесезонный	Посещение Ивановского районного историко-краеведческого музея, знакомство с Храмом Иоана Богослова, посещение братской могилы 256 мирных жителей, расстрелянных японскими интервентами, экскурсия в «Дом природы села Ивановка» (зоопарк), прогулка в парке культуры и отдыха, любование озером Лотосов (июль-сентябрь), экскурсия в «Дальневосточный аэрокосмический музей».	-
	Экскурсионная поездка «Город Белогорск»	7 часов	Всесезонный	Посещение Белогорского краеведческого музея им. Г.Н. Ельчанинова, знакомство с памятниками и архитектурными сооружениями города, экскурсия в военную часть, где служил Герой России майор С. Солнечников.	-
	Экскурсионная поездка «Зейская ГЭС»	2 дня	Всесезонный	Экскурсия на Зейскую ГЭС, посещение музея истории строительства Зейской ГЭС, экскурсия в Музей Золотодобычи, автобусная экскурсия по г. Зея, экскурсия в Краеведческий музей.	-
	Большое путешествие по Амурской области	2 дня	Всесезонный	Посещение памятника казакам-первопоселенцам, осмотр Триумфальной арки, посещение Амурского областного	-

Продолжение таблицы 5

1	2	3	4	5	6
				краеведческого музея, посещение Кафедрального собора Благовещения Пресвятой Богородицы, Посещение Свято-Никольской церкви, посещение памятника основателям Благовещенска, посещение	
				памятника первопроходцам, посещение прихода Св. Александра Невского, посещение оз. Кривое.	
Экологический	В Облаках Тукурингры	4 дня	Весна	Пеший маршрут (30 км).	От 17 800
	Тропа здоровья «Мухинский лес»	6 часов	Всесезонный	Поход по урочищу Мухинка, Волчому обрыву, сопке Богатырева, Сосновому бору, реке Зея. Преодоление переправы через ручеек по навешенным веревкам.	От 700
	Экскурсионная поездка в «Муравьевский парк»	5 часов	Всесезонный	Экскурсия по парку, «Экологическая тропа», знакомство с птицами в вольере, просмотр фильма о природе Муравьевского парка.	-
	«Природа Хинганского заповедника»	12 часов	Всесезонный	Экскурсия со специалистами по территории, знакомство и кормление редких птиц, просмотр фильма, фотографирование.	-
	Тропа «Двадцатый»	1 – 2 дня	Всесезонный	Пеший поход по лесной тропе с выходом к кордону «Двадцатый».	-

Как видно из данных, приведенных в таблице, в последние годы в Амурской области значительно возросло число маршрутов в сфере культурно-познавательного, природного и промышленного туризма. Число внутренних туристов постепенно возрастает, в Амурскую область охотно приезжают туристы из других регионов России. В мае 2022 г. Амурская область по турпотoku обогнала Калининград, Сахалин, Камчатку, Дагестан, Хакасию и другие при-

знанные туристические регионы страны. Для сравнения, в Приамурье побывало на 8 % туристов больше, чем в «янтарной столице России», в 5 раз больше, чем на Камчатке и Сахалине<sup>12</sup>.

### **2.3 Ресурсный потенциал развития кемпинга в Амурской области**

В Амурской области почти не представлен официальный автомобильный туризм. Есть лишь несколько маршрутов: ознакомительный джип-тур по Благовещенскому району, короткий джип-тур с гибким маршрутом по Благовещенскому району, длинный джип-тур и ночной джип-тур.

Зачастую, Амурская область используется автотуристами проездом, но необходимой инфраструктуры для их проживания на территории нет. Именно поэтому автотуристы стараются не задерживаться в регионе и продолжить свое путешествие, что значительно снижает привлекательность Амурской области как перспективного региона для развития автомобильного туризма. Следовательно, без развития автотуризма на территории региона не будет предпосылок и для развития кемпинг-туризма.

В Амурской области достаточно развитая транспортная система. Через территорию субъекта проходят железнодорожные пути Транссибирской магистрали и Байкало-Амурской магистрали. Дорожная сеть представлена, в основном, дорогами федерального значения, а именно автомагистралью Москва-Владивосток (автомобильная дорога «Амур» Чита – Хабаровск), протяженность которой на территории Амурской области составляет 2165 км.

По данным ЕМИСС на 2020 г. в Амурской области насчитывается 184 коллективных средств размещения, представленные, в основном, независимыми гостиницами и мотелями. На территории региона располагается лишь одна сетевая отель. Также есть несколько санаторно-курортных зон и баз отдыха. Кемпингом, на территории Амурской области, считается база отдыха «Метехи» за г. Благовещенск. Но больше всего она предназначена для летнего отдыха. На базе располагается несколько экодомиков и места для автомобилей. В основном, «Метехи» пользуются большой популярностью у жителей Благовещенска

---

<sup>12</sup> Приамурье по турпотоку обогнало Калининград, Сахалин и Камчатку / <https://asn24.ru/news/partners/101567/>

и близлежащих населенных пунктов. Автокемпингов или автомобильных кемпинговых сетей на территории Амурской области не числится. Для автотуристов, в основном, представлены такие средства размещения как мотели вдоль трасс с низким качеством обслуживания. Зачастую они расположены у автозаправочных станций или в населенных пунктах.

Амурская область имеет уникальное географическое положение, которое представляет собой границу с Китайской Народной Республикой.

В 2019 году из Амурской области в Китай был построен автомобильный мост, открытие которого планировалось на 2021 год. Это повышает к ней интерес туристов из всех регионов страны. Данный проект притянет в Амурскую область туристов со всех частей света, если проезд в КНР будет доступен на личном автомобиле. Но чтобы добраться до г. Благовещенск на машине, регион нужно обеспечить придорожной инфраструктурой, которая облегчит поездку всем желающим.

Для более подробного изучения вопроса о возможности создания автомобильного кемпинга на территории Амурской области был проведен SWOT-анализ, представленный в таблице 6.

Таблица 6 – SWOT-анализ предполагаемого автокемпинга на территории Амурской области

	<p><b>Возможности:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Расширение ассортимента предлагаемых услуг</li> <li>2. Увеличение мест для проживания</li> <li>3. Возможность позиционирования как площадки для проведения мероприятий</li> <li>4. Широкий территориальный охват населения</li> <li>5. Привлечение иностранных партнеров</li> <li>6. Возможность конкурировать наравне с гостиничными предприятиями</li> <li>7. Изменение предпочтений туристов в пользу самостоятельного туризма</li> <li>8. Поддержка государства</li> </ol>	<p><b>Угрозы:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Высокая конкуренция</li> <li>2. Несовершенство нормативно-правовой базы кемпинг-индустрии</li> </ol>
--	---	--

	9. Летний период – пик посещаемости 10. Расширение охватываемой территории	
<b>Сильные стороны:</b> 1. Новое средство размещения, прекрасный аналог гостиницам, удовлетворяющий потребности автотуристов 2. Экологичность 3. Комфорт в сочетании с невысокой стоимостью 4. Расположение вблизи водоема 5. Территория, которую можно использовать почти в любых социальных целях 6. Удобное расположение вблизи населенного пункта 7. Простота в установке и эксплуатации сооружений 8. Расположение вблизи федеральной трассы	1. Повышение уровня конкурентоспособности за счет новизны и дешевизны предоставляемых услуг 2. Использование кемпинга как площадки для проведения мероприятий повысит интерес с территории, а также привлечет новых партнеров 3. Расширение работы автокемпинга путем создания автокемпинговой сети в разных регионах страны 4. Увеличение прибыли за счет расширения ассортимента услуг и расширения круга потенциальных клиентов	1. Повышение качества предоставляемых услуг и доступности к ним, а также расширение клиентской базы 2. Привлечение иностранных партнеров и укрепление кемпинга на рынке услуг как качественного поставщика услуг даст толчок в развитии законодательной базы для кемпинг-индустрии
<b>Слабые стороны:</b> 1. Слабая информированность населения и кемпинг-индустрии 2. Недоверие населения к объектам придорожного сервиса 3. Невозможность функционирования в зимний период 4. Невысокая чистая прибыль на начальном этапе работы 5. Расположение не в крупном населенном пункте	1. Использование эффективной рекламной кампании для завоевания доверия и увеличения уровня заинтересованности, чтобы обеспечить конкурентоспособность 2. За счет дополнительных инвестиций и получения дополнительной прибыли возможно обеспечить работу кемпинга в зимний сезон 3. Укрепления позиций кемпинга как долгосрочного и перспективного проекта	1. Нестабильное финансовое положение в зимний период 2. Отсутствие спроса в связи с не информированностью и наличием уже сформированного гостиничного фонда

Ключевыми Travel-векторами Амурской области считаются:

– Северная часть (Зейская ГЭС, Зейский заповедник, Норский заповедник, с. Ивановское, с. Бомнак, с. Усть-Нюкжа, с. Усть-Уркима, с. Первомайское, с. Албазино);

– Центральная часть (Космодром «Восточный», Муравьевский парк, с. Ивановка, г. Благовещенск);

– Южная часть (Бурейская ГЭС, Нижне-Бурейская ГЭС, Хинганский заповедник, Природный парк «Бурейский»).

Основные Travel-векторы Амурской области представлены на рисунке 2.



Рисунок 2 – Основные Travel-векторы Амурской области

Расположение автокемпинга вблизи данных популярных точек может повысить как спрос на посещение этих достопримечательностей (т.к. туристам теперь будет где остановиться на личном автомобиле), так и повысить вероятность того, что автотуристы в большей степени захотят воспользоваться автокемпингом, располагающимся рядом с известным природным объектом, неже-

ли в другом месте. Но данный момент ограничивается тем, что на территории Российской Федерации запрещено размещения туристических баз в заповедных территориях.

Число собственных легковых автомобилей на 1 000 человек населения в Амурской области представлено на рисунке 3.

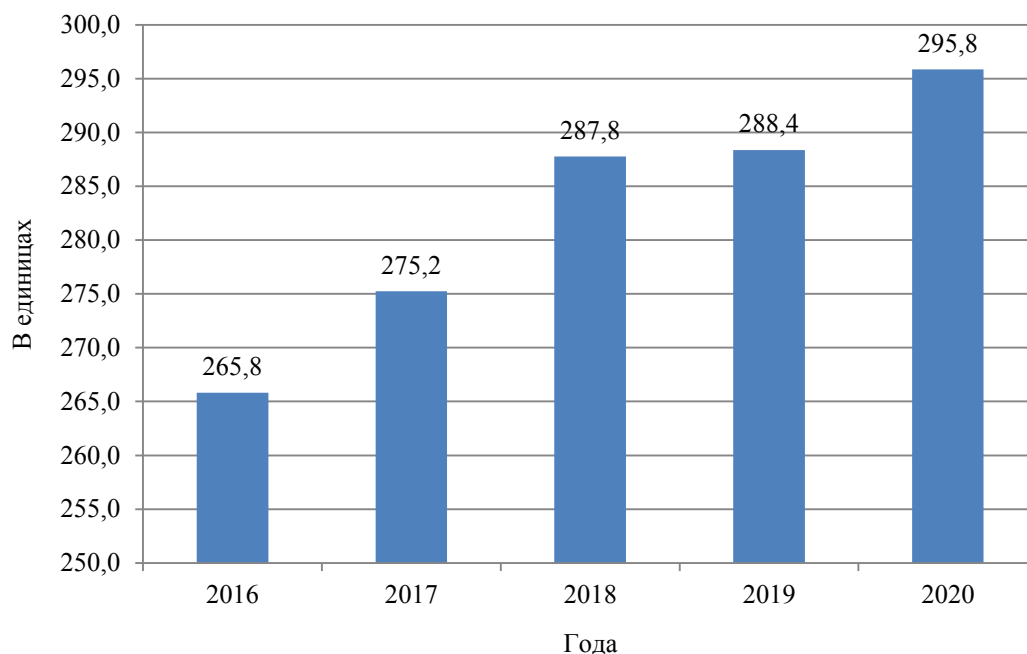


Рисунок 3 – Число собственных легковых автомобилей на 1 000 человек населения в Амурской области

По данным рисунка 3, можно сделать вывод, что число личных легковых автомобилей у жителей Амурской области с каждым годом растет. Почти у каждого третьего жителя есть в личном пользовании автомобиль, что автоматически делает их потенциальными участниками автомобильного туризма и потенциальными клиентами автокемпингов.

Таким образом, Амурская область имеет большие перспективы в развитии кемпинг-туризма за счет большого числа привлекательных достопримечательностей, оснащённостью транспортной системы, довольно высокого уровня наличия личного транспортного средства и наличия на территории региона федеральной автомагистрали, которой пользуются жители всех регионов.

## 3 ПЕРСПЕКТИВЫ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КЕМПИНГА В АМУРСКОЙ ОБЛАСТИ

### 3.1 Перспективы развития кемпинга на территории Амурской области

Амурская область обладает большим потенциалом для развития кемпинг-индустрии. Наличие привлекательных достопримечательностей может упростить задачу привлечения потенциальных туристов, тем самым повысив посещаемость самих объектов показа.

Создание автокемпинга является актуальным, так как все большее количество туристов отдают предпочтение самоорганизованному туризму, и инновационным решением, так как на туристском рынке Амурской области автокемпинговых услуг еще не предоставляется.

Автокемпинг – это бизнес предприятие, поэтому целесообразным решением будет зарегистрировать ООО с перспективами развития и расширения автокемпинга в сторону ЕАО, Хабаровского и Приморского края.

Уставный капитал предприятия будет составлять 9 000 000 рублей и будет потрачен на закупку технического оснащения.

В соответствии с ОКВЭД данное предприятие входит в класс видов деятельности 55 «Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания» и подкласс 93.30 «Деятельность по предоставлению мест для временного проживания в кемпингах, жилых автофургонах и туристических автоприцепах».

Класс ОКВЭД 55 входящий в Общероссийский классификатор видов экономической деятельности 2021 года ОКВЭД-2 включает в себя предоставление мест для временного проживания туристам, лицам, прибывающим с деловыми целями, и другим клиентам, а также деятельность по предоставлению более длительного проживания отдельным категориям лиц, таких как, например, студенты и наемные рабочие. Некоторые предприятия предоставляют не только места для проживания, но и питание и возможности для отдыха и развлечений

Подкласс 55.30 включает в себя деятельность по предоставлению мест для временного проживания в кемпингах, жилых автофургонах и туристиче-



ских автоприцепах, а именно:

– предоставление мест для временного проживания в постройках на территории кемпинга, на территории стоянок для жилых автофургонов оздоровительных, рыбацких и охотничьих лагерей;

– предоставление стояночных мест и обслуживание жилых автофургонов.

Так как предприятия будут предоставлять услуги проживания в автокемпингах, следовательно, виды деятельности соответствуют предоставляемым услугам.

Было проведено анкетирование среди жителей Амурской области и Дальневосточного федерального округа в целом, с целью выявления заинтересованности населения в создании автокемпинга. Были получены следующие результаты (рисунки 4, 5):

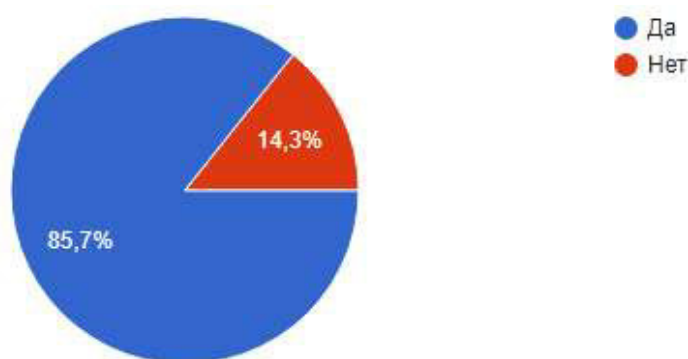


Рисунок 4 – Выявление количества путешествующих лиц по Амурской области



Рисунок 5 – Выявление цели путешествий туристов по Амурской области

85,7 % респондентов путешествовали по территории Амурской области, и

большая часть опрошенных (63,8 %) путешествовали по региону с целью отдыха.

На вопрос о предпочитаемом виде транспорта ответы распределились следующим образом (рисунок 6).

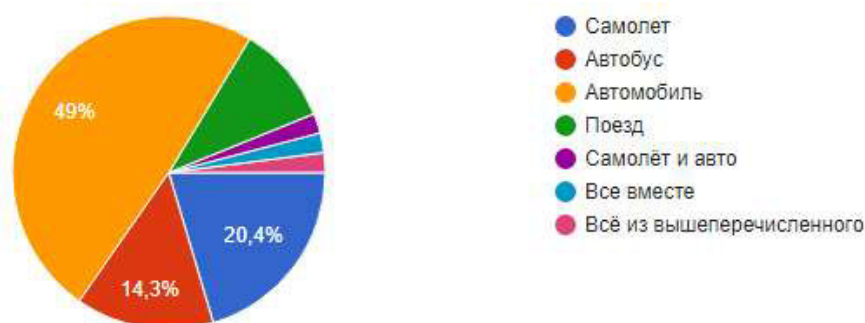


Рисунок 6 – Выявление предпочитаемого транспортного средства в путешествии

Почти половина опрошенных предпочитает использовать личный автомобиль в туристических целях.

Результаты ответа на вопрос о предпочтении вида организации отдыха приведены на рисунке 7.



Рисунок 7 – Выявления предпочтений в организации туристических поездок туристов

Больше половины респондентов практикуют или готовы практиковать самостоятельную организацию туристских поездок.

Более половины респондентов (59,2 %) при ответе на вопрос о наличии

личного автомобиля в ответили, что еще не имеют личного автомобиля (рисунок 8), но при его наличии готовы использовать его в туристических целях.

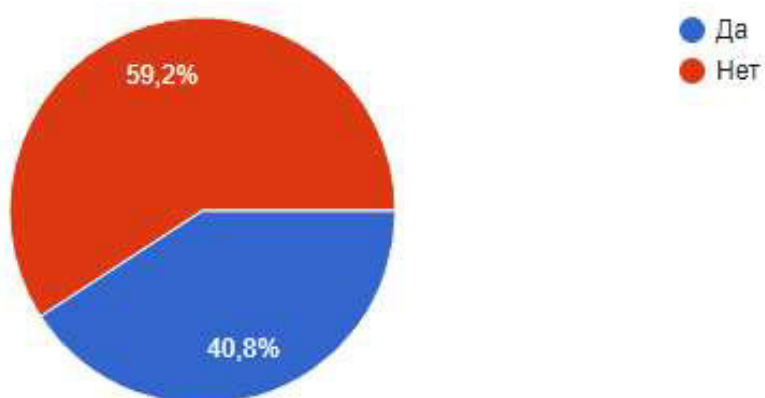


Рисунок 8 – Выявление наличия у жителей Амурской области и Дальневосточного федерального округа личного автомобиля

Многие готовы использовать личный автомобиль в качестве основного средства передвижения в туристских целях и даже в поездках на дальние расстояния (рисунки 9, 10).

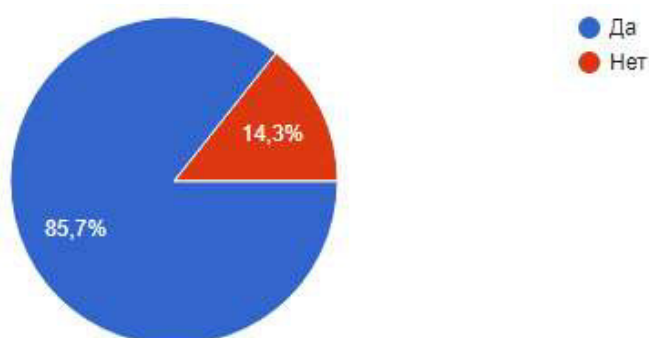


Рисунок 9 – Выявление степени готовности использования личного транспортного средства в туристических целях

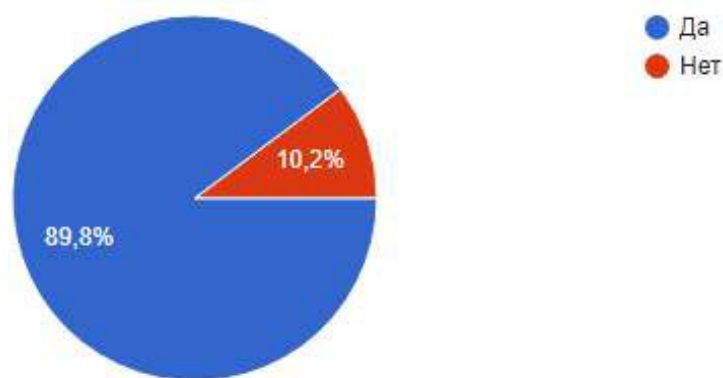


Рисунок 10 – Выявление степени готовности использования личного автомобиля в поездках на дальние расстояния

Почти 90 % опрошенных ответили, что используют (готовы использовать) личный автомобиль в туристических поездках на дальние расстояния.

Исходя из данных рисунка 11, можно сделать вывод, что чуть меньше  $\frac{3}{4}$  опрошенных предпочитают комфортные условия проживания в поездках, тогда как 26,5 % респондентов готовы ночевать в машине/палатке.

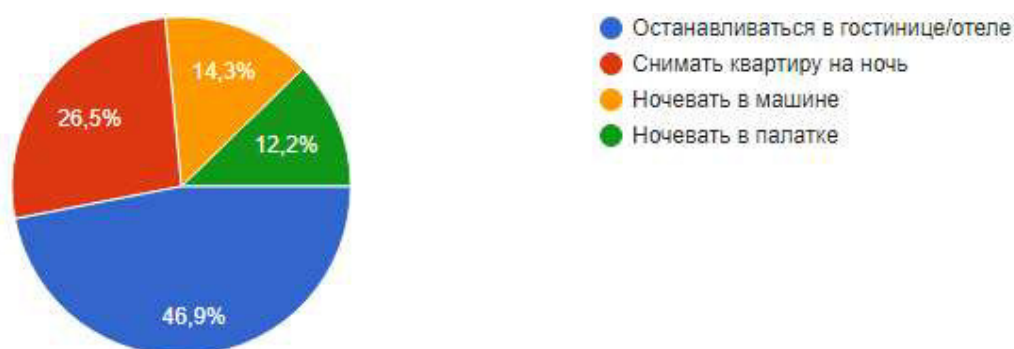


Рисунок 11 – Выявление предпочтений туристов в выборе средства размещения

Автокемпинг может с легкостью заменить дорогие номера в гостиницах и съемные квартиры за счет дешевизны и комфорта. Населению, готовому ночевать в машине или палатке, также подойдет автокемпинг, как средство размещения, так как они могут ночевать и в машине, и в палатке, но уже в более безопасной зоне.

Вместе с тем, как выяснилось не все респонденты информированы о спектре услуг, предоставляемых в автокемпингах (рисунок 12).

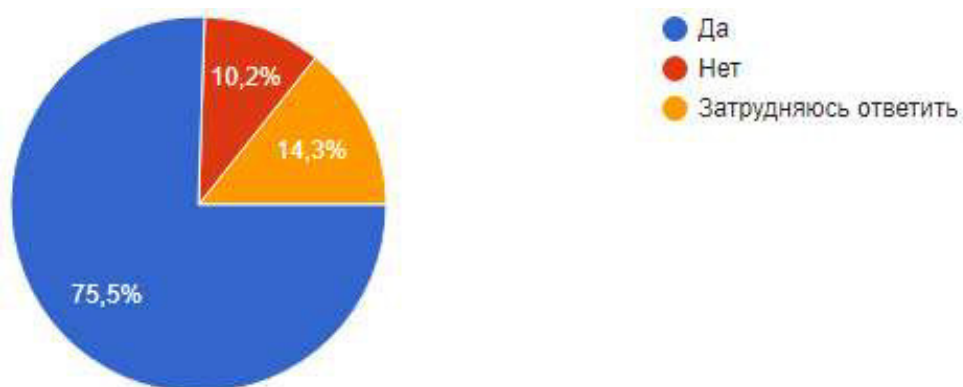


Рисунок 12 – Выявление степени информированности населения об автокемпинговых услугах

Только  $\frac{3}{4}$  опрошенных знают или слышали, что из себя представляет автокемпинг, и какие услуги он предоставляет.

При ответе на вопрос о минимальных необходимых услугах, предоставляемых потребителям на территории автокемпинга были получены следующие результаты (рисунок 13).

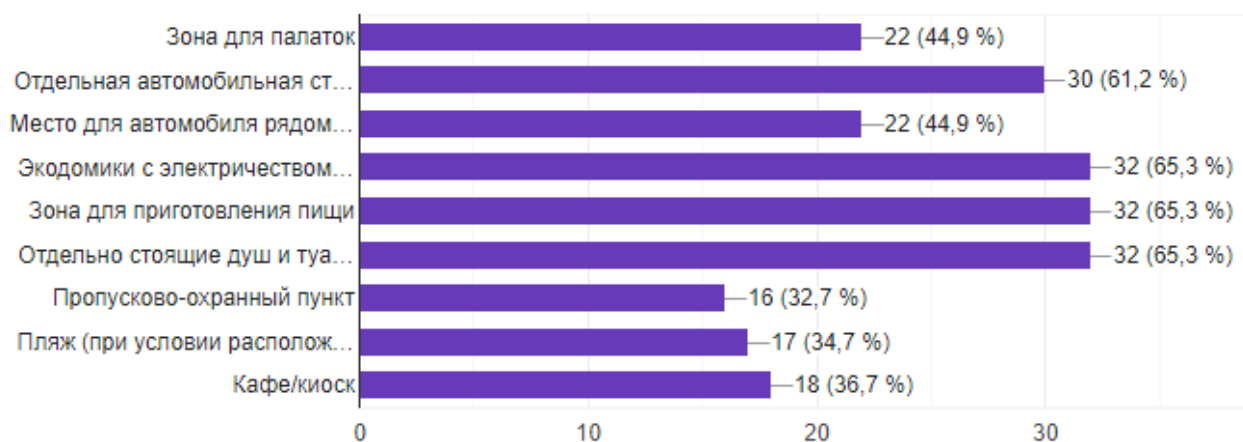


Рисунок 13 – Выявление минимальных необходимых услуг, предоставляемых потребителям на территории автокемпинга

Большое количество респондентов считают, что автокемпинг должен быть оснащен, как минимум, отдельной автомобильной стоянкой, экодомики с электричеством для комфортного проживания, отдельной зоной для приготовления пищи и иметь на своей территории туалет и душ (рисунок 14).

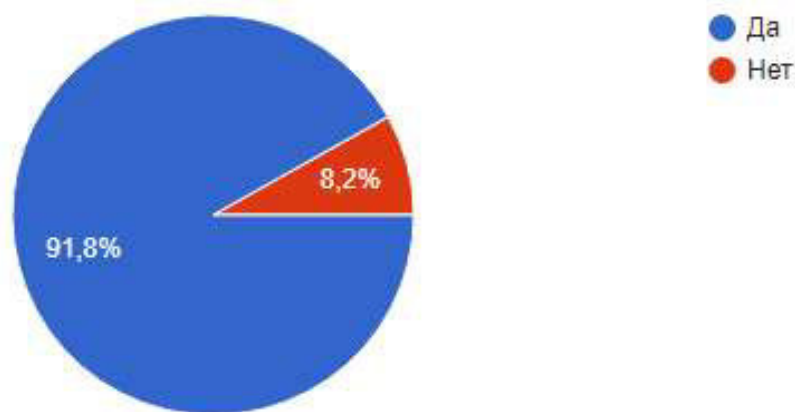


Рисунок 14 – Выявление готовности населения выбрать автокемпинг в качестве средства размещения на ночь

Значительная доля опрошенных (91,8 %) готовы выбрать автокемпинг для ночевки (рисунок 15).

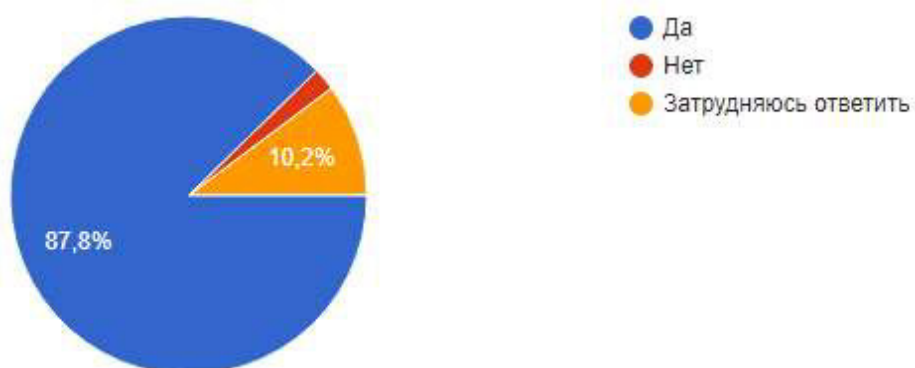


Рисунок 15 – Выявление заинтересованности населения в создании автокемпинговой сети на территории Амурской области, ЕАО, Хабаровском и Приморском краях

Респонденты считают, что создание автокемпинговой сети «Амурская область – ЕАО – Хабаровский край – Приморский край» может иметь хорошую перспективу в будущем.

Исходя из данных исследования, респонденты предпочли бы автокемпинг, который располагался бы возле водоема и рядом с автодорогой, при этом, значительная часть респондентов считает, что кемпинг должен располагаться в 10 – 15 км (и меньше) от населенного пункта (рисунки 16, 17).

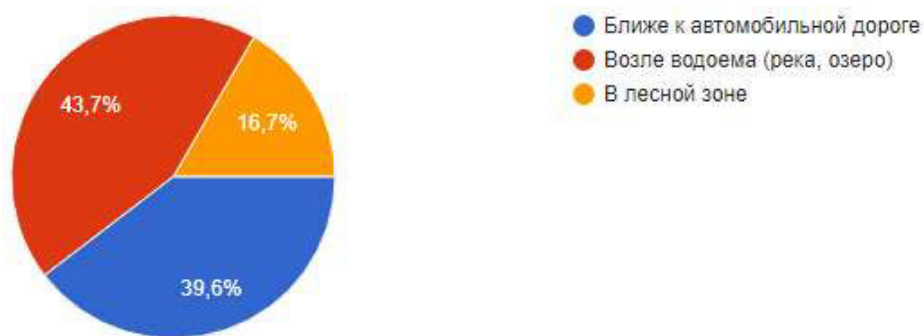


Рисунок 16 – Выявление лучшего месторасположения автокемпинга

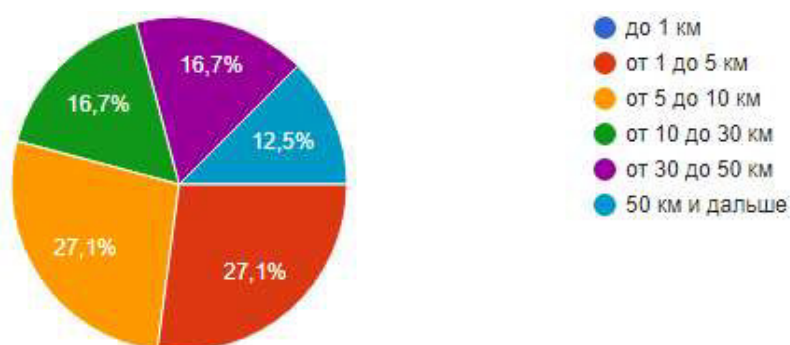


Рисунок 17 – Выявление оптимального для населения расстояния автокемпинга, при котором жители воспользовались бы услугами средства размещения

Главным критерием выбора автокемпинга как средства размещения на ночь для респондентов стал критерий комфортности, а также внимание они уделили месторасположению кемпинга и стоимости услуг (рисунок 18).

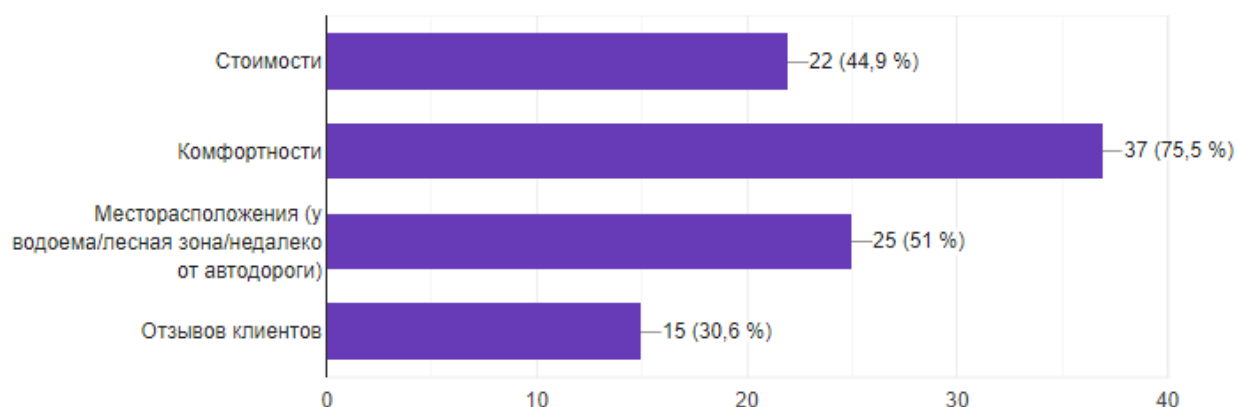


Рисунок 18 – Выявление наиболее значимых факторов, при которых населения воспользовалось бы услугами автокемпинга

При наличии автокемпинговой сети «Амурская область – ЕАО – Хабаровский край – Приморский край» 95,9 % респондентов готовы были бы воспользоваться услугами данного средства размещения (рисунок 19).

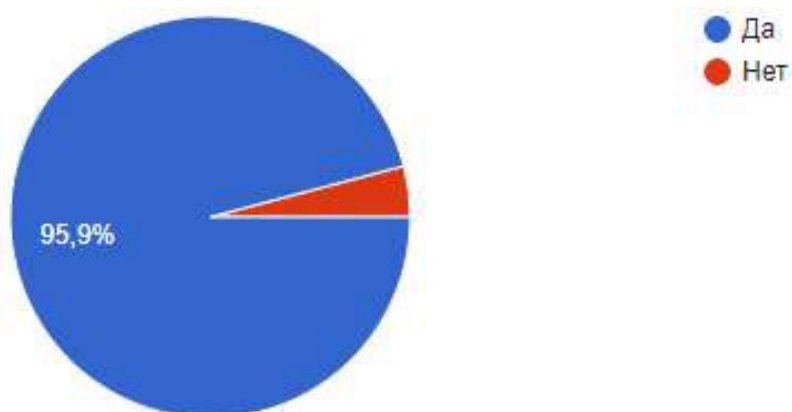


Рисунок 19 – Выявление степени готовности населения воспользоваться услугами одной автокемпинговой сети

Значительная часть опрошенных считает, принадлежность кемпингов к одной автокемпинговой сети – это гарант безопасности и удобства, т.к. остановившись в одной точке, можно понять, какой уровень обслуживания можно ожидать от следующей точки этой же сети (рисунок 20).

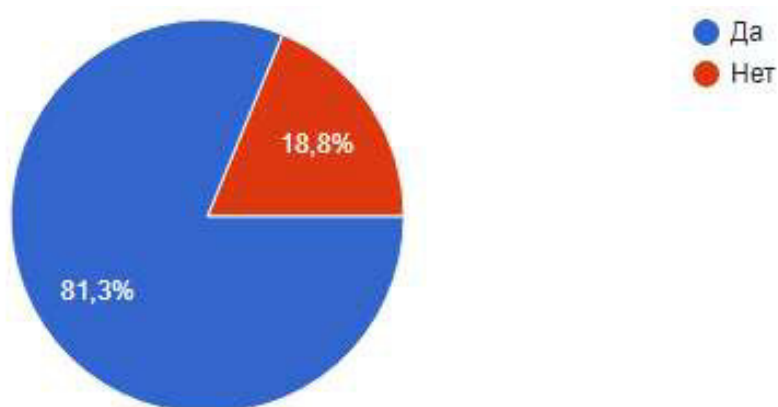


Рисунок 20 – Выявление важности принадлежности автокемпингов к одной автокемпинговой сети



В опросе принимали участие мужчины и женщины от 16 до 54 лет, большая часть которых это студенты и работники по найму, а также работники государственных органов, учащиеся, фрилансеры и временно неработающие (рисунки 21, 22, 23).

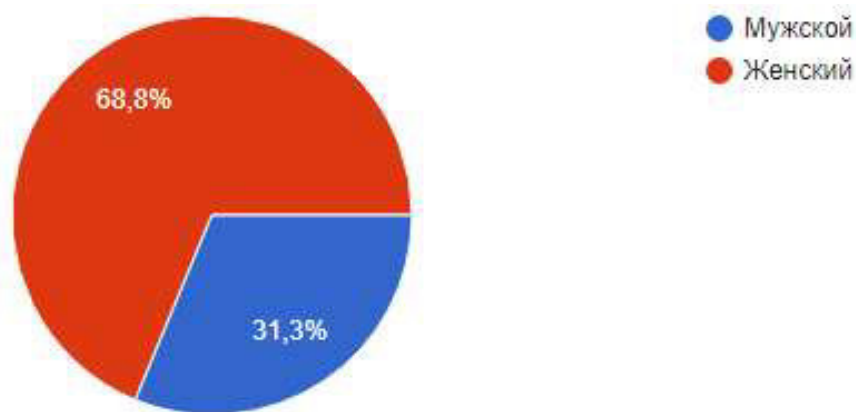


Рисунок 21 – Выявление пола респондентов

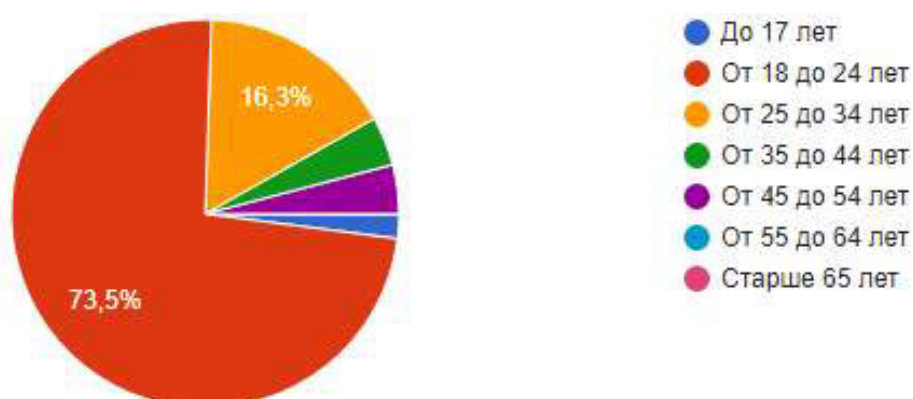


Рисунок 22 – Выявление возраста респондентов

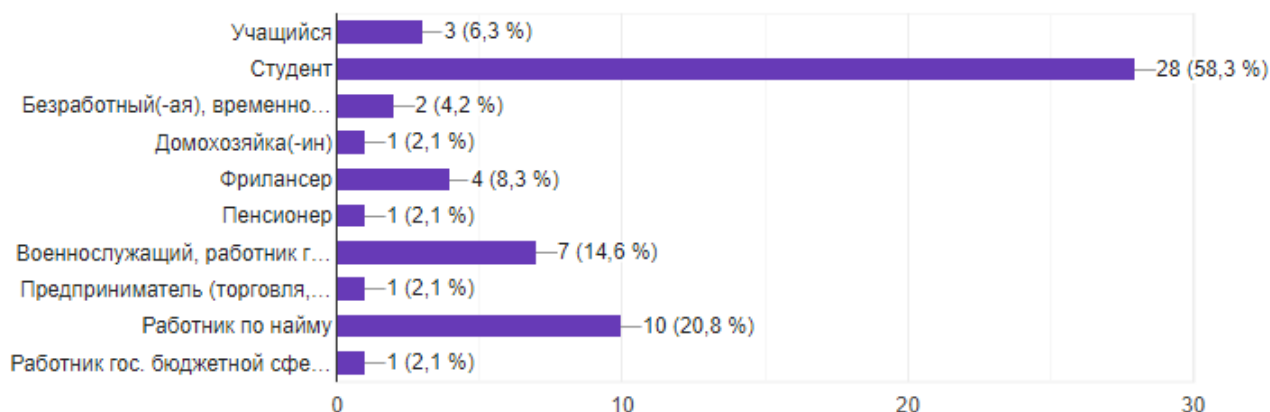


Рисунок 23 – Выявление социального статуса респондентов

В итоге целевым ядром потенциальных клиентов автокемпингов оказались студенты, работники по найму и военнослужащие, предпочитающие самоорганизованный отдых и предпочитающие в качестве средства передвижения автомобиль, готовые к поездкам на дальние расстояния. Преимущественный возраст – от 18 до 24 лет.

### **3.2 Вариант расположения автокемпинга в Амурской области**

Автомобильный туризм и кемпинг-туризм на территории Амурской области, да и всей России в целом, еще только начинает развиваться и является достаточно новым видом туризма в нашей стране. Это означает, что, прежде чем эта услуга станет обыденной, пройдет немало лет. Автомобильный кемпинг-туризм находится только на стадии внедрения на российский рынок. Она может длиться долго, а может пройти за несколько месяцев: все зависит от того, какие усилия предпринимает государство для развития нового вида туризма на данном этапе, а также от инвестиционных возможностей государства в рекламную поддержку туризма.

Автокемпинговые услуги, предоставляемые от лица общества с ограниченной ответственностью, смогут помочь автотуристам в предоставлении места проживания, облегчив им путь, а выгодное расположение в природной зоне поможет туристам почувствовать связь с природой и расслабиться.

Идея создания автокемпинга в Амурской области является новой для региона, комфорт и безопасность средства размещения обусловлены требованиями классификации кемпингов на территории РФ. Единственной проблемой может стать то, что на территории Российской Федерации не производят дома на колесах. Поэтому было принято решение создания автокемпинга в виде средства размещения с экодомиками, но без обслуживания автодомов. Позиционирование кемпинга как автокемпинга будет способствовать развитию автомобильного туризма в регионе. А позиционирование автокемпинга еще и как площадки для проведения различного рода мероприятий будет поддерживать данное средство размещения на плаву и вызывать больший интерес.

Кемпинг планируется эксплуатировать с мая по октябрь, так как это самые благоприятные месяцы для автомобильного потока. Рассчитан кемпинг на 20 мест.

Стоимость проживания за ночь в домике за человека будет варьироваться от 1900 до 2300 рублей в зависимости от сезона. Также планируется в ближайшие три года повышения стоимости на 100 рублей.

Для того, чтобы разместить автокемпинг на территории Амурской области, будет необходимо:

- арендовать участок, на котором будет располагаться средство размещения. Для этого потребуется в письменной форме (заявление на взятие участка в аренду) обратиться в местный муниципалитет, на территории которого будет размещен автокемпинг, а затем, при положительном ответе, заключить договор об аренде;

- закупить обустройство кемпинга, которое будет включать в себя: строительные материалы, сантехнику для обустройства санузла, кухонное оборудование (казаны, кастрюли и др.), столы, лавки, беседки, кассовый аппарат;

- нанять персонал;

- запустить эффективную маркетинговую кампанию.

В качестве расположения планируемого автокемпинга, было выбрано озеро Полуозерка вблизи рабочего поселка Буряя. Озеро славится тем, что на нем цветут лотосы. Озеро для автокемпинга представляет собой живописное место для того, чтобы постояльцы могли отдохнуть и насладиться живописным видом озера. Источником пресной воды для автокемпинга станет водопровод пгт. Буряя.

Для расположения автокемпинга достаточно будет территории в 2000 м<sup>2</sup>: одна половина территории будет выделена под застройку, вторая половина территории – площадь озеленения территории.

Кадастровая стоимость территории (кадастровый номер: 28:11:000000:2736) (Амурская область, р-н Бурейский, пгт. Буряя), выбранной под застройку, составляет 20 903 190 руб. Общая площадь земли – 193682 кв.м.

Стоимость за кв.м. составит 107,9 руб. Стоимость за 2000 кв.м. составит 215800 руб.  $K_{нс}=1$ .  $K_{и}=1$ .

Арендная плата в год:  $215800 * 1,0 * 1,0 = 213800$  руб.

Арендная плата в месяц:  $215800 / 12 = 17983,3$  руб.

В техническое оснащение кемпинга будут включены: 10 экодомиков на 2 спальных места с электричеством, летняя кухня, санитарный уличный модуль (туалет и душ), освещение (фонари), 3 перголы со столами и скамейками, административное сооружение в виде лоджи с тремя комнатами (комната для проживания горничной, кабинет, помещение для прачечной и другой утвари), пати-тент с мебелью для мероприятий, пост охраны со шлагбаумом, ограждение металлическое, мебель для комфортного проживания, кухонная мебель, бытовая техника, комплект видеонаблюдения за территорией, скамейки и др.

Стоимость одного экодомика вместительностью 2-4 человека составит 264500 руб. В данную стоимость входят: столик в комнате, две ступени перед входом, сборка домика на участке, установка электрики (проводка, светильник, выключатель) и возведение фундамента для установки домика.

Сооружение летней кухни (24 кв.м.) будет стоить 536000 руб. Так как в стоимость лоджи (административного сооружения) входит стоимость кухни, которая идет в комплекте с лоджи, было решено не закупать новую кухню, а монтировать ее в сооружение летней кухни.

На территории автокемпинга будет установлен санитарный модуль «NI-AGARA M». В него входят 2 женских туалета, 2 мужских туалета и 2 душевые кабины. Также в стоимость включены: электроподготовка и водообеспечение. В стоимость входят душевой поддон с душем, смесители, двери, унитазы, раковины с тумбами и смесителями, зеркала, водонагреватели.

Также будет установлен пати-тент для отдыха посетителей и проведения в нем различных мероприятий. Пати-тент будет обустроен комфортабельными скамейками, столиками, которые включены в стоимость тента.

На территории кемпинга не будут располагаться такие объекты как киоск, кафе и т.д, так как озеро находится на окраине пгт. Бурья, и посетители авто-

кемпинга смогут без проблем воспользоваться магазинами населенного пункта.

Все необходимое оснащение для обустройства территории автокемпинга представлено в таблице 7.

Таблица 7 – Техническое оснащение автокемпинга ООО «Автомобильный кемпинг «Lotus Camp»

Наименование	Ед.	Цена за единицу	Общая стоимость в рублях	АО за год, руб.	АО за месяц, руб.
Кемпинг 001	10	264 500	2 645 000	105 800 (25)	8 816,7
Модульная кухня	1	536 000	536 000	21 440 (25)	1 786,7
Санитарный модуль «NIAGARA M»	1	1 124 000	1 124 000	44 960 (25)	3 746,7
Административное сооружение	1	1 243 000	1 243 000	49 720 (25)	4 143,3
Пати-тент с мебелью	1	550 000	550 000	22 000 (25)	1 833,3
Пост охраны	1	82 800	82 800	8 280 (10)	690
Фонарные столбы	5	22 500	112 500	7 500 (15)	625
Наземные светильники	20	5 050	101 000	6 733,3 (15)	561,1
Кровать односпальная	23	4 500	103 500	14 785,7 (7)	1 232,1
Пергола	3	107 000	321 000	21 400 (15)	1 783,3
Скамейки	5	7 000	35 000	5 000 (7)	416,7
Онлайн-кассовый аппарат Sigma 8	1	19 000	19 000	2 714,3 (7)	226,2
Тумба прикроватная	12	2 000	24 000	3 428,6 (7)	285,7
Стол	2	3 800	7 600	1 085,7 (7)	90,5
Стул	2	3 000	6 000	857,1 (7)	71,4
Стиральная машина	2	17 000	34 000	6 800 (5)	566,7
Компьютерный комплект офисный	2	32 500	65 000	21 666,7 (3)	1 805,6
Шлагбаум	1	45 000	45 000	6 428,6 (7)	535,7
Ограждение	1	1 133 160	1 133 160	75 544 (15)	6 295,3
Шкаф	3	14 800	44 400	6 342,8 (7)	528,6
Сейф	1	35 400	35 400	1 416 (25)	118
Плита настольная	2	5 500	11 000	1 100 (10)	91,7
Комплект видеонаблюдения	1	20 000	20 000	2 857,1 (7)	238,1
Всего:	х	х	8 298 360	437 859,9	36 674,1

В затраты не были включены расходы на строительные материалы и ра-

боты, так как на данный момент стоимость и тех, и других остается непостоянной и может меняться. Для некоторого технического оснащения, такого как санитарный модуль, стоимость строительных работ (проведение водоснабжения и электричества) включена в стоимость самого сооружения.

Для нормального функционирования автокемпинга на начальном этапе его работы необходимо нанять управляющего, двух администраторов, двух горничных и двух охранников. Весь необходимый персонал представлен в таблице 8.

Таблица 8 – Персонал автокемпинга ООО «Автомобильный кемпинг «Lotus Camp»

№ п/п	Должность	Численность, чел.	Оклад, руб.	ФОТ, руб.	ФОТ с начислениями на ЗП, руб.
1	Управляющий	1	25 000	25 000	32 550
2	Администратор	2	27 000	54 000	70 308
3	Бухгалтер	1	25 000	25 000	32 550
3	Охранник	2	18 000	36 000	46 872
4	Горничная	2	20 000	40 000	52 080
Итого:		8			234 360

Бухгалтер и охранники будут работать даже в не сезон, но ФОТ с начислениями на ЗП сократится в не сезон до 23 436 рублей и 39 060 рублей соответственно.

Чтобы правильно составить план прибыли и убытков, следует рассчитать стоимость комплектующих расходов автокемпинга (таблица 9)

Таблица 9 – Комплектующие расходы автокемпинга ООО «Автомобильный кемпинг «Lotus Camp»

ПОСТОЯННЫЕ ЗАТРАТЫ, мес.	Стоимость, руб.	ПЕРЕМЕННЫЕ ЗАТРАТЫ, мес.	Стоимость, руб.
Амортизация	38 279	Коммунальные услуги	50 000
Реклама	64 000		
Заработная плата сотрудникам	234 360		
Непредвиденные расходы	100 000		
Аренда участка	17983,3		

Продолжение таблицы 9

ПОСТОЯННЫЕ ЗАТРАТЫ, мес.	Стоимость, руб.	ПЕРЕМЕННЫЕ ЗАТРА- ТЫ, мес.	Стоимость, руб.
Освещение территории	10 000		
Водоснабжение	10 000		
Вывоз мусора	10 000		
ИТОГО:	478 622,3	ИТОГО:	50 000

Планируемая посещаемость автокемпинга за 2023 год – 1333 человека.  
Выручка, полученная за первый год будет равна 2 991 360 рублей (таблица 10).

Таблица 10 – План продаж на 2023 год автокемпинга ООО «Автомобильный кемпинг «Lotus Camp»

Показатели	Период 2023 год												ИТО- ГО:
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
План про- даж, чел.	0	0	0	0	86	111	273	396	293	174	0	0	1333
Показатели	Период 2023 год												ИТО- ГО:
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Услуга прожива- ния, чел.	0	0	0	0	86	111	273	396	293	174	0	0	1333
Показатели	Цена проживания за ночь, руб.												ИТО- ГО:
	0	0	0	0	190	200	210	230	230	230	0	0	
Выручка, руб.	84 600	3 9 6 0 0	63 00 0	12 4 20 0	154 800	199 800	491 400	712 800	527 400	313 200	0	0	294366 0
Показатели	Период 2023 год												ИТО- ГО:
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Услуга прачечной, ед.	0	0	0	0	20	33	79	121	98	47	0	0	398
Показатели	Цена 1 ед. стирки, руб.												ИТО- ГО:
	0	0	0	0	120	120	120	120	120	120	0	0	
Выручка, руб.	0	0	0	0	2 400	3 960	9 480	14 520	11 160	5 640	0	0	47760
ВСЕ- ГО,руб.:	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	299136 0

План продаж на 2024 год был рассчитан по кварталам. Планируемая посещаемость автокемпинга за 2024 год – 1466 человек. Выручка, полученная за год, будет равна 3 374 118 рублей (таблица 11).

Таблица 11 – План продаж на 2024 год автокемпинга ООО «Автомобильный кемпинг «Lotus Camp»

Показатели	Период 2024 год (+10%)				ИТОГО:
	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал	
План продаж, чел.	0	217	1 058	191	1466
Услуга проживания, чел.	0	217	1 058	191	1466
Услуга прачечной, ед.	0	58	328	52	438
Цена проживания за ночь, руб.					
Услуга проживания, чел.	0	2000	2333,3	2166,7	х
Выручка, руб.	0	433400	2469098	414706,4	3317204
Цена 1 ед. стирки, руб.					
Услуга прачечной, ед.	0	130	130	130	х
Выручка, руб.	0	7579	42614	6721	56914
ВСЕ-ГО,руб.:	х	х	х	х	3374118

План продаж на 2025 год был рассчитан по полугодиям. Планируемая посещаемость автокемпинга за 2025 год – 1613 человек. Выручка, полученная за год, будет равна 3 814 067 рублей (таблица 12).

Таблица 12 – План продаж на 2025 год автокемпинга ООО «Автомобильный кемпинг «Lotus Camp»

Показатели	Период 2025 год		ИТОГО:
	1 полугодие	2 полугодие	
План продаж, чел.	238	1375	1613
Услуга проживания, чел.	238	1375	1613
Услуга прачечной, ед.	64	417	482



Продолжение таблицы 12

Показатели	1 полугодие	2 полугодие	ИТОГО:
Цена проживания за ночь, руб.			
Услуга проживания, чел.	2050	2366,7	х
Выручка, руб.	488658,5	3253171	3741830
Цена 1 ед. стирки, руб.			
Услуга прачечной, ед.	150	150	х
Выручка, руб.	9620	62618	72237
ВСЕГО, руб.:	х	х	3814067

За первые три года работы автокемпинга ООО «Автомобильный кемпинг «Lotus Camp» будут приняты 4412 человека. Выручка за все три года работы составит 10 179 545 рублей.

Исходя из данных всех выше представленных таблиц, был составлен план прибыли и убытков, а также была рассчитана рентабельность автокемпинга ООО «Автомобильный кемпинг «Lotus Camp» (таблица 13 и таблица 14).

Таблица 13 – План прибыли и убытков автокемпинга ООО «Автомобильный кемпинг «Lotus Camp» за 2023 год (с января по июнь)

Показатели	Период 2023 год					
	1	2	3	4	5	6
Доход, выручка	0	0	0	0	165800	225960
Расходы, в т.ч.:	207153,4	203153,4	197153,4	205653,4	436985,2	460917,7
Переменные затраты	0	0	0	0	16968	21900
Постоянные затраты	207 153	203 153	197 153	205 653	420 017	439 017
Прибыль от обычных видов деятельности	-207153	-203153	-197153	-205653	-271185	-234958
Налог на доходы (1% от доходов)	0	0	0	0	1658	2259,6
Налог на доходы (15% по схеме «доходы-расходы»)	-31073	-30473	-29573	-30848	-40678	-35244
Налог на доходы	0,0	0,0	0,0	0,0	1658,0	2259,6
Чистая	-207153	-203153	-197153	-205653	-272843	-237217

## Продолжение таблицы 13

Показатели	1	2	3	4	5	6
прибыль						
Рентабельность	-1,0	-1,0	-1,0	-1,0	-0,6	-0,5

Таблица 14 – План прибыли и убытков автокемпинга за 2023 год автокемпинга ООО «Автомобильный кемпинг «Lotus Camp» (с июля по декабрь)

Показатели	Период 2023 год						ИТОГО:
	7	8	9	10	11	12	
Доход, выручка	582780	925320	685660	405840	0	0	2991360
Расходы, в т.ч.:	481380,3	517148,2	476826	453348	197153,4	197153,4	4034025,7
Переменные затраты	53863	78131	57809	34330	0	0	263001
Постоянные затраты	427 517	439 017	419 017	419 017	197 153	197 153	3 771 025
Прибыль от обычных видов деятельности	101400	408172	208834	-47508	-197153	-197153	-1042666
Налог на доходы (1% от доходов)	5827,8	9253,2	6856,6	4058,4	0	0	29913,6
Налог на доходы (15% по схеме «доходы-расходы»)	15210	61226	31325	-7126	-29573	-29573	-115722
Налог на доходы	15210,0	61225,8	31325,1	-7126,1	0,0	0,0	104552
Чистая прибыль	86190	346946	177509	-40381	-197153	-197153	-1147218
Рентабельность	0,2	0,7	0,4	-0,1	-1,0	-1,0	-0,3

За 2023 год чистая прибыль составит -1 147 218 рубля, а рентабельность за год составила -30% (таблица 15).

Таблица 15 – План прибыли и убытков ООО «Автомобильный кемпинг «Lotus Camp» за 2024 год

Показатели	Период 2024 год				Итого
	1	2	3	4	
Доход, выручка	0	440979	2511712	421427	3374118

## Продолжение таблицы 15

Показатели	1	2	3	4	Итого
Расходы, в т.ч.:	507460,2	1017443	1404335,1	761087,4	3690326
Переменные затраты	0	42755	208783	37763	289301
Постоянные затраты	507 460	974 688	1 195 552	723 324	3401025
Прибыль от обычных видов деятельности	-507460	-576464	1107377	-339660	-316207
Налог на доходы (1% от доходов)	0	4409,79	25117,121	4214,274	33741,2
Налог на доходы (15% по схеме «доходы-расходы»)	-76119	-86470	166107	-50949	-47431
Налог на доходы	0	4410	166107	4214	174731
Чистая прибыль	-507460	-580874	941270	-343874	-490938
Рентабельность	-1,0	-0,6	0,7	-0,5	-0,1

Видно, что за 2024 год чистая прибыль составит -490 938 рубля, а рентабельность составит -10 %. Хотя рентабельность низкая, а предприятие все еще не получает чистой прибыли, но хорошим показателем является то, что рентабельность растет и чистая прибыль со временем приобретет положительный показатель (таблица 16).

Таблица 16 – План прибыли и убытков автокемпинга ООО «Автомобильный кемпинг «Lotus Camp» за 2025 год

Показатели	Период 2025 год		Итого
	1	2	
Доход, выручка	498278	3315789	3814067
Расходы, в т.ч.:	1529178,8	2190077,1	3719256
Переменные затраты	47030	271201	318231
Постоянные затраты	1 482 148	1 918 876	3401025
Прибыль от обычных видов деятельности	-1030901	1125712	94811

Продолжение таблицы 16

Показатели	1	2	Итого
Налог на доходы (1% от доходов)	4982,78	33157,887	38140,7
Налог на доходы (15% по схеме «доходы-расходы»)	-154635	168857	14222
Налог на доходы	4983	168857	173840
Чистая прибыль	-1035884	956855	-79029
Рентабельность	-0,7	0,4	0,0

Видно, что чистая прибыль за 2025 год составит -79 029, а рентабельность 0 %. В последующие годы для привлечения большего количества туристов планируется организация тематических мероприятий.

За все три года работы автокемпинга, доходы составят 10179545 рублей, расходы, в том числе переменные и постоянные затраты, составят 11 443 607,38 рублей, прибыль от обычных видов деятельности составит -1 264 062 рубля, налог на доходы составит 453 122 рубля, а чистая прибыль составит -1 717 185 рублей. Рентабельность за все три года составит -20%, но заметно, что с течением каждого года рентабельность растет стабильно на 10%. Так как предприятия будет иметь долгосрочную перспективу, можно сделать вывод, полагаясь на результаты расчетов, что с течением нескольких лет работы предприятие начнет получать чистую прибыль и рентабельность предприятия будет только расти. Также для ее повышения и привлечения туристов на территории кемпинга будут проводиться тематические мероприятий и привлекаться иностранные партнеры. Территория может предоставляться и под различные фестивали, выставки и форумы.

Во время расчета потока денежных средств, было выявлено, что будущие потоки (дисконтирование) за три года работы предприятия будут составлять 737 797,9 рублей. С каждым годом работы предприятие будет увеличивать свою стоимость, что является положительным результатом для будущей дея-

тельности фирмы.

Для эффективной работы автокемпинга необходимо создать успешную рекламную компанию. Цель рекламной кампании автокемпинга «Lotus Camp» - охватить и информировать как можно больше автотуристов и туристов о работе нового альтернативного средства размещения для автопутешественников. Продвижению автокемпинга, в данном случае, будет способствовать то, что кемпинг – отличная, но более дешевая замена отелям, без городских шумов в экологичном месте.

Для наибольшей узнаваемости автокемпинга был разработан логотип, который можно будет использовать как для ведения социальных сетей кемпинга, так и для вывески, буклетов и новостных сайтов (Приложение А).

Для продвижения автокемпинга были выбраны следующие средства продвижения:

- баннерная реклама;
- контекстная реклама;
- размещение объявления в информационном агентстве «Амур.Инфо» на официальном сайте;
- реклама в сети «ВКонтакте» за счет создания аккаунта автокемпинга, в котором будет представлена информация о предприятии, интересных событиях, связанных с кемпингом, прайс-лист, информация о графике работы;
- событийная реклама (после трех лет работы автокемпинга).

Создание и ведение аккаунта предприятия в Вконтакте не требует особых вложений и его можно вести круглогодично. В данном случае не предусматривается реклама предприятия в сети Инстаграмм, так как в актуальных условиях для российской аудитории продвижение на базе Инстаграмм недоступно. Пользуясь сетью «Вконтакте» следует прибегать к запуску таргетированной рекламы, чтобы охватить больше людей. Такой вид рекламы целесообразно запустить до официального открытия предприятия и во время его работы.

Информационное Агентство «Амур.Инфо» является одним из самых популярных информационных источников в Амурской области, поэтому будет

целесообразно воспользоваться их рекламными услугами. Предлагается в феврале, апреле и июле размещать объявления в аккаунте Амур.Инфо об услугах кемпинга. Стоимость одного объявления – 6000 рублей. Всего за два месяца выйдет 12000 руб. Также в мае, июне и августе заказать размещение информации об услугах предприятия в сторис Амур.Инфо. За одну историю нужно будет заплатить 1000 руб., нам таких историй нужно по одной в каждом месяце, то есть всего три сториз. Общая стоимость – 3000 руб.

Баннерная печать – хороший способ, чтобы охватить людей разной категории населения. Она позволяет нести информацию людям, находящимся за рулем и пешеходам. Эффективной такая реклама будет считать, если установить ее в местах, с большим скоплением людей или большим автомобильным потоком в день. Такую рекламу следует установить при подъезде по федеральной дороге к автокемпинга с указателем расположения, а также за несколько десятков километров от него, чтобы заранее предупредить автомобилистов о наличии альтернативного средства размещения. Лучшим местом для размещения баннерной рекламу будут 3,4 км трассы Благовещенск-Белогорск (сторона А), для привлечения туристов, выезжающих из города Благовещенск. Стоимость размещения на июнь и август будет составлять 28 000 рублей. Создание макета для рекламы обойдется в 5000 рублей.

Событийная реклама будет направлена на привлечение клиентов для проведения мероприятий на территории автокемпинга. Такая реклама поможет всегда напомнить о предприятии, как об отличной площадке для event-мероприятий, поддержать спрос на услуги, привлечь внимание не только клиентов, но и партнеров.

Следует создать официальный сайт автокемпинга, чтобы гости могли посмотреть расположение, ассортимент услуг и укомплектованность домиков. На сайте будет располагаться прайс, информация о мероприятиях и т.д.

Печатную рекламу предприятие использовать не будет, так как на сегодняшний день все большее количество людей проводит в социальных сетях и получает нужную информацию именно там.

План маркетинговой компании автокемпинга представлен в таблице 17.

Таблица 17 – План маркетинговой компании ООО «Автомобильный кемпинг «Lotus Camp»

Наименование статьи затрат	2023												Итого, руб.
	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь	
Ведение аккаунта в Вконтакте	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	10000
Контекстная реклама на Амур.Инфо		×		×	×	×	×	×					21000
Ведение аккаунта	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	0
Создание сайта и его ведение	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	10000
Баннерная реклама						×	×	×					33000
Итого													74000

Для продвижения предприятия в целом был разработан проект баннерной рекламы для его установки в районе Владимировки (Приложение Б). Логотип будет использоваться как баннер, так как он вполне отражает суть: значок палатки обозначает жилье, название «Lotus Camp» говорит о расположении кемпинга возле лотосов, слоган «Припаркуйся с комфортом» направлен на целевую аудиторию, а именно автотуристов, а зеленый цвет логотипа обозначает экологичность и единство с природой.

Была также разработана рекламная кампания, которая включает в себя: разработку логотипа, разработку баннера. С учетом целевого ядра потенциальных клиентов, было принято решение продвигать предприятие и услуги предприятия таким способом. Помимо этого, баннерная реклама поможет охватить те слои населения, которые редко пользуются социальными сетями.

Таким образом, для автокемпинга была разработана наиболее эффективная рекламная кампания, стоимостью 74 000 рублей в первый год работы пред-

приятия и 64 000 рублей в год в последующие периоды.

Данный автокемпинг, при успешной его работе на территории Амурской области, в будущем можно превратить в сеть автокемпингов. Перспективным направлением расширения кемпинга стало было расположение автокемпингов на территории ЕАО, Хабаровского и Приморского краев. Автокемпинг превратится в автокемпинговую сеть и охватит большее количество клиентов и партнеров.

### **3.3 Проблемы развития кемпинг-индустрии в Амурской области**

Проблема развития кемпинг индустрии затрагивает не только Амурскую область, но и Россию в целом из-за несовершенства российской нормативной базы.

Строительство учреждений автотуризма в России производится в соответствии с ГОСТ Р 58187-2018 «Туристские услуги. Кемпинги», в котором устанавливаются общие требования к кемпингам и предоставляемым услугам в них. Функционирование учреждений автотуризма на данный момент осуществляется по выше указанному ГОСТу, т.к. ряд ГОСТов по средствам размещения был отменен в связи с утратой актуальности.

Также имеется ряд нормативных документов ведомственной направленности, в том числе ФЗ № 123 «Технический регламент о требованиях пожарной безопасности», от 04.07.2008 года. Санитарные правила и нормы к кемпингам изложены в САНПИНе 2.4.4. 3048-13, а требования к пожарной безопасности в Постановлении Правительства Российской Федерации № 390 от 25 апреля 2012 года. Важным нормативным документом является и «Лесной кодекс РФ» от 2006 года.

Также, в процессе регулирования сооружений автомобильного туризма значимое место отводится таким федеральным законам как: «О туризме», «О защите прав потребителей» и др.

Большое количество положений и правовых актов нашей страны до сих пор воспроизводятся без изменений со времен СССР. Этого можно было бы избежать, если бы в Российской Федерации применялись новые технологии, та-



кие как эко-инжиниринг. Применение эко-инжиниринга позволило бы минимизировать ущерб для природы, при этом позволяя строить цивилизованные условия комфортного отдыха вне заведений и сооружений.

Большие усилия и бюджетные средства тратятся на развитие гостиничных предприятий, вместо того, чтобы направить весь накопленный опыт по возведению недорогих кемпингов с комфортным уровнем проживания на уровне третьей категории («3 звезды») с маленьким ущербом для окружающей среды.

Государственная помощь, оказываемая кемпингам, была бы намного результативнее, если бы на территории Российской Федерации использовалась система показателей устойчивого развития «ETIS», но данная система пока не вызвала доверия у населения России и до сих пор остается не востребованной.

Из-за данного упущения, российские кемпинги являются больше сезонными средствами размещения автотуристов, которые оставляют за собой мусор, вытопанные территории и незаконные постройки, что наносит значительный вред окружающей среде, на восстановление которой потом требуется огромное количество денежных средств.

Для того чтобы разработать комплексный подход к развитию кемпинг-туризма нужно:

- научно проработать и создать теорию развития кемпинг-индустрии;
- осмыслить мировой опыт и развить современную отечественную нормативную базу в сфере рекреации и туризма.

Развитие автомобильных кемпингов на территории Амурской области поможет косвенно повлиять на дестинацию с помощью создания устойчивого массового потока самодельных туристов, которых будут привлекать комфортные и дешевые условия проживания на свежем воздухе. Тем самым, это очень сильно повлияет на местную экономику, создав дополнительные рабочие места, увеличив налоговые поступления и повысив уровень и качество жизни местного населения.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Путешествия с использованием личного автомобиля набирают обороты. Все большее количество россиян предпочитают самостоятельный туризм организованному туроператорами. С развитием автомобильного туризма становится перспективной сфера кемпинг-индустрии, т.к. автотуристов нужно обслуживать, а многие из них не готовы тратить большое количество денег на проживание в дорогостоящих гостиницах.

Амурская область обладает богатыми природными ресурсами, достаточно развитой сетью автодорог и ценными памятниками истории и культуры. Кемпинг-туризм является для региона абсолютно новым направлением, что только повышает его привлекательность для развития на территории Амурской области.

В данном исследовании возможности открытия автокемпинга на территории Амурской области были рассмотрены теоретические аспекты развития кемпинг-индустрии, которые в полной мере дали представление, что собой представляет кемпинг и в какое сооружение можно назвать кемпингом. Также была затронута история развития кемпингов в России и за рубежом.

Кемпинги выступают отличным аналогом привычных средств размещения, таких как гостиницы и отели, хостелы и мотели, предоставляя набор услуг, который может обеспечить комфортное проживание. Популярность данного средства размещения обусловлена популяризацией самостоятельного туризма и дешевизной услуг.

Был проанализирован ресурсный потенциал территории, на которой предлагается размещение автокемпинга, который показал, что Амурская область имеет потенциал в развитии автомобильного туризма и индустрии кемпинга за счет новизны данного вида туризма и наличия на территории федеральной дороги, которая связывает Москву со столицами других регионов.

Было проведено анкетирование, результатом которого была выявлена готовность населения Дальневосточного федерального округа использовать лич-

ный транспорт в туристических целях. Также жители проявили интерес к созданию нового автокемпинга и готовы воспользоваться им при необходимости.

В процессе исследования была подобрана территория, на которой мог бы функционировать кемпинг. Место под застройку было выбрано в соответствии с предпочтениями респондентов анкетирования, а именно – расположение кемпинга вблизи водоема и недалеко от населенного пункта. Были проведены все расчеты, относящиеся к стоимости аренды участка, и полученные данные были учтены в последующих расчетах.

Был составлен бизнес-план проекта ООО «Lotus Camp», который показал, что хоть на начальном этапе функционирования предприятие будет нести убытки, но прогнозируется положительный результат работы кемпинга. Это обосновано тем, что автокемпинг является проектом с долгосрочной перспективой, и его окупаемость в первые годы работы будет невозможной, так как на застройку и благоустройство территории было потрачено большое количество денежных средств. В будущем предприятие начнет приносить хорошую прибыль, а рентабельность его будет лишь повышаться.

Также была составлена рекламная кампания для предприятия и его услуг, направленная не только на целевое ядро аудитории, но и на другие слои населения.

Помимо анализа теории кемпинг-индустрии и составления бизнес-плана предприятия, также были рассмотрены проблемы развития кемпинг-туризма не только на территории Амурской области, но и на территории Российской Федерации. При правильном подходе к анализу мирового опыта развития кемпинг-индустрии, в будущем, для российского пространства, возможно разработать эффективную современную теорию развития кемпинг-индустрии и создать нормативную отечественную базу, которая будет эффективно работать в настоящие дни.

После исследования вопроса создания автокемпинга на территории Амурской области, можно подвести итог, что кемпинг-туризм является новым видом туризма в Амурской области. Создание данного предприятия поможет не толь-

ко автомобильным туристам в их путешествиях, но также и привлечет больше бизнес-партнеров на территорию Амурской области за счет позиционирования территории как автокемпинга и как идеальной площадки для проведения межрегиональных или международных форумов.

Рентабельность данного вида бизнеса показала, что с каждым годом такое предприятие будет расти и покрывать прибылью все расходы, затраченные на его строительство.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Автокемпер. Классификация кемпингов-2008 [Электронный ресурс] // Autocamper.ru: офиц. сайт. – 20.05.2005. – Режим доступа: <http://autocamper.ru/node/183>. – 17.03.2022.
- 2 Актуальные проблемы и современные тенденции развития социально-экономических наук в XXI веке: взгляд молодых ученых [Электронный ресурс] // Izd-mn.com: офиц. сайт. – 12.03.2014. – Режим доступа: <https://izd-mn.com/PDF/05MNNPK20.pdf>. – 17.03.2022.
- 3 База отдыха «Метехи» [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 01.06.2012. – Режим доступа: <http://bazametehi.ru>. – 17.03.2022.
- 4 Все о туризме. История автомобильного туризма [Электронный ресурс] // Tourlib.net: офиц. сайт. – 21.05.2008. – Режим доступа: <http://tourlib.net>. – 17.03.2022.
- 5 ГОСТ Р 51185-2008. Туристские услуги. Средства размещения Общие требования [Электронный ресурс] // Standartgost.ru: офиц. сайт. – 18.08.2011. – Режим доступа: [https://standartgost.ru/gГОСТ\\_P\\_51185-2008](https://standartgost.ru/gГОСТ_P_51185-2008). – 17.03.2022.
- 6 ГОСТ Р 58187-2018. Туристские услуги. Кемпинги. Общие требования [Электронный ресурс] // Standartgost.ru: офиц. сайт. – 18.08.2011. – Режим доступа: [https://standartgost.ru/ГОСТ\\_P\\_58187-2018](https://standartgost.ru/ГОСТ_P_58187-2018). – 17.03.2022.
- 7 Государственная статистика ЕМИСС [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 24.04.2009. - Режим доступа: <https://www.fedstat.ru>. – 17.03.2022.
- 8 Ермаков, А.С. Анализ требований предъявляемых к средствам размещения автотуристов / А.С. Ермаков, А.А. Корнеев, Д.А. Черепанов. – М.: Сервис+, 2014. – 70 с.
- 9 Ермаков, А.С. К вопросу о развитии устойчивого автотуризма в России / А.С. Ермаков, А.А. Корнеев, М.Я. Руднева // Сервис в России и за рубежом. – 2014. – №7. – С. 87-97.
- 10 Ермаков, А.С. Обеспечение комплексной безопасности в кемпингах:

монография / А.С. Ермаков, Д.А. Черепанов. – М.: МИСИ-МГСУ, 2018. – 228 с.

11 Ирбис. Кемпинговое оборудование и снаряжение-200 [Электронный ресурс] // Irbis.spb.ru: офиц. сайт. – 13.02.2015. – Режим доступа: <http://www.irbis.spb.ru/reviews.php?a=19>. – 17.03.2022.

12 Кемпинги Европы. Официальный сайт [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 02.10.2006. – Режим доступа: <http://ru.campingcompass.com>. – 17.03.2022.

13 Кемпингроссии.рф [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 15.07.2016. – Режим доступа: <https://кемпингроссии.рф>. – 17.03.2022.

14 Локтев, Д. Караванинг. Путешествие на автодоме по Европе / Д. Локтев, О. Локтева. – М.: АЯКС-ПРЕСС, 2008. – 144 с.

15 Локтева, О. Караванинг. Путешествие на автодоме по Европе. Путеводитель / О. Локтева, Д. Локтев. – М.: Аякс-пресс, 2008. – 144 с.

16 Мартынов, В.Л. Формирование сети кемпингов как возможная основа концепции развития туризма в Псковской области / В.Л. Мартынов // Псковский региональный журнал. – 2010. – № 9. – С. 56-61.

17 Министерство внешнеэкономических связей туризма и предпринимательства Амурской области [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 07.06.2019. – Режим доступа: <http://www.vstamur.ru>. – 17.03.2022.

18 Модульные здания «КРАУСТ» [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 10.08.2010. – Режим доступа: <https://kraust.ru>. – 23.05.2022.

19 МОО «Лига Караванеров» [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 28.10.2010. – Режим доступа: <http://caravanliga.ru/component/content/article/20-avtoputeshestvie/74-caravaning>. – 17.03.2022.

20 Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» на 2013 - 2020 годы области [Электронный ресурс] // docs.cntd.ru: офиц. сайт. – 20.06.2005. – Режим доступа – <https://docs.cntd.ru/document/499091763>. – 23.05.2022.

21 Онлайн-конструктор логотипов TURBOLOGO [Электронный ресурс] // TURBOLOGO: офиц. сайт. – 14.03.2017. – Режим доступа: <https://turbologo.ru>. –

01.06.2022.

22 Онлайн сервис проверки недвижимости перед покупкой [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 03.02.2021. – Режим доступа: <https://reester.net/kadastr/28-11-011003-264>. – 25.05.2022.

23 ООО «Благовещенский расчетно-кассовый центр» [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 26.12.2016. – Режим доступа: <https://blag-rkc.ru/potrebiteliamen/tarify>. – 25.05.2022.

24 ПАО «ДЭК» [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 22.01.2006. – Режим доступа: <https://www.dvec.ru/dalsbyt>. – 25.05.2022.

25 Постановление Правительства Амурской области [Электронный ресурс] // docs.cntd.ru: офиц. сайт. – 20.06.2005. – Режим доступа – <https://docs.cntd.ru/document/574617477>. – 23.05.2022.

26 Публичная кадастровая карта пгт. Буряя [Электронный ресурс]: офиц. Сайт. – 15.02.2021. – Режим доступа: <https://egrp365.org/map/?x=49.8166522933806>. – 15.05.2022.

27 Развитие кемпинг-туризма в России [Электронный ресурс] // Studbooks.net: офиц. сайт. – 13.08.2013. – Режим доступа: [https://studbooks.net/2585245/turizm/razvitie\\_kemping\\_turizma\\_rossii](https://studbooks.net/2585245/turizm/razvitie_kemping_turizma_rossii). – 17.03.2022.

28 РМД 31-03-2008 Санкт-Петербург. Региональные методические документы по проектированию зданий гостиничных предприятий, moteley и кемпингов в Санкт-Петербурге области [Электронный ресурс] // docs.cntd.ru: офиц. сайт. – 20.06.2005. – Режим доступа – <https://docs.cntd.ru/document/1200064941>. – 23.05.2022.

29 Рюрикова, З.А. Тенденции развития временных сооружений общественного назначения в среде большого города : автореферат дис.... кандидата архитектуры : 18.00.02 / З. А. Рюрикова. – М.: Изд-во Гос. Академии, 2009. – 26 с.

30 Сенин, В.С. Гостиничный бизнес: классификация гостиниц и других средств размещения: учеб. пособ. / В.С. Сенин, А.В. Денисенко. – М.: Финансы

и статистика, 2004. – 144 с.

31 Тамов, А.И. Организация управления автомобильным туризмом в регионах России: дис. ... канд. экон. наук / А.И. Тамов. – М.: МГУ, 2010. – 216 с.

32 Тамов, А.И. Организация управления автомобильным туризмом в регионах России: автореферат / А.И. Тамов. – М.: МГУ, 2010. – 27 с.

33 Товары и услуги для глэмпинга [Электронный ресурс] // Glamperus.com: офиц. сайт. – 11.12.2020. – Режим доступа: <https://glamperus.com>. – 17.05.2022.

34 Туристско-информационный центр Амурской области [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 19.12.2019. - Режим доступа: <https://visitamur.ru>. – 17.03.2022.

35 Федеральное дорожное агентство «Росавтодор» [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 22.11.2002. – Режим доступа: <http://rosavtodor.ru>. – 17.03.2022.

36 Федеральная служба государственной регистрации, кадастра и картографии [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 09.03.2004. – Режим доступа - <https://rosreestr.gov.ru>. – 13.05.2022.

37 Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 18.01.2007. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru>. – 17.03.2022.

38 Чахова, Д.А. Современные кемпинги – новые возможности развития рынка туристских услуг / Д.А. Чахова, М.В. Кобяк // НАУКОВЕДЕНИЕ. – 2015. – № 5. – С. 5-9.

39 Ермаков, А.С. Анализ требований предъявляемых к средствам размещения автотуристов / А.С. Ермаков, А.А. Корнеев, Д.А. Черепанов. – М.: Сервис+ , 2014. – 70 с.



## ПРИЛОЖЕНИЕ А



Рисунок А.1 – Логотип автокемпинга «Lotus Camp»

## ПРИЛОЖЕНИЕ Б



Рисунок Б.1 – Макет баннера для рекламной кампании