

8. Про основи національної безпеки України Закон України від 19 червня 2003 року № 964 — IV / Відомості Верховної Ради України (ВВР) — [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://zakon.nau.ua/doc/?code=964-15>

9. Словник В. Даля. [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.vidahl.agava.ru>

10.¹ Статистичні матеріали офіційного сайту Національного банку України / [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=58128.

Статтю подано до редакції 9.10.2012 р.

УДК 339.9:[338.488.1:629.33]

Е. Е. Юрченко, аспірантка
Харьковского национального университета
имени В. Н. Каразина

АВТОМОБИЛЬНЫЙ ТРАНСПОРТ В ТУРИЗМЕ: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

АННОТАЦИЯ. Статья посвящена выявлению особенностей использования автомобильного транспорта в международном туризме на современном этапе. Показано значение автомобильного транспорта в развитии туризма. Определена структура автомобильного туризма и охарактеризованы его составляющие. Доказана необходимость использования мирового опыта развития автомобильного туризма в Украине.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: туризм, автомобильный транспорт, автобусные путешествия, путешествия на личном транспорте туристов, прокат автомобилей.

АННОТАЦІЯ. Стаття присвячена виявленню особливостей використання автомобільного транспорту в міжнародному туризмі на сучасному етапі. Показано значення автомобільного транспорту в розвитку туризму. Визначено структуру автомобільного туризму й охарактеризовані його складові. Доведена необхідність використання світового досвіду розвитку автомобільного туризму в Україні.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: туризм, автомобільний транспорт, автобусні подорожі, подорожі на особистому транспорті туристів, прокат автомобілів.

ANNOTATION. The article is devoted to revealing of features of motor transport usage in international tourism at modern stage. The significance of motor transport in tourism development is shown. The structure of motor transport is defined and its components are described. The necessity of using of motor transport development world experience in Ukraine is proven.

KEYWORDS: tourism, motor transport, bus trips, individual transport trips, car rental.

Постановка проблемы. Важной составляющей обслуживания в туризме являются транспортные услуги, на которые приходится значительная часть стоимости тура. Многообразие турпродуктов требует развития всех видов транспорта по перевозке путешествующих. Одним из наиболее молодых его видов является автомобильный транспорт. Организация автомобильных услуг в туризме претерпевает изменения и требует постоянного мониторинга.

Актуальность данной темы определяется тем фактом, что автомобильный транспорт все больше привлекает туристов, как отечественных, так и иностран-

ных. Поэтому выявление современных мировых тенденций его развития необходимо для организации путешествий, в т. ч. и в Украине.

Анализ последних публикаций. Отдельные аспекты роли автомобильного транспорта в туризме освещались в трудах многих зарубежных и отечественных ученых. Так, И. В. Зорин, Т. П. Каверина, В. А. Квартальнов [12] рассматривали вопросы классификации туристских услуг, оказываемых автомобильным транспортом. Достаточно обоснованно был охарактеризован менеджмент транспортных услуг, в т. ч. автомобильного транспорта в трудах А. С. Кускова, О. В. Понукалиной [1], А. Д. Чудновского, М. А. Жуковой, В. С. Сенина [5]. Особенности организации автомобильных туристских перевозок автомобильным транспортом в мире, региональные системы автоперевозок анализировались в работах О. О. Фастовец [4], В. К. Бабарицкой, О. Ю. Малиновской [10], М. Ф. Мальской, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич [2]. О. Я. Осипова рассматривала правовые основы, регулирующие международные перевозки автомобильным транспортом [3]. Исследования многих ученых направлены на повышение роли автомобильного транспорта в туризме.

Цель статьи — анализ основных тенденций, зарубежного опыта использования автомобильного транспорта в международном туризме.

Изложение основного материала. Первые автомобили были сконструированы еще в конце XIX в. Однако развитие автомобильного транспорта началось в XX в. В настоящее время это один из наиболее динамично развивающихся видов транспорта. В течение многих десятилетий темпы роста были очень высоки, а само внедрение этого транспорта в повседневную жизнь привело к качественным переменам в экономике, социальной сфере, туризме и т. д.

Протяжённость автомобильных дорог существенно превосходит длину железных дорог. Значительная часть пассажирских перевозок осуществляется в пределах отдельных государств. Соединение автодорог некоторых государств и создание автопоездов способствовало развитию внутрирегиональных и межрегиональных перевозок, например, между Западной и Восточной Европой, между Западной Европой и Азией (через Босфор в Турцию и т. д.) с возможным выходом в Юго-Восточную Азию к Сингапуру. Для межрегиональных сообщений важное значение имеют дальние скоростные автодороги (например, Панамериканская система автомагистралей в 34 тыс. км, ведущих из США в столицы и крупные города стран Южной Америки). В перспективе они могут получить развитие в Евразии, где существующие автодороги через Турцию идут на Ближний Восток, из России в пограничные страны Азии [6, с. 241].

Как правило, автомагистрали в пределах отдельных государств соединены и с учётом потребностей экономики страны взаимосвязаны с системами железнодорожного (платформы), водного (паромы) и авиационного транспорта. Автомобильный транспорт во многих странах Западной Европы более мобильный, чем железнодорожный, образует региональную автотранспортную систему, выполняя межгосударственные транспортные задачи. В других регионах такие системы только формируются (Восточная Европа), или они имеют ограниченное количество стран-участников (Северная Америка) [6, с. 241]. Экономические возможности государства и потребности в работе автотранспорта, протяжённость и состояние автодорожной сети, величина парка автомобилей

определяют развитие автомобильного транспорта в регионах и отдельных государствах.

Общая протяженность автомобильных дорог в 2008 г. составила 102,26 млн км. Первые 20 стран по протяженности дорог отражены в табл. 1.

Таблица 1

ПЕРВЫЕ 20 СТРАН ПО ПРОТЯЖЕННОСТИ АВТОМОБИЛЬНЫХ ДОРОГ, ТЫС. КМ

Ранг	Страна	Длина дорог	Год	Ранг	Страна	Длина дорог	Год
1	США	6 506,2	2008	11	Германия	644,48	2008
2	Китай	3 860,8	2007	12	Швеция	572,90	2009
3	Индия	3 320,41	2009	13	Италия	487,70	2007
4	Бразилия	1 751,87	2004	14	Индонезия	437,76	2008
5	Япония	1 210,25	2008	15	Польша	424,0	2008
6	Канада	1 042,30	2008	16	Великобритания	394,43	2009
7	Россия	982,00	2009	17	Мексика	366,10	2008
8	Франция	951,20	2007	18	Южная Африка	362,10	2002
9	Австралия	818,36	2004	19	Турция	352,05	2008
10	Испания	681,30	2008	20	Пакистан	260,76	2007

Таблица составлена автором по материалам: [17].

На их долю приходится 24,9 % от всей длины автомобильных дорог, в т. ч. на первые 10 стран — 20,6 %. Украина по протяженности автомобильных дорог занимает 30 место в мире из 221.

С 2000 по 2009 гг. пассажирооборот автомобильного транспорта в мире вырос на 17,8 % [7]. В 2011 г. 41 % от общего числа путешествующих прибыли на свои дестинации автомобильным транспортом, что позволило ему занять второе место по этому показателю после авиационного [19].

Количество транспортных средств стремительно увеличивается. Еще в 1900 г. во всем мире насчитывалось всего 6 тыс. автомобилей, в 1950 г. их было уже 62,3 млн, а к началу 60-х годов — 103 млн [9]. В 1990 г. количество автомобилей в мире составляло 500 млн, в 2000 г. — 700 млн, в 2010 г. — уже более 1,3 млрд. Лучшее развитие автомобильного транспорта развит в США, странах Западной Европы и Японии. Эти страны отличаются и высоким качеством дорог. Поэтому в них доля автомобильного транспорта в структуре перевозок достаточно высока [7]. При опросе жителей стран Европы путешествиям на автомобиле отдали предпочтение 44 % опрошенных в Дании, 45 % — в Австрии, 58 % — в Германии, 61 % — во Франции, 68 % — в Нидерландах [5, с. 113].

В туризме автомобильный транспорт используется по трем основным направлениям: 1) автобусные путешествия; 2) путешествия на личном транспорте туристов; 3) прокат автомобилей.

Начало развития международного автобусного туризма относится к 70-м гг. XX в. Ранее автобусы в основном использовались для трансферов, экскурсий и местных поездок.

В связи с обострением конкуренции между железнодорожными и автобусными компаниями в европейских странах в 1986 г. было создано объединение автобусных перевозчиков Eurolines, куда вошли 33 европейских партнера. Они разработали общую систему автобусного сообщения по сквозным билетам с общими стандартами сервиса, правилами и системой скидок. В настоящее время в него входят 35 европейских автобусных компаний. Eurolines является одним из ведущих объединений на рынке, обслуживая более 250 маршрутов по всей Европе. С 1992 г. оно работает и в Восточной Европе. Подписание Шенгенского соглашения способствовало дальнейшему развитию автобусных перевозок, упростив многие формальности. В 90-х гг. среднегодовой рост автобусного туризма составлял около 1,5 % [12]. В настоящее время на автобусные туристские перевозки приходится более 3/4 от общего количества автомобильных перевозок [14].

Европейская конференция министров транспорта подразделяет автобусный туризм на три группы: 1) поездки на рейсовых автобусах; 2) поездки на челночных автобусах; 3) специальные (чартерные) рейсы. Внутренний туризм и поездки в течение дня с различными целями (экскурсии, челночное обслуживание аэропортов и т. д.) выделяются в отдельную группу [12].

Международные автобусные туры различаются по продолжительности, экскурсионным программам и условиям обслуживания во время поездки. С учетом этих факторов их делят на экономичные, стандартные, фирменные и эксклюзивные (см. табл. 2).

Таблица 2

ХАРАКТЕРИСТИКА АВТОБУСНЫХ ТУРОВ

Вид тура	Характеристика тура
экономичные	ночные переезды, проживание в 2-3-звездных отелях, расположенных на окраинах городов, насыщенная экскурсионная программа
стандартные	один ночной переезд (в середине или в конце путешествия), проживание в 2-3-звездных отелях вблизи станций метро, разнообразные экскурсии и наличие свободного времени в крупных городах
фирменные	отсутствуют ночные переезды, проживание в 3-5-звездных отелях, расположенных в центре города, богатая экскурсионная программа, свободное время в посещаемых крупных населенных пунктах
эксклюзивные	формируются на основе фирменных с учетом индивидуальных пожеланий клиентов

Таблица составлена автором по материалам: [3].

По международной классификации автобусы сертифицируются по категориям (числу звезд). Трехзвездный туристский автобус — это обычный туристский автобус, имеет туалет и кондиционер. К услугам в четырехзвездном автобусе (машина марки Volvo, Mercedes) добавляются телевизор, видеосистема, телефон и мини-кухня. Пятизвездный автобус располагает еще и спальными местами. В Европе лучшим автобусным парком отличаются Германия, Польша, Венгрия и Чехия [14].

Международный автобусный туризм доступен широкому кругу населения и поэтому наблюдается постоянное увеличение темпов его роста. Среди автобус-

ных туров преобладают путешествия выходного дня. Это характерно для Европы, где популярны 2—3-дневные поездки по городам в экскурсионно-познавательных целях. Второе место по популярности занимают туры по городам Европы с экскурсионно-познавательными целями продолжительностью в 1—2 недели [12]. Главное преимущество автобусных туров по Европе в том, что они за относительно низкую плату во время одной поездки дают возможность туристу посетить несколько государств или побывать в различных регионах одной страны. Причем сроки пребывания в этих странах и сам подбор населенных пунктов, в основном, складываются исходя из предпочтений туристов, а не привязываются к графику движения самолетов или поездов. В автобусных турах имеется возможность остановок по пути следования, широкий обзор проезжаемых мест. Поэтому можно ближе познакомиться с бытом и культурой населения других стран, лучше оценить инфраструктуру, увидеть множество деталей, что недоступно тем, кто начинает знакомство со страной с аэропорта.

Для организации автобусных туров, ориентированных на массового потребителя, туристские компании арендуют автобусы или используют транспорт компании. Эффективным является использование автобусов при организации туристских потоков в виде «цепочек», когда автобус (или несколько автобусов) осуществляет челночный рейс с постоянной загрузкой от места сбора группы к месту назначения. Такие цепочки организуются в направлении массового и дешевого туризма (например, отдых в Чехии, Польше, Эстонии продолжительностью 7—14—21 день).

При выезде за рубеж на машине необходимо иметь «Зеленую карту» — международный полис автогражданской ответственности, который в случае дорожно-транспортного происшествия позволяет снять материальную ответственность с водителя или владельца. Такие международные полисы имеют около 40 стран. В настоящее время в Украине нет национального бюро по продажам Зеленой карты [8]. Продавать полисы «Зеленой карты» могут лишь 13 страховщиков, являющихся полными членами Моторного (транспортного) бюро Украины (МТСБУ).

Страны мира очень сильно различаются по уровню автомобилизации населения, т. е. количеству индивидуальных автомобилей, приходящихся на 1000 человек (табл. 3). Украина в 2011 г. заняла в этом ряду 82 место.

Автотуры широко распространены в странах Западной Европы, но из-за организационных сложностей не получили распространения в Украине [8]. В последнее время быстро завоевывает популярность караванинг — групповой туризм на автомобилях с прицепами с полным комплексом жизнеобеспечения. Этот вид автотуризма дает возможность путешествовать без привязки к гостиницам. Особенно он популярен в Европе и Америке, где развита автомобильная инфраструктура, есть специализированные стоянки для кемпингов. В мире ежегодно проводится более 25 выставок, посвященных караванингу.

В значительной степени индустрия проката автомобилей ориентируется на деловых людей, но быстро растет и рынок отдыха. Большинство крупных фирм покупают автомобили и сдают их в аренду потребителям. После того, как автомобиль проезжает 18—25 тыс. миль, компании продают их по ценам подержанных автомобилей напрямую потребителям или фирмам, специализирующимся на продаже подержанных автомобилей. В соответствии с программой «продай назад» использованные автомобили могут быть возвращены производителям [10].

Таблиця 3

УРОВЕНЬ АВТОМОБИЛИЗАЦИИ НАСЕЛЕНИЯ СТРАН МИРА

Ранг	Страна	Авто/ 1000 чел	Год	Ранг	Страна	Авто/ 1000 чел	Год
1	Монако	863	2008	11	Мальта	743	2011
2	США	828	2009	12	Гуам	677	*
3	Лихтенштейн	796	2008	13	Кипр	659	2008
4	Люксембург	749	2008	14	Канада	620	2009
5	Новая Зеландия	733	2008	15	Испания	608	2008
6	Австралия	730	2011	16	Япония	593	2008
7	Исландия	724	2005	17	Финляндия	591	2008
8	Катар	724	2007	18	Франция	575	2007
9	Бруней	696	2007	19	Норвегия	574	2008
10	Италия	690	2010	20, 21	Словения, Швейцария	по 562	2008

* год не указан; Таблица составлена автором по материалам: [15].

В настоящее время мировой рынок проката автомобилей, в основном, разделен между Hertz Corporation и двумя ее конкурентами — компаниями Avis и Europcar. Из них самый крупный автопарк имеет основанная в Чикаго еще в 1923 г. Hertz Corporation — 550 тыс. автомобилей, а сотрудники компании ежегодно подписывают более 30 млн контрактов. В то время как компания Avis имеет 200 тыс. машин и подписывает 15 млн контрактов [13].

Сегодня Hertz Corporation имеет свыше 7 тыс. отделений и филиалов более чем в 150 странах мира, в т. ч. 1 900 пунктов проката — в США, а годовой оборот в 2008 г. достиг порядка US\$9 млрд. Почти 3/4 этой суммы приносит прокат автомобилей в США, а остальная 1/4 приходится на долю проката в других странах мира [13; 18]. В III квартале 2010 г. компания получила выручку в размере US\$2,2 млрд и чистую прибыль — US\$156,6 млн [18].

Компания Hertz имеет многочисленные награды в номинации «Best Car Rental Company Worldwide» на различных международных выставках. Ее клиентами являются не только туристы и бизнесмены, но и различные коммерческие и государственные организации. Они получают от компании квалифицированную помощь на дорогах, разнообразную дорожную и туристскую информацию, программы страхования. Компанию Hertz отличают высочайшие стандарты, 100 % гарантия и безупречная работа [16].

Клиентам компании предлагаются только новые автомобили. Потребность в каждой новой партии машин, закупаемой на заводах, тщательно рассчитывается. Поэтому в компании почти нет простоя машин или их дефицита [11]. Компания впервые в мире ввела новшество — можно взять машину в одном прокатном пункте, а сдать в любом другом по системе Rent-It-Here/Leave-It-There («Возьми здесь — оставь там»). Сейчас эта услуга распространена во всех крупных мировых прокатных компаниях [13; 18].

В 1990-е гг. Hertz была первой среди конкурентов, которая стала оснащать сдаваемые напрокат автомобили «престижной коллекции» (Jaguar, Volvo, Rover и Lincoln) системой глобального позиционирования Magellan, сообщающей водителю в любое время его точное местонахождение и альтернативные варианты проезда к намеченной цели. А в 1995 г. в США была введена в действие бортовая навигационная система NeverLost, благодаря которой водитель мог легко ориентироваться на дорогах и выбирать оптимальный маршрут [18].

Для ускорения процесса аренды автомобиля членам клуба Hertz # 1 Club Gold была разработана специальная программа. Сегодня этот сервис предоставляется на 800 станциях аренды Hertz по всему миру [18].

Компания постоянно обновляет парк автомобилей. Например, в 2009 г. Hertz обновила «Фан-коллекцию», состоящую из неординарных авто. В итальянских отделениях были закуплены новые спорткары Lotus Elise и Exige, родстер BMW Z4 sDrive 23i, в Нидерландах появились малютки Fiat 500 Rosa, выпуск которых приурочен к 50-летию куклы Barbie. Фан-коллекцию Hertz также представляют VW Scirocco, Audi TT и Kia Soul (британское отделение); спорткары Ford Mustang Shelby GT-H, Chevrolet Corvette, Nissan 350Z, Jeep Wrangler и Hummer H3 (США) [18].

Hertz раньше своих конкурентов стала сотрудничать с ведущими авиакомпаниями, предоставляя систему скидок Fly/Drive для тех, кто, покупая авиабилеты, одновременно «подписывался» на услуги Hertz. Таким образом, пункты проката были гарантированно обеспечены клиентурой [12].

Основными конкурентами Hertz являются: в мире — Avis, Eurocar; в США — Avis, Budget, Thrifty, Rent-a-Car и Dollar [18].

Компании по прокату автомобилей предоставляют клиентам:

- автомобили различных типов, размеров, марок и моделей в местах прибытия туристов (аэропорты, вокзалы и другие);
- по желанию автомобиль с шофером;
- системы дорожной навигации;
- системы страхования, технического, информационного обслуживания, банковские услуги;
- комбинированные услуги типа: fly-drive, sea-drive, rail-drive [14].

Автотранспортные средства, выполняющие международные перевозки не должны загрязнять окружающую среду по пути их следования, придерживаясь действующих во всех странах экологических норм. В ЕС действуют так называемые нормы ЕВРО и стандарт «Зеленый автомобиль», который вводит ограничения выбросов для токсичных выхлопных газов. Украинские перевозчики тоже должны придерживаться этих требований [2].

Выводы. Анализ развития автомобильного транспорта в туризме показал разностороннее его применение и значимость в обслуживании туристов. На потенциал развития автомобильной транспортной системы оказывают влияние факторы глобальной среды, история ее становления. Дальнейшее исследование роли автомобильного транспорта в туризме предполагает выявление особенностей его использования по отдельным странам. Применение положительного мирового опыта развития автомобильного транспорта в туризме Украиной позволит решить ряд проблем социально-экономического, экологического характера и способствовать повышению конкурентоспособности страны на мировом рынке туризма,

ефективно реализовать свой туристский потенциал. При этом необходимо учитывать исторически сложившуюся структуру и особенности отрасли, предпосылки для развития конкуренции в автомобильном транспорте.

Литературы

1. Кусков А. С. Менеджмент транспортных услуг: Туризм: учебное пособие [Текст] / А. С. Кусков, О. В. Понукалина. — М. : РКонсультант, 2004. — 448 с.
2. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник [Текст] / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич. — К. : Знання, 2008. — 661 с.
3. Осипова О. Я. Транспортное обслуживание. Обслуживание туристов: учеб. пособие [Текст] / О. Я. Осипова — М. : Академия, 2004. — 368 с.
4. Фастовець О. О. Організація транспортних перевезень туристів: навчальний посібник [Текст] / О. О. Фастовець. — К. : Вид-во ФПУ, 2007. — 233 с.
5. Чудновский А. Д. Управление индустрией туризма: учебное пособие [Текст] / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова, В. С. Сенин. — 3-е изд. — М.: КНОРУС, 2006. — 448 с.
6. Юрченко С. А. Инфраструктура мира: учебное пособие [Текст] / С. А. Юрченко // Пер. с укр. Юрченко С. А. — Х.: ХНУ имени В. Н. Каразина, 2006. — 328 с.
7. EU energy and transport in figures 2010. Luxemburg: Office for the Official Publications of the European communities, 2010. — 232 p.
8. Автобусные перевозки в туризме — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://transtempo.com.ua/stati/avtobusnye-perevozki-v-turizme>.
9. Автомобильный транспорт — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.muzel.ru/article/traderoute/tran/avtomobilnyi_transport.htm.
10. Бабарицька В. К., Малиновська О. Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://tourism-book.com/pbooks/book-32/ua/>.
11. Джон Дэниэл Херц. Биография — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://globalbooki.ru/biograf/john_daniel_hertz_biografia.
12. Зорин И. В., Каверина Т. П., Квартальнов В. А. Туризм как вид деятельности — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://tourlib.net/books_tourism/zorin.htm.
13. История Hertz, или как появился массовый и недорогой прокат автомобилей по всему миру — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://24company.ru/54-istorija-osnovaniya-hertz-corporation-ili-kak.html>.
14. Основы туризма и индустрии гостеприимства. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://abc.vvsu.ru/Books/um_osnovyturizma/page0005.asp.
15. Список стран по количеству автомобилей на 1000 человек — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/%D1%EF%E8%F1%EE%EA_%F1%F2%F0%E0%ED_%EF%EE_%EA%EE%EB%E8%F7%E5%F1%F2%E2%F3_%E0%E2%F2%EE%EC%EE%E1%E8%EB%E5%E9_%ED%E0_1000_%F7%E5%EB%EE%E2%E5%EA.
16. Hertz — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.tocrete.com/chania/rentacar/30-hertz>.
17. Rank country (km) — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/rankorder/2093rank.html>.
18. The Hertz Corporation — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.iloveusa.ru/brand/Hertz/>.
19. UNWTO Tourism Highlights 2012 Edition — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights12enhr_1.pdf.

Статтю подано до редакції 13.10.2012 р.