***Создание инфраструктурной базы для развития экологического туризма в Краснодарском крае.***

Кемпинги являются одним из самых популярных мест отдыха зарубежных туристов. В 21 веке бурное развитие кемпинг-индустрии оформилось в ведущий тренд мировой туристской отрасли. Но в России тема кемпингов пока что слабо развита как с научной, так и практической точки зрения. Проведенный анализ показал, что туристский продукт кемпингов за последние 7 лет сильно изменился. Причиной этому является изменение потребительской психологии, которая выражается в смене потребительских драйверов: с «пассивного» потребления туристских пакетов, предлагаемых туроператорами, на активный самостоятельный отдых. Новые технологии позволили кемпингам адаптироваться под потребности рынка и реализовать на рынке новый турпродукт в виде туристских парков, сменивших туристские лагеря с ограниченным набором услуг. Туристские парки соединили в себе комфорт и безопасность проживания на основе современных стандартов качества, обеспечив, при этом, низкую базовую ставку размещения. Туристские парки усложнили свою структуру, представ на рынке в виде комбинации различных видов услуг, поддерживающих и дополняющих друг друга, что позволило охватить новые сегменты потребителей и фактически создать новый вид туризма - кемпинг-туризм. [[1]](#footnote-1)

Этому способствовали: 1. Мировая тенденция - увеличение массового семейного самодеятельного туризма, когда родители, сидя ночью у костра под звёздным небом могут передать своим детям «мудрость поколений» (например, социальные кемпинги, семейный кемпинг в Центральном парке Нью-Йорка, грампинг (от англ. gramping) – кемпинги для бабушек-дедушек с внуками-внучками, и др.). 2. Новые ресурсосберегающие технологии, а также технологии в сфере экоинжиниринга позволили найти новые решения для проектирования и строительства кемпингов в особых природоохранных территориях, национальных парках, заказниках без ущерба для природы. Многие парки развлечений использовали «зеленые» технологии строительства кемпингов для того, чтобы предложить людям комфортные условия для проживания и увеличить продолжительность их пребывания в парках. 3. Глобальные экономические потрясения в мире на рубеже 2-го и 3-го тысячелетий стимулировали развитие новой, более экономичной модели формирования бюджета туров самодеятельными туристами. Бостонская консультационная группа даже создала специальный термин, описывающий новый тип потребителей - «омниконсъюмер», или «омни»-потребитель, который приемлет только экологически чистые продукты, тщательно следит за собственным здоровьем и отказывается от продуктов и услуг, которые негативно влияют на окружающую среду. У него всегда под рукой электронные гаджеты, которые дают возможность быстро получить дополнительную информацию из интернета. Появление таких «продвинутых» покупателей, для которых характерны потребительские драйвера, связанные не с «пассивным» потреблением, а с активным самостоятельным отдыхом, познавательным туризмом, саморазвитием и социальными ивентами, послужило причиной инновационных изменений в технологии обслуживания туристов в кемпингах, приведших к «ре-дизайну» туристского продукта. В результате кемпинги из простых палаточных лагерей трансформировались в туристские парки, представляющие собой комбинации различных видов услуг, связанных с размещением туристов, организации их досуга, оздоровлением, питанием, проведением праздников и мероприятий, обучением и т.д. Кемпинги стали больше походить на парки культуры и отдыха, или дисней-лэнды, где предоставляется возможность проживания. Экспериментирование с различными комбинациями услуг привело к тому, что рынок наполнили караван-парки, холидей-парки, кемпинг-парки, шале-парки, туринг-парки, лайфстайл-вилиджы, эко-виллиджы, арви-парки, парк-хоум парки, появились глампинги, дрампинги, грампинги, чампинги и другие типы кемпингов. Кемпинг-индустрия начала развиваться настолько быстро, что наука до сих пор не успевает осмыслить накопившийся опыт и систематизировать знание о кемпингах. Так, к палаткам добавились юрты, типи, шалаши, яранги, гэры, которые пользуются особой популярностью в глампингах (гламурных кемпингах) и представляют собой стилизованные объекты кемпинг-размещения. К автодомам и караванам - новые модели, которые могут полностью заменить жилые квартиры и предоставить условия для полноценного проживания всей семье. К мобильным домам – дома на деревьях, кемпингкаюты, поды, геодезики и др. Для размещения ЧСР на территории кемпинга предусматриваются специальные благоустроенные места для турстоянки (питчи), на которых устанавливается оборудование, обеспечивающее их полноценное функционирование (столбики с электрическими розетками, краны с питьевой водой и др.). Аренда питча является базовым предложением кемпинга на рынке, которое дополняют другие услуги, повышающие аттрактивность турпродукта. В британской системе сертификации кемпингов, разработанной под брендом «VisitEngland», выделяются три основных типа кемпингов (или - три типа турпродукта кемпингов): 1. Холидей-парки, где более 50% питчей заняты установленными мобильными домами, которые создаются в аренду, либо принадлежит туристам, которые устанавливают их на длительный срок. 2. Туринг-парки, где более 50% питчей предназначены для размещения туристов с автодомами/караванами. 3. Кемпинг-парки, где более 50% питчей предназначены для размещения палаток. В случае, если количество питчей разного типа представлены в равном количестве, названия комбинируют – караван-холидей парки, караван-кемпинг парки и т.д. Одним из самых значительных изменений, которое произошло в процессе «редизайна» туристского продукта кемпингов, стало повышение качества услуг. Кемпинги перешли из разряда дешевого места для проживания, какими были трейлер-парки и палаточные лагеря, в разряд комфортных и безопасных туристских парков]. Используя инновационные технологии в области эко-инжиниринга, эко-строительства, ресурсосбережения, кемпинги смогли соблюсти баланс интересов человека и природы и постепенно с периферии рынка выдвинуться в его центр, охватив новые сегменты потребителей и приняв на себя массовый поток туристов. Произошло это за счет того, что кемпинги повысили основную ценность своего продукта путем значительного улучшения качества услуг и сохранения низкой базовой ставки размещения (БСР). БСР является статистическим показателем, который показывает стоимость ночевки одного человека в классифицированном средстве размещения уровня «3 звезды». Во Франции, например, БСР кемпингов - около 7 евро (т.е. приблизительно 500 руб.). Высокие стандарты качества услуг кемпингов за рубежом поддерживаются с помощью национальных систем требований (стандартов), принятых в большинстве развитых стран. Суть этих стандартов, как правило, сводится к пяти основным требованиям: 1. Гигиена, чистота, эстетика, безопасность (комфорт). 2. Активный отдых на природе (физкультура, спорт, фитнесс, йога). 3. Высокое качество обслуживания (сервис). 4. Туристские аттракции и объекты показа (познавательность). 5. Программа специальных ивентов, событий (социальность). В результате сформировалось новое направление в туризме - кемпинг-туризм, который включил в себя различные виды самодеятельного туризма (итинерантный туризм, геотуризм, караванинг и др.), связанные с комфортным и безопасным отдыхом в кемпингах, чаще всего связанный с проживанием в частных мобильных/переносных средствах размещения. Особенно важным это стало для слабо защищенных социальных слоев населения – инвалиды, дети, пожилые люди, беременные женщины и женщины с маленькими детьми, которые в кемпингах увидели возможность полноценного отдыха на природе за небольшую стоимость. Являясь наиболее доступным для населения форматом отдыха на природе, кемпинги в некоторых странах формируют до 80% туристского трафика (потока)! Традиционные палаточные лагеря, которые организуются самодеятельными туристами (обычно их называют «дикими»), остались за рамками современного кемпинг-туризма, поскольку они не предоставляют необходимой инфраструктуры, обеспечивающей комфортный отдых, а возможности контроля качества их услуг ограничены. В настоящее время кемпинги в развитых странах сформировали, по сути, новую отрасль – кемпинг-индустрию, специализирующуюся на обслуживании активного самодеятельного туризма.

К сожалению, смена парадигмы туризма, повсеместно переходящего на модель обслуживания активного, дифференцированного, самодеятельного туризма, до сих пор не коснулась российского рынка. Ответ на вопрос, почему Россия до сих пор не стала страной, дружественной для кемпинг-туризма, кроется в несовершенстве российской нормативной базы. Многие положения и правовые нормы российского законодательства о туризме без изменений воспроизводятся ещё с советских времён и, как правило, отражают ситуацию полувековой давности, когда еще не существовало современных технологий эко-инжиниринга, позволяющих без ущерба для природы создавать цивилизованные условия комфортного отдыха на природе – с комфортными туалетами и другими бытовыми удобствами. В результате, самая большая проблема в России – это возвести на законных основаниях обычный туалет на землях рекреационного назначения. Лесной, земельный, водный кодексы, закон об особо охраняемых территориях природных территориях и целый ряд других нормативных документов РФ содержат множество ограничений, которые, в свой совокупности, создают непреодолимый барьер на пути создания современных благоустроенных кемпингов (туристских парков), которые могли бы соответствовать международным стандартам. В практике управления туристской отраслью в России до сих пор используются архаичная узковедомственная модель управления, которая сводится, по сути, к «взаимодействию» с коллективными средствами размещения и периодическому проведению имиджевых мероприятий. Огромные бюджетные средства «закапываются в землю» на возведение дорогостоящих гостиниц, вместо того, чтобы использовать наработанный опыт по строительству недорогих кемпингов с комфортным уровнем проживания на уровне «3-х звёзд» и минимальным ущербом для природы. До сих пор в России не получили распространение и такие инструменты, как система индикаторов устойчивого развития туризма «ETIS», которые позволяют эффективно регулировать деятельность кемпингов со стороны государства. В результате, в России кемпинги остаются сезонными лагерями автотуристов, которые стихийно появляются и исчезают, оставляя за собой мусор, вытоптанные поляны и незаконные постройки, что причиняет немалый ущерб окружающей среде, на восстановление которой требуются значительные денежные средства. Ещё одной причиной отставания нашей страны в области развития современной кемпинг-индустрии является слабое научное осмысление данной проблемы, отсутствие серьёзных исследований, проводимых в этой сфере с целью изучения зарубежного опыта. Природа туристского продукта кемпинга достаточно сложная, она не имеет прямого экономического эффекта, зато обладает сильным косвенным влиянием на локальную дестинацию, которое выражается, прежде всего, в формировании устойчивого массового потока самодеятельных туристов, привлекаемых комфортными условиями отдыха на природе по доступным ценам. Результатом развития массового самодеятельного туризма становится широкий мультипликативный эффект на местную экономику, дополнительные рабочие места, налоговые поступления и общее повышение уровня и качества жизни местного населения. В практике российского рынка имеются робкие попытки реализации проектов кемпингов в рамках современной концепции их развития - кемпинг «Сокольники» в Москве, кемпинг в г. Ярославль, кемпинг «Суздаль» в одноименном городе. В европейские справочники занесено всего лишь 6 российских кемпингов, которые с сильной натяжкой могут быть отнесены к кемпингам «европейского» уровня. Для сравнения, в одной только Франции насчитывается более 9000 кемпингов! Совокупность всех выделенных факторов приводит к выводу, что в России тема кемпингов требует серьезной научной проработки и создания общей теории развития кемпинг-индустрии. Это позволило бы разработать комплексный подход к осмыслению мирового опыта, а также развить нормативную базу в сфере рекреации и туризма. По меткому выражению Э. Брукера, кемпинги – это возврат в будущее на основе современных стандартов качества туристских услуг. Это возврат к старым традициям путешествий с учётом новейших тенденций в развитии туристской инфраструктуры в сегменте альтернативных средств размещения на примере современных туристских парков. Для России это новый путь, который позволит возродить советские традиции самодеятельного туризма в современном формате комфортного отдыха на природе в благоустроенных кемпингах – туристских парках.[[2]](#footnote-2)



Предлагаемый авторами проект – не является «готовым к употреблению» продуктом!

Мы предлагаем совместно с органами власти разработать соответствующую программу, которая могла бы стать одним из драйверов развития экономики региона за счет дополнительного привлечения «цивилизованных» туристов и формирования положительного имиджа нашего края.



Краснодарский край должен стать пионером в этой области. Причем импульс развития в итоге коснется не только непосредственно туризма, но и автомобилестроения, малоэтажного строительства и т.д.



1. Чахова Д.А., Кобяк М.В. Современные кемпинги – новые возможности развития рынка туристских услуг // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 7, №5 (2015) http://naukovedenie.ru/PDF/25EVN515.pdf (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ. DOI: 10.15862/25EVN515 [↑](#footnote-ref-1)
2. Чахова Д.А., Кобяк М.В. Современные кемпинги – новые возможности развития рынка туристских услуг // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 7, №5 (2015) http://naukovedenie.ru/PDF/25EVN515.pdf (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ. DOI: 10.15862/25EVN515 [↑](#footnote-ref-2)