

ООО «ИнтелМедиа»

«Утверждаю»  
Генеральный директор  
ООО «ИнтелМедиа»

\_\_\_\_\_ А.А. Козейчук  
«27» сентября 2019 года

**АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЗАПИСКА**  
об оказании услуг по формированию наиболее эффективной модели  
трансграничного велосипедного туризма  
на территории Ленинградской области  
по контракту № 1263 от 12 августа 2019 года

**ТОМ 4. Аналитическая записка о проведении исследования  
положительного международного опыта в сфере развития  
велосипедного туризма и создания велосипедной инфраструктуры**

Санкт-Петербург  
2019



ППС 2014-2020  
Россия - Юго-Восточная Финляндия

*Финансируется Европейским союзом, Российской Федерацией и  
Финляндской Республикой*

Исследование международного опыта развития велотуризма позволило сделать следующие выводы:

✓ В мире отсутствуют единые стандарты маркировки веломаршрутов. Практика использования соответствующих знаков значительной степени отличается в зависимости от страны.

✓ Существует минимальная база, и этой базой является государственная система дорожных знаков. Она учреждена Венской конвенцией, которую соблюдают все страны Европейского сообщества и ряд других государств. С небольшими локальными различиями, эти требования устанавливают правила дорожного движения для транспортных средств, в частности, для велосипедов.

✓ В ряде стран инфраструктура велосипедного туризма представлена сетью зеленых маршрутов. Выделяют 3 основные категории зеленых маршрутов: зеленые маршруты большой протяженности; локальные зеленые маршруты; городские зеленые маршруты.



✓ Одним из крупнейших инвестиционных проектов по созданию и развитию инфраструктуры велосипедного туризма является европейский проект «EuroVelo». «EuroVelo» - европейская сеть велосипедных трасс, является проектом Европейской федерации велосипедистов по созданию 14 длинных велосипедных маршрутов, пересекающих всю Европу. Полная длина этих трасс будет превышать 70 000 км, в настоящее время существует больше чем 20 000 км.

✓ Приоритетные целевые группы и направления развития велотуризма определяются спецификой дестинации, ее природно-климатическими особенностями, культурой велодвижения в стране и т.д. В связи с этим,

практический интерес представляет изучение опыта отдельных стран и территорий, нежели чем мирового рынка в целом.

✓ Анализ мирового опыта показал, что в настоящий момент к перспективным с точки зрения востребованности турпродуктам на рынке велотуризма являются тематические велотуры. Данные турпродукты построены по принципу объединения езды на велосипеде и природной и/или культурной среды дестинации. Особый интерес представляет востребованность других видов активности, которыми готовы заняться велосипедисты во время велопутешествия. Понимание спроса на дополнительные услуги способствует формированию турпродуктов, потенциально востребованных на рынке велотуризма.

✓ Анализ мирового опыта развития велосипедного туризма показал, что барьеры в развитии данного вида туризма в целом схожи для тех или иных национальных рынков. По итогам проеденного исследования международного опыта можно выделить следующие барьеры в развитии велосипедного туризма и, как следствие, рекомендации по их преодолению для Ленинградской области:

- Необходимость разработки стратегии развития и повышения качества координации индустрии велотуризма (в части реализации маркетинговой стратегии, мониторинг и т.п.).
- Необходимость большего участия государственных органов (включая региональные комитеты по туризму) в развитии велотуризма. Проблема заключается в том, что предприятия, работающие в индустрии велотуризма, зачастую относятся к малому и среднему бизнесу. В силу небольшого масштаба, фирмы не ощущают себя достаточно сильными игроками для того, чтобы влиять на отрасль, ожидая большей вовлеченности со стороны государства и, в первую очередь, органов управления туризмом. Вместе с тем, предприятия МСП зачастую готовы

к сотрудничеству и партнерству (в том числе в формате ГЧП) для достижения синергетического эффекта.

- Необходимость решения проблем инфраструктуры. К типичным проблемам инфраструктуры относится развитие сети дорог, адаптированных под потребности велотуристов, ремонт дорог и своевременная замена дорожных покрытий, планирование землепользования и т.п.
- Необходимость разработки маршрутов, в том числе длинных и кольцевых, с захватом пригородных и сельских территорий. Информирование велосипедистов о преимуществах путешествий по подобным маршрутам (дороги без автомобильного трафика, разнообразие ландшафтов, разнообразие уровней сложности прохождения маршрутов и т.д.).
- Необходимость усиления интеграции индустрии велотуризма и общественного транспорта. Меры по повышению интеграции велотуризма и общественного транспорта позволяет увеличить численность велотуристов.
- Одним из вариантов реализации может быть запуск автобуса в формате «hop on/off» для пассажиров с велосипедами.
- В некоторых странах автобусный парк включает автобусы, оборудованные для провоза велосипедов.
- К мерам, стимулирующим велотуризм, можно отнести систему бесплатного провоза велосипедов на железнодорожном транспорте. Вместе с тем, даже при наличии системы бесплатного провоза велосипедов, в ряде стран отмечают такие проблемы, как ограничение по количеству провозимых на поезде велосипедов, необходимость обязательного предварительного бронирования. Все это

рассматривается велотуристами как фактор, снижающий степень гибкости при планировании путешествий (в случае плохой погоды, болезни велосипедиста, поломки велосипеда и т.п.).

- Необходимость внедрения информационных технологий. В первую очередь, речь идет о необходимости разработки адекватных мобильных приложений, которые помогали бы велотуристам с большей легкостью планировать велопутешествия.
- Необходимость формирования бренда дестинации на рынке велотуризма. Для развития отрасли велотуризма и привлечения большего количества велосипедистов необходимо не просто создание бренда, а разработка стратегии его развития, коммуникативной политики для взаимодействия с различными целевыми сегментами (профессионалами, новичками и т.п.).