

*Степанов В.Ю., д.держ.упр., проф., ХДАК, м. Харків,*

*ORCID: 0000-0001-5892-4239,*

*Зайцева М.Н., к.е.н., доц., ХДАК, м. Харків,*

*ORCID: 0000-0002-6911-6226*

*Stepanov V., Doctor of Sciences in Public Administration, Full Professor,  
Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv,*

*Zaitseva M., Ph.D of Economic Sciences, Associate Professor, Kharkiv  
State Academy of Culture, Kharkiv*

## **КАРАВАНІНГ ЯК РІЗНОВИД ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ**

## **CARAVANING AS A VARIETY OF TOURISM IN UKRAINE**

*Стаття присвячена концепції розвитку нового різновиду в українському туризмі – караванінгу. Показано, що караванінг в Україні це прогресивний крок у рамках розвитку туризму з формуванням сучасної туристичної індустрії. Автори приходять до висновку, що караванінг, як нова туристична галузь, здатна сприяти перетворенню внутрішнього та в'їзного туризму в Україні з високою соціальною та економічною доцільністю.*

***Ключові слова:** автотуризм, караванінг, подорож, автономність, кемпінг, придорожня інфраструктура.*

*The article is devoted to the concept of development of a new variety in Ukrainian tourism - caravanning. It is shown that caravanning in Ukraine is a progressive step in the development of tourism with the formation of a modern tourism industry. The authors conclude that caravanning, as a new tourism industry, can contribute to the transformation of domestic and inbound tourism in Ukraine with high social and economic feasibility.*

***Key words:** motor tourism, caravanning, travel, autonomy, camping, roadside infrastructure.*

**Постановка проблеми.** Велика кількість природних, історико-культурних та інших туристичних об'єктів, що привертають увагу українських та іноземних туристів, розташовані в різних регіонах України [4]. Все це уможливорює створення маршрутів на шляху проходження прихильників автомобільного туризму (далі – автотуризму) з відвідуванням території того

чи іншого регіону. При цьому на шляху автотуристів зустрічаються різноманітні об'єкти, що здатні задовольнити потреби різних груп туристів [2].

На думку експертів, найбільш ефективною організацією автотуризму є об'єднання об'єктів дорожнього сервісу в різні види комплексів обслуговування (кемпінгів). Завдяки їх розвитку розвивається і популярний у Європі вид автотуризму – караванінг [17]. Караванінг довів свою життєздатність і робить значний внесок у економіку країн Європи та Північної Америки. Важливим фактором підвищення інтересу як європейських туристів, так і туристів в Україні, може стати розвиток караванінгу (англ. "carvanning" – автотуризм з проживанням у автобудинках або житлових автопричепках), що є актуальним питанням розвитку нового різновиду в туризмі [8].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Розгляду тенденцій та перспектив розвитку індустрії туризму і особисто автотуризму, який стає популярним напрямом відпочинку, приділяється увага в різнопланових працях як вітчизняних, так і закордонних дослідників, зокрема: М.Б. Біржакова, В.І. Гетьман, И.Г. Гладської, А.С. Єрмакова, М.П. Мальської, О.А. Столярова, В.І. Нікіфорова, А.Д. Чудновського та ін. [1, 2, 3, 4, 6, 7, 13].

Зазначені вчені розглядали проблематику становлення автотуризму загалом. При цьому вони акцентували свою увагу на окремих питаннях автотуризму – туристичній інфраструктурі, а, отже, дослідження, які б сприяли комплексному розв'язанню проблематики караванінгу, як нової туристичної галузі та різновиду туризму в Україні, відсутні.

**Постановка завдання.** Розглянути концепцію розвитку сучасного автотуризму – караванінгу, як нової туристичної галузі, здатної сприяти перетворенню внутрішнього та в'їзного туризму в Україні.

**Виклад основного матеріалу.** Незважаючи на перспективи істотною проблемою розвитку українського автотуризму є хаотичний характер його розвитку [3]. Крім того, аналіз сучасного стану туристичної інфраструктури в регіонах України дозволив визначити низку недоліків у розвитку придорожньої інфраструктури [4]. Перш за все: диспропорція у системі послуг з обслуговування транзитних автомобільних потоків; мала кількість об'єктів придорожньої туристичної інфраструктури; низький рівень послуг та комфорту; недоліки технічного оснащення та естетичності зовнішнього вигляду придорожньої туристичної інфраструктури й ін.

Однак до переваг, що сприяють розвитку придорожньої туристичної інфраструктури в Україні, можна віднести наступне:

- наявність значних туристичних ресурсів;
- автодорожня мережа, що постійно розвивається;
- зростання автомобільного парку;
- зростаюча мобільність населення;
- зростання рівня доходів населення і як наслідок, – рівня платоспроможності потенційних автотуристів;

- збільшення попиту на внутрішній туризм та зростання турпотоків;
- наявність значного потенціалу та перспективи зростання ринку послуг, що надаються підприємствами сфери автотуризму;
- свобода вибору напрямів автотуризму.

Іншими словами, сучасний автотуризм не може розвиватися без розвиненої придорожньої інфраструктури [6, 13].

Зростання популярності цього виду відпочинку спостерігається і серед українців. Кількість людей, які купують автобудинки та житлові автопричепи, зростає. При цьому слід відзначити переваги розвитку як будівництва кемпінг-стоянок, так і караванінгу, а саме:

- розвиток придорожньої інфраструктури та рівень сервісу;
- розширення готельного фонду;
- робочі місця;
- можливість використання земель, заборонених для забудови (санітарні зони, зони з плавучим ґрунтом, зони із залягаючими внутрішніми комунікаціями тощо);
- маловитратне освоєння туристичних зон;
- швидка самоокупність;
- розвиток внутрішнього та в'їзного туризму;
- розвиток туризму вихідного дня;
- мала вартість повноцінного відпочинку;
- бізнес-рішення для проведення спортивних заходів, виставок;
- зростання іміджу України для туризму.

Тобто караванінг – це особливий вид туризму, що дозволяє подорожувати всією сім'єю, залишаючись у звичній обстановці та середовищі. Поєднуючи в собі економію, мобільність, комфорт та автономність караванінг став справжнім автотуризмом [5].

У Європі лідером у розвитку караванінгу вважається Німеччина. Як масове явище караванінг почав розвиватися у 30-х роках ХХ століття. З початком Другої світової війни подальший його розвиток, як галузі, було припинено. Наприкінці 50-х років у масове виробництво було запущено перші «автобудинки». Вони передбачали розміщення кількох людей та були розраховані на тривалі подорожі. Розвиток караванінгу зумовили наявність у Німеччині великої кількості кемпінгів, тобто, спеціальні місця для стоянки автокараванів із різноманітним сервісом [15, 16].

Перший прототип сучасного причепа-каравана був сконструйований у 1950-1951 рр. (К. Табберт, А. Хюмер) [8, 9]. Серед основних факторів, що позитивно впливають на розвиток караванінгу в Німеччині, доцільно виділити наступні:

- потреба людей виїжджати за місто;
- відсутність можливості вести замське господарство або мати дачний будинок;

- популярна у 60-70-ті роки. молодіжна субкультура, що знайшла широкі поширення у країнах Європи;
- наявність розвиненої автодорожньої мережі;
- економний варіант відпочинку;
- підтримка караванінгу та автотуризму на державному рівні (зниження податків для приватних підприємців, залучених у індустрію караванінгу);
- висока щільність населення;
- високий рівень життя у пенсійному віці та достаток вільного часу;
- історичні передумови (традиційне відношення до подорожей і переміщень на інші території).

Автобудинки та каравани активно використовуються у сегменті B2B (бізнес для бізнесу): будівельними компаніями, з метою інспектування об'єктів; страховими компаніями як мобільний офіс; туристичними компаніями; як місце відпочинку на спортивних змаганнях й ін.[17]. Однією з областей застосування автобудинку є кіно- та телевізійні зйомки. Загалом, сфера використання автобудинків обмежується лише уявою їхніх власників чи орендарів.

Слід відзначити, що вплив караванінгу на туристський сектор економіки Європи постійно зростає. Зокрема, питання розвитку та регулювання караванінгу все частіше обговорюються на загальноєвропейському рівні. Наприклад, Європейський Парламент прийняв поправки, згідно з якими за наявності прав водія категорії «B» дозволяється керувати автобудинком масою до 4250 кг.

Зазначимо, що подорож на своєму автомобілі стала популярною ще в СРСР на початку 1970-х р. До цього часу оформилася система кемпінгів для автотуристів, кількість яких до кінця 1980-х рр. досягло 1200 одиниць. Існування системи кемпінгів була обов'язковим елементом розвитку не тільки напрямку туризму, а всього автомобільного транспорту. Відомо, що потреби у відпочинку, безпеці, якісному харчуванні існують незалежно від цілей поїздки. Найбільша концентрація кемпінгів була характерна для регіону Азовського та Чорного морів і служила переважно цілям автотуристів.

Радянський кемпінг суттєво відрізнявся від закордонного засобу розміщення. Набір послуг кемпінгу був значно нижчим ніж у зарубіжних аналогах. Тобто кемпінг у більшості випадків був пристосованим майданчиком для стоянки автомобілів, туалетом, місцями для встановлення намету, загальною кухнею, літніми будиночками, майданчиками для спортивних ігор. Такі кемпінги мали сезонний характер і розташовувалися поруч із туристичними об'єктами: морем, озером, культурно-історичними об'єктами тощо. Мінімум послуг цілком відповідав духу часу і в цілому бюджетному характеру туризму 1970-1990-х рр.

У країнах з розвиненим автотуризмом (ЄС, США) запроваджено спеціальні вимоги та нормативи щодо влаштування об'єктів придорожньої ту-

ристичної індустрії та кемпінгів. У європейських країнах існують норми щодо організації кемпінгу для караванінгу, норми щодо знаходження кемпінгів, норми щодо забезпечення водою, електроенергією, відстані між автобудинками або караванами тощо. В результаті всі кемпінги чітко класифікуються за обсягом та якістю послуг, а розвиток інформаційних систем у галузі дозволяє будь-якому туристу заздалегідь спланувати свої зупинки в залежності від потреб та фінансових можливостей. При цьому турист гарантовано отримує той обсяг послуг та такої якості, на яку він розраховує [11, 12].

Караванінг в Україні – нова туристична галузь, що здатна сприяти перетворенню внутрішнього та в'їзного туризму на доходну статтю бюджету держави. Крім того є дуже висока соціальна та економічна доцільність розвитку караванінгу. Це прогресивний крок у рамках Концепції розвитку туризму в Україні з формуванням сучасної туристичної індустрії.

Розвиток караванінгу може стати важливим фактором підвищення інтересу європейських туристів до України. Слід відзначити переваги розвитку караванінгу: маловитратне освоєння туристичних зон; розвиток інфраструктури; швидка самоокупність; розвиток придорожного сервісу; розширення готельного фонду; нові робочі місця; можливість використання земель, заборонених для забудови; розвиток внутрішнього та в'їзного туризму; туризм вихідного дня; невисока вартість повноцінного відпочинку; бізнес-рішення для проведення різних заходів й ін.

Таким чином, у рамках реалізації Концепції розвитку туризму в Україні, на першому етапі доцільно зробити особливий акцент на розвиток караванінгу та інфраструктури кемпінгу. Цей сегмент внутрішньої туріндустрії не потребує великих грошових витрат з боку держави. Водночас, караванінг, що користується великою популярністю у всьому світі, дозволяє прогнозувати значний прибуток для регіонів України.

Базуючись на світовому досвіді можна прогнозувати, що створення інфраструктури кемпінгу дасть поштовх до бурхливого розвитку караванінгу, надасть йому цивілізованого характеру. Все це зробить в Україні популярними туристичні автомобільні маршрути як для українців, так і для європейців.

Аналіз ринку автотуризму в Україні показав, що потенціал розвитку караванінгу ще не реалізовано. В даний час в Україні не існує спеціальних норм та стандартів для організації кемпінгів та караванінгу. Зокрема, для організації кемпінгу ще мають місце негативні фактори: не проводиться оцінка стану довкілля і якості води, не дотримуються нормативи щодо організації автостоянок. Території деяких кемпінгів сильно засмічені і не дотримуються санітарних гігієнічних норм.

Для забезпечення комфортних умов перебування автотуристів у подорожі, а також для розвитку караванінгу, необхідно розробити методик доцільності формування придорожньої інфраструктури. Така методика має відповідати існуючим стандартам та вимогам [13], а також бути побудована на ви-

користанні кращого зарубіжного досвіду розвитку караванінгу.

Серед ключових проблем у галузі караванінгу, що потребують вирішення, слід зазначити: зниження ввізного мита; відсутність українських виробників автобудинків і караванів; низький рівень маркетингового просування туристського продукту та туристичного потенціалу України; відсутність системи класифікації кемпінг-майданчиків на території України; прогалини у нормативній правовій базі у питаннях автомобільного туризму; відсутність спеціалізованих сервісних станцій з обслуговування автобудинків і караванів в Україні.

**Висновки.** Території багатьох українських регіонів мають значний потенціал щодо складання різноманітних туристичних маршрутів. Існуючі в туризмі технології дозволяють зробити привабливою та відвідуюною практично будь-яку місцевість чи місто. При цьому роль караванінгу, як фактора збереження природних та історико-культурних ресурсів в Україні, може бути значною. Але активне використання туризму і туристичних технологій, як ефективного фактора відродження та збереження об'єктів спадщини, може бути здійснено лише на базі єдиної державної стратегії. Вона має передбачати спільну роботу регіональних органів влади, об'єктів показу, власників кемпінгів та туристських фірм щодо формування нових типів туристичних продуктів. Ці продукти мають бути орієнтовані на створення оригінальних туристичних маршрутів для розвитку українського караванінгу як різновиду туризму, що є тематикою подальших досліджень.

#### Список використаних джерел:

1. Биржаков М. Б., Никифоров В. І. *Індустрія туризму: Перевезення*. СПб.: Герда, 2013. 400 с.
2. Гетьман В. І. *Автотуризм чи автомобільний туризм: теорія і реальність*. К.: 2011. 185 с.
3. Гладская И. Г. *Инфраструктурные особенности автомобильного туризма*. *Вестник Национальной академии туризма*. 2014. № 4 (32). С. 17-19.
4. Ермаков А. С. *Методика формирования маршрута путешествия для автотуристов*. *Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса*. Т. 8. 2014. № 3. С. 39-44
5. Логвина Е. В, Лобас К. В. *Анализ развития караванинга как разновидности автотуризма*. *Ученые записки Крымского университета имени В. И. Вернадского. География. Геология*. 2017. Т. 3 (69), вып. 2.
6. Мальська М. П., Худо В. В. *Туристичний бізнес: теорія та практика: Навчальний посібник*. К.: Центр учбової Літератури, 2013. 424 с.
7. Рубцов С. В. *Методический подход к размещению сервисных зон автотуризма*. *Вестник Ассоциации ВУЗов туризма и сервиса*. 2013. №1. С. 33-39.
8. Санникова К. К. *Анализ требований к кемпингам в Европе*. *Europeanscience*. 2015. № 6 (7). С. 65-66.
9. Чахова Д. А., Кобяк М. В. *Современные кемпинги – новые возможности развития туристских услуг*. *Интернет-журнал «Науковедение»*. Т. 7. 2015. № 5.

URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/25EVN515.pdf>.

10. "Who Invented the Caravan?". CaravanQuoter.co.uk. Archived from the original on 3 November 2013. Retrieved 4 November 2011.

11. Byrne, Eugene (2013). "Bristol, where the caravan was invented". Eugene Byrne. Retrieved 24 June 2015. URL: <http://www.bailey-caravans.co.uk>.

12. Engama B. Camping as a form of nature tourism. Thesis of degree programme in tourism. Centria university of applied sciences, 2013.

13. The European Federation of Campingsite Organisations and Holiday Park Associations (EFCO&HPA) website. URL: <http://www.campingeurope.com/> (дата обращения: 18.04.2016).

14. Royal Automobile Club of Victoria (RACV). URL: <http://www.racv.com.au/wps/wcm/connect/racv/Intemet/primary/travel/caravanning>.

### References:

1. Birzhakov M. B., Nikiforov V. I. Tourism industry: Perevezennya. St. Petersburg: Gerda, 2013. 400 p.

2. Hetman V.I. Car tourism and car tourism: theory and reality. K.: 2011. 185 p.

3. Gladskaya I. G. Infrastructural features of automobile tourism. Bulletin of the National Academy of Tourism. 2014. No. 4 (32). pp. 17-19.

4. Ermakov A. S. Methods of forming a travel route for autotourists. Bulletin of the Association of Higher Educational Institutions of Tourism and Service. T. 8. 2014. No. 3. pp. 39-44

5. Logvina E. V., Lobas K. V. Analysis of the development of caravanning as a kind of autotourism. Scientific notes of the Crimean University named after V. I. Vernadsky. Geography. Geology. 2017. Vol. 3 (69), no. 2.

6. Malskaya MP, Khudo VV Tourism business: theory and practice: Textbook. K.: Center for Educational Literature, 2013. 424 p.

7. Rubtsov S. V. Methodical approach to the placement of service areas of motor tourism. Bulletin of the Association of Universities of Tourism and Service. 2013. №1. Pp. 33-39.

8. Sannikova K. K. Analysis of requirements for camping in Europe. Europe-science. 2015. № 6 (7). Pp. 65-66.

9. Chakhova D. A., Kobayak M. V. Modern campsites - new opportunities for the development of tourist services. Online journal "Science". T. 7. 2015. № 5. URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/25EVN515.pdf>.

10. "Who Invented the Caravan?". CaravanQuoter.co.uk. Archived from the original on 3 November 2013. Retrieved 4 November 2011.

11. Byrne, Eugene (2013). "Bristol, wherethecaravanwasinvented". EugeneByrne. Retrieved 24 June 2015. URL: <http://www.bailey-caravans.co.uk>.

12. Engama B. Camping as a form of nature tourism. Thesis of degree programme in tourism. Centriauniversity of applied sciences, 2013.

13. The European Federation of CampingsiteOrganisations and Holiday Park Associations (EFCO&HPA) website. URL: <http://www.campingeurope.com>.

14. Royal Automobile Club of Victoria (RACV). URL: <http://www.racv.com.au/wps/wcm/connect/racv/Intemet/primary/travel/caravanning>.