

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КАРАВАНІНГУ В УКРАЇНІ

В статті описано проблеми та перспективи розвитку караванінгу як одного з найновіших видів туризму в Україні, його актуальність в період пандемії COVID-19. Визначено що саме означає термін «караванінг» як сучасний вид автомобільного туризму. Розглянуто, як приклад, досвід Європейських країн в даному напрямку. Проведено та висвітлено дослідження наявності необхідної туристичної інфраструктури, а саме кемпінгів та дорожнього сполучення.

Ключові слова: караванінг, автотуризм, кемпінг, караванери, туристичні подорожі.

The article describes the problems and prospects for the development of caravanning as one of the newest types of tourism in Ukraine, its relevance in the period of the COVID-19 pandemic. It has been determined what exactly the term «caravanning» means as a modern type of automobile tourism. The experience of European countries in this direction is considered as an example. A study of the availability of the necessary tourist infrastructure, namely campsites and road connections, was conducted and highlighted.

Keywords: Caravanning, auto tourism, camping, caravanners, tourist trips.

Караванінг відносно нове явище для туристичної сфери України, яке знаходиться на стадії зародження та набуває своєї популярності. Значним поштовхом для розвитку цього виду подорожі стала ситуація, яка склалася в країні у 2020 році, а саме пандемія COVID-19. Через певні санітарно-епідеміологічні обмеження функціонування закладів розміщення, харчування та інших громадських місць, туризм деякий час був так би мовити «на паузі» майже в кожній країні світу. Проте бажання подорожувати в туристів не зменшилося, а навіть навпаки з кожним днем зростало все більше. Єдиним правильним рішенням та можливістю в такі часи подорожувати є караванінг, оскільки автоподорожі всередині країни майже не мали обмежень.

Через COVID-19 та фактичне закриття кордонів між європейськими країнами та, як наслідок, значне скорочення переміщення туристів з однієї країни в іншу, кількість туристичних напрямків скоротилася до внутрішніх подорожей і відпочинку в межах однієї країни. За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), обмеження на в'їзд для туристів було введено в 209 країнах і регіонах [1]. Водночас 96% туристичних напрямків в Європі було закрито, а українці рік залишалися в «червоній зоні» і не могли їздити до країн ЄС. Саме через такі умови цей вид подорожі можна

назвати актуальним та пріоритетним для багатьох країн, оскільки можна було зосередитись на внутрішніх подорожах без обмежень.

Для кращого розуміння що таке «караванінг» та в чому його перевага пропоную визначити його поняття, караванінг – це подорож на автомобілі, коли останній виконує роль «будинку» (тягача будинку) [3]. Сам термін «caravanning» в перекладі має значення як «автотуризм із проживанням в автопричепі або автофургоні». Він являється сучасним видом автомобільного туризму на базі пересувного будинку на колесах – це кемпінг, де частіше використовується спеціальне технічне обладнання. Це не тільки спеціалізовані будинки на колесах, а й самохідні кемпінгові автомобілі, які називаються кампобусами (це причепи різних конструкцій, прикріплені до автомобіля).

Необхідно зазначити, що цей вид подорожі користується популярністю серед країн Європи, особливо в Німеччині Великобританії та Нідерландах. Караванінг досить давно став своєрідною культурою серед туристів, про незалежних людей, які люблять свободу та подорожують в своє задоволення без зазначених термінів. Караванери ніколи не переймаються проблемою квитків на транспорт та місцем для ночівлі, це туристи, які не відмовляють собі в гарячій воді, їжі та предметах звичних в повсякденному житті та мають все необхідне для комфортної подорожі. Оскільки стандартним наповненням сучасного кемпера є – туалет, душ, холодильник, система опалення, плита для готування їжі, контейнер для води та інше.

Згідно статистики кількість традиційних туристів уже збігається із числом караванерів, саме це являється основним стимулом для стрімкого розвитку паркінгів та кемпінгів. Місць для нічлігу кемпінгу в країнах Європи стає все більше, навіть більше ніж може запропонувати готельний бізнес, саме розвинена інфраструктура є стимулом для розвитку цього виду подорожі [2].

Україна поступово, починає наслідувати прикладу своїх сусідів та пізнавати принади караванінгу. Найбільш ліквідним товаром в Україні поки що є причепи-намети через їх порівняно низьку вартість та відносно не погану якість. Однак також зростає інтерес і до більш дорожчих моделей. Вагомою перешкодою не лише для розвитку караванінгу, а й туристичної сфери загалом, в нашій країні, є – не достатньо розгалужена мережа якісних автодоріг. Оскільки перевага такого відпочинку полягає в тому, що турист

може бути постійно в дорозі й прагне відпочити в природному середовищі, подалі від міської метушні.

Ще одним фактором, який стримує розвиток цього виду подорожі – це відсутність сучасних автокемпінгів. Україна найбільша країна Європи за площею, але не за кількістю кемпінгів. Згідно даних Української федерації кемпінгу, караванінгу та автотуризму, на території нашої держави розташовано всього приблизно 30 кемпінгів, з них 12 знаходяться на території окупованого Криму. Зважаючи на площу та чисельність населення досить дивно що в країні всього 30 кемпінгів, до прикладу в Німеччині чисельність кемпінгів подібних до наших перевищує 4 тис. Також проблемою є те, що не всі розуміють що ж таке кемпінг, наприклад, шукаючи кемпінг можна натрапити на звичайні паркові зони відпочинку, котеджі, фермерські господарства, окремі, невеликі садиби тощо.

Згідно даних Європейської Федерації Асоціацій кемпінгів і парків відпочинку (EFCO & HPA, куди входить 21 національних асоціацій країн Європи та налічує більше ніж 20 тис. Кемпінгів), кемпінги є найбільшою туристичною мережею Європи, які об'єднують 10,8 млн. місць відпочинку та рекреації, тобто на 2 млн. місць більше, ніж в готелях. Водночас, в кемпінгах перебувають 25% туристів [4]. З цими даними сходяться й дані, що у країнах Європи кількість великих готельних підприємств становить всього 15-25% від загальної кількості, однак мотелі та готелі сімейного типу становлять – 75-85%. З іншого боку, згідно з аналізом структури готельного господарства України, практично не розвинені об'єкти готельного господарства, які дуже популярні в інших країнах, такі як мотелі, кемпінги та молодіжні центри [3].

За прогнозами експертів UNWTO, найближчим часом в Україні будуть потрібні здебільшого невеликі придорожні кемпінги та глемпінги, призначенням яких одночасне розміщення 30-40 трейлерів і приблизно 50 наметів [5]. Цей прогноз вказує на потребу туристів в кемпінгах та на те що цей напрямок може стати більш поширеним в найближчий час.

Наша країна достатнього цікава та різноманітна, вона приваблює розмаїттям унікальних природних ресурсів, своєю історичною спадщиною та цього не достатнього для пришвидшення розвитку караванінгу, існує низка важливих чинників які не дають розвиватися цьому напрямку швидше, такі як: погано розвинена дорожня інфраструктура; відсутність необхідної

кількості кемпінгів та платних стоянок. Проте, попри всі ці мінуси, караванінг розвивається, можливо не так стрімко як хотілося б але він однозначно розвивається, завдяки наявним клубам, любителям такого виду відпочинку.

Висновки. Після проведеного дослідження можна зазначити, що через події які відбувалися останні роки, а саме через наслідки COVID-19, які ускладнили відновлення туристичної сфери в Україні, такий вид відпочинку як караванінг є конкурентоспроможним в порівнянні з іншими та може стати значною частиною туристичної сфери, зокрема прикордонних (з країнами ЄС) областей країни. Саме караванінг дозволяє задовольнити попит на відпочинок в складні для країни часи, покращити рівень економіки через наповнення місцевого бюджету та збільшенню кількості робочих місць завдяки послугам які необхідно буде надавати.

Можна також припустити, що збільшення кількості кемпінгів в країні, з позитивними моментами зазначеними вище, суттєво підвищить темпи розвитку туризму в Україні та згодом зробить її частиною європейської мережі кемпінгів. Оскільки, розвиток караванінгу та кемпування може стати вагомим чинником збільшення інтересу іноземних туристів до України загалом та її туристичних територій. Підтвердженням цієї теорії є зростання популярності такого відпочинку серед європейців.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Брикова Т. М. Сучасні тенденції розвитку готельного бізнесу. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/brykova.htm.
2. Бунтова Н. В. Міжнародний досвід розвитку ринку гостинності у форматі кемпінг-послуг та його значення для України. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/13_1_2017ua/10.pdf.
3. Клуб караванерів України. URL: www.caravan-center.com.
4. EFCO&HPA Європейська федерація організацій кемпінгів і асоціацій парків відпочинку. URL: <https://www.efcohp.eu/>
5. Impact of COVID-19 on global tourism made clear as UNWTO counts the cost of standstill. URL: <https://www.unwto.org/news/impact-of-covid-19-on-global-tourism-made-clear-as-unwto-counts-the-cost-of-standstill>