

РАЗДЕЛ 1
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ, СОЦИАЛЬНАЯ, ПОЛИТИЧЕСКАЯ И
РЕКРЕАЦИОННАЯ ГЕОГРАФИЯ

УДК 338.48

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ КАРАВАНИНГА КАК РАЗНОВИДНОСТИ
АВТОТУРИЗМА

Логвина Е. В., Лобас К. В.

*Таврическая академия ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь, Российская Федерация
E-mail: vivat.log.1474@mail.ru, lobas_kseniya@mail.ru*

Проанализированы вопросы, связанные с развитием автотуризма, даны его разновидности. Одной из форм является караванинг. Раскрыты вопросы, связанные с историей развития караванинга, дано определение понятию «караванинг» и приведена классификация. Проведен анализ караванинга по странам мира и России. Раскрыты проблемы развития караванинга в России, предложены пути их решения как перспективной отрасли туризма.

Ключевые слова: караванинг, дома на колесах, турист, дорожная инфраструктура, автокемпер.

ВВЕДЕНИЕ

Автотуризм предполагает путешествие с использованием личного или арендованного транспортного средства. Для мира данный вид туризма достаточно хорошо наиболее развит в туристской сфере.

К автотуризму можно отнести следующее:

- использование автомобиля для доставки к дестинации;
- караванинг – это вид отдыха, предполагающий передвижение и проживание в домах на колесах;
- джиппинг – экстремальный вид отдыха и туризма, заключающийся в прохождении туристических маршрутах по бездорожью на автомобилях класса джипа (или вездеходах).
- квадроциклинг – экстремальный вид туризма, заключающийся в прохождении туристических маршрутах по бездорожью на квадроциклах;
- автопробеги и экспедиции, которые зачастую организуют спонсорские программы со спортивной, испытательной, пропагандистской, исследовательской и другими целями.

Путешествие на автодоме является альтернативой не только организованному туризму, но и обычному автотуризму. Если задача автопутешествия – увидеть, охватить как можно больше, если интересны не только запланированные точки пути, но и важен и сам процесс, то это – путешествие на автодоме.

Эти путешествия по характеру могут совмещать экологический и активный туризм с познавательным и экскурсионным, т. к. в качестве транспорта и средства размещения караванинг использует специальные, приспособленные для

путешествий, универсальные по назначению туристические транспортные средства, т. е. это не только автопробег, но может включать также экскурсии, велопрогулки, пешие маршруты и др.

Таким образом, караванинг – комбинированное по характеру путешествие, объединяющее разные виды туризма.

Караванинг как самостоятельная форма автотуризма имеет свою специфику, технически основанную на знаниях инфраструктуры, навыках управления крупногабаритным транспортным средством, пользования и обслуживания систем жизнеобеспечения автодома. В сравнении с обычным автотуризмом, у караванинга больше возможностей, т. к. он предлагает автономный формат как проезда, так и проживания, особенно подходит для масштабных и дальних автопутешествий. Безусловно, *караванинг* – активный вид отдыха.

С другой стороны, караванинг может иметь и прикладное значение, если его использовать в качестве средства сопровождения других видов туризма – благодаря возможностям транспортировки туристического снаряжения, обеспечения проезда и проживания туристов. В качестве такового применение караванинга ограничено лишь наличием дорог в том или ином регионе, где для подъема в гору можно подъехать на авто к началу маршрута и природный национальный парк окружен кемпингами или хотя бы стоянками. Караванинг предназначен не только для автотуризма, но и для других видов активного отдыха, использующих его в прикладном значении, т. е. как универсальную технологию организации путешествия и отдыха.

ИЗЛОЖЕНИЕ ОСНОВНОГО МАТЕРИАЛА

Караванинг – это вид отдыха, предполагающий передвижение и проживание в домах на колесах. Рынок караванинга широк: от прицепа-палатки и жилого прицепа (для транспортировки которых требуется машина-тягач) до интегрированного автокемпера, вместимость которого может достигать 6–8 человек.

На сегодня в стандартную комплектацию кемпера зачастую входят: душ, туалет, газовая плита, холодильник, система обогрева, емкости для воды. Более современные модели также оборудованы телевизорами и DVD, отдельным кондиционированием кабины и салона, подогревом спальных мест и различными аксессуарами. Дома на колесах можно классифицировать по количеству спальных мест: *campervan* – три спальных места; *standard* – четыре; *intermediate* – пять; *large* – шесть; *deluxe* – шесть спальных мест и повышенный комфорт.

Одним из преимуществ путешествия в доме на колесах является тот факт, что автокемперы в основном весят не более 3,5 т, поэтому для их управления достаточно прав категории В.

Первые упоминания о «передвижных домах» встречаются в истории Древнего Египта, но зарождение караванинга относится к 20 веку. Тогда Генри Форд запустил массовое производство Лиззи. Автомобиль стал доступен, и многие американцы начали путешествовать по стране.

С 30-х годов XX века караванинг активно развивается в Германии и США. В 1934 г. в Америке основатель компании Airstream Trailer Уолли Бьям создал трейлер «Воздушный поток». В нем имелось отопление, водоснабжение, биотуалет. В 1936 г. вышла модель Strimer. В нем имелись электричество, аккумулятор, аналог современного кондиционера, кухня-трансформер, которая превращалась в кровать [1].

Во время Второй мировой войны производство трейлеров было приостановлено. Автодома стали роскошью. После войны компания Airstream Trailer стала одной из самых известных производителей трейлеров в мире.

В 1957 г. в Германии Volkswagen начинает выпускать автомобиль для кемпинга Campingbox. В 1959 г. их количество превысило тысячу. Летом 1967 г. Volkswagen представляет новое поколение Transporter. В 1976 г. появляется модель Berlin, а летом 1990 г. на выставке в Ганновере – модель California [1].

Наряду с Volkswagen развивается и немецкий холдинг «Humer», который в 1958 г. запускает в массовое производство свои первые прицепы. Они были легкими, малогабаритными, отвечали требованиям аэродинамики. В 1959 г. их число достигло 455. Следующим шагом было создание автодома: в 1962 г. появляется первый вариант – Caravano. Но компания Borgward, производившая для него шасси, разорилась. Поэтому производство автодома было приостановлено.

13 марта 1968 г. пожар уничтожил почти всю фирму, но, несмотря на это, производство продолжалось, в 1970 г. было выпущено 3 тысячи караванов. В 1971 г. Humer на караван-салоне представляет новый автодом Humermobil-550 на шасси Mercedes. Его длина составляла 7,4 метра. В 1974 г. началось его массовое производство [2].

29 октября 2011 г. в немецком городе Бад-Вальдзее открылся музей Эрвина Хюмера, посвященный караванингу. В музее представлено более 80 наиболее ярких моделей автодомов с начала 1930-х до 1980-х годов [3].

История развития караванинга в СССР началась в 70-х годах, когда люди стали путешествовать по стране на автомобилях с прицепами. Наиболее популярной была прицеп-палатка «Скиф» в разных вариациях: палатка или палатка-веранда. Они отличались по площади и вместимости. Максимальная вместимость – 6 человек.

Прицеп представляет собой в разобранном состоянии спальный отсек с верандой площадью 15 м², имеются москитные сетки, стулья, спальные места, кухонный блок, палатка устойчива к ветрам. Разложить палатку можно за 10–15 минут. В настоящее время такой прицеп можно купить за цену до \$ 500–700.

Кроме «Скифа» в СССР на Ульяновском автомобильном заводе разработали и выпустили дом на колесах на базе УАЗ-452. Он был единственным в Советском Союзе автодомом, который разрабатывался для массового производства. Выпущен, однако, был лишь один экземпляр в 1971 г.

В 1972 г. автомобиль пересек пустыню Сахара для того, чтобы доказать, что данная модель не хуже большинства западных аналогов. Но в массовое производство автодом УАЗ-452 запущен не был по причине нехватки средств у населения на его приобретение [4].

В 1983 г. журнал Auto in Fuoristrada проводил в Сахаре совместные испытания автодома на базе УАЗа с внедорожными кемперами на шасси Renault-Saviem TP3 и IVECO Daily. УАЗ показал себя наиболее проходимым, но наименее комфортабельным.

В настоящее время в России большое значение имеет Караванцентр, цель создания компании – возрождение автотуризма. На базе шасси КАМАЗ-4326 был произведен автодом «КОВЧЕГ-001», он отличался комфортом и повышенной проходимостью. Кроме того, в производстве используют шасси Mercedes-Benz и Ford. Автодома изготавливают не только для частных лиц, но и для организаций и государственных структур. Российская академия наук (экспедиционные автомобили для изучения редких видов животных на Дальнем Востоке), ОАО «Газпром» (экспедиционные автомобили), Федеральная сетевая компания ЕЭС России (21 автомобиль различного назначения для обеспечения проведения Олимпиады 2014 г. в Сочи), а также разработка нескольких проектов для МЧС.

В настоящее время караванинг получил широкое распространение в Америке и Европе благодаря развитию там дорожной инфраструктуры. При этом популяризация таких путешествий порождает целую отрасль. К ней можно отнести производителей автодомов и жилых прицепов, компании, предоставляющие прокат кемперов, кемпинги, специализированные сервисные станции, а также туристские фирмы, разрабатывающие маршруты. Наиболее важной для караванеров выставкой европейского масштаба является Caravan Salon в Дюссельдорфе, Германия. Впервые она была проведена в 1962 г. С тех пор проводится ежегодно в конце августа – начале сентября. На выставке представлено около 2 тыс автодомов, а посещают ее более 150 тыс. человек. Ежегодно их количество растет. Большим преимуществом автодомов является объединение в них средства передвижения и места проживания. При этом туристы не зависят от расписания транспорта, не привязаны к средствам размещения. Также нет ограничения в багаже, есть возможность посетить регионы с плохо развитой инфраструктурой. Как определили социологи, владельцами караванов в основном являются люди старшего возраста и пенсионеры, часто супружеские пары (более 57 %). Рассмотрев данные Европейской Федерации караванинга в 2014 г., можно заключить, что в использовании находилось 3,89 млн прицепов и 1,67 млн автодомов в целом по Европе (Табл. 1).

Таблица 1.

Количество находящихся в использовании прицепов и автодомов, 2014 г.

Страна	Количество прицепов	Количество автодомов
1	2	3
Австрия	36500	22900
Бельгия	60000	55000
Дания	141000	16000
Финляндия	67700	50000
Франция	845000	417200
Германия	880000	450000
Великобритания	550000	205000
Италия	59300	206500
Нидерланды	462000	85000

Продолжение табл. 1

1	2	3
Норвегия	80000	5700
Португалия	17300	10000
Испания	330000	29500
Швеция	281000	74300
Швейцария	34500	34000
Словения	10850	4850
Другие	41200	10100
Итого	3896650	1676050

Как видно из таблицы 1, наибольшее количество прицепов приходится на Великобританию, Францию, Нидерланды и Испанию, а наименьшее количество – Словению, Австрию и др. По автодомам: Великобритания, Германия, Франция – наибольшее количество, наименьшее – Словения, Норвегия и др., к тому же европейский парк караванов увеличивается ежегодно. По данным Федерации, за январь – июнь 2016 г. парк пополнился на 96 520 прицепов и на 107 707 автодомов (Табл. 2).

Таблица 2.

Зарегистрированные новые караваны (прицепы+автодома) в Европе, январь – июнь 2016 г. по сравнению с аналогичным периодом 2015 г.

Страна	Количество караванов		
	2015	2016	Изменение, %
Австрия	1491	1401	-6,0
Бельгия	3127	3 416	+9,2
Дания	1617	1798	+11,2
Финляндия	1027	1133	+10,3
Франция	16505	17756	+7,6
Германия	31353	37103	+18,3
Италия	3262	3468	+6,3
Нидерланды	5017	5345	+6,5
Норвегия	3296	3388	+2,8
Португалия	103	115	+11,7
Словения	176	185	+5,1
Испания	1744	2340	+34,2
Швеция	4548	5595	+23,0
Швейцария	3670	3658	-0,3
Великобритания	17680	18995	+7,4
Другие	1904	2011	+5,6
Итого	9620	107707	+11,6

Проанализировав таблицу 2, можно сделать вывод, что наибольший прирост

зарегистрированных новых караванов приходится на Испанию – 34,2 %, Швецию – 23,0 %, Германию – 18,3 %, только Австрия показала отрицательный результат, т. е. произошло сокращение на 6,0 %. Если вернуться немного назад, то необходимо отметить, что в 2013 г. на фоне мирового экономического кризиса наблюдалось снижение числа продаж средств передвижения караванинга на 5,5 % по сравнению с 2012 г. – 138 390 автомобилей и прицепов. Только Норвегия, Германия и Великобритания поддерживали уровни продаж 2012 г. В целом по Европе продажи автодомов снизились на 3,1 % в 2013 г. и составили 71 016; продажи прицепов снизились на 7,9 % по сравнению с 2012 г. и составили 67 374.

В 2013 г. Германия продолжала оставаться лидером продаж автодомов и прицепов. Продажа новых средств караванинга (с показателем 41 474), позволила Германии обогнать Великобританию и Францию с 28 540 и 23 712 соответственно.

Уровень 2014 г. был практически равен предыдущему году – 137 780 кемперов было продано в целом по Европе. И только в 2015 г. наблюдается устойчивая положительная динамика – 151 893 кемпера (+11 % от предыдущего периода). Стабилизация экономической ситуации приводит к росту доходов населения, соответственно и увеличению возможности приобретения кемперов и путешествиям на них. Также одной из причин увеличения роста числа продаж в 2015–2016 гг. автодомов и прицепов в Европе можно отметить проведение чемпионата Европы по футболу во Франции в 2016 г. В Европе, по сравнению с Россией, караванинг более распространен, размещение в кемпингах набирает обороты. Создание кемпингов значительно дешевле, чем строительство гостиниц, соответственно и размещение дешевле. Кроме того, можно посетить разные города проведения чемпионата. Развитию караванинга способствует хорошо развитая инфраструктура Европы. Например, в Германии количество кемпингов превышает 4 тысячи, а отрасль автотуризма обеспечивает рабочими местами более 170 тысяч чел. В целом по Европе на караванинг приходится около 22 % всех туристов. Кроме того, количество мест для ночлега опережает гостиничный бизнес: 10,8 млн мест против 8,7 млн мест. Товарооборот в отрасли караванинга в целом по Европе составляет 28,33 млрд евро, из них около 16 млрд евро в сегменте кемпингов. Таким образом, ежегодно увеличивается количество туристов, предпочитающих такой вид отдыха.

Для России развитие караванинга особенно актуально в преддверии проведения чемпионата мира по футболу в 2018 г. Однако в РФ караванинг пока остается малоизвестным и дорогостоящим. Всего в России насчитывается не более 10 тыс. средств для караванинга. Количество кемпингов по стране – не более 700 стоянок, причем их уровень далек от европейских стандартов. Но развитие этой отрасли в РФ принесет в бюджет страны значительные суммы. К тому же в условиях подготовки к чемпионату мира по футболу 2018 г., который будет проводиться в России, важным является наращивание емкости кемпингов и улучшение условий обслуживания. Развитие инфраструктуры позволило бы открыть дальние регионы для внутреннего и въездного туризма. Для развития отрасли караванинга важен высокий уровень развития инфраструктуры, стабильная экономика страны, доходы

населения выше среднего.

Первый тормозящий фактор развития данного вида туризма в РФ – плохо развитая транспортная инфраструктура. Основу дорожной сети страны составляют федеральные автодороги. Они обеспечивают связи субъектов РФ со столицей и другими регионами, внутри региона, со странами ближнего и дальнего зарубежья. Федеральные автодороги составляют не более 10 % общей протяженности дорог РФ, но при этом на них приходится около половины интенсивности движения.

Развитие сети автодорог возможно только на уровне государственных программ, поэтому Правительством разработана Национальная программа модернизации и развития автомобильных дорог РФ до 2025 года. В соответствии с данной Программой реализуются проекты по строительству и реконструкции федеральных, территориальных, муниципальных автодорог.

С 2016 г. в силу вступает 3 этап Программы, который предусматривает: создание сети многополосных автомобильных магистралей и скоростных дорог, формирование новых автодорожных направлений, обеспечение круглогодичной связи всех населенных пунктов с сетью дорог общего пользования.

Развитие сети автодорог позволит развивать туризм в удаленных регионах. Например, ремонт и строительство дорог в азиатской части РФ позволит развивать туризм на Байкале. В настоящее время этот регион известен и интересен туристам из-за рубежа, в том числе и караванерам. Однако, в связи с труднодоступностью региона, лишь небольшое количество туристов решаются на дальнейшее путешествие.

Вторая главная проблема развития караванинга – отсутствие оборудованных кемпингов. На сегодня ежегодный поток автотуристов в РФ составляет не более 1000 караванов, из них треть проезжают нашу страну транзитом.

Однако в европейских странах имеются туроператоры, организующие туры для автотуристов в Россию. Чтобы их количество и объемы продаж увеличились, необходимо как минимум развивать инфраструктуру, в том числе специализированную для караванинга, в наиболее привлекательных с точки зрения туризма регионах. Строительство кемпингов и их оборудование не требует таких капитальных затрат, как при строительстве гостиниц. При этом развитие сети кемпингов позволит не только привлечь иностранных туристов, но и развивать внутренний автотуризм. Популяризация караванинга позволит увеличить парк автодомов в целом по России. Кроме того, существование клуба «Лига караванеров» и его участие в Ассоциации кемпингов и караванинга, участие в выставках, проведение собственной выставки, посвященной караванингу, – CaravanEx в Москве способствуют продвижению данного вида туризма.

ВЫВОДЫ

Сегодня рынок караванинга в РФ находится в стадии становления, поэтому экономический кризис существенно пошатнул его положение. Более того, ранее таможенные пошлины с доставкой автодома составляли 40 % от стоимости каравана.

Если до кризиса в Европе приобрести подержанный дом на колесах можно

было за 30–35 тысяч евро, то в России стоимость такого могла доходить до 50 тысяч евро. С уровнем доходов населения в стране такой отдых позволить мог себе далеко не каждый. А в настоящее время таможенные пошлины еще и увеличились до 55 %. Это значительно будет сдерживать развитие караванинга в РФ.

Автодома практически не производятся на территории России, а также дома на колесах с сетью кемпингов являются частью автотуризма и стимулирующим фактором в сфере внутреннего и въездного туризма. Поэтому представители российского отделения немецкого производителя автодомов HYMER пытаются добиться применения новых таможенных пошлин для автодомов с экологическим классом не ниже Евро-4 в размере 0 %. Это бы поспособствовало развитию сферы туризма в целом, привлекло бы поступления денежных средств в бюджет страны, а также создало бы новые рабочие места.

Кроме вышперечисленного, важно отметить, что при некоторых специфических поломках в автодоме приобрести запчасти в России иногда бывает просто невозможно, т. е. автодом может стать стационарным по непредвиденным причинам.

Развитие караванинга поспособствует развитию «туризма выходного дня», который в свою очередь сгладит сезонные колебания и повысит уровень доходов от туризма в целом.

Список литературы

1. Автоутро [Электронный ресурс]. URL: <http://www.autoutro.ru/>.
2. Лаура – автодома и караваны [Электронный ресурс]. URL: <http://www.laura-hymer.ru/>.
3. Новости туризма – TravelHit [Электронный ресурс]. URL: <http://www.travelhit.com.ua/>.
4. Уазбука [Электронный ресурс]. URL: <http://www.uazbuka.ru/>.

ANALYSIS OF DEVELOPMENT OF THE KAVARANING AS KINDS OF TRAILERING

Logvina E. V., Lobas K. V.

*V. I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russian Federation,
E-mail: vivat.log.1474@mail.ru, lobas_kseniya@mail.ru*

Trailerling assumes a travel with use of the personal or leased vehicle. For the world this type of tourism is one of developed in the tourist sphere. It is possible to carry the following to trailerling: – use of the car for delivery to a destination; – the karavaning is the type of rest assuming movement and accommodation in mobile houses; – jeeping – the extreme type of rest and tourism consisting in passing tourist routes on off road terrain on jeep class cars (or go-anywhere vehicles); – a kvadrotsikling – the extreme type of tourism consisting in passing tourist routes on off road terrain on ATVs; – motor rallies and expeditions – often organize sponsor's programs with sports, test, propaganda, research and other purposes.

Karavaning – as the independent form of trailerling has the specifics technically based on

knowledge of infrastructure, skills of control of the large-size vehicle, use and servicing of life support systems of the autohouse.

The travel on the autohouse is an alternative not only to organized tourism, but also regular trailering. In comparison with regular trailering, the karavanning has more opportunities as offers an autonomous format both journey, and accommodation, especially is suitable for large-scale and distant autotravel. Certainly, a karavanning – an active type of rest. The market of a karavanning is broad: from a trail car tent and the camping trailer (which transportation requires the machine drive truck) to the integrated autocamper whose capacity can reach 6-8 people. Today often are included in a basic equipment of the camper: shower, toilet, gas stove, refrigerator, heating system, water storages. More modern models are also equipped with TVs and the DVD, separate conditioning of a cabin and salon, heating of berths and various accessories. Mobile houses can be classified by quantity of berths: camperhome - three berths; standard - four; intermediate - five; large - six; deluxe - six berths and the increased comfort. One of travel benefits on mobile houses is the fact that autocampers generally weigh no more than 3,5 t therefore for their management there are enough license of category "In". Origin of a karavanning belongs to the 20th century. Then Henry Ford started mass production of Lizzie. The car became available, and many Americans began to travel around the country. From 30th years of the 20th century the karavanning actively develops in Germany and the USA. In 1934 in America the founder of the Airstream Trailer company Walley Byam created a trailer "An air flow".

During World War II production of trailers was suspended. Autohouses became luxury. After war the Airstream Trailer company became one of the most known trailer manufacturers in the world. In 1957 in Germany Volkswagen begins to issue the car for Campingbox camping. In 1959 their quantity exceeded one thousand. In the summer of 1967 of Volkswagen represents new generation of Transporter.

The history of development of a karavanning in the USSR began in the seventies when people began to travel around the country on cars with trail cars. The most popular was a trail car tent "Scythian" in different variations: tent or tent verandah. They differed on the area and capacity. The maximum capacity – 6 people. The trail car represents in disassembled state a sleeping compartment with a verandah of 15 sq.m, there are mosquito grids, chairs, berths, kitchen the block, the tent is steady against winds. It is possible to spread out a tent in 10-15 min. Now it is possible to purchase such trail car at the price to \$500-700. Except "Scythian" in the USSR at Ulyanovsk Automobile Plant developed and issued a mobile house based on the UAZ-452. It was the only thing in the Soviet Union the autohouse which was developed for mass production. Only one copy, in 1971 was issued, however. Karavantsentr is important for Russia now. Trailering revival was the purpose of creation of the company. On the basis of the KAMAZ-4326 chassis the autohouse KOVCHEG-001 was made, it differed in comfort and cross-country capacity. Besides, in production use the Mercedes-Benz and Ford chassis. Autohouses make not only for individuals, but also for the organizations and government institutions. The Russian Academy of Sciences (forwarding cars for studying of rare species of animals in the Far East), JSC Gazprom (forwarding cars), the UES of Russia Federal grid company (21 cars of different function for ensuring holding the Olympic Games of 2014 in Sochi),

and also development of several projects for the Ministry of Emergency Situations. Now the karavaning was widely adopted in America and Europe, thanks to development of road infrastructure there. At the same time promoting of such travel generates the whole industry. It is possible to carry to it producers of autohouses and camping trailers, the companies providing hire of campers, campings, the specialized service stations, and also the tourist firms developing routes. Having considered data of the European Federation of a karavaning in 2014 in use there were 3,89 million trailers and 1, 67 million autohouses in general across Europe. The greatest number of trailers is necessary on: Great Britain, France, the Netherlands and Spain, and the smallest quantity - Slovenia, Austria, etc. On autohouses – Great Britain, Germany, France the greatest number, the smallest – Slovenia, Norway, etc. Besides annually European park of caravans annually increases. According to Federation for January-June, 2016 the park was replenished on 96520 trailers and on 107707 autohouses. The greatest gain of the registered new caravans is the share of Spain – 34,2%, Shveshiya – 23,0%, Germany – 18,3 percent and only Austria has shown negative result, i.e. there was a reduction for 6,0 percent. Stabilization of an economic situation leads to growth of the income of the population, respectively both increase in a possibility of acquisition of campers and travel at them. Also one of the reasons of increase in growth of number of sales in 2015-2016 of autohouses and trail cars in Europe can note holding the European Football Championship in France in 2016. Development of a karavaning is promoted by well developed infrastructure of Europe. For example, in Germany the quantity of campings exceeds 4 thousand, and the industry of trailering provides with workplaces more than 170 thousand persons. In general across Europe about 22% of all tourists are the share of a karavaning. Besides the number of places for a lodging for the night advances hotel business: 10,8 million places against 8,7 million places. Besides, the goods turnover in a karavaning industry in general across Europe constitutes 28, 33 billion euros, from them about 16 billion euros in a segment of campings. Thus, the number of the tourists preferring such type of rest annually increases. Development of a karavaning is especially urgent for Russia in anticipation of holding the FIFA World Cup in 2018. However in the Russian Federation the karavaning remains little-known and expensive so far. In total in Russia there are not Bol 10 thousand means for a karavaning. The quantity of campings countrywide is no more than 700, and their level is far from the European standards. But development of this industry in the Russian Federation will bring the considerable amounts of the budget of the country. Development of infrastructure would allow to open distant regions for internal and entrance tourism. Promoting of a karavaning will allow to increase the park of autohouses in general across Russia. Besides, existence of club League Karavanerov and her participation in Association of Campings and Karavaninga, participation in exhibitions, holding own exhibition devoted to a karavaning – CaravanEx in Moscow, promotes advance of this type of tourism.

Keywords: karavaning, mobile houses, tourist, road infrastructure, autocamper.

References

1. Avtoutro (Avtora) [Jelektronnyj resurs]. URL: 2011. <http://www.autoutro.ru>. (in Russian).
2. Laura – avtodoma i karavany (Laura – motorhomes and caravans) [Jelektronnyj resurs]. URL: <http://www.laura-hymer.ru>. (in Russian).
3. Novosti turizma – TravelHit (Travel news – TravelHit) [Jelektronnyj resurs]. URL: 2011 - <http://www.travelhit.com.ua>. (in Russian).
4. Uazbuka (Uazbuka) [Jelektronnyj resurs]. URL: <http://www.uazbuka.ru>. (in Russian).