

Міністерство освіти і науки України  
Одеський національний технологічний університет  
Кафедра туристичного бізнесу та рекреації



КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему «Сучасний стан та перспективи розвитку глемпінг-туризму  
в Україні та світі»

Здобувача  
Ростислава ДОБРЯНСЬКОГО  
2 курсу групи Тм- 611  
Керівник  
Ганна САРКІСЯН

Кваліфікаційна робота допускається до захисту

Рішення кафедри від 30 листопада 2023 р., протокол № 4

Завідувачка кафедри ТБтаР \_\_\_\_\_

Наталя ДОБРЯНСЬКА

Одеса – 2023

## ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет	Технології вина та туристичного бізнесу
Кафедра	Туристичного бізнесу та рекреації
Ступінь вищої освіти	Магістр
Спеціальність	242 Туризм
Освітня програма	Міжнародний туризм

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри ТБтаР

Наталя ДОБРЯНСЬКА

2 серпня 2023 р.

## ЗАВДАННЯ

## НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Ростислава Добрянського

1. Тема роботи: Сучасний стан та перспективи розвитку глемпінг-туризму в Україні та світі

затверджена наказом по університету від «2» серпня 2023 р. № 383-03.

2. Термін здачі здобувачем закінченої роботи «1» грудня 2023 р.

3. Вихідні дані до роботи: монографії, підручники, навчальні посібники, законодавчі та нормативні акти, первинні документи, звіти туристичних підприємств, статистична звітність, статті та тези.

4. Перелік питань, котрі необхідно розробити:

РОЗДІЛ 1. Науково-теоретичні засади глемпінг – туризму

РОЗДІЛ 2. Сучасний стан розвитку глемпінг - туризму в світі та Україні

РОЗДІЛ 3. Пропозиції щодо удосконалення розвитку глемпінг - туризму в Україні

5. Перелік графічного матеріалу

Презентація до кваліфікаційної роботи (29 слайдів)

## 6. Консультанти по роботі, із зазначенням розділів роботи

Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ 3	Ганна САРКІСЯН	02.08.2023	01.12.2023

## 7. Дата видачі завдання 02.08.2023

Керівник \_\_\_\_\_ Ганна САРКІСЯН  
 Завдання прийняв до виконання \_\_\_\_\_ Ростислав ДОБРЯНСЬКИЙ

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи
1.	Отримання теми для кваліфікаційної роботи	02.08.2023
2.	Затвердження плану кваліфікаційної роботи	05.08.2023
3.	Надання розділ 1 на перевірку	09.09.2023
4.	Надання розділ 2 на перевірку	21.10.2023
5.	Надання розділ 3 на перевірку	05.11.2023
6.	Формування висновку, списку використаних джерел, додатків	10.11.2023
7.	Здача закінченої кваліфікаційної роботи	30.11.2023
8.	Розробка презентації	01.12.2023

Здобувач \_\_\_\_\_ Ростислав ДОБРЯНСЬКИЙ  
 Керівник \_\_\_\_\_ Ганна САРКІСЯН

*Несу відповідальність за ідентичність електронного та друкованого варіантів кваліфікаційної роботи, даю згоду на обробку персональних даних та не заперечую проти розміщення кваліфікаційної роботи на офіційних web-ресурсах ОНТУ.*

*Підтверджую, що в кваліфікаційній роботі відсутні порушення норм академічної доброчесності.*

Здобувач-дипломник \_\_\_\_\_ Ростислав ДОБРЯНСЬКИЙ

## АНОТАЦІЯ

до кваліфікаційної роботи магістра

Робота містить 101 сторінку, 2 таблиці, 30 рисунків, список літератури з 58 найменувань, 4 додатки.

У кваліфікаційній роботі було розглянуто сучасний стан та перспективи розвитку глемпінг-туризму в Україні та світі, а також у якому стані знаходиться глемпінг-туризм.

Об'єктом дослідження є процес функціонування ринку глемпінг - туризму в світі та перспективи розвитку глемпінг - туризму в Україні.

Метою виконання роботи є дослідження ринку глемпінг - туризму та розробка перспективних напрямків розвитку глемпінг - туризму.

Завданням кваліфікаційної роботи передбачено:

- вивчити науково-теоретичні засади глемпінг - туризму;
- розглянути становлення глемпінг - туризму на світовому туристичному ринку та в великих містах України;
- провести огляд по основним європейським центрам розвитку глемпінг - туризму;
- провести аналіз туристичного ринку України та світу;
- проаналізувати попит на глемпінг - туризм в країнах світу та України;
- описати основні проблеми та перспективи глемпінг-туризму України.

За результатами виконаної роботи сформульовані висновки щодо глемпінг - туризму, проаналізовано стан глемпінг - туризму в світі та Україні, а також описані його компоненти, особливості, проблеми та перспективи розвитку.

Одержані результати можуть бути використані як для подорожуючих, так і як продукт для турагентів, які будуть просувати його.

Ключові слова: глемпінг - туризм, екологічний туризм, туристично-ресурсна база глемпінг - туризму.

Рік захисту роботи 2023

## ANNOTATION

### master's qualification work

The work contains 101 pages, 2 tables, 30 figures, a list of references from 58 titles, 4 appendices.

In the qualifying work, the current state and prospects for the development of glamping tourism in Ukraine and the world were considered, as well as the current state of glamping tourism.

The object of the study is the process of functioning of the glamping tourism market in the world and the prospects for the development of glamping tourism in Ukraine.

The purpose of the work is the research of the glamping tourism market and the development of promising directions for the development of glamping tourism.

The tasks of the qualification work include:

- to study the scientific and theoretical principles of glamping - tourism;
- consider the development of glamping tourism in the world tourist market and in large cities of Ukraine;
- conduct an overview of the main European centers of development of glamping - tourism;
- analyze the tourist market of Ukraine and the world;
- to analyze the demand for glamping - tourism in the countries of the world and Ukraine;
- describe the main problems and prospects of glamping tourism in Ukraine.

Based on the results of the work, conclusions regarding glamping tourism were formulated, the state of glamping tourism in the world and Ukraine was analyzed, and its components, features, problems and development prospects were described. The obtained results can be used both for travelers and as a product for travel agents who will promote it.

Keywords: glamping - tourism, ecological tourism, tourist resource base of glamping - tourism.

Year of work protection 2023

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1	
Науково-теоретичні засади глемпінг – туризму.....	10
1.1. Поняття глемпінг – туризму та його основні риси .....	10
1.2. Класифікація, основні чинники розвитку та характеристика глемпінг - туризму.....	16
1.3. Різновиди глемпів та історія розвитку глемпінг - туризму.....	21
Висновки до 1 розділу.....	30
РОЗДІЛ 2	
Сучасний стан розвитку глемпінг - туризму в світі та Україні.....	32
2.1. Аналіз соціального портрету глемпера .....	32
2.2. Становлення глемпінг - туризму на світовому туристичному ринку.....	42
2.3. Аналіз розвитку глемпінг - туризму в Україні.....	56
Висновки до 2 розділу.....	66
РОЗДІЛ 3	
Пропозиції щодо удосконалення розвитку глемпінг - туризму в Україні .....	69
3.1. Впровадження закордонного досвіду щодо розвитку глемпінг – туризму в Україні.....	69
3.2 Пропозиції щодо усунення основних проблеми розвитку індустрії глемпінгу в Україні.....	74
3.3.Основні перспективи розвитку глемпінг - туризму в Україні .....	82
Висновки до 3 розділу.....	94
ВИСНОВКИ.....	98
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	103
ДОДАТКИ.....	108

## ВСТУП

Актуальність теми дослідження. В світі існує багато успішних прикладів глемпінг - туризму, який може стати практичним довідником для напрямків з акцентом на роль глемпінг - туризму в Україні та регіональному розвитку. Ця робота допоможе розвивати туристичні продукти та ініціативи для глемпінг - туризму, максимально використати цінність глемпінг -туризму в соціальному та економічному розвитку, особливо в Україні, що потребують удосконалення в глемпінг - туризмі для подорожуючих.

Наведене коло невирішених проблем обумовлює актуальність запропонованої наукової роботи, її мету, завдання та структуру. Вибір теми обумовлено необхідністю дослідити сучасний стан глемпінг - туризму.

Мета роботи – проаналізувати ситуацію щодо глемпінг - туризму в розробці напрямів удосконалення та запропонувати перспективні шляхи його розвитку в Україні.

Реалізація поставленої мети обумовила необхідність вирішення наступних завдань:

- вивчити науково-теоретичні засади глемпінг - туризму;
- розглянути становлення глемпінг - туризму на світовому туристичному ринку та в великих містах України;
- провести огляд по основним європейським центрам розвитку глемпінг - туризму;
- провести аналіз туристичного ринку України та світу;
- проаналізувати попит на глемпінг - туризм в країнах світу та України;
- описати основні проблеми та перспективи глемпінг-туризму України.

Методи дослідження. В результаті досліджень були використані теоретичні та практичні підходи аналізу і розвитку глемпінг - туризму як на глобальному, так і на регіональному рівнях.

Об'єктом дослідження є глемпінг - туризм.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних та практичних рекомендацій щодо удосконалення глемпінг - туризму України.

Для досягнення мети було використано діалектичний метод пізнання, методи аналізу, синтезу та порівняння, системний, абстрактно-логічний, графічний метод та системно-структурний метод.

Наукова новизна одержаних результатів роботи полягає у вирішенні комплексних проблем, пов'язаних з удосконаленням фундаментальних науково - теоретичних і прикладних засад та обґрунтуванні практичних рекомендацій з покращення організації глемпінг – туризму в Україні та перейняти світовий досвід.

Інформаційна база дослідження становить опубліковані джерела – Закони України, Укази Президента України, нормативно-правові акти Кабінету Міністрів України, монографії, статті, наукові дослідження та джерела мережі Інтернет.

Практичне значення одержаних результатів полягає в запропонованих рекомендаціях стосовно розвитку глемпінг - туризму. Теоретичні положення й практичні рекомендації дослідження можуть бути використані органами місцевого самоврядування в процесі обговорення і коригування місцевої політики в сфері туризму.

Розроблений туристичний продукт, може бути введений в експлуатацію туристичним агентством. Матеріали, які були використані у цій роботі можна використати при складанні турів, екскурсій, тощо. Інформація яка викладена в даній роботі може бути корисною та цікавою як для подорожуючих так і для тих, хто хоче просувати даний продукт.

Основні теоретичні положення та практичні результати наукового дослідження доповідались на Міжнародному вебінарі «Туризм як засіб реабілітації», який відбувся 5 жовтня 2022 р. на базі Одеського національного технологічного університету, м. Одеса; INTERNATIONAL SYMPOSIUM Experience. Knowledge. Contemporary Challenges, XII edition , which will take place on May 18-19, 2023 Bucharest, Romania; XIX Всеукраїнської наукової

конференції здобувачів вищої освіти з розділу «Харчові технології», 10-12.05.2023р., на базі Одеського національного технологічного університету, м. Одеса; Наукова конференція здобувачів вищої освіти 28-30 березня 2023 року, на базі Одеського національного технологічного університету, м. Одеса. За результатами дослідження опубліковано наукові працю в матеріалах конференцій та отримано сертифікати і диплом II ступеня, Науково-дослідний центр «Прогрес» при Комратському державному університеті, четвертий міжнародний конкурс студентських науково-дослідних робіт з економіки, грудень 2022 року (додаток А).

Структура роботи відповідає поставленій меті та завданням дослідження. Вона складається зі вступу, 3 розділів, що поділяються на 3 підрозділи, висновків, списку використаних джерел (58 найменувань). Обсяг кваліфікаційної роботи становить 100 сторінок, 30 рисунків, 2 таблиці.

## РОЗДІЛ 1

### Науково-теоретичні засади глемпінг – туризму

#### 1.1. Поняття глемпінг – туризму та його основні риси

Кожного року у світі спостерігається збільшення попиту на екологічний туризм.

Справді, термін "екотуризм" (екологічний туризм) став досить поширеним і важливим поняттям у сучасній науковій літературі і в практиці туризму. Цей термін виник у 1970-х роках і відзначився як підхід до туризму, спрямований на збереження навколишнього середовища та сприяння розвитку місцевих спільнот.

Основні характеристики екотуризму включають у себе:

Природна орієнтація: екотуризм спрямований на вивчення та насолоду природною красою, біорізноманіттям і екосистемами.

Охорона навколишнього середовища: основна мета екотуризму - зберегти природу і зменшити негативний вплив туризму на екологію.

Просвітницька функція: екотуризм спрямований на підвищення обізнаності туристів щодо природних та культурних цінностей місцевості.

Сприяння місцевим громадам: екотуризм може приносити прибуток і підтримку місцевим спільнотам, сприяючи їхньому розвитку і підвищенню якості життя.

Соціокультурний аспект: екотуризм може включати в себе взаємодію з місцевими культурами і традиціями, сприяючи культурному обміну і розумінню.

Західна наукова література та організації, такі як Міжнародний союз охорони природи (IUCN) та Світовий туристичний організація (UNWTO), активно вивчають і розробляють принципи та стандарти екотуризму, щоб

сприяти його сталому розвитку та покращенню впливу на природу і суспільство.

Важливо зазначити, що екотуризм має бути практикованим відповідально, з дотриманням принципів сталого розвитку і збереження природи, щоб забезпечити його тривалість та користь для всіх зацікавлених сторін.

На сьогодні існує чимало визначень екотуризму. Одним із найточніших можна вважати надане у роботі Вишневського В. І. «екотуризм — це туризм у місця з відносно незайманою природою, до цінних у природному відношенні об'єктів з метою отримання задоволення від перебування на природі, розширення знань про неї та оздоровлення» [2, с.4].

Існує також таке визначення екотуризму Міжнародною організацією «екотуризму» – відповідальна подорож у природні зони та області з метою збереження навколишнього середовища і підтримання добробуту місцевих жителів [3, с. 318].

Для того, щоб визначити чи це дійсно екологічний туризм потрібно визначити його основні компоненти:

1. «пізнання природи», тобто подорожі передбачають наявність елементів вивчення природи, отримання туристами нових знань та навичок;
2. «збереження екосистеми» передбачає відповідну поведінку групи на маршруті та участь туристів, туроператорів у програмах й заходах щодо захисту навколишнього середовища;
3. «поважання інтересів місцевих жителів» – дотримання місцевих законів та звичаїв, а також вклад туризму в соціально-економічний розвиток туристських центрів.

У наш час під екотуризмом розуміють вид активного відпочинку у межах неторканих природоохоронних територій, де поряд із науково-пізнавальними, культурно-виховними і спортивно-оздоровчими функціями акцентується увага на зв'язках між природним і соціальним середовищем, на наслідках антропогенного тиску; набуваються навички гармонійних стосунків

природи і людини. Принциповим критерієм екотуризму є те, що він відбувається у природному середовищі, тобто це природно-орієнтований туризм. Сутність його полягає в акцентуванні уваги не тільки на виді рекреаційної діяльності, але й на характері впливу туризму на довкілля та ступені відповідальності як туристів, так і організаторів щодо збереження природного середовища.

До одних з найбільш популярних його напрямків належить відпочинок на природоохоронних територіях, що має назву як глемпінг.

Субкультура кемпінг-туризму – відпочинку на природі – остаточно утвердила себе з появою модної течії екотуризму в стилі «глемпінг». Цей фактор знаменував собою остаточне оформлення кемпінг-індустрії як нового виду економічної діяльності, що спеціалізується на обслуговуванні масового самостійного туризму.

Глемпінг (glamping) - це скорочення від словосполучення "гламурний кемпінг" (glamorous camping). Цей вид туризму поєднує в собі комфорт та розкош готелю з природними враженнями та близькістю до природи, які зазвичай асоціюються з кемпінгом. Глемпінгові місця можуть включати в себе стильно оформлені намети, будиночки, домики на деревах або інші нестандартні житлові варіанти, де туристи можуть насолоджуватися комфортними умовами та зберігати зв'язок з природою.

Глемпінг став популярним, оскільки він дозволяє подорожуючим отримувати неперевершені природні враження, не відмовляючись від комфорту та розкоші. Цей вид туризму також підкреслює екологічну свідомість та підтримку природоохоронних ініціатив, оскільки багато глемпінгових місць ставлять перед собою завдання збереження та бережливого використання природних ресурсів.

Споживачі все більше віддають перевагу глемпінгу замість класичного кемпінгу або готелів, оскільки це дозволяє їм насолоджуватися природою, не відмовляючись від комфорту та високих стандартів обслуговування. Такий підхід до туризму підтримує розвиток кемпінг-індустрії та сприяє росту

попиту на екологічний туризм в світі. Поняття "глемпінг" може мати різні визначення в різних словниках та відомих джерелах (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

## Різні підходи до визначення поняття «глемпінг» [9 - 15]

Автор, рік	Визначення	Ключові слова
Кембриджський словник, 2017	Тип кемпінгу, який комфортніший і розкішніший, ніж традиційний кемпінг	Комфорт Розкіш
Леці Сакачова, 2013	Глемпінг – це розкішний кемпінг, зазвичай у незвичайній природній обстановці. Він характеризується комфортом і високою якістю послуг, які включають можливість спробувати багато пригод, смачно поїсти та насолодитися вишуканими напоями. Це спосіб втекти та відпочити екологічно чистим способом.	Розкішний кемпінг Природне оточення Комфорт Якісне обслуговування Пригодницька діяльність Смачна їжа, смачні напої Втеча. Відпочинок. Екологічно чистий
The Guardian, 2010	Незвичайне поєднання екстравагантності розміщення з 5-зірковим рівнем якості та тиші навколишньої дикої природи	Екстравагантність 5-ти зіркове помешкання Мир. Незаймана природа
Glamping.com, 2017	Синонім розкішного житла, яке найчастіше має форму наметів, але також включає численні більш інноваційні типи житла, такі як юрти, будиночки на деревах і мобільні будинки.	Розкішне житло Інноваційні види розміщення
Цвеліч, Боніфачич і Мілохніч, 2014	Глемпінг, тренд нео-комфорту, рішуче виступає за повернення кемпінгу в центр туристичних інтересів через нову, розкішну форму кемпінгу; на ринку вона відіграє роль нового чемпіона та потужного промоутера інноваційного кемпінгового туризму. У змозі залучити новий ринок кемпінгів серед поточних гостей готелів і квартир для відпочинку, які прагнуть гламуру та комфорту, таким чином об'єднуючи найкраще з кемпінгу та найкраще з готельної індустрії.	Тренд неоконфорту Розкішна форма кемпінгу Поєднання кемпінгів і готелів
Брошаді та Перейра, 2017	Пропонує унікальний досвід життя в розкішному кемпінгу, «гламурний відтінок комфорту й усамітнення» та «абсолютно унікальне місце з великою кількістю чудових деталей».	Унікальний досвід Розкішний кемпінг Гламурний штрих. Комфорт. Усамітнення Унікальне місце
Ан і Лі, 2015	Глемпінг захоплює як ідеальне поєднання природи та розкоші, але також критикується як применшення автентичних цінностей традиційного кемпінгу.	Поєднання природи та розкоші Применшення автентичних цінностей традиційного кемпінгу

Так, І.В. Давиденко розглядає глемпінг як нову перспективну форму організації екотуризму [1].

Концепція глемпінгу утворилася від кемпінгу, проте, окрім провідної ідеї – наближення відпочивальників до природного оточення, має на меті ще дві кардинальні відмінності: по перше – відпочинок у глемпі має бути максимально комфортним, і, по-друге, будівництво та функціонування глемпінгів має справляти на навколишнє середовище мінімальний вплив. Саме через це на сьогодні можливо класифікувати глемпінг як один із різновидів екологічного туризму поряд з уже такими усталеними його видами, як: екологічні тури з використанням екозасобів пересування (або взагалі виключаючи будь-які засоби пересування); сафарі-тури для спостереження за тваринним і рослинним світом по прокладених маршрутах/екостежках у межах природоохоронних територій; відпочинок в агросадибах. Таким чином, на теперішній час концепцію глемпінг-відпочинку можна представити як триєдину структуру [4]

Таким чином, на теперішній час концепцію глемпінг-відпочинку можна представити як триєдину структуру [4] (рис. 1.1).

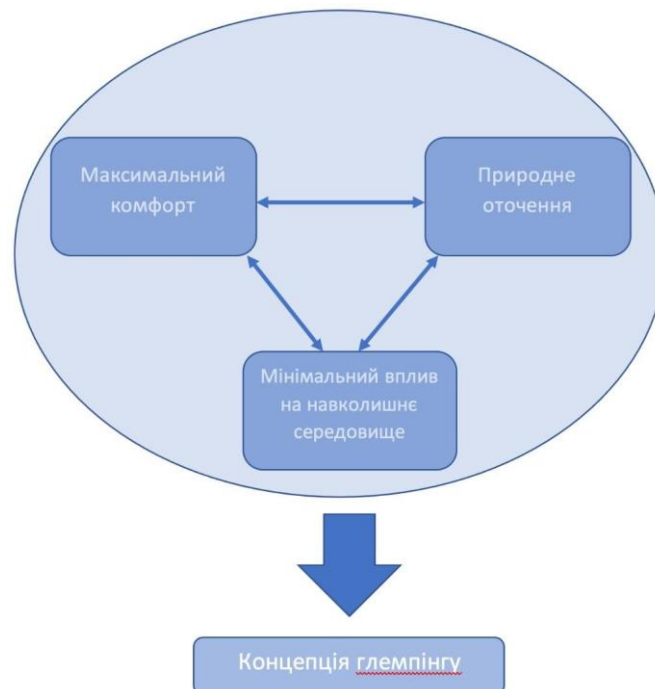


Рис. 1.1. Концепція глемпінгу

Джерело: [4]

Глемпінг (від англійського "glamorous camping") - це форма туризму, яка поєднує в собі зручності та комфорт готельного відпочинку з близькістю до природи і атмосферою кемпінгу. Глемпінг надає можливість людям насолоджуватися природою, більш примітивними умовами, але при цьому не відмовлятися від зручностей і розкошів.

Основні риси глемпінгу включають:

1. Розкішні помешкання: глемпінг може включати в себе намети, будиночки, куполи, тенти і навіть намети з усіма зручностями (ліжко, ванна кімната, електрика тощо).
2. Зручності: у глемпінгу часто є зручності, такі як власні ванні кімнати, кухні, кондиціонери, електрика, інтернет, тепла вода і інші зручності, які можна знайти в готелях.
3. Збереження природи: глемпінг відзначається більш природоохоронним підходом, і велика увага приділяється збереженню природи та екологічній відповідальності.
4. Близькість до природи: хоча глемпінг надає зручності, він також дозволяє насолоджуватися природними красами і атмосферою на відкритому повітрі.
5. Унікальність: багато глемпінг-місць пропонують унікальні дизайни і архітектурні рішення, що робить досвід ще цікавішим.

Глемпінг може бути досить розмаїтим і відрізнятися від класичного кемпінгу або готельного відпочинку. Ця форма туризму стала популярною серед тих, хто шукає незвичайний і комфортабельний спосіб насолоджуватися природою і одночасно отримувати розкоші та зручності.

Глемпінг може бути доступним як для пар, так і для сімей, а також для людей, які цінують екологічну свідомість і бажають насолоджуватися незвичайними подорожами.

## 1.2. Класифікація, основні чинники розвитку та характеристика глемпінг-туризму

Глемпінг-туризм може бути класифікований та описаний з різних поглядів, включаючи його типи, чинники розвитку і характеристики. Глемпінг-туризм може бути класифікований за різними ознаками, такими як тип проживання, місце розташування, цільова аудиторія та інші. Основні типи класифікації глемпінг-туризму:

Типи глемпінгу:

По типу проживання:

1. Глемпінг в наметах: гості живуть у стильних наметах, які зазвичай оснащені всіма зручностями.
2. Глемпінг в будинках на деревах: це можуть бути кабінки або будиночки, розташовані на деревах або навколо них.
3. Глемпінг в наметах на воді: намети, розташовані на воді, наприклад, на плавучих платформах або водних курортах.
4. Глемпінг на колесах: включає в себе розташування в кемпері або трейлері з усіма необхідними зручностями.
5. Інше: деякі варіації включають глемпінг в шатрах, готелі на колесах (трейлери) та інше.

По призначенню:

1. Рекреаційний глемпінг: для відпочинку та розваг. Покликаний для відпочинку, релаксації та насолоди природою.
2. Екологічний глемпінг: з акцентом на екологічну освіту, природоохоронні практики та сталий розвиток.
3. Пригодницький або активний глемпінг: включає в себе пригоди та активний відпочинок, такі як каякінг, велоспорт, альпінізм тощо. З активними видами відпочинку, такими як скелелазіння, каякінг тощо.

По розташуванню:

1. Глемпінг у природному парку: розташований в заповідниках, парках інших природоохоронних територіях.
2. Глемпінг біля водойми: розташований біля річок, озер, морів або інших водних об'єктів.
3. Глемпінг в гірському районі: розташований в гірських регіонах з доступом до гірських розваг.

За цільовою аудиторією:

1. Глемпінг для пар: місця, призначені для романтичних відпочинків для пар.
2. Сімейний глемпінг: зорієнтований на сім'ї з дітьми, з відповідними розвагами і зручностями для дітей.
3. Люксовий глемпінг: з вищим рівнем комфорту і розкоші, зазвичай для клієнтів з високими фінансовими можливостями.

За концепцією:

1. Екологічний глемпінг: має на меті мінімізувати вплив на природу і сприяти її збереженню.
2. Ретро глемпінг: заснований на ретро-дизайні та вінтажних елементах.
3. Культурний глемпінг: включає в себе культурні враження і взаємодію з місцевими традиціями.

Класифікація глемпінг-туризму допомагає розуміти різні аспекти цієї форми туризму та вибирати підходящий варіант для різних типів подорожуючих і їхніх потреб.

На розвиток глемпінг-туризму можуть впливати різні чинники, які включають в себе попит споживачів, зміни в готельному бізнесі, технологічні інновації і багато інших факторів.

Чинники розвитку глемпінгу:

1. Попит на екологічний туризм: зростаюча свідомість про екологічні питання та бажання проводити час близько до природи сприяють розвитку глемпінгу.

2. Інновації в готельному бізнесі: готелі та курорти шукають нові способи привабити клієнтів, і глемпінг може бути одним із рішень.

3. Зростання доходу і зміна побутових потреб: люди з більшими доходами частіше шукають унікальні туристичні досвіди, включаючи глемпінг.

4. Соціальні медіа і маркетинг: глемпінг-місця активно використовують соціальні медіа для просування і залучення гостей.

Основні чинники, що сприяють розвитку глемпінг-туризму:

1. Зростаючий попит на екологічний туризм: люди стають більш свідомими екологічних проблем і шукають способи подорожувати екологічно свідомо. Глемпінг надає можливість насолоджуватися природою, не завдаючи їй шкоди.

2. Зміни в готельному бізнесі: готелі та курорти шукають нові способи привабити клієнтів і впроваджують глемпінг-елементи в свої об'єкти для розширення свого ринку та залучення нових гостей.

3. Зростання доходу і зміна побутових потреб: збільшення доходу деяких споживачів дозволяє їм витратити більше грошей на унікальні туристичні досвіди, такі як глемпінг.

4. Соціальні медіа і маркетинг: глемпінг-місця активно використовують соціальні медіа для просування та залучення гостей. Фотографії і відгуки в соціальних мережах можуть робити об'єкти глемпінгу більш популярними.

5. Технологічні інновації: використання технології для покращення резервування та зручностей для гостей може зробити глемпінг-туризм більш доступним і зручним.

6. Різноманітність місць: широкий вибір місць для глемпінгу, включаючи природні парки, гірські райони, береги водоймищ і багато інших, робить цю форму туризму привабливою для різних смаків і вподобань.

7. Збереження природи: чим більше глемпінг-місця дотримуються екологічних стандартів та практик, тим більше вони можуть привертати екологічно свідомих гостей.

8. Інновації в дизайні і концепції: нові та креативні концепції глемпінг-місць можуть привертати більше гостей, особливо тих, які шукають незабутні досвіди.

9. Розвиток туристичної інфраструктури: полегшення доступу до глемпінг-місць завдяки розвитку доріг та інфраструктури може підвищити їхню популярність.

10. Пандемія COVID-19: у зв'язку з пандемією, багато людей шукали більш безпечні і просторі альтернативи готелям, і глемпінг може бути такою альтернативою, оскільки він дозволяє гостям зберігати соціальну дистанцію та більше контролювати своє оточення.

Ці чинники спільно сприяють росту і популярності глемпінг-туризму, зробивши його цікавим і важливим сегментом туристичної індустрії.

Глемпінг-туризм (glamping-tourism) - це особлива форма туризму, яка поєднує в собі комфорт готелю високого класу з найближчим оточенням природи. Ця форма відпочинку стала популярною завдяки своїй унікальній комбінації природи та розкоші. Ось деякі характеристики глемпінг-туризму:

1. Близькість до природи: глемпінг-туризм ставить на перше місце спілкування з природою. Гості можуть насолоджуватися неймовірними природними красами, знаходячись в наметах, будинках на деревах або інших недавніх спорудах, розташованих в природних об'єктах.

2. Комфорт і розкош: глемпінг відрізняється від традиційного кемпінгу завдяки комфортним умовам проживання. Гостям надаються зручні ліжка, м'які меблі, ванні кімнати, опалення та інші розкоші, які дозволяють подорожуючим насолоджуватися природою, не відмовляючись від комфорту.

3. Різноманітність проживання: глемпінг може бути різноманітним, включаючи різні типи проживання, такі як намети, будинки на деревах, шатри,

аеродоми, намети на воді тощо. Це дає можливість гостям вибрати варіант, який найкраще відповідає їхнім уподобанням.

4. Екологічна свідомість: багато глемпінг-місць активно прагнуть зберігати природу і використовують сталі практики управління, такі як сонячні панелі, переробка відходів і екологічно чисті матеріали для будівництва.

5. Соціальна інтеракція: глемпінг може бути чудовою формою відпочинку для пар, сімей, груп друзів і інших подорожуючих, які бажають провести час разом та спілкуватися.

6. Культурні елементи: деякі глемпінг-місця включають в себе культурні аспекти, такі як стилізовані враження або ресторани з національною кухнею, що додає аутентичності досвіду.

7. Активні відпочинок: в деяких місцях глемпінгу доступні різноманітні активності, такі як піший туризм, велосипедні прогулянки, рафтинг, верхова їзда і багато інших пригод.

8. Локації у важкодоступних місцях: глемпінг-місця можуть бути розташовані в далеких або важкодоступних регіонах, де гості можуть насолоджуватися унікальними природними видами та покинути сучасну цивілізацію.

#### Характеристики глемпінгу:

1. Природний акцент: глемпінг-туризм зазвичай базується на близькості до природи та відчуття контакту з нею.

2. Комфорт: глемпінг може бути більш комфортним, ніж традиційний кемпінг, завдяки зручностям і високому рівню обслуговування.

3. Екологічна свідомість: Багато глемпінг-місць розробляються з урахуванням екологічних принципів і практик.

4. Різноманітність місць: глемпінг-місця можуть бути розташовані в різних природних умовах, що дає гостям великий вибір.

5. Збереження природи: глемпінг-туризм може сприяти збереженню природи, якщо об'єкти розташовані в природно чутливих регіонах і ведуться сталі практики управління.

Глемпінг-туризм продовжує набирати популярність завдяки своїй унікальній комбінації комфорту і природного досвіду, а також сприяє екологічно свідомому споживанню та розвитку туристичної індустрії.

Глемпінг-туризм пропонує унікальний спосіб подорожувати та насолоджуватися природою, зберігаючи комфорт і розкош. Ця форма відпочинку стає все популярнішою серед тих, хто шукає нестандартні туристичні досвіди.

### 1.3. Історія розвитку глемпінг – туризму та різновиди глемпів

Глемпінг — це поєднання слів «гламурний» і «кемпінг», і хоча цей термін існує лише з 2007 року, він сягає більш ніж тисячі років тому.

Передісторія – першим доказом діяльності людини в Америці є кам'яні знаряддя з 11500 радіовуглецевих років до сьогодення, які належать до культури Кловіс палеоіндіанців. Пізніше, приблизно за 10 тис. років до н. е., були виявлені перші докази житла тіпі. «Археологи виявили вказівки того, що житла, зроблені з ряду дерев'яних стовпів, існували дуже давно за допомогою вуглецевого датування зразків ґрунту, взятих із того, що, здається, є залишками стародавніх кемпінгів або сіл» – повідомляє Теерее Жоу [5].

Турецькі османи також були відомі тим, що встановлювали розкішні намети для різноманітних заходів, включаючи «військові походи, церемонії та святкування, а також екскурсії країнами султанів та їхніх підданих», повідомляє TurkishCulture.org.

Під час кампанії імператорські намети для султана були особливо розкішними та по суті мобільними палацами. Їх було два, щоб поки султан був

в одному, вони могли поставити інший у його наступному пункті призначення, щоб підготувати його до прибуття султана. Французький археолог Антуан Галлан наприкінці XVII століття навіть писав, що намети султана були настільки великими, що їх перевозили на шестистах верблюдах [20].

Професор Нурхан Атасой так описує османські намети: «Вишукане оздоблення як всередині, так і ззовні наметів, які використовували османські султани, робило їх величними житлами, придатними для правителя. Під час урочистих подій намети служили для створення чудової театральної декорації, як ми бачимо яскраво зображені на мініатюрних картинах, що зображують банкети, аудієнції та свята, які відбувалися в імператорському комплексі наметів протягом століть. Імператорські намети були багато прикрашені, наче це були павільйони, і часто мали конструкції, схожі на кахельні панелі, зазвичай у квіткових візерунках, або в аплікаціях, з використанням тканини різних кольорів, або вишиті різними стібками за допомогою шовку та металевих ниток» [20] (рис. 1.2).



Рис. 1.2. Внутрішнє оздоблення османський наметів у 16 ст. [20]

Історія розвитку глемпінг-туризму налічує декілька десятиліть і пройшла кілька етапів еволюції. Ця форма туризму стала популярною завдяки зміненим смакам і вимогам подорожуючих, які шукають унікальні та

комфортні враження від природи. Ось деякі ключові події та етапи історії глемпінг-туризму:

1. Початок 20-го століття: перші варіанти глемпінгу можна віднайти в історії колонізації Африки та інших екзотичних регіонів, де європейці використовували розкішні намети та споруди для комфортного проживання під час подорожей.

2. 1960-1970 роки: під впливом "контркультурних" рухів та ідеї ближчого спілкування з природою, в кількох країнах розвивалися спроби розширити концепцію кемпінгу, надаючи йому розкошні та комфортні елементи.

3. 1980-1990 роки: перші глемпінг-місця почали з'являтися в Африці, Європі та Північній Америці. Це були часто розкішні намети та будинки на деревах, які пропонували гостям більше зручностей, ніж традиційний кемпінг.

4. 2000-і роки: глемпінг-туризм став популярним і поширився по всьому світу. На ринку з'явилися різні варіації глемпінг-місць, включаючи будинки на деревах, шатри, аеродоми, намети на воді, апартаменти на колесах та інші споруди.

5. Сучасність: глемпінг-туризм продовжує розвиватися і ставати все більш популярним серед різних сегментів подорожуючих, включаючи сім'ї, пари, пригодників і фешн-туритів.

6. Інфраструктура і маркетинг: велика кількість компаній і підприємств спеціалізуються на глемпінг-туризмі, існують мережі глемпінг-місць, де гостям пропонують різноманітні зручності та розваги.

7. Соціальні медіа і вплив: глемпінг-місця активно використовують соціальні медіа для просування, що дозволяє їм привертати увагу нових гостей.

8. Екологічна свідомість: в більшості випадків глемпінг-місця дотримуються екологічних стандартів і практик для збереження природи та зменшення негативного впливу.

Глемпінг-туризм став важливим сегментом туристичної індустрії, відзначаючи змінені уподобання подорожуючих, бажаючих насолоджуватися природою та комфортом одночасно.

Термін "глемп" (glamp) є скороченням від словосполучення "глемпінг-кемпінг" (glamorous camping), і він вказує на стильний та розкошний підхід до кемпінгу або туризму на природі. Глемп включає в себе комфорт і зручності, які зазвичай пов'язані з готельним відпочинком, але при цьому гості можуть насолоджуватися природою та близькістю до природи.

Починаючи з 2007 року, коли, згідно з Google Trends, люди почали шукати слово «глемпінг», причому більшість цих пошукових запитів надходили з Ірландії та Великобританії. Глемпінг-туризм став популярним явищем у течії останнього десятиліття і набув значного визнання в різних країнах. До 2010 року глемпінг почав злітати; до 2013 року його популярність у Великобританії значно зросла; до 2014 року він почав робити собі ім'я в США; а вже до 2016 року «глемпінг» було офіційно додано до словника. [22-24]

Глемп – основний засіб розміщення у глемпінгу. Це безфундаментна каркасна конструкція, що складається з чотирьох основних елементів: дерево, метал, тканина та полівінілхлорид. Глемп може мати вигляд намету, шатра, бунгало, півсфери чи юрти. Конструкція забезпечує захист від вітру, опадів, а завдяки двошаровій конструкції та якісним матеріалам зовнішніх стін не нагрівається впродовж дня, створюючи сталий мікроклімат всередині незалежно від погодних умов. Дана конструкція не потребує капітального будівництва та встановлюється протягом кількох годин. Це зменшує час та витрати необхідні для відкриття підприємства на новому місці. Завдяки легкості конструкцій не потребує капітального будівництва та практично не залишає слідів після демонтажу, зберігаючи природу у її первісному вигляді, не шкодячи екології. Загальна вага та об'єм глемпу в розібраному стані дозволяє легко транспортувати та зберігати його в міжсезоння без значних затрат, а також змінювати розташування залежно від попиту на напрямки

туризму. Глемпи можуть бути різних форм та розмірів. В середині може розміщуватись власний санвузол з туалетом, душем, ванною чи джакузі. В окремих номерах є власний басейн. У простіших глемпах санвузол може бути винесений в окремий блок. Класичною та обов'язковою частиною кожного номеру є широке та комфортне ліжко, доступ до електромережі та інтернету. Частина глемпів може бути обладнана обігрівачем, власною піччю чи каміном, що дозволяє проживати там протягом всього року [6].

Наведемо деякі типи глемпінгу, які можна знайти як в Україні, так і в інших країнах світу (рис. 1.3).



Рис. 1.3. Різновиди глемпів

Джерело: [21]

Трейлери. Глемпінг у трейлері – це, безумовно, унікальний досвід. Вони стають все більш популярними серед спільноти глемперів через відчуття ностальгії і мобільність. Трейлери можуть використовуватися як постійне розміщення в будь-якому місці або як мобільне житло, яке може їздити в різні місця, створюючи ідеальний досвід глемпінгу.

Каюти. Каютинінг (англ. *cabineering*) — це нова тенденція подорожей, де пропонуються розкішні помешкання. Каюти надають мандрівникам відчуття домашнього комфорту і особливі зручності розкішного готелю в деяких із найвіддаленіших і захоплюючих районів у всьому світі. Каюти, як правило, альтруїстичні та більше схиляються до класичного типу «дерев'яних котеджів» для глемпінгу, або з повною дерев'яною конструкцією, або де дерево використовується як основний елемент у всьому будинку [7].

Куби та поди (*cubes/pods*). Вони побудовані повністю з місцевих, природних або перероблених ресурсів, ці екологічно чисті кемпінги забезпечують чудовий захист від вітру та дощу, зберігаючи затишок і домашню атмосферу всередині. Екологічний слід цих об'єктів надзвичайно малий порівняно з іншими об'єктами для відпочинку через їх компактні розміри та енергоефективні системи. З точки зору безпеки, вони так само безпечні, як і будь-який інший засіб розміщення на відкритому повітрі.

Куполи (*domes*). Куполи та еко-куполи обслуговують досвідчених мандрівників, які шукають унікальний досвід розміщення через повне занурення в природу та мінімальний вплив на навколишнє середовище. Деякі з цих незвичайних футуристичних куполів включають такі зручності, як гідромасажні ванни на дровах і окремі ванні кімнати, а також відкривають панорамні краєвиди природи.

Сафарі-тенти. Вони є найрозповсюдженішими, і навіть класичними і являють собою великий намет, що складається з дерев'яного високого каркаса, у тому числі з варіантом встановлення на дерев'яному помості, та натягнутого тенту. Висота каркасу дозволяє повітрю вільно циркулювати, що особливо важливо в спекотні дні. Всередині створюється приємний мікроклімат, що дозволяє в деяких районах обходитися без кондиціонера. Принадність такої конструкції полягає в можливості встановити її на будь-якому ландшафті. Такі тенти можуть бути розраховані на кількість до 4 осіб (традиційно 2 дорослих + 2 дитини).

Белл-тент. Є спрощеним і зменшеним варіантом сафари-тенту. Основним його несучим елементом є центральна жердина, яка допомагає утримувати намет у формі бублика. Цей тип намету зазвичай має двошарову конструкцію з комбінацією матеріалів для забезпечення надійності та захисту від погодних умов. Щоб забезпечити стійкість намету, його розтяжки зазвичай закріплюються від стін намету до землі. Це допомагає утримати намет на місці під час вітру та інших погодних умов. Кількість спальних місць в белл-тенті зазвичай обмежується 2 дорослими, але може бути різною в залежності від конкретної моделі та розмірів намету. Цей тип намету здебільшого використовується для кемпінгу та відпочинку на природі та має свої особливості та переваги для цих цілей. Це спрощений і зменшений варіант сафари-тенту. Основним несучим елементом белл-тенту є центральна жердина. Намет двошаровий і виконаний з комбінації матеріалів. Стійкість його посилюється напругою, яку створюють розтяжки від стін до землі. Кількість спальних місць – традиційно 2 (дорослих) [5].

Тіпі. Будова у формі трикутника та дизайн дозволяють тіпі зберігати тепло взимку та прохолоду влітку. Сьогодні тіпі мають ту саму форму та загальний дизайн, що й історичні тіпі, але використовують інші матеріали та пропонують більше комфорту. Сучасні тіпі тепер обладнані таким чином, щоб забезпечити комфорт кожного гостя, пропонують ліжка та унікальний декор, а також зручності, щоб забезпечити незабутні враження від природи.

Будиночки на деревах. Вони є одним із найпопулярніших видів глемпінгу.

Сучасна архітектура та будівництво дозволяють зводити будиночки на деревах у найрізноманітніших місцях світу. Це дає змогу відкрити в собі дитину завдяки цій унікальній подорожі. Від джунглів Південної Америки до верхівок дерев африканських рівнин, можна знайти будиночки на деревах майже на кожному континенті світу, кожен з яких пропонує унікальні зручності, що дарує відвідувачам найкомфортніші та неймовірні враження.

Будинки на скелях чи вершинах гір. Вони переважно нагадують номери капсульних готелів і не завжди дозволяють своїм постояльцям побути в положенні на повний зріст, втім мають ще й іншу незручність – доставка туриста та його вантажу в місце проживання іноді потребує від нього самого доволі гарної фізичної підготовки, певного досвіду та не боязні скелелазіння, що, відповідно, підходить обмеженому колу споживачів [3].

Вагони та пастуші хатини. Вони пропонують одні з найбільш унікальних, з усіх доступних, місць для глемпінгу з їх химерним виглядом і шармом країни. Ці ідилічні, але сільські «криті» фургони та дерев'яні хатини натякають на епоху простіших часів, ніби ви подорожуєте прерією чи живете в сільській місцевості Англії.

Юрти. Це круглі споруди, схожі на намети, які поєднують в собі характеристики наметів, хатин і будинків. Юрта, яка традиційно використовувалася як переносне житло кочовими культурами Центральної Азії, стала зростаючою тенденцією розміщення в усьому світі та в індустрії глемпінгу. Сучасні юрти можуть бути стаціонарно побудовані на дерев'яній платформі та використовувати сучасні матеріали, такі як дерев'яний або металевий каркас, стіни з полотна або брезенту, куполи з оргскла, дротяну мотузку та багато інших матеріалів. Багато сучасних юрт (особливо в регіонах з холодною погодою) також будуть побудовані з утепленням. Ці сучасні стилі дозволяють налаштувати юрти та доповнювати їх аксесуарами, як ніколи раніше. В більшості сучасних юрт наявні дерев'яні підлоги, каміни/печі, сантехніка, електрика тощо.

Існує безліч різновидів глемпів, які можуть відрізнятися за типом проживання, місцем розташування, дизайном і концепцією. Ось деякі з них:

1. Глемпи в наметах: це один з найпоширеніших різновидів глемпів. Гостям надаються розкішні намети з усіма зручностями, такими як комфортні ліжка, електричне освітлення, ванні кімнати тощо.

2. Глемпи в будинках на деревах: ці споруди розташовані на деревах і можуть бути обладнані ванними кімнатами, терасами та навіть вікнами, щоб гості могли насолоджуватися захоплюючими видами з висоти.

3. Глемпи на воді: гостям можуть надавати плаваючі намети або будинки на воді, які зазвичай забезпечені усіма необхідними зручностями та панорамними вікнами.

4. Глемпи на колесах: це кемпери або трейлери, які можна переміщувати та використовувати для подорожей, а вони також можуть мати всі зручності.

5. Глемпи в печерах: деякі глемпи можуть бути розташовані в природних печерах або створені в печерах і надані гостям з комфортом та розкошшю.

6. Екологічні глемпи: глемпи цього типу акцентують на екологічних аспектах, і споруди можуть бути створені з екологічно чистих матеріалів та використовувати альтернативні джерела енергії.

7. Люксові глемпи: цей різновид глемпів пропонує найвищий рівень комфорту та розкоші, з великими просторами, приватними басейнами та іншими розкішними зручностями.

8. Культурні глемпи: включають в себе елементи місцевої культури та традицій у дизайні та враженнях для гостей.

9. Арт-глемпи: ці споруди можуть бути оформлені в мистецькому стилі та надавати гостям можливість зануритися в мистецьку атмосферу.

10. Спа-глемпи: гостям пропонується спа-процедури та релаксаційні послуги, а також комфортне проживання.

Ці різновиди глемпів надають подорожуючим багато варіантів для вибору, залежно від їхніх вподобань і бажань, і дозволяють насолоджуватися природою, не відмовляючись від комфорту і розкоші. Загалом, глемп - це вишуканий і розкошний спосіб провести час на природі, який дозволяє подорожуючим насолоджуватися комфортом і природними красами одночасно.

## Висновки до 1 розділу

Глемпінг-туризм, дійсно представляє собою цікаву форму туризму, яка поєднує в собі комфорт готелю і близькість до природи, що притягує добре освічених та фінансово стабільних подорожуючих. Ось деякі особливості і переваги глемпінг-туризму:

1. Комфорт: глемпінг-місця часто оснащені зручними ліжками, розкішними меблями, власними санвузлами і іншими зручностями, що роблять перебування в природі більш комфортним.

2. Близькість до природи: однією з ключових переваг глемпінгу є можливість насолоджуватися природою, знаходячись в комфортних умовах. Гості можуть проводити час на свіжому повітрі, розслаблятися в природному оточенні і насолоджуватися красою природи.

3. Різноманітність місць: глемпінг-місця можна знайти як в гірських районах, так і на пляжах, в лісах або в інших природних місцях. Це дозволяє подорожуючим обирати місця відпочинку в залежності від їхніх уподобань.

4. Екологічна свідомість: глемпінг-туризм може бути сприянням екологічно свідомому споживанню, оскільки багато глемпінг-місць працюють на збереження природи та сталому управлінні ресурсами.

5. Аудиторія: ця форма туризму зазвичай приваблює молодих людей із стабільним доходом, які цінують комфорт і природні краси. Це можуть бути клерки, менеджери або підприємці.

6. Сімейний відпочинок: глемпінг може бути чудовим варіантом для сімей, які бажають провести якісний час разом в природному середовищі, не відмовляючись від комфорту.

Глемпінг-туризм представляє собою цікавий та екологічно свідомий спосіб подорожувати, який відповідає потребам сучасних подорожуючих, які цінують збалансований підхід до об'єднання комфорту та природи в своїх подорожах. Глемпінг-туризм дійсно поєднує в собі комфорт і розкіш готелю з

близькістю до природи, і це робить його привабливим для тих, хто бажає насолоджуватися природними красами, не відмовляючись від комфорту.

Глемпінг є сучасною і більш гламурною альтернативою традиційному кемпінгу, оскільки він пропонує більше зручностей та розкоші для гостей. Споживачами глемпінгу часто стають молоді та освічені подорожуючі з вищим рівнем доходу, які цінують комфорт і природні враження.

Основна ідея глемпінгу полягає в тому, щоб надати гостям можливість насолоджуватися природою, не віддаляючись від цивілізації занадто далеко, і ця концепція дійсно приваблює багатьох подорожуючих сьогодні.

## РОЗДІЛ 2

### Сучасний стан розвитку глемпінг - туризму в світі та Україні

#### 2.1. Аналіз соціального портрету глемпера

За останні п'ять років дохід від глемпінгу зростає двозначними цифрами, і за оцінками галузі, дохід від глемпінгу продовжуватиме зростати швидкими темпами. Ця альтернативна форма кемпінгу приваблює представників міленіалів і покоління X. Цей попит є показником інтересу публіки кемпінгу до альтернативного розміщення для кемпінгу [18].

Щодо відвідувачів глемпінгу Рубен Мартінес, співзасновник Glamping Hub, сказав: «Бєбі-бумери та міленіали шукають змін у своїх звичних способах подорожей, і глемпінг добре підходить для обох — бєбі-бумерам, оскільки вони мають наявний дохід, шукають комфорту і вони вже все зробили; міленіалам, тому що вони завжди шукають унікальний досвід».

Однак для визначення точного сегменту туристичного ринку потрібно дослідити особливості попиту на послуги глемпінгу. Дослідження щодо особливостей попиту на глемпінг було проведено в Хорватії в червні, липні та серпні 2015 року. Анкети були складені чотирма мовами (хорватською, англійською, німецькою та італійською) та були розіслані серед 19 кращих хорватських таборів.

Вибірку з 472 зібраних анкет заповнювали гості 18 національностей: 36% – німців; 15% – австрійців; 11% – словенців; 10,2 % – голландців та ін.

Повністю 80% усіх респондентів провели свою відпустку в 4-зірковому житлі/мобільних будинках або глемпінгу з площею понад 32 м<sup>2</sup>. Серед респондентів чоловіків було 56%, жінок – 44% [19].

1. Хто такі глемпери? Молоді та добре освічені гості, постійні працівники з хорошими доходами.

Даний аналіз розкриває деякі цікаві факти про глемперів, які є популярними серед молоді та дорослих. Ось основні результати дослідження:

**Вікова структура:**

34% глемперів належать до вікової категорії 36-45 років.

26% глемперів старше 46 років.

17% глемперів належать до вікової категорії 18-35 років.

**Освіта:**

48% глемперів мають вищу освіту.

34% мають додаткову освіту.

18% мають середню освіту.

**Дохід:**

40% глемперів мають дохід від 3000 до 5000 євро на місяць.

39% глемперів мають дохід менше 3000 євро на місяць.

22% глемперів мають дохід понад 5000 євро на місяць.

**Професії:**

35% глемперів є клерками.

30% глемперів працюють у сфері менеджменту та підприємництва.

35% глемперів представляють інші професійні групи.

Ці дані можуть бути корисними для розуміння цільової аудиторії глемпінгових послуг та розробки маркетингової стратегії для привернення цих гостей. Глемпінг, здається, популярний серед освічених та фінансово забезпечених осіб, незалежно від їхнього віку та професійного статусу.

2. Рішення про глемпінг – як і коли? Ці дані розкривають цікавий аспект того, коли та як люди приймають рішення щодо глемпінгу та подорожей. Представлено основні висновки:

1. Часовий кадр прийняття рішення:

- Більшість респондентів (37,5%) вирішують, куди подорожують за 4-12 місяців до приїзду.

- П'ята частина респондентів вирішує це за 2-4 місяці до приїзду.

- Дуже мало гостей приймають рішення про подорож більш, ніж за рік вперед.

## 2. Вплив віку:

Гості віку 36-45 років частіше вирішують про подорожчання раніше, можливо, через більшу фінансову стабільність та планування.

## 3. Вплив національності:

- Німці та голландці вирішують, куди подорожчають, найраніше, заздалегідь від 4 до 12 місяців.

- Австрійці, словенці та хорвати приймають рішення про подорож за 4 місяці або менше до виїзду.

Ці дані можуть бути корисні для індустрії глемпінгу та туризму для планування маркетингових заходів та привернення гостей. Розуміння того, коли та як рішення приймаються, дозволяє адаптувати стратегії та пропонувати привабливі пропозиції для різних груп і національностей.

## 3. Як мандрують глемпери? Це цікава інформація про популярність подорожей із сім'ями та іншими видами подорожей серед різних груп людей. Наведено висновки на основі цих даних:

- Популярність подорожей із сім'ями: подорожі із сім'ями є найбільш розширеним видом подорожей. Це може бути пов'язано з бажанням спільно проводити час, створюючи спогади разом з близькими.

- Різниця за віком : дійсно цікаво, що літні мандрівники більш часто подорожують із сім'ями, ніж молодь. Це може бути пов'язано з бажанням провести більше часу разом із дорослими дітьми або онуками.

- Молодь і подорожі з друзями : спостерігається, що молодь (18-35 років) частіше обирає подорожі з друзями. Це може бути зв'язано з бажанням весело провести час, досліджуючи нові місця разом із ровесниками.

- Соціальні аспекти подорожей : виділення соціальних аспектів подорожей (подорожі з сім'ями, партнерами, друзями) вказує на важливість соціальних зв'язків і взаємодії в мандрівках. Ці дані можуть бути корисними

для розуміння попиту на подорожі та сприяти розвитку подорожей, які задовольняють потреби різних категорій мандрівників.

4. Місце призначення та кемпінг. Ці дані дають цікавий погляд на структуру і попит на подорожі до нових напрямків. Ось деякі висновки і спостереження:

- Попит на нові напрямки : згідно з результатами дослідження, великі гості люблять досліджувати нові напрямки. Це може бути пов'язано з бажанням розширити свій досвід подорожей та відкрити нові місця.

- Залежність від віку : молоді дорослі до 45 років, що може бути пов'язано з більшою відкритістю до нових вражень та пригод.

- Сім'ї та діти : особливо цікаво, що сім'ї з дітьми до 15 років менше американців до відвідування нових напрямків. Це може бути пов'язано з обмеженим вибором для маленьких дітей або бажанням зберегти зручність та безпеку для них.

- Вплив доходу : за результатами опитування, гості з вищим рівнем доходу більш популярні до відвідування нових напрямків. Це може бути пов'язано з більшими фінансовими можливостями для подорожей.

- Популярність для певних національностей : цікаво, що австрійські, нідерландські та німецькі туристи найбільше люблять досліджувати нові напрямки. Це може бути пов'язано з їхнім культурним багажем та інтересами. Ці дані можуть бути корисними для галузі туризму та готелів, щоб краще розуміти потреби та бажання своїх клієнтів і пропонувати їм більш цікавих подорожей та вражень.

5. Відвідувачі, які вперше відвідують кемпінг. Ці дані свідчать про цікавий тренд у сфері подорожей та відпочинку, особливо серед молоді віком від 18 до 35 років. Ось деякі з них на основі цієї інформації:

- Популярність кемпінгу серед молоді : молодь має найбільший збір відвідувачів, які вперше відвідали кемпінг. Це може бути пов'язано зі споживчими звичками цієї групи, зокрема з бажанням пригод та наданням переваг натурального відпочинку.

- Потенціал для розвитку глемпінгу : глемпінг (розкішний кемпінг) може бути ідеальним напрямком для розвитку, потім молодь проявляє великий інтерес до кемпінгу, і це може показати на запит на комфортабельні та нестандартні варіанти розміщення під час подорожей.

- Частота відвідування кемпінгу : деякі молоді відвідувачі кемпінгу вказали, що вже відвідали його певну кількість разів. Це можна вказувати на постійний інтерес до цього типу відпочинку та можливість для повернення лояльних клієнтів.

- Можливості для індустрії кемпінгу : більшість молодих людей, які вперше відвідали кемпінг, можуть створити запит на нові послуги та формати кемпінгу. Це може включити в себе розробку екологічних та інноваційних рішень для кемпінгового відпочинку.

Усе це може бути корисною інформацією для тих, хто працює в сфері туризму, готелів, кемпінгів та інших видів гостинності, які прагнуть повернути молоду аудиторію та розвинути свій бізнес.

#### 6. Чи зупинялися вони раніше в глемпінгах?

Ця інформація про важливі відомості про звички та досвід мандрівників у сфері мобільного житла та кемпінгу в інших країнах. Ось деякі ключові висновки на основі цих даних:

- Мало досвіду в мобільних будинках та глемпінгу : більшість респондентів, зокрема молоді відвідувачі (55,7%), ніколи не мали досвіду зупинки в мобільних будинках чи глемпінгу в інших країнах - 32,2%. Це може вказувати на потенціал для розвитку цих видів проживання в туризмі.

- Частота зупинок в мобільних будинках : частини респондентів, особливо середнього віку та літніх гостей, вже мають досвід зупинки в мобільних будинках в інших країнах - 38%. Це досить стабільний попит на цей тип проживання серед цільових груп.

- Варіація за національністю : інтерес до кемпінгу та мобільних будинків різних серед різних національностей. Наприклад, нідерландські

туристи активніше користуються кемпінгом - 41,6%, у той час як німецькі туристи мають менший досвід таких видів проживання (не зупинялися 56,5%).

- Вплив доходу : зауважується, що група із середнім доступом зупиняється в мобільних будинках за кордоном. Лише п'ята частина групи з найнижчим доходом (нижче 3000 євро) більше одного разу зупинялася в мобільному будинку в іншому місці. Вищий рівень доходу може бути фактором, який спонукає людей до відпочинку в мобільних будинках за кордоном.

- Можливості для розвитку : з огляду на те, що багато молодих та інших груп респондентів ніколи не випробували ці види проживання, є можливість для розвитку та повернення нових клієнтів до кемпінгу та мобільних будинків.

Ці дані можуть бути корисними для індустрії готелів, кемпінгів та інших сфер гостинності для розробки стратегій маркетингу та розвитку, спрямованих на задоволення потреб ринку різних сегментів.

7. В якому типі розміщення глемпери раніше проводили свою відпустку?

Ці результати дослідження надають важливий сайт у структурі запиту на різні види та подорожі, а також допомагають розмістити цільову аудиторію для розміщення глемпінгу. Ось кілька ключових висновків:

- Попередній досвід відпочинку : відомо, що більшість респондентів мають більший досвід відпочинку в готелях і В&В, а також мобільних будинках - 47%. Це відомо про те, що вони мають певні очікування та досвід відпочинку.

- Молодь та заможні гості : молоді та гості з вищим рівнем доходу переважно малий досвід проживання в готелях і приватних усіх – 49 %. Це може вказувати на якусь цільову аудиторію для глемпінгу, оскільки ця група може бути зацікавленою в новому та нестандартному виді проживання.

- Різниця за національністю : результати також вказують на різницю між національністю щодо успішного досвіду відпочинку. Наприклад,

голландці - 41,6% та 33,9% - австрійці більшою мірою були колишніми відпочиваючими, а німці поділилися між готелями та мобільними будинками.

- Важливість адаптації до цільової аудиторії : глемпінг має можливість привернути молодих та заможних гостей, пропонуючи їм новий і неординарний досвід проживання в кемпінгах. Але для цього глемпінгу-закладу може знадобитися адаптація та покращення, щоб задовольнити вимоги цієї цільової аудиторії.

Ці дані можуть бути великими для розвитку маркетингових стратегій та послуг глемпінгу з наданням привернення нових клієнтів та конкурентних переваг на ринку проживання.

8. Як глемпери обирають місце призначення чи глемпінг і які їхні цінності?

Ця інформація дуже корисна для розуміння того, які фактори важливі для гостей глемпінгу та як ці вимоги змінилися з віком. Ось деякі висновки:

- Важливі фактори при виборі місця : гості глемпінгу найбільше цінують пасивний відпочинок, близькість до пляжу, якість їжі та напоїв. Ці фактори можуть визначити їх вибір місця для відпочинку.

- Причини вибору місця : важливими моментами при виборі місця для глемпінгу є пасивний відпочинок, наявність природних багатств, хороша їжа та напої та можливість отримати нові враження. Розваги вважаються меншою кількістю.

- Цінність факторів у залежності від віку : цінність факторів може змінюватися відповідно до віку. Наприклад, для наймолодшого покоління ціна, близькість до моря, тінь і кондиціонер можуть бути основними факторами. У середньому віці люди все вважають ціну важливою, а для найстаршого покоління головним фактором є близькість до моря.

Ця інформація може бути корисною для глемпінгу-закладів для підвищення якості своїх послуг та адаптації до потреб різних категорій клієнтів. Наприклад, для привернення молоді необхідно надати доступні ціни

та зручності, такі як кондиціонери, тоді як для старших гостей можна використовувати відстань до моря та іншого розміщення.

9. Середня тривалість перебування становить 10 днів; він дещо вищий для сімейта зростає з доходом і віком.

Ціна тривалості перебування гостей глемпінгу забезпечує цінні показники про те, як тривалість відпочинку може залежати від різних факторів, таких як статус сімейного стану та рівень доходу. Ось деякі ключові висновки:

- Тривалість перебування і статус сімейного стану : гості з сім'ями мають тенденцію залишатися найбільше серед усіх категорій гостей глемпінгу, в середньому 10 днів. Це може бути пов'язано з бажанням сімейного відпочинку та більшою готовністю витратити більше часу на відпочинок.

- Тривалість перебування і рівень доходу : вищий рівень доходу, традиційно, корелює з більшою тривалістю перебування. Гості з найвищим доходом (понад 5000 євро) залишилися найдовше, в середньому 12 ночей, що може бути зв'язано з їхньою більшою фінансовою можливістю для тривалого відпочинку.

- Тривалість перебування і вік гостей : молодше покоління має тенденцію залишатися коротшим періодом, менше дев'яти днів, що може відобразити їхню більшу мобільність та потребу в коротших відпустках. Люди середнього віку та старшого віку залишаються трохи довше, у середньому 10,5 днів, що може бути пов'язано з більшими можливостями витрат більше часу на відпочинок на платіж від молоді.

Ці дані можуть бути корисними для планування розкладу та послуг глемпінгу, щоб задовольнити потреби різних груп гостей і стимулювати подовження тривалості їх перебування.

10. Вартість глемпінгу? Більшість витрат припадає на проживання.

Середня вартість відпочинку в глемпінгу становить 2700 євро. З них 1300 євро – витрати на проживання; 795 євро – на їжу та напої (F&B) і покупки, і 370 євро – на спорт, послуги та екскурсії.

За наданими даними можна зробити наступні висновки щодо розподілу витрат на відпочинок у глемпінгу:

- Проживання: витрати на проживання 1300 євро, що є найбільшою частиною витрат. Це може включати в себе вартість ночівлі в глемпінгу або будь-якому іншому виді житла.
- Їжа та напої (F&B) і покупки: витрати на їжу та напої, а також покупки складають 795 євро. Це включає в себе витрати на харчування під час відпочинку, купівлю сувенірів чи інших товарів.
- Спорт, послуги та екскурсії: витрати на спорт, послуги та екскурсії складають 370 євро. Це може включати в себе вартість спортивних заходів, масажів, а також екскурсій та розваг.

Загальна вартість відпочинку в глемпінгу становить 2700 євро, і вона розподіляється на ці три основні категорії витрат.

11. Глемпінг – це можливість. Розглянемо результати більш детально:

1. Молодші респонденти (імовірно, вік до 30 років):

66% знову планують відвідувати глемпінг.

24% ще не планують, чи вони будуть відвідувати глемпінг.

2. Респонденти середнього віку (імовірно, вік від 30 до 45 років):

71,9% планують знову відвідати глемпінг.

17% ще не планують, чи вони будуть відвідувати глемпінг.

3. Респонденти 46+ років:

71,9% також планують знову відвідати глемпінг.

12% ще не планують, чи вони будуть відвідувати глемпінг.

Загалом, можна зробити декілька висновків із цих результатів: глемпінг має стабільну популярність серед респондентів у всіх вікових групах. Молодші респонденти мають меншу впевненість у тому, що вони будуть відвідувати глемпінг у майбутньому. Респонденти середнього і старшого віку мали більшу впевненість у відвідуванні глемпінгу в майбутньому.

Ці дані можуть бути корисними для подальшого розвитку та управління глемпінгом, а також для маркетингових стратегій, спрямованих на різні вікові групи споживачів.

За наданою інформацією, можна сформулювати декілька важливих характеристик цільової аудиторії для глемпінгового бізнесу:

- Вікова група: глемпери головним чином належать до молодих та середніх вікових груп. Молоді люди можуть представити новий потенціал для ринку.
- Рівень освіти: глемпери добре освічені, що можна показати на їхньому інтересі в якісних та непересічних відпустках.
- Дохід: глемпери мають стабільний та високий рівень доходу, який може бути використаний для визначення цінової політики та послуг, які пропонуються.
- Сфера зайнятості: глемпери представлені винятковими професіями, такими як клерки, менеджери та підприємці. Це можна вказувати на готовність різних професійних груп спробувати глемпінг.
- Подорожі сім'ями: глемпінг може бути привабливим варіантом для сімейних відпусток, що вказує на потребу у родинних та дитячих зручностях.
- Попереднє планування відпустки: глемпери приймають рішення про відпустку заздалегідь, що дозволяє бізнесу відповідно планувати та маркетингово направляти свої послуги.

З урахуванням цих характеристик менеджери глемпінгових місць можуть розвивати бізнес-стратегії, створюючи спеціалізовані пропозиції та привабливі умови для цієї аудиторії. Також важливо слідкувати за новими ринковими можливостями, які можуть вийти завдяки молодим людям, які відвідують глемпінг вперше. (рис. 2.1)



Рис. 2.1. Соціальний портрет глемпера

Джерело: [22]

Лояльність до пункту призначення та кемпінгу не така висока, як лояльність до країни, що свідчить про сильну конкуренцію між напрямками. Більшість респондентів вважають, що вони знову зупиняться в глемпінгах, і обнадіює високий відсоток молодих респондентів [19].

## 2.2. Становлення глемпінг - туризму на світовому туристичному ринку

Наразі існують великі ринки глемпінгу по всьому світу, зокрема в США (з найбільшими в Каліфорнії, Техасі, Нью-Йорку, Колорадо та Вашингтоні), Канаді, Австралії, Новій Зеландії та Великобританії. Багато простору для розвитку в усіх напрямках, наявність місць для глемпінгу визнана, хоча й не на такому ж рівні, у Європі, Азії, інших частинах Північної Америки (Мексика), Центральній Америці та Південній Америці.

Прогнозується, що розмір світового туристичного ринку глемпінгів зростатиме. У 2022 році розмір ринку перевищить 3,4 мільярда доларів США, збільшившись на вражаючих 11,8% за період оцінки. Прогнозується, що попит

на ринку глемпінгу зросте на 11,8% CAGR протягом прогнозованого періоду в порівнянні з 8,3% CAGR, зареєстрованим між 2017 і 2021 роками.

Зростаюча перевага зручностей, таких як ліжка, Wi-Fi, спа, бари, лазні, електроенергія, послуги з прибирання в глемпінгу, стимулює продажі на ринку. Глемпінг пропонує привабливе та комфортне житло та сприяє розвитку сталого туризму. Організації в індустрії туризму пропонують нові та унікальні житла, щоб зменшити вплив сезонності на їхній бізнес, який, як очікується, рухатиме ринок у найближчі роки. Продажі на ринку глемпінгу становитимуть 2-4% від загального обсягу продажів на ринку пригодницького туризму [16]. Згідно зі звітом про глемпінг у Північній Америці за 2019 рік популярність різновидів глемпінгів ранжується так (від найбільш популярного до найменш): каюти, будиночки на деревах, юрти, куби/поди, куполи та будинки на скелях чи вершинах гір, трейлери, сафарі-тенти, вагони та пастуші хатини, тіпі [21] (рис. 2.2).



Рис. 2.2. Популярність різновидів глемпінгів у Північній Америці, %

Джерело: [21]

У США існує багато відомих та популярних глемпінг-місць, розташованих у різних штатах та природних. Ось декілька основних глемпінгів у США:

- Under Canvas (знаходиться в різних штатах, включаючи Арізону, Юту, Вермонта та багато інших): Under Canvas відомо своїми розкішними глемпінгами-майданчиками, розташованими в найкрасивіших природних резерватах США, таких як Гранд-Каньйон, Сіон або Єллоустоун.

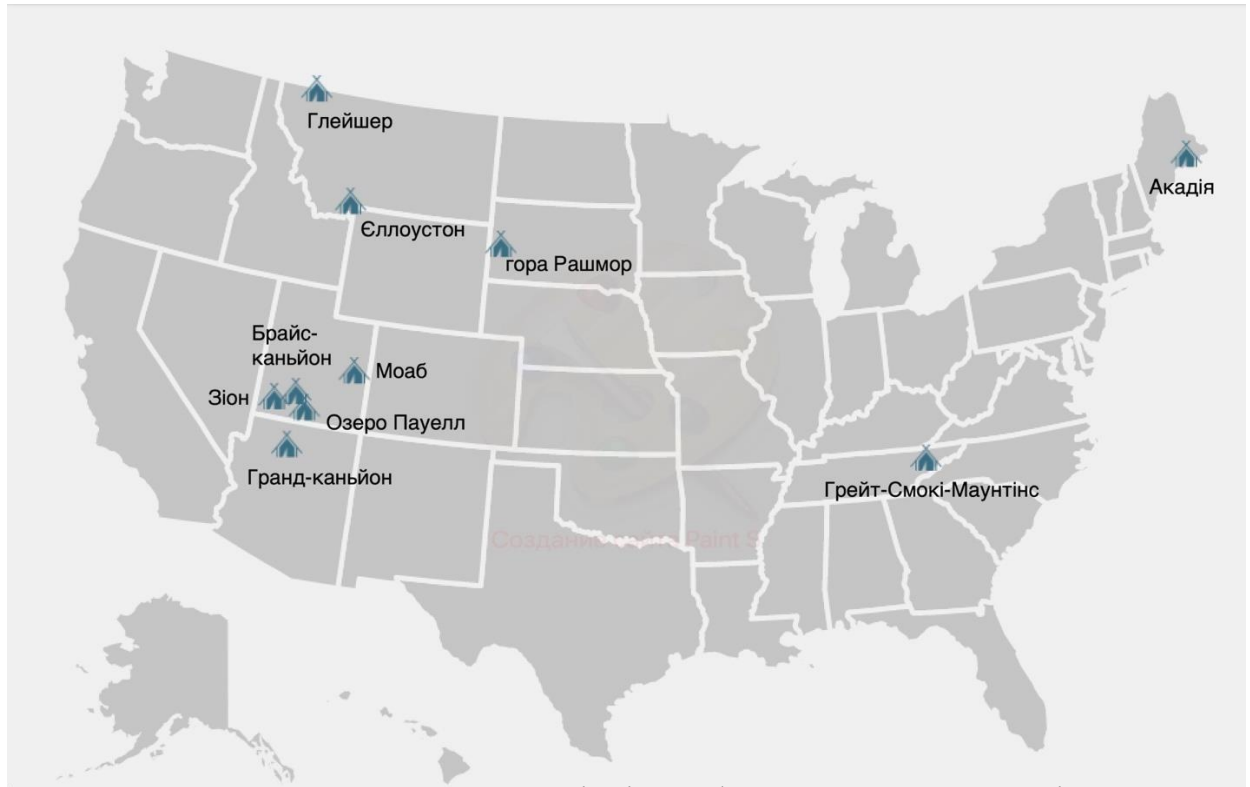


Рис. 2.3. Розташування глемпінгів Under Canvas на території США

Одним із найпопулярніших глемпінгів цієї компанії є Under Canvas Grand Canyon розташований на 160 акрах відокремленого лісу піньйонів і ялівцю, лише за 25 хвилин від входу до національного парку Гранд-Каньйон. Готель Under Canvas Grand Canyon визнаний одним із «Найкращих курортних готелів в Арізоні» за версією Travel + Leisure та «15 найкращих курортів США на південному заході» за версією Condé Nast Traveler. Він пропонує розкішні номери поблизу одного із семи чудес світу [26] (рис. 2.4).



Рис. 2.4. Глемпи у Гранд-Каньйоні

У цьому глемпінгу на вибір є такі типи наметів: стандартний, люкс, делюкс, сафарі-тент, сафарі-тент з трьома односпальними ліжками, а також окремо є можливість замовити усі ці типи розміщення з дитячим наметом. Ціни коливаються від 219\$ до 399\$ за ніч в залежності від типу розміщення, але, не дивлячись на це, глемпінг заброньований на декілька місяців вперед.

- AutoCamp (Каліфорнія і Техас): AutoCamp пропонує стильне глемпінг-проживання в модернізованих автокемпінгах та наметах Airstream.

Нині вони мають 5 працюючих глемпінгів по всій території США: з краєвидами на затоку Базардс у Новій Англії – Кейп-Код, у лісах північної частини штату Нью-Йорк – Catskills, у мальовничій пустелі національного парку Джошуа-Трі, оточений високими секвоюми Сонома та ідеально розташований між річкою та чарівним сусіднім містечком Герневіль, в національному парку Йосеміті. У 2023 році планується запуск ще 4 глемпінгів: біля національного парку Грейт-Смокі-Маунтінс – Ешвіль, біля парку Чарівна скеля та водоспаду Педерналес – Хіл Кантрі, неподалік від національних парків Секвойя та національного парку Кінгз-Каньйон, поблизу національного парку Зіон. Ціни на глемпи коливаються від 206\$ до 399\$ за ніч [27].

Найновішою локацією є AutoCamp Joshua Tree. Створений для того, щоб відобразити спокій і відкритість пустелі, заклад закріплений арочним клубним будинком, натхненним Куонсетським ангаром, усередині якого використано сучасні деталі середини минулого століття (рис 2.5).



Рис. 2.5. Глемпи у пустелі AutoCamp Joshua Tree

Дерево Джошуа – це стародавній ландшафт, який включає частини пустелі Сонора та Мохаве. Він був вперше визнаний національною пам'яткою у 1936 році та отримав статус національного парку в 1994 році, Розкинувшись майже на 800 000 акрів, він отримав свою назву від знакових дерев Джошуа, різновиду рідкісної юки.

Відповідно до природного духу цього місця, AutoCamp Joshua Tree був розроблений з мінімальним впливом на навколишнє середовище, включаючи низьке споживання води, спеціальна система, що дозволяє уникнути зрошення, очищення води на місці, використання сонячної енергії.

- Treehouse Point (Вашингтон): Це місце славиться своїми казковими будиночками на деревах, де ви можете проживати серед лісу та потоків.

- **Collective Retreats** (різні штати): Ця компанія пропонує глемпінг у різних природних місцях США, включаючи велике місто, а також національні парки.

На сьогоднішній день **Collective Retreat** має в цілому 3 працюючих об'єкти: незаймані краєвиди горизонту та визначні пам'ятки, що відкриваються з глемпінгу на острові Гавернорс; з краєвидом на ранчо Монтесіно у Техасі – Хіл Кантрі; зустріч високого пустельного ландшафту зі Скелястими горами – Вейл. Восени 2023 року планується відкриття ще однієї локації – Фредеріксбург, Техас, де відкривається панорамний краєвид на захоплюючий ландшафт Хіл Кантрі. Також пізніше заплановане відкриття ще 3 глемпінгів: Біг Скай у Монтані, Грін-Маунтінс у Вермонті та Сонома у Каліфорнії. Вартість однієї ночі починається з 235\$ і може досягати 1039\$ за ніч, залежно від типу номера та розміщення глемпінгу [28].

- **Glamping Hub** (національний рівень): **Glamping Hub** - це платформа, яка об'єднує різні глемпінг-пропозиції в усіх 50 штатах США, надаючи вам багато варіантів вибору. Рубен Мартінес, співзасновник **Glamping Hub** сказав **Forbes**: «Зараз є велика кількість людей, що живуть у містах та відвідують глемпінг. Вони прагнуть відірватися від повсякденного життя, але не обов'язково хочуть подорожувати країною чи їхати до Європи. Вони хочуть мати можливість здійснювати поїздки на вихідні в межах досяжності. Вони хочуть бути на свіжому повітрі, але також вони хочуть мати зручності. Багато американців дуже добре ставляться до кемпінгу, а глемпінг пропонує їм все, що так подобається в кемпінгу, але без того, що вони в ньому ненавидять» [29].

- **Paws Up** (Монтана): Цей глемпінг-кемпінг розташований у чудових горах Монтані та пропонує неймовірний вигляд та розкішні умови проживання.

- **El Capitan Canyon** (Каліфорнія): Знаходячись біля Тихого океану, **El Capitan Canyon** пропонує глемпінг у наметах та кемпінг-кабінах серед природи.

Просторий намет із красивим сільським дизайном, Journey Tent ідеально підходить для ландшафту долини. Продуманий та спроектований з усім необхідним, намети Journey Tents створюють приємну атмосферу (див. рис. 2.6).



Рис. 2.6. Просторий намет зовні та зсередини у глемпінгу Collective Vail

Це лише кілька прикладів глемпінг-мість у США. Ринок глемпінгу в країні розвивається швидко, нові і нові місця з'являються щороку, що робить цей вид відпочинку дуже привабливим для туристів, які шукають поєднання природи та комфорту.

Азія – це чарівний регіон і найбільший континент у світі. Це вражаюче місце також містить 60 % населення світу, забезпечуючи неперевершений відпочинок для тих, хто відвідує тут. Оточений Тихим, Індійським і Північним Льодовитим океанами, ви прибули на землю, пронизану минулим і сьогоденням.

З найдавніших цивілізацій світу, які можуть похвалитися найвищим гірським масивом є Гімалаї. З такою кількістю вражаючих краєвидів, захоплюючих дух краєвидів і фантастичних речей, які варто відчувати, вирішивши поїхати на глемпінг в Азію.

Від сафари-хатин у стародавній Індії до розкішних наметів у пишних джунглях Таїланду, тут є більш ніж достатньо місць для дослідження. Побродити старовинними вулицями, оглянути визначні пам'ятки або відвідати країну, де вільно бродять тигри.

RAK Glamping — це чудовий пустельний куточок у центрі Рас-ель-Хайма в Об'єднаних Арабських Еміратах. Це унікальне місце, звідки відкривається краєвид на приголомшливі гори Хаджар, розташоване на 10 акрах пустелі, усіяної місцевими гафовими деревами, щоб відчуті справжнє враження від міста. Відпочити в плямистій тіні дерев біля ставка, помилуватися природою пустелі та насолодитися свіжим повітрям. Послухати птахів від світанку до заходу, а потім насолоджуватися зоряними ночами, відпочиваючи. Насолоджуватися розкішними інтер'єрами бедуїнських наметів і дерев'яних котеджів з кондиціонером і водночас поринути в єдине ціле з природою. Насолодитися зустріччю з кіньми та гігантськими черепахами або просто почитати книгу та зарядитися душею.[8]

Prince Desert Camp керують і управляють місцеві жителі та розташований у самому центрі всесвітньо відомої індійської пустелі Тар, лише за 45 км від Джайсалмера (Золотого міста). Prince Desert Camp пропонує незабутні враження від пустельного табору, включаючи сафари по пустелі на верблюдах і джипах, багаття, традиційні народні танці Раджастану, музику та вечерю щовечора!

Sandat Glamping Tents — це перше місце для глемпінгу в Індонезії на Балі («острів богів»). Sandat пропонує унікальні, екологічно чисті намети та котеджі для глемпінгу, де інтер'єр і екстер'єр поєднуються для унікального досвіду контакту з природою, не відмовляючись від комфорту та розкоші. У вартість ночівлі входить: вітальний напій, ситний сніданок, напої та закуски з міні-бару та бездротовий доступ до Інтернету. [8]

Отже, для подальшого розвитку міжнародного, а також внутрішнього туризму, який залишається актуальним і затребуваним, необхідно запроваджувати нові та перспективні напрями, що будуть заохочувати вибагливих міських жителів до відпочинку на природі. Запровадження глемпінгів дозволить вирішити питання комфортного відпочинку споживачів у гармонії із природою, при цьому природоохоронні території країн Азії отримають нові економічні можливості за рахунок туристичного сектору. [8]

Цікавим є також поширення глемпінгів в окремих країнах Європи. Наприклад, у Великобританії, що є лідером серед європейських країн за кількістю глемпінгів, їх уже налічується 830. У Німеччині, яка стрімко розвивається на ринку глемпінг- послуг, їх уже налічується 582. В Іспанії, в країні з навіть меншою площею, ніж Україна, уже функціонує понад 355 глемпінг-містечок, де три чверті відпочивальників – це внутрішні туристи. Франція, яка не має такого теплого клімату та величезної берегової лінії з пляжами, як в Іспанії, уже налічує 369 глемпінгів, і ця галузь зростає з рекордними темпами. В Італії, яка є поєднанням однієї з найдавніших культур Європи та неймовірної природи, функціонує 243 глемпінгів. У Словенії на невеликій площі країни 20 тис. квадратних кілометрів розмістилися вже майже 100 глемпінгів. За даними проєкту Glamping Hub, який є агрегатором пропозицій проживання в глемпінгах по всьому світу, на ці 6 провідних країн глемпінгу в Європі припадає 1649 локацій, що відповідає понад 75% усіх глемпінгів у Європі [32] (рис. 2.7).

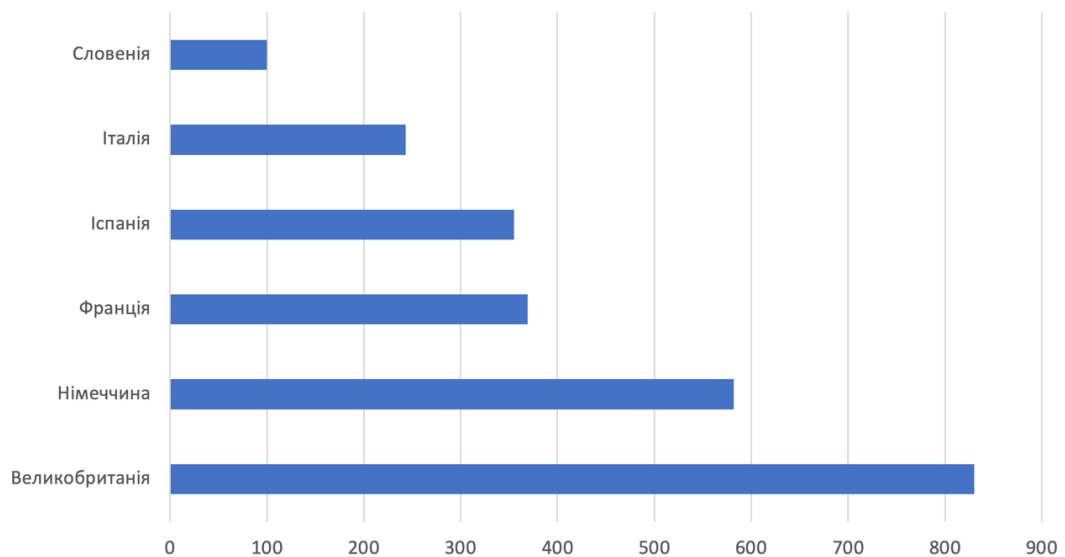


Рис. 2.7. Кількість глемпінгів у провідних країнах Європи

Джерело: [32]

Кудхва, Англія. У самому серці Корнуолла знаходяться асиметричні трифуткові графічні хатини під назвою "Кудхва", що на місцевому діалекті

означає "схованка". Ці особливо стильні будиночки на деревах ідеально підходять для любителів природи і шукачів пригод, які не хочуть відмовлятися від комфорту і розкоші. Вартість за 2 ночі від 240 до 540 фунтів (рис. 2.8) [33].



Рис. 2.8. Глемпінг Кудхва в Англії

Європа має багато центрів розвитку глемпінг-туризму, де можна знайти різні глемпінг-розваги та проживання. Ось кілька основних європейських центрів розвитку глемпінгу:

Франція: Франція є однією з провідних країн у сфері глемпінгу в Європі. Популярні регіони включають Прованс, Кот-д'Азур та Луару, де можна знайти розкішні глемпінг-кемпінги серед природних крас.

Attrap Reves, Франція. Назва перекладається як «ловець снів». Він складається з кількох номерів, виконаних у вигляді прозорих капсул-півсфер. Кожна така конструкція має приблизно 4 метри в діаметрі і 3 метри у висоту, при цьому купол виконаний з прозорого еластичного матеріалу, форма якого підтримується за допомогою постійного нагнітання всередину свіжого повітря невеликим безшумним вентилятором. Прозорий купол вдень захищає від ультрафіолетових променів, а вночі дає змогу спостерігати над собою відкрите зоряне небо. Вартість від 150 до 300 євро за ніч залежно від сезону та послуг, що надаються (рис.2.9) [34].



Рис. 2.9. Глемпінг Attrap Reves у Франції

Іспанія: Іспанія також пропонує численні глемпінг-місця, зокрема на Балеарських островах, Канарських островах і в гірських районах Каталонії.

Lanzarote Eco Yurts, Іспанія. Це справжня монгольська юрта площею 28 м<sup>2</sup>, що знаходиться в еко-селищі Finca de Arrieta. Вона оформлена в рожевому атласному стилі, з мармуровою підлогою та монгольськими меблями з твердих порід дерева. Зовні юрта має власну душову кімнату з туалетом та умивальником, виготовлену з бамбука та мармуру. Вартість за ніч – від 100\$ до 450\$ (рис. 2.10) [36].



Рис. 2.10. Глемпінг Lanzarote Eco Yurts в Іспанії

Італія: Тоскана, Апенніни та озеро Гарда - це популярні регіони для глемпінгу в Італії. Тут можна знайти намети, будиночки на деревах та інші

нестандартні варіанти проживання. Італія має безліч визначних пам'яток, розташованих у Венеції, Римі, Флоренції, Неаполі або Вероні. Кемпінги, розташовані на півночі Італії, уздовж Середземного та Адриатичного морів, а також у Тоскані, є одними з найбільш відвідуваних місць і об'єктів глемпінгу, тим самим створюючи можливості для ринку в Італії. Хоча найбільший наплив туристів припадає на літні місяці липень і серпень, зростає усвідомлення того, що країна є цілорічним напрямком. Особливо це стосується молоді, яка використовує можливості глемпінгу. Однак глемпінг все ще перебуває в зародковому стані в країні порівняно з такими країнами, як Великобританія [30].

Якщо звернутися до цифр, то наразі ринок Німеччини домінує на європейському ринку і досягне ринкової вартості 54,4 мільйона доларів США до 2027 року. Прогнозується, що ринок Великобританії щороку зростатиме протягом 2021- 2027 років в середньому на 17,2%. Крім того, на ринку Франції спостерігається середньорічне зростання на 19,8% протягом цих років [31].

Schlafen im Weinfass, Німеччина. У Німеччині є глемпінг для любителів вина. Schlafen im Weinfass дослівно означає "спати в бочці з вином", і це саме те, що чекає на гостей цієї потопаючої у виноградниках ферми. Кожна бочка обладнана ванною кімнатою і двоспальним ліжком. Вартість за ніч – 168 євро (рис. 2.11) [33].



Рис. 2.11. Глемпінг Schlafen im Weinfass у Німеччині

Португалія: Португалія пропонує глемпінг-відпочинок в наметах на піщаних дюнах, серед лісів та вздовж узбережжя Атлантичного океану.

Норвегія та Швеція: Скандинавські країни знають своєю вишуканістю в глемпінгу. Вони пропонують виїзди в ізольовані котеджі та будиночки серед природи, де можна насолоджуватися аурою Південної.

Австрія та Швейцарія: Гірські регіони Альп приваблюють туристів глемпінгу, які бажають насолодитися чудовими видами та гірськими пригодами.

Whiterod, Швейцарія. Розташований екоготель в Альпах на висоті 1400 метрів над рівнем моря. З куполоподібних наметів відкривається неймовірний краєвид на засніжені вершини. Вартість за ніч від 330\$ до 1300\$ (рис. 2.12) [34].



Рис. 2.12. Глемпінг Whiterod у Швейцарії

Греція: Греція пропонує глемпінг на островах Егейського моря та в селах на півночі країни.

Culture Campsite, Нідерланди. У цьому глемпінгу немає наметів. Тут туристи сплять в одному з різних архітектурних об'єктів, виготовлених з перероблених матеріалів та залишкових конструкцій. Вони менші за крихітний будиночок, але зручніші за намет. Глемпінг розташований на території колишньої автостоянки, яка перетворилася на оазис зеленого міста. Вартість 65-95\$/ніч (рис. 2.13) [35].



Рис. 2.13. Глемпінг Culture Campsite у Нідерландах

Ці країни та регіони розвивають глемпінгову інфраструктуру та вибір різних стилів глемпінгу - від наметів і котеджів до будиночків на деревах і бунгало на воді. Розвиток глемпінгу дозволяє туристам ближче підійти до природи, не відмовляючись від комфорту та розкішів.

Це дійсно цікавий факт, який вказує на зростання популярності глемпінгу в Європі. Глемпінг - це поєднання слова "гламур" і "кемпінг", і це форма відпочинку, яка дає можливість людям осолоджуватися природою, не відмовляючись від комфорту і розкішів. Основні причини зростання популярності глемпінгу в Європі можуть включати:

- Збільшення обізнаності: інформаційні ресурси та соціальні мережі допомагають поширювати ідею глемпінгу серед широкого загалу, що сприяє популярності цього типу відпочинку.
- Зростання попиту на природу: відпочинок на природі та віддалених місцях стає більш популярним через зростання бажання відцентруватися від міського життя та стресу.
- Нові інновації: розвиток інфраструктури глемпінгу включає в себе нові інноваційні рішення, які можуть підвищити комфорт і розкіш глемпінгу, що робить його більш привабливим для клієнтів.

- Унікальність досвіду: глемпінг дозволяє подорожувати насолоджуватися унікальними природними місцями та атмосферою, яка не доступна у звичайних готелях.

Прогнозований щорічний ріст зростання глемпінгу на 17,2% свідчить про значний потенціал сегмента цього готельного бізнесу в Європі. Із збільшенням популярності глемпінгу можна очікувати і подальший розвиток інфраструктури та нових інвестицій у цей сектор.

### 2.3. Аналіз розвитку глемпінг - туризму в Україні

Основна ідея глемпінгу виникає в тому, щоб надати мандрівникам можливість насолоджуватися природою та кемпінгом, не відмовляючи собі в комфорті та розкоші. У глемпінгу використовують намети або інші нестандартні форми розміщення, які можуть бути дуже комфортними та забезпечити різні зручності, як така сла, ліжка, електрика, тепла вода, сучасні санвузли та інше.

Україна також розвиває глемпінг як форму туризму. В країні є багато прекрасних природних місць, які приваблюють мандрівників. Глемпінг-поселення можна знайти в Карпатах, на берегах річок, озер, в лісах та інших природних зонах, де можна насолодитися мальовничими пейзажами та комфортом під час відпочинку.

Глемпінг український може варіюватись від більшої кількості розкішних варіантів зі всіма зручностями до більш простих та екологічно чистих місць для кемпінгу. Це відмінна можливість для тих, хто хоче відвідати Україну, насолодитися її природою і відчути специфіку глемпінгу, яка компенсує собі комфорт та близькість до природи.

Цей вид відпочинку стає все популярним серед туристів, які цінують комфорт і розкош готелю, але водночас хочуть насолоджуватися природою та активним відпочинком. Ось деякі особливості глемпінгу в Україні:

- Мальовничі природні місця : Україна має багатий природний спадок, і багато глемпінг-локацій, розташовані в мальовничих місцях, таких як Карпати, Кримські гори, Крим, Кривий Ріг та інші регіони. Це надає туристам можливість насолоджуватися природною красою України.

- Різноманітність глемпінг-об'єктів : в Україні різні типи глемпінг-об'єктів, такі як намети, бунгало, дерев'яні будиночки, куполи та інші. Туристи мають великий вибір місць, щоб вибрати той, який найкраще відповідає їхнім потребам та бажанням.

- Екологічна свідомість : багато глемпінг-локацій в Україні прагнуть бути екологічно свідомими та підтримувати принципи сталого розвитку. Вони надають можливість туристам насолоджуватися природою, не завдаючи їй шкоди.

- Активний відпочинок : велика кількість глемпінг-локацій пропонує активності на різному свіжому повітрі, такі як піші прогулянки, велосипедні поїздки, конноспортивні прогулянки, рафтинг та інші види активного відпочинку.

- Смачна кухня : деякі глемпінг-локації в Україні дають можливість скуштувати страви місцевої кухні та свіжі страви з продуктів власного виробництва.

- Спокій та відпочинок : глемпінг надає можливість відпочити від міської метушні та насолодитися спокійним та тишею природи.

Це лише декілька аспектів глемпінгу в Україні. З кожним роком цей вид туризму стає все більш популярним та розвинутим, і він пропонує різноманітні можливості для відпочинку.

В Україні є кілька чудових глемпінг-локацій, де туристи можуть насолоджуватися природною красою та комфортом. Ось кілька прикладів глемпінг-туризму в Україні:

- "Подільська Тишина": це глемпінг-локація розташована поруч із річкою Південний Буг. Тут можна відпочивати в дерев'яних будиночках або наметах, насолоджуючись природною красою.
- Глемпінг-містечко "Жерло" в Карпатах : це розташована в Карпатах неподалік від села Верховина. Тут гості можуть перебувати в стильних бунгало серед гір та лісів Карпат.
- Глемпінг "Злагода" на озері Світязь : це глемпінг-комплекс на березі озера Світязь у Волинській області. Він пропонує намети та будиночки для відпочинку біля озера.
- Глемпінг "Червона Гора" на Буковині : розташований в Карпатах на Буковині, цей глемпінг пропонує неймовірні види на горі та можливість насолодитися природою.
- Глемпінг-комплекс "Есо Dream" біля Львова : розташований поблизу Львова, цей глемпінг пропонує намети та будиночки серед лісу, а також можливість відпочити біля власної ставки.
- Глемпінг "Адамівка" у Дніпропетровській області : ця локація розташована поруч з річкою та пропонує намети та дерев'яні будиночки для відпочинку на природі.
- "Салтівський парк" (Харків) : ця глемпінг-локація розташована в природному заповіднику біля міста Харків. Тут можна знайти затишні намети та бунгало серед лісу, які дають можливість відпочити від міської суєти та насолоджуватися природою.
- "Вінні Пух" (Київська область) : ця глемпінг-локація розташована недалеко від Києва і дає можливість відпочити в тиші та спокійному лісі. Тут ви можете забронювати дерев'яні будиночки серед природи.
- "Арт-Завод Платформа" (Київ) : цей глемпінг-спот розташований в самому центрі Києва, але водночас він дає можливість відчувати себе видаленим від міської агітації. Тут можна знайти дерев'яні будиночки та намети для відпочинку.

- "Інтурист Лемберг" (Львів) : ця глемпінг-локація розташована біля міста Львів і пропонує комфортні намети для відпочинку серед природи та під лісом.
- Центр гламурного кемпінгу "Первачок" (Львівщина): розташований у Львівській області, цей глемпінг пропонує комфортні намети, де ви можете провести ночі серед лісу та річки, а також насолодитися активним відпочинком.
- Село Гламурного Кемпінгу "Барвінкове" (Одеська область): розташування на півдні України, це місце пропонує комфортабельні намети, бунгало та дерев'яні будиночки, а також доступ до чорного моря.
- Fairy-Tale Glamping "Чорногірська Перлина" (Карпати): розташований у Карпатах, цей глемпінг пропонує намети та бунгало серед гір та лісів. Тут можна насолоджуватися пригодами в горах та чудовою природою.
- ЕкоПарк Віла Воскресіння (Полтавська область): це глемпінг-село пропонує комфортні намети в лісовому середовищі, а також можливість отримувати активний відпочинок та екологічну кухню.

В Україні глемпінг наразі знаходиться у стадії зародження. Він був започаткований в 2018 році, коли молоді підприємці Андрій Родкін і Олександр Коновалов вирішили запустити власне виробництво глемпів і стали першопрохідцями в цій сфері в Україні. У лютому 2018 року підприємці створили компанію Glamping UA. Наразі глемпи цієї компанії стоять у найдорожчих готельних комплексах [42].

Вже станом на 2020 рік, їхня компанія побачила як мінімум двократний ріст зацікавленості до цієї сфери. Так, за їхніми даними, цією сферою відпочинку зацікавилось 1,7 млн потенційних клієнтів. Андрій Родкін також наголошує на привабливості глемпінгу для бізнесу. За його підрахунками, створення глемпінгу займає близько 10 тижнів, термін окупності інвестицій – 2-3 роки. Для готельного бізнесу це дуже швидкі інвестиції. Сума інвестицій в організацію глемпінгу може стартувати від \$ 75 тис. для невеликого об'єкта, де істотними статтями витрат стануть закупівля будинків або їх будівництво,

монтаж на ділянці, інженерія, організація комфортного побуту, вибудовування бізнес-процесів і належного рівня сервісу. Також доведеться витратитися на маркетинг, розміщення інформації на сервісах оренди житла, SMM-маркетинг. Як запевняє Андрій Родкін, за сезон один глемп генерує близько 7-10 тис. \$ доходу [43].

Влітку 2020 року ідеєю запуснути франшизу глемпінгів в Україні загорівся Артур Лупашко, засновник і генеральний директор керівної компанії Ribas Hotels Group. Пандемія коронавірусу була в розпалі, проте це не збентежило бізнесмена і його команду. Лупашко опублікував у Facebook пост про глемпінги в Європі і запитав підписників, чи готові вони зупинятися в наметових готелях. Ентузіазм коментаторів переконав його, що варто ризикнути, і разом з партнерами він створив мережу Glamping Mandra. У мережі Mandra розповідають, що дохід за перший рік роботи глемпінгу становить \$ 99 тис., прибуток – \$ 55 тис., за другий – \$ 110 тис. і \$ 63 тис. відповідно.

Якщо у 2020 році наметових готелів було не більше п'яти, то наразі їх у різних регіонах від Карпат до Одеси налічується більше 30-ти. Розглянемо найпопулярніші. Mandra у Затоці (Одеська область), Каневі (Черкаська область), Новій Каховці (Херсонська область) та Хусті (Закарпатська область). Вартість – від 2050 грн на добу у будні та від 3500 грн на добу у вихідні. Глемпінг Mandra має кілька локацій по Україні – й усі прекрасні. Якщо шукати відпочинку біля моря – можна вирушити до Затоки, якщо хочеться заховатися у тихому лісі на березі водосховища – до Канева, а якщо хочеться відпочити у горах – до Хуста. У кожній локації стоїть кілька симпатичних наметів, а ще є різні розваги: наприклад, баня, басейн або літній кінотеатр. У Затоці на території є майданчик для волейболу, місце для вогнища, мангал, каяки та загальна зона відпочинку. Тут можна відпочивати цілий рік. Другий глемпінг Mandra відкрили в 2021 році на березі Канівського водосховища серед лісу. У глемпінгу в «Шато Трубецького» у Новій Каховці є навіть ресторан на території виноробні, тож відпочинок може бути максимально комфортним.

Новий проєкт Mandra Hills – це екоглемпінг на висоті 900 метрів в серці Закарпаття, розташований на схилах гори посеред незайманих лісів і полонин в селі Річка Міжгірського району. Забронювати один із наметів можна у формі на сайті [44] (рис. 2.14).



Рис. 2.14. Глемпінг Mandra у Затоці

Minimalist Glamping у Новій Дофінівці (Одеська область). Вартість – 101\$ на добу. Тут усього три куполи на двох, і всі вони неначе стоять просто на воді – кращого місця для зустрічі світанків на власній терасі й не вигадати. У кожному куполі є королівське ліжко, повністю устаткована кухня та комфортний санвузол. Minimalist Glamping розташований за 7 км від Одеси, забронювати один із трьох куполів можна на Airbnb [45] (рис. 2.15).



Рис. 2.15. Minimalist Glamping в Одеській області

Глемпінг на базі МС6 у Славсько (Львівська область). Вартість – від 1000 грн за добу. Креативна резиденція МС6 знаходиться в мальовничому гірському селищі Славсько, що на Львівщині. В резиденції дбайливо ставляться до природних ресурсів та пропагандують відповідальний відпочинок. Нещодавно на базі резиденції з'явився кемпінг з кількома глемпами, що вміщують 2-3 осіб. Кожен глемп має спальні місця (двоспальне ліжко або три окремих ліжка) з матрацами з підігрівом, шафи для речей та взуття, розетки для гаджетів, зручності. На території знаходиться відкрита кухня спільного користування з мангалом та грилем [46] (рис. 2.16).



Рис. 2.16. Глемпінг МС6 у Львівській області

Stodola Camp у Долинівці (Львівська область). Вартість – 5000 грн за добу за весь комплекс (вігвам та будиночок, загалом на 6 осіб). Це величезний (за мірками глемпінгу) намет-вігвам у Карпатах. Окрім нього, тут є повноцінний будинок, який доступний для бронювання, а також приємні спільні зони для відпочинку на майже гектар території. Туди веде хороша траса Київ – Чоп, і лише останній кілометр шляху доведеться долати ґрунтовою дорогою – для Карпат це чудовий результат. Поряд тече гірська річка, у якій можна освіжитися в спеку, до лісу – 10 хв. пішки (рис. 2.17).



Рис. 2.17. Stodola Camp у Львівській області

Gm Eco Bubble у Яблуниці (Івано-Франківська область). Вартість – 3000 грн. Глемпінг в серці Карпат пропонує комфортне розміщення у напівпрозорих сферах. Усі глемпи мають двомісні ліжка, кондиціонер, електроплиту, піч та доступ до інтернету. Має зручне розташування поблизу курорту Буковель – всього 15 хв їзди.



Рис. 2.18. Gm Eco Bubble у Івано-Франківській області

Shalash Glamping у Царівці (Житомирська область). Вартість – від 2000 грн. Зовсім молодий лісовий глемпінг. Комплекс наметів розташований на території готелю «Царів Хутір», тож тут буде спокійно тим, для кого відпочинок у наметі посеред лісу – занадто тривожний досвід. Крім того, можна не готувати їжу самостійно, а харчуватися в ресторані готелю, а також

відвідувати готельний басейн. Ще одна фішка цього місця – літній кінотеатр просто неба (рис. 2.19).



Рис. 2.19. Shalash Glamping у Житомирській області

ROYAL glamping у Кийлові (Київська область). Вартість – від 3000 грн. Різний характер Дніпра та дивовижні краєвиди славетних Трипільських круч кожен раз по - різному надихають на нові звершення. Відпочити у двоповерхових наметах біля Дніпра – це яскравий пригодницький досвід у житті кожної людини (рис. 2.20) [47].



Рис. 2.20. ROYAL glamping у Київській області

Глемпінг ZatiШье у с. Хмільна (Київська область). Вартість – 2000 грн. Комплекс розташований поблизу березового гаю і соснового бору, де є 3 озера. Можна розміститися в глемпах, наметах чи еко-будиночках. Є купольні глемпінги на 28 м<sup>2</sup> та 10м<sup>2</sup>. В кожному є душ, двоспальне ліжко, холодильник, чайник. На території є відпочинкові зони, можливість орендувати велосипед, відправитися на рибалку, пограти в пейнтбол або відпочити в чанах (рис. 2.21).



Рис. 2.21. Глемпінг ZatiШье у Київській області

Глемпінг «Шатро» в Уляниках (Київська область). Вартість – від 3800 грн за великий намет для 6 людей. Затишне місце за 85 кілометрів від Києва у напрямку Черкас. Тут можна відпочити від галасу міста й влаштувати справжній лісовий відпочинок. Із бонусів цього місця – готовий сніданок, приємна тераса й власна комфортна ванна кімната. Якщо захочеться культурної програми, можна з'їздити до сусіднього Ржищева та подивитися на відому затоплену церкву (щоправда, до неї треба плисти човном) (рис. 2.22).

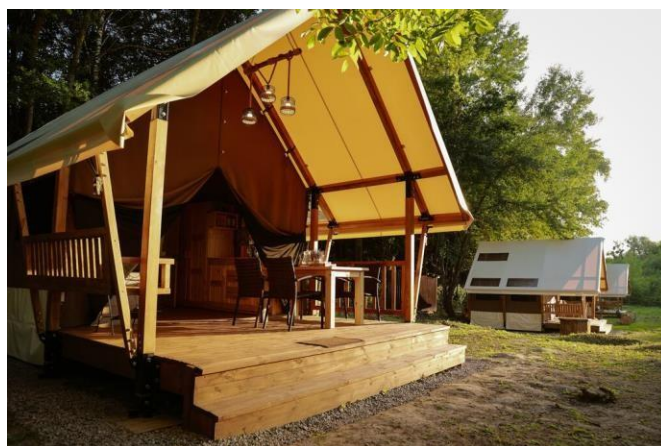


Рис. 2.22. Глемпінг Шатро у Київській області

Виходячи з проведеного дослідження глемпінгів в Україні можна зазначити, що:

- глемпінги існують у різних ландшафтних зонах: гірські масиви, приморські райони, узбережжя річок і лісові масиви;
- здебільшого глемпи мають високий рівень комфортності (наявні всі зручності);
- вартість розміщення за добу починається в середньому від 1000 грн за двомісне розміщення і сягає 9500 грн.

За час роботи команда Glamping UA робила кілька досліджень цільової аудиторії такого відпочинку, завдяки чому сформувала портрет умовного глемпера. Це українці 25-40 років із середнім і вище середнього рівнем доходу. Молодші люди прагнуть отримати нові емоції і досліджувати незнайомі місця. Основна аудиторія глемпінгів - це представники креативної економіки, IT-фахівці і досвідчені мандрівники, які вже спробували такий відпочинок за кордоном. Зазвичай це пари без дітей, хоча все залежить від формату глемпінгу, наприклад, відпочинок у бунгало часто вибирають і сім'ї з дітьми. Період перебування в наметовому готелі в середньому становить два-чотири дні [42].

Це лише деякі приклади глемпінг-локацій в Україні, і кожна з них має свої особливості та унікальний характер. Глемпінг в Україні набуває популярності серед туристів, які бажають об'єднати комфорт та природу під час свого відпочинку. Кожна з цих локацій має свої особливості та чудові умови для відпочинку на природі.

## Висновки до 2 розділу

Глемпінг стає все більш популярним як у США, так і в Європі, і це відображається в статистичних даних та зростанні кількості локацій та компаній, які пропонують глемпінговий відпочинок.

У США Under Canvas, Autocamp і Collective Retreats є серед найбільш впливових компаній, які надають глемпінг-послуги. Вони розташовані в найкрасивіших місцях, поблизу національних парків та природних пам'яток, і пропонують комфортні умови для туристів, які шукають зв'язку з природою та розкішний відпочинок на свіжому повітрі.

В Європі кількість глемпінгових локацій також швидко зростає. Великобританія, Німеччина, Франція, Іспанія, Італія та Словенія є популярними країнами для глемпінгу, і вони пропонують різні унікальні глемпінги-варіанти. Проєкт Glamping Hub допоможе туристам знайти різноманітні місця для глемпінгу в Європі та по всьому світу.

Різнманітний вибір локацій та зростання популярності глемпінгу свідчити про те, що багато людей шукають спосіб об'єднати комфорт та природу у свій відпочинок, особливо під час постпандемічного періоду, коли більше людей прагнуть більше часу проводити на свіжому повітрі та вдалині від натовпів.

В Україні глемпінг розвивається та заробляє популярність, особливо в різних областях, від Карпат до Одеси. Ця нова форма відпочинку швидко знаходить свою аудиторію серед тих, хто шукає комфортабельні, але близькі до природи варіанти відпочинку.

Серед найпопулярніших глемпінг-локацій в Україні є Mandra в Одеській, Черкаській, Херсонській та Закарпатській областях, Minimalist Glamping в Одеській області, глемпінг на базі МС6 та Stodola Camp у Львівській області, Gm Eco Bubble в Івано-Франківській області, Шалаш Глемпінг в Житомирській області, ROYAL glamping, ЗатиШье та Шатро в Київській області - це різноманітні варіанти для туристів, які шукають особливий і незабутній відпочинок в Україні.

Назви глемпінгів у різних місцях України вибирають різні види глемпінг-відпочинку, від наметів та бунгало до екологічних бульбашок та незвичайних будівель. Кожен з них має свою неповторну атмосферу та особливості.

Це розвиток інтересу до екологічного відпочинку в Україні та може стати популярним напрямком для подорожей та відпочинку в майбутньому.

З розвитком і популяризацією глемпінгу в Україні можна очікувати подальшого зростання кількості глемпінг-локацій та розширення їх асортименту для задоволення різних смаків та потреб туристів. Це також може сприяти розвитку туристичної галузі в Україні та приверненню більшої кількості міжнародних і внутрішніх туристів.

## РОЗДІЛ 3

## Пропозиції щодо удосконалення розвитку глемпінг - туризму в Україні

## 3.1. Впровадження закордонного досвіду щодо розвитку глемпінг – туризму в Україні

У 2020 році розмір ринку глемпінгу оцінювався в 2,3 млрд. мільйона доларів США, а до 2028 року, за прогнозами, досягне 5,9 млрд. доларів США, зростаючи на 13,32% середньорічного темпу зростання з 2021 по 2028 рік [17] (рис. 3.1).



Рис. 3.1 Зростання розміру ринку глемпінгу з 2020 по 2028 роки

Джерело: [17]

Протягом 2021-2027 років ринок глемпінгу в Північній Америці буде зростати на 16,4% середньорічного темпу зростання. Нині ринок США домінує у Північній Америці та досягне ринкової вартості 124,5 мільйонів доларів США до 2027 року. Канадський ринок зростатиме на 20,3% у річному обчисленні протягом 2021-2017 років, а ринок Мексики – на 19,2% [25] Це підтверджує Північно-американський глемпінговий звіт, де зазначається, що 30% північноамериканських мандрівників відвідували глемпінг протягом останніх двох років [21].

Очікується, що ринковий сегмент вікової групи від 33 до 50 років значно зростатиме протягом прогнозованого періоду. Це пояснюється фінансовою незалежністю та високою платіжною спроможністю цієї вікової групи. Відповідно до звіту КОА, у 2019 році глемпінги, які вибирали мандрівники за поколіннями, включали міленіалів і покоління X у Північній Америці [21] (рис. 3.2).



Рис. 3.2 Сегмент глемпінгу в Північній Америці за поколіннями

Джерело: [21]

Аналіз глемпінгу та розвитку глемпінг - туризму в Північній Америці дійсно показує ключові тенденції та фактори, які сприяють зростанню цього сегмента туризму. Давайте розглянемо деякі з цих факторів більш детально:

- Зростаючий попит на комфорт: зазначено, що каюти мають найбільший клімат на ринку. Це вказує на те, що подорожники бажають

комбінувати досвід кемпінгу з розкішними умовами. Це добре про збільшений попит на глемпінг-унітази з усіма зручностями та комфортом.

- Інновації в глемпінговому забезпеченні: влики американські компанії, що виробляють розкішні намети, сприяють зростанню глемпінгу, представляючи продукти, які легко встановлюються і мають усі зручності. Це робить глемпінг більш доступним для широкого споживача.

- Персоналізація та структурне удосконалення: фокус на персоналізації та удосконаленні структури глемпінгового проживання компанія створює унікальний досвід для клієнтів і відзначається на ринку.

- Онлайн-маркетинг та реклама: використання онлайн-платформи для реклами та маркетингу глемпінгу дозволяє компаніям залучити більше клієнтів і збільшити свою видимість у цьому сегменті.

- Нові місця та експерименти: компанії, які пропонують нові та нестандартні місця для глемпінгу, стимулюють інтерес і попит на цей вид відпочинку.

- Розвиток продуктів та послуг: інноваційні продукти, послуги та зручності можуть привернути більше клієнтів і зробити глемпінг більш привабливим.

Загалом, глемпінг - туризм стає все більш популярним видом відпочинку для тих, хто шукає злагоженості з природою, при цьому отримавши зручності та комфорт. Із зростанням інтересу та інвестицій у цей сегмент можна очікувати подальшого розвитку глемпінгу в Північній Америці.

Динаміка ринку глемпінгу в Європі вказує на різноманітні фактори, які сприяють його зростанню популярності. Ось декілька ключових моментів:

- Зростання популярності глемпінгу в Європі : глемпінг ставиться у сегмент туризму в Європі, і це підтверджується помітною частиною ринку в 2020 році.

- Розкіш та комфорт в природі : клієнти глемпінгу цінують розкіш готелю на природі, що дозволяє їм насолоджуватися природною красою без відмов від комфорту.

- Зростаючий попит на глемпінг : згідно з прогнозами, ринок глемпінгу в Європі очікується зрости на 17,2% щороку протягом 2021-2027 років.
- Вплив цифрового світу : споживачі шукають відпочинок від цифрового шаленства та намагаються повернути собі час для свого росту, гармонії та благополуччя, що підсилює попит на глемпінг.
- Розвиток оздоровчого туризму : оздоровчий туризм стає все більш популярним, і це підсилює інтерес до глемпінгу, який дозволяє підвищити фізичне та психічне благополуччя.
- Збільшення рівня комфорту : глемпінг-компанії постійно прагнуть підвищити комфорт та надати нові послуги для задоволення потреб споживачів.
- Збільшення важкодоступних місць : популярність відкриття важкодоступних місць росту глемпінгу в сільській місцевості та залучає більшу увагу від пригодницьких туристів.
- Глемпінг на подіях : глемпінг стає популярним способом організації подій, як особистих, так і корпоративних, сприяючи росту цього сегмента.

Ці фактори разом створюють сприятливе середовище для подальшого розвитку глемпінгу в Європі та підтримують його популярність серед туристів, які бажають поєднати природу з комфортом та розкішшю.

Впровадження закордонного досвіду розвитку щодо глемпінг-туризму в Україні може бути корисним для розширення цього виду туризму в країні. Ось деякі ідеї та рекомендації, які можна використати:

Розвиток інфраструктури: закордонний досвід показує, що інфраструктура глемпінгу відіграє важливу роль у привабливості цього виду відпочинку. Україна може інвестувати у створення комфортних місць для глемпінгу, таких як наметові містечка, бунгало, дерев'яні будиночки та місця для відпочинку.

Сприяння сталому туризму: важливо розвивати глемпінг-місця з дотриманням екологічних та сталих туристичних практик. Наприклад, використовувати екологічно чисті матеріали, організовувати сортування суміші та збереження природних резерватів.

Захист навколишнього середовища: глемпінг-туризм спирається на близькість до природи. Україна повинна вирішити екологічні аспекти розвитку глемпінгу, враховуючи збереження та відновлення природи на місцях глемпінгу.

Залучення привабливих місць: Україна має багато чудових природних локацій, які можуть стати ідеальними місцями для глемпінгу. Важливо активно рекламувати ці місця та пропонувати різноманітні маршрути для мандрівників.

Безпека та зручності: забезпечення безпеки та комфорту гостей - це важливий аспект. Закордонний досвід може допомогти налагодити стандарти та правила, які забезпечують безпеку і задоволення гостей.

Співпраця з місцевими громадами: важливо взаємодіяти з місцевими громадами та підтримувати їхні інтереси при розвитку глемпінгу. Це може включати в себе партнерство з місцевими підприємствами та розвиток інфраструктури для гостей. Ресторани та кафе на місцевих глемпінг-комплексах можуть пропонувати страви з місцевих продуктів та напоїв.

Продаж та маркетинг: важливо активно просувати глемпінг-комплекси на ринку туризму, використовуючи інтернет-маркетинг, соціальні мережі та інші канали продажу.

Навчання та обмін досвідом: Україна може вивчати досвід інших країн у сфері глемпінгу та розробляти програми обміну досвідом з представниками цієї галузі. Уряд може надавати підтримку малим підприємствам, які бажають розвивати глемпінг-туризм.

За допомогою правильного підходу та врахування місцевих особливостей Україна може розвивати глемпінг-туризм як привабливий вид

відпочинку для туристів та сприяти розвитку туристичної інфраструктури в країні.

### 3.2 Пропозиції щодо усунення основних проблеми розвитку індустрії глемпінгу в Україні

В Україні є всі передумови для успішного розвитку глемпінгу, однак існує ряд проблем, які потребують вирішення.

Нині основною проблемою для розвитку туризму і, зокрема глемпінгу в Україні, є війна, що триває вже дев'ятий рік. Ракетні обстріли трапляються в усіх регіонах країни.

Існують й інші проблеми. До них, зокрема, належить новизна глемпінгу, який відсутній в наявних нормативно-правових документах. У законодавчій базі України таких слів, як «глемпінг» та «глемп» немає. Інколи глемп класифікується як туристичний намет. Це спричиняє непорозуміння між підприємцями та інспекторами. Коли інспектор бачить, що намет зареєстрований, але це справжня конструкція, хоч і легка, але досить велика порівняно з наметом, виникає певний дисонанс. І, як наслідок, створюється якась корупційна складова при прийнятті рішень контролюючими органами. Однак цю проблему можна вирішити. За приклад може правити досвід Кіпру. У 2021 році Саввас Пердіос, заступник міністра туризму на острові, пообіцяв, що в найближчі два роки уряд сприятиме розвитку лакшері- кемпінгів і готовий для цього внести зміни до законодавства. Слід розуміти, що новий формат туризму додасть соціальну складову частину, розширить можливості для місцевих підприємців, а також допоможе у створенні нових робочих місць. Таке підприємство має бути унікальним, незвичним та оригінальним і мати усі характеристики комфортного життя [48].

Глемпінг також потребує більшої уваги до охорони, адже часто локація не передбачає парканів – туристи хочуть відпочивати якнайближче до природи. Щоб зловмисники не прорізали шатро або геокупол і не викрали речі гостей, потрібно забезпечувати цілодобову охорону та за можливості обладнати територію камерами спостереження. Піклування про безпеку гостей має бути на першому місці.

Особливо гостро постає проблема логістики та доставки гостей на місце відпочинку, особливо у віддалені місця. Так як глемпінг передбачає відпочинок на природі, то зазвичай підприємства розміщуються у таких місцях, куди важко доїхати транспортним засобом. Зазвичай до глемпінгів від найближчої траси веде ґрунтова, ґрунтово-кам'яна дорога або ж взагалі лісиста місцевість. Ситуація погіршується під час затяжних дощів, снігопадів та весняних повеней. Тоді є висока ймовірність розмиття схилу, що несе небезпеку бути відрізнаним від цивілізації. Для усунення цих ризиків потрібні значні вкладення в побудову дороги, що веде до локації.

Пандемія COVID-19 справді сильно вплинула на глобальну туристичну галузь, включаючи ринок глемпінгу. Однак, з часом глемпінг став одним із сегментів, який відновився та навіть зріс у популярності після пандемії. Ось кілька ключових аспектів та подальшого відновлення глемпінгу:

- Збільшений інтерес до природи та відкритого повітря : у період пандемії багато людей відчули потребу у відкритому повітрі та природі як релаксації та відпочинку в безпечному середовищі. Глемпінг став ідеальним варіантом для тих, хто шукав спосіб втечі від міської заторної дійсності.
- Соціальне дистанціювання та безпека : глемпінг надає можливість розташовувати намети, що дозволяють дотримуватися соціального дистанціювання та забезпечити безпеку відпочинку.
- Споживачі більше цікавляться своїм здоров'ям : люди стали більш свідомими щодо свого здоров'я та фізичної активності. Глемпінг, який сприяє активному відпочинку з природою, став привабливим варіантом.

- Попит на ізоляцію та приватність : багато глемпінгових споруд дають можливість приватності та ізоляції. Це стало особливо популярним серед подорожуючих, які уникали загальних готелів і ресторанів.

- Швидка вакцинація та відновлення довіри до подорожей : зі зростанням швидкості вакцинації та посиленням епідеміологічної ситуації споживачі почали відновлювати довіру до подорожей, включаючи глемпінг.

- Руйнівний вплив на традиційні готелі та ресторани : пандемія призвела до значних втрат у традиційних готельних і гастрономічних галузях, що створило можливість для глемпінгу зайняти своє місце в ринковій структурі.

В цілому, глемпінг став вигідним варіантом для туристів.

Це підтверджується дослідженням 2021 року, що проводилося для вивчення поточного та майбутнього впливу COVID-19 на глемпінг. Було опитано 2926 активних мандрівників у США та Канаді. Респондентів запитували про плани подорожей до глемпінгів після COVID-19 та про плани подорожей до готелів/курортів для порівняння. Незалежні змінні, що представляють інтерес, включають досвід проживання у 2019 році, плани проживання на 2020 рік до COVID-19 та соціально-демографічні показники. Результати показали, що більш активні мандрівники планують подорожувати в глемпінги (45,9%) після COVID-19, ніж у готелі/курорти (24,7%). Активні мандрівники також повідомили про плани більш ніж удвічі більшої кількості глемпінг-подорожей після COVID-19, ніж вони здійснили у 2019 році (21,4%). Крім того, мандрівники повідомляють про на 16,0% більше планів поїздок в глемпінг після COVID-19, ніж до COVID-19. Відсоток планів поїздок до готелів/курортів після COVID-19 (24,7%) значно нижчий, ніж планів поїздок до готелів/курортів у 2019 році (35,5%) та планів поїздок до COVID-19 (40,2%) [37].

Висновки добре відображають привабливість глемпінгу як сегмента туристичного ринку. Тут кілька ключових аспектів:

- Збільшений інтерес до глемпінгу: глемпінг - це популярність, що сприяє його привабливості серед туристів.
- Популярність екотуризму та екопомешкань : глемпінг відповідає попиту на екологічно чисті та природні способи відпочинку, що важливо для сучасних подорожуючих.
- Споживачі віддають перевагу соціальному дистанціюванню : глемпінгові споруди, розташовані в природному середовищі, часто надають послугу приватність та можливість підтримувати соціальне дистанціювання.
- Відпочинок на свіжому повітрі та ближче до дому : глемпінг дозволяє людям відпочивати на свіжому повітрі та проводити відпустку ближче до свого дому, що може бути зручним та безпечним варіантом в умовах обмеження на подорожі.
- Досвід глемпінгу під час COVID-19 впливає на майбутні подорожі: позитивний досвід глемпінгу під час пандемії може вплинути на рішення споживачів про майбутні подорожі, тому вони залишаються більш впевненими в безпеці та комфорті цього виду відпочинку.

В цілому глемпінг має всі передумови для подальшого розвитку та залучення більшого числа туристів, особливо серед тих, хто цінує природу, комфорт та безпеку відпочинку.

Схоже дослідження проводилося і для США, де розглядається взаємозв'язок між COVID-19 та кемпінгом/глемпінгом. Вибірка респондентів, які нещодавно подорожували, була випадковим чином відібрана для чотирьох регіонів перепису населення Сполучених Штатів. Серед опитаних 36,3% та 34,8% скоріше або дуже хотіли б поїхати в наметовий табір та глемпінг, відповідно. Трохи більше тих, хто планує похід у 2020 році (38,6%), ніж тих, хто відпочивав у 2019 році (35,6%). Респонденти були переважно міленіалами (1981-1996 рр.) або представниками покоління X (1965-1980 рр.; 64,4%), 50,5% з доходами вище середнього, 74,3% білі/кавказькі, 52,7% зайняті повний робочий день і 58,8% ідентифікували себе як жінки. Результати були такі – недавні мандрівники, які бажають подорожувати в менш популярні місця, щоб

уникнути скупчення людей, в 1,81 рази частіше розглядають варіант наметового містечка. Нещодавні мандрівники, які мали плани на 2020 рік до COVID-19, в 1,83 рази частіше розглядають можливість глемпінгу. Для обох моделей значущими є лише досвід кемпінгу 2019 року та переповненість, причому досвід 2019 року дає найвищі співвідношення шансів (або ймовірність) для наметового кемпінгу та глемпінгу [38].

Зростання попиту на кемпінги, глемпінги та інші продукти, які пропонують споживачам свіже повітря, соціальну дистанцію та безпеку відпочинку, є цікавою тенденцією. Ось деякі ключові моменти:

- Збільшений попит на природні види відпочинку : безпека та соціальне дистанціювання стали масовими факторами для багатьох подорожуючих. Люди шукали способи відпочинку, щоб насолоджуватися природою та свіжим повітрям, не виходячи за межі соціальних норм.

- Зростання попиту на місце ближче до дому : збільшення переваги відпочинку в місцях, які знаходяться ближче до їхнього місця проживання, після цього зменшує ризик та вартість подорожчання на більшій відстані.

- Збільшений інтерес до альтернативних видів розміщення : глемпінг та альтернативні способи розміщення, такі як рекреаційні транспортні засоби, дають споживачам можливість одночасно переживати пригоди та зберегти соціальну дистанцію.

- Постачальники реагують на попит : компанії, що пропонують продукти та послуги для глемпінгу, розширюють свій асортимент, щоб задовольнити зростаючий попит. Це може включати розробку нових споруд, апгрейд наявних місць та розширення послуг.

- Витрати на відпочинок у місцях з природою : інвестори та підприємці розглядають можливості в індустрії глемпінгу, далі цей сектор виявляється перспективним з точки зору рентабельності та попиту.

Відповідно до цих тенденцій, глемпінг може залишитися популярним видом відпочинку. Споживачі все більше вбачають у своїй можливості насолоджуватися природою та відмінними умовами для відпочинку.

"У 2020 році, коли люди переключилися на внутрішні та автомобільні подорожі, це було чудово для нас", – сказав генеральний директор платформи для пошуку та бронювання автобудинків та караванів у США RVShare Джон Грей. "Ми задавалися питанням, чи зможемо ми перевершити це зростання, і ми це зробили. Ми продовжуємо спостерігати прискорення темпів зростання бізнесу, і в цьому році у нас був сильний ріст на тлі динамічного зростання в 2020 році" [39].

Нещодавнє опитування, проведене Wakefield Research для RVShare, показало, що 45% мандрівників включили автофургони в трійку основних типів житла, що на 13% більше в порівнянні з 2020 роком. Також було виявлено, що, плануючи відпустку на 2022 рік, половина мандрівників розглядають можливість активного відпочинку на природі [40].

Тобі О'Рурк, генеральний директор мережі приватних глемпінгів KOA, сказав, що компанія спостерігала "вибух" у бронюванні, який продовжує кидати виклик їх очікуванням. "Ми очікували уповільнення, оскільки діти повернулися до школи, а дорослі повернулися до офісів восени, але були здивовані продовженням зростання", – сказав О'Рурк, додавши, що бізнес після Дня праці зріс на 17% порівняно з минулим роком.

NipCamp, онлайн-маркетплейс для відпочинку на природі і кемпінгу, який включає в себе ряд кемпінгів, будиночків, юрт та інших альтернативних засобів розміщення, в даний час має вдвічі більше майбутніх бронювань, ніж в той же час в 2020 році. Засновниця і генеральний директор NipCamp Алісса Равазіо зазначає, що зараз вони перебувають в ситуації, коли їм потрібно створювати пропозицію в міру надходження замовлень. Вони звертаються до більшої кількості власників землі і працюють над створенням партнерських відносин з кемпінгами, щоб задовольнити інтерес. Компанія вважає, що споживачі відходять від бажання споживати так багато предметів і переходять до отримання значущих, унікальних, незабутніх вражень. У цьому разі індустрія туризму на природі займає прекрасну позицію, оскільки це може надати такий досвід. "Ми бачили стільки інтересу до будиночків на деревах,

що ми могли б додати мільйон будиночків на деревах, і всі вони були б заброньовані весь час. Я в цьому впевнена", – висловила думку Равазіо.

Компанії бачать, що бум подорожей на свіжому повітрі пов'язаний з кількома тенденціями. Зростання роботи на дому і "робочих місць" означає більшу гнучкість серед мандрівників, а також, при більш тривалому перебуванні, бажання тримати витрати під контролем. О'Рурк повідомив, що в КОА зростає кількість гостей, які працюють у своїх глемпінгах, і тепер вона каже франчайзі, що WiFi став скоріше комунальною послугою, а не розкішшю. Крім того, сім'ї звертаються до глемпінгів, щоб знову зібратися разом, при цьому шукаючи унікальний досвід, що сприяє зростанню незвичних засобів розміщення.

Туристичні компанії, такі як HipCamp, спостерігають сплеск інтересу до незвичайних помешкань, таких як будиночки на деревах та юрти. Тому, компанії, які міцно вкоренилися у відкритому туристичному просторі, і більш традиційні готельні компанії інвестують у ринок, що розширюється.

Компанія Margaritaville запустила власні глемпінги у вигляді будинків на колесах і розкішних кемпінгів у 2019 році. Тепер, після успіху перших двох кемпінгів Camp Margaritaville RV Resorts в Лейк-Лейнері, штат Джорджія, і Пайджін-Фордж, штат Теннессі, компанія планує відкрити від 30 до 50 кемпінгів протягом наступних п'яти років, причому п'ять об'єктів планується відкрити в 2022 році. На курортах розміщуються транспортні засоби для відпочинку, а також пропонуються кемпінги та каюти, і вони мають такі зручності, як парки для собак, дитячі майданчики, заклади харчування та живі розваги [40].

Оскільки ринок активного відпочинку продовжує розширюватися, компанії все більше переконуються в тому, що це зростання є довготривалим.

Проведення часу на природі, уповільнення темпу життя та поглиблення особистих зв'язків потрібні зараз як ніколи, і глемпінг став одним з небагатьох безпечних, веселих та захоплюючих способів зробити ці речі.

Важливо підкреслити, які чинники сприяють цій популярності:

- Відпочинок на природі : глемпінг надає можливість відпочивати на природі, що стає безпечним і приємним варіантом для туристів. Відпочинок на свіжому повітрі підвищення фізичного та психологічного здоров'я.
- Соціальна дистанція : глемпінг забезпечує більшу приватність і соціальну дистанцію між мандрівниками. Це дозволяє відчувати себе безпечно і зв'язувати близьких контактів з іншими гостями.
- Відпочинок : глемпінг пропонує можливість провести багато годин на свіжому повітрі та зайнятися активними видами відпочинку. Це особливо актуально для тих, хто прагне підтримувати активний спосіб життя.
- Особистий зв'язок і спілкування : глемпінг створює можливість для особистого зв'язку та спілкування. Можливість сидіти біля вогнища і розмовляти з іншими додає елементи соціальної взаємодії, які можуть бути цінним під час періоду обмеження та ізоляції.
- Спільний відпочинок : глемпінг може стати часом для зібрання родини чи друзів навколо одного великого вогнища або барбекю. Це дозволяє створити спільні спогади та заходи під час відпочинку.

Незважаючи на всі проблеми, підвищення популярності такого виду туризму як глемпінг й тенденція до екотуризму дають змогу констатувати збільшення попиту на відпочинок у природних умовах та розвиток нової глемпінг індустрії. І до тих пір, поки навколишнє середовище перебуватиме в тому стані, щоб приносити користь людині, таке явище, як глемпінг, буде існувати і розвиватися.

Головне, щоб цей розвиток відбувався відповідно до норм і правил, що забезпечують турботу про навколишнє середовище, її збереження та захист. Усі ці чинники сприяли популярності глемпінгу і допомогли йому залишитися популярним. Глемпінг відповідає тим, хто шукає безпечний, активний і зв'язаний з природою спосіб відпочинку.

### 3.3. Основні перспективи розвитку глемпінг - туризму в Україні

Фактори зручності та розкішного комфорту, які пропонують глемпінг, можуть дійсно сприяти його популярності серед тих, хто шукає більш комфортний спосіб провести час на природі. Прогноз зростання до 2028 року вказує на те, що ця галузь великий потенціал і може продовжувати привертати інвестиції та розвиватися.

Для підприємців та інвесторів, які вже або планують увійти в глемпінговий бізнес, важливо відзначити динаміку розуму ринку, потреби та очікування клієнтів. Також важливо слідкувати за нововведеннями у сфері глемпінгу, щоб залишитися конкурентоспроможними і привернути більше клієнтів.

Загальний зріст продаж його на 13,3% щороку про великий інтерес до глемпінгу та позитивну перспективу.

Про розвиток і перспективність даного напрямку свідчить наявність уже 4 компаній-виробників глемпів в Україні.

Одна з них – Glamping.ua – українська компанія, яка з 2018 року розробляє та реалізовує повноцінні рішення для глемпінгів, починаючи з інженерної конструкції та закінчуючи дизайнерським оформленням. У каталозі наведено 3 варіанти глемпів - family, safari та геокуполи. За 4 роки існування з глемпами цієї компанії відкрилися 19 глемпінг-містечок, таких як Royal Camping, Шишкінн, Кози та матроси і Glamp Camp. Компанія використовує інноваційні технології віртуальної реальності, завдяки яким можна відвідати віртуальну прогулянку одним із вражаючих глемпінгів України - Royal Glamping і купити в інтернет-магазині глемпи, як у цьому 3д-турі [50].

Компанія Ecorod – будує нестандартні, надійні, геодезичні куполи різноманітного призначення і також пропонує дизайн, реалізацію, монтаж і супровід проєктів глемпінгу. ECOPOD - це сімейна компанія, яка першими на

українському ринку створила моно виробництво повного циклу, що спеціалізується на геодезичних структурах і комплектуючих. Автоматичний розкрій мембрани і внутрішньої тканини, пайка швів на єдиному в Україні ТВЧ станку компанії Frosstrom, суворий контроль якості комплектуючих куполів виводить компанію в лідери своєї справи. Їхня місія — створювати якісний продукт для людей та навколишнього середовища, не пошкоджуючи та не руйнуючи його. У каталозі наведено 6 варіантів глемпів – Privat Geodome (для житлового використання в приватних та комерційних цілях), Public Geodome (для використання у громадських та комерційних проєктах), Event Geodome (для великих приватних, громадських та комерційних заходів), Premium Geodome (геодезичні куполи з покращеною герметичністю та автономністю внутрішнього мікроклімату), Flower Dome та Oracle (для приватного використання) (рис. 3.3). Компанія успішно функціонує на українському ринку уже 3 роки, за які виконала 81 проєкт та побудувала 350 геокуполів. Їхні глемпи використовуються у таких глемпінг-містечках як Mandra Hill, MNMLST Glamping, Sky Pod, GM Eco Bubble Hotel та інші [51].

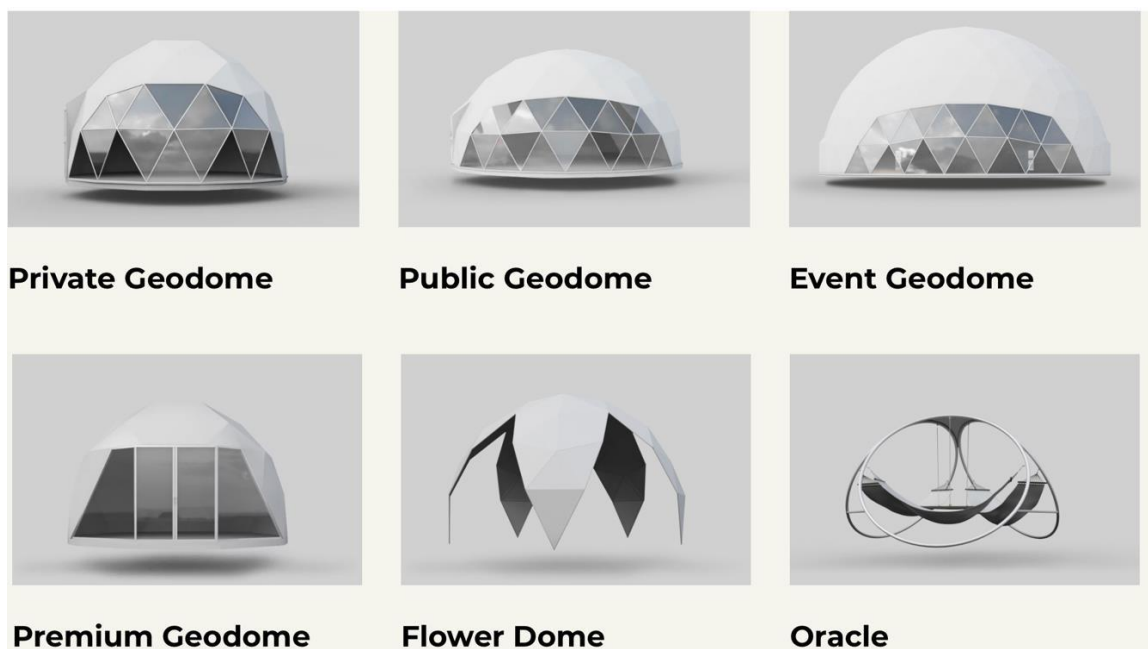


Рис. 3.3. Варіанти глемпів, які надає компанія ЕкоPod

Джерело: [51]

Компанія Luxtent створює стильні та функціональні швидкобудуючі намети різної форми. У їхню сферу діяльності входить не тільки продаж і виробництво тентів, а також надання послуг оренди наметів для самих різних цілей: від організації весіль, корпоративів та випускних до проведення змагань з різних видів спорту та обладнання трас для картингу. Компанія надає такі моделі конструкцій для глемпінгу

EcoDome (особливість полягає у сферичному каркасі, виконаному з клеєного бруса), GeoDome (завдяки каркасу із полегшеного алюмінію можливе швидше виробництво та монтаж), EcoChalet (це конструкція із клеєного бруса у формі квадросфери, що відмінно підійде для організації зони харчування, адміністративної будівлі, ресепшена, майданчика для заходів та багато іншого) [52].

Onuka Glamp – наймолодший український виробник куполів для глемпінгу. Їхні геокуполи виробляються з дерева і мають ряд переваг від куполів, які привозять з Китаю чи виробляють з трубок: досконала система утеплення з вентиляційним зазором, що неможливо в каркасі з трубок, де утеплювач притискається трубками до тенту, що приводить до замокання; естетичність, міцність каркасу; екологічність; вдвічі більший термін експлуатації каркасу; комфортне використання взимку, адже витримують до -30 градусів. Поки що компанія пропонує один вид глемпів різної площі – купол Onuka [53].

Компанія Sun Space – це молода команда еко-інтузіастів з великою, спільною метою – розвивати еко-туризм в Україні та покращити його рівень до міжнародних стандартів. Вони створюють міжнародну мережу глемпінг-готелів, з можливістю швидкого запуску в будь-якій точці світу, без капітального будівництва. Компанія підбирає мальовничі та унікальні локації, для людей, що так само як і вони люблять природу та надають перевагу якісному обслуговуванню, комфорту та сучасним технологіям. Для розміщення їхньої першої локації була обрана Бакота, де вже активно розвивається проєкт Bakota eco resort [54].

## Процес організації глемпінг турів

### Як відкрити глемпінг?

Розташування зумовить розвиток - від нього залежить обсяг витрат, і позиціонування для цільової аудиторії. За якими критеріями оцінюватиме локацію:

1. Навколишній ландшафт. Наскільки природа мальовнича та приваблива для туристів. Що в історії цих місць може привабити гостей? Цікаві факти можна включити до маркетингового плану та активно просувати в офіційних каналах - сайті та соцмережах.

2. Під'їзди та транспортна доступність. Оцінюйте з точки зору монтажу об'єктів та подальшої експлуатації. Якщо глемпінг працюватиме цілий рік, наскільки зручно до нього можна дістатися взимку?

3. Відстань від міст і близькість до популярних туристичних маршрутів. Якщо локація розташована близько до міста - гості приїжджатимуть на уїк-енд. Здебільшого діставатимуться власним транспортом – наскільки легко вони зможуть знайти глемпінг?

4. Доступ до комунікацій. За їх відсутності глемпінг може працювати автономно. Забезпечить усіма благами цивілізації: електрикою, чистою водою, організує збирання стічних водоточень.

Тобто, для того щоб відкрити глемпінг потрібно продумати всі нюанси до дрібниць, для того щоб туристи, які подорожують відчували себе на відпочинку як вдома.

Для того, щоб запустити глемпінг в експлуатацію, потрібно укомплектувати будиночки всім необхідним для комфортного проживання гостей. Бажано займатися постачанням модулів паралельно з етапом їх монтажу. Комплектація житлового модуля передбачає пошук функціональних від меблів до текстилю та декоративних рішень від килимків до пляшечок шампуню. До речі, витратні матеріали у вигляді халатів, тапочок, рідкого мила слід заздалегідь прорахувати і докуповувати.

Технічне обладнання кухні вирішується на етапі складання бізнес-плану проєкту. Його можна як купити, так і взяти в оренду. Залежно від концепції проєкту змінюється набір техніки.

Кожному глемпінгу необхідно подумати про обробку території від кліщів піретроїдами. Першу обробку ділянки слід намітити відразу після сходу снігу. Наступні проводяться протягом усього теплого періоду. Не забувайте про профілактику: своєчасно вивозить сміття та підстригайте траву.

Для ведення комерційної діяльності юридичні особи мають право згідно із законом відкрити розрахунковий рахунок у банку. Розрахунковий рахунок необхідний для виплати зарплат працівникам, контрагентам, здійснення банківських переказів, а найголовніше – сплати податків. [8]

В Одеській області, особливо вздовж Чорноморського узбережжя, є кілька місць, де можна знайти глемпінги та розкішні наметові комплекси для відпочинку. Ось кілька місць, де ви можете знайти глемпінги на Одещині:

Затока: Затока є популярним морським курортом, де можна знайти різноманітні наметові комплекси та глемпінги, які пропонують комфортний відпочинок біля моря.

Кароліно-Бугаз - це невелике місце поруч із Затокою, де також розташовані глемпінги зі зручностями.

Курорт Одеса: в м. Одесі є кілька готелів та комплексів з глемпінг-наметами, розташованими в мальовничих місцях біля моря.

Очаків - це невелике узбережжя на південному заході Одеської області, де можна знайти глемпінг-комплекси для відпочинку в природі.

Тилігул: цей невеликий мис на березі Чорного моря пропонує також варіанти глемпінгу та розкішних наметів.

Перед бронюванням глемпінгу слід перевірити наявність і умови бронювання. Також слід пам'ятати, що попит на глемпінг може варіюватися в залежності від сезону, тому робити бронювання завчасно.

Розглянемо основні перспективи розвитку глемпінг - туризму в Україні, які представлено в табл. 3.1.

Таблиця 3.1

## Основні перспективи розвитку глемпінг - туризму в Україні

Напрями	Основні перспективи розвитку глемпінг - туризму
Нормативне регулювання	розробка та впровадження чітких нормативів та правил для глемпінг-послуг може створити сприятливе середовище для розвитку індустрії. Вони повинні отримати екологічні та безпечні стандарти для збереження природи та безпеки гостей. Створення чіткого та сприятливого правового середовища для глемпінг-індустрії є аспектом виробництва. Важливо розробити нормативні акти, які пропонують правила та вимоги для глемпінгу-комплексів, забезпечують земельні ділянки для глемпінгу та регулюють екологічні стандарти.
Інфраструктура	влада та підприємство повинні інвестувати в розвиток глемпінгу та інфраструктури для комфортного перебування гостей. Це включає в себе будівництво туалетів, душів, кухонь, столових та зон для відпочинку. Розробка маршрутів для піших прогулянок, велосипедних трас, ділянок для плавання, спортивних майданчиків і гарних кухонь може покращити загальний досвід глемпінгу.
Охорона природи	глемпінг-місця повинні бути розташовані з урахуванням охорони природного середовища. Важливо розвивати їх, дотримуючись екологічних стандартів і сприяти сталому туризму.
Підтримка малого бізнесу	уряд може надавати фінансову підтримку та податкові пільги для розвитку малих підприємств, які працюють у глемпінг-індустрії.
Професійна підготовка	навчання та професійна підготовка працівників глемпінг-комплексів щодо обслуговування та стандартів гостинності може підвищити якість обслуговування. Туристичні працівники, власники глемпінг-комплексів та персонал повинні бути навчені щодо кращих практик у галузі глемпінгу, включаючи екологічну свідомість, обслуговування гостей та безпеку.
Реклама та маркетинг	проведення інформаційних умов для просування глемпінг-місць серед туристів та відпочиваючих може збільшити популярність цього виду туризму. Туристичні агентства, веб-сайти, соціальні мережі та інші маркетингові платформи можуть бути використані для залучення уваги та збільшення обсягів бронювання.
Партнерство з місцевими органами	співпраця з місцевими владами та громадами може допомогти вирішити логістичні питання та забезпечити взаємодію зі спільнотою. Поширення глемпінгу може стати стимулом для розвитку туристичних регіонів за межами популярних туристичних місць.
Безпека гостей	забезпечення безпеки гостей у глемпінг-комплексах є великим аспектом розвитку цієї індустрії.
Прозорість, ціна	важливо надавати інформацію про ціну на глемпінг-послуги, щоб уникнути непорозумінь.
Співпраця з місцевими підприємцями	залучення місцевих підприємців до надання продуктів та послуг для гостей глемпінг-комплексів може збільшити місцевий внесок у цю галузь.

Узагальнюючи, розвиток глемпінгу в Україні потребує комплексного підходу, сприятливого регулювання та співпраці між владою, бізнесом та громадськістю.

На Одещині є кілька місць, де ви можете знайти глемпінг-комплекси для відпочинку на природі. Нижче наведені деякі з них:

Глемпінг "White House Camp" - розташований у селищі Затока, цей комплекс пропонує намети, бунгало та розкішні номери для глемпінгу. Можете насолоджуватися близькістю до моря та природи.

Глемпінг "Теркельтаубл" - цей глемпінг-комплекс знаходиться біля села Кароліно-Бугаз і включає дерев'яні будиночки, намети та зручності для гостей.

Глемпінг "Velvet" - розташований в Одесі біля міського пляжу "Ланжерон", цей глемпінг-комплекс надає комфортні намети для гостей, які хочуть об'єднати відпочинок на природі та близькості до міського життя.

Доступність і умови можуть змінюватися у відношенні від сезону та комплексу.

Пропонуємо побудувати глемпінг «Горизонти Курортного» для відпочинку на природі в с. Курортне (рис. 3.4 та 3.5). Село Курортне розташоване в Білгород-Дністровському районі Одеської області. Це маленьке село, розташоване на березі Чорного моря, в південній частині країни. Ця місцевість славиться своєю привабливою природною красою, розташувались на берегах Буджацького лиману та Чорного моря, що робить його прекрасним місцем для відпочинку.

Село Курортне має неймовірно мальовничий ландшафт, розташоване на берегах моря та Буджацького лиману. Піщані пляжі та прекрасні види роблять цю місцевість ідеальною для тих, хто цінує природу та морську атмосферу. Курортне має помірно-континентальний клімат з теплими літами та помірними зимами, що робить його привабливим місцем для відпочинку.

Завдяки своєму географічному положенню, село Курортне є популярним місцем для літнього відпочинку. Чорне море надає можливості для пляжного відпочинку, плавання та водних видів спорту.

Буджацький лиман славиться своїми лікувальними грязями. Можна відпочивати та одночасно покращити своє здоров'я.

Серед туристичних атракцій можна виділити Курортну променад, де можна прогулюватися і насолоджуватися морськими краєвидами. Також поблизу розташовані історичні об'єкти, такі як фортеця Білгород-Дністровська та інші. Село пропонує різноманітні види розваг та розваг для туристів, включаючи екскурсії, спортивні види, водні види спорту, а також спостереження за птахами та природою.

Село Курортне розвивається як туристичний центр, і тому тут можна знайти готелі, гостьові будинки, ресторани та інші заклади, які спрямовані на забезпечення комфорту гостей.

Іншою привабливістю Курортного є розташування біля національного природного парку «Тузлівські лимани», де можна зустріти різноманітні види флори та фауни.

Загалом, село Курортне є чудовим вибором для тих, хто бажає поєднати відпочинок на морі з природною красою та лікувальними можливостями.

Село Курортне - це місце, де можна поєднати відпочинок на березі Чорного моря з можливістю активного відпочинку та спостереження за природою. Ця прибережна локація стала популярним місцем для туристів та відпочиваючих, які цінують природну красу та морські види.



Рис. 3.4. Проєкт глемпів «Горизонти Курортного»



Рис. 3.5. Дизайн розташування глемпів «Горизонти Курортного» в с.Курортне Б – Дністровського району Одеської області

Втілюючи ідею у життя, звернемося до компанії <https://glamping.ua/> [49], для побудови глемпу «Горизонти Курортного» на території готельно-рекреаційного комплексу «Романтика» (ТОВ «Ассоль»). На вигляд глемпи «Горизонти Курортного» більше будуть схожі на невеликі будиночки. Вони матимуть дерев'яну підлогу, всередині – ліжко, тумбочки, настільні лампи і килимки.

На території є три глемпи, в яких може жити одночасно 7 людей. Є санвузли, з душем і умивальником для кожного глемпу.

Глемпи повністю укомплектовані меблями, декором і посудом буде коштувати від 6 до 8 тисяч доларів.

Для того, щоб зупинитися, треба заплатити за один глемп від 3000 до 5000 гривень за добу в залежності від обраного глемпу «Горизонти Курортного»: обладнання, рівня комфорту та площі глемпу. Ціни також можуть змінюватися в залежності від сезону.

В глемпі «Горизонти Курортного» є:

### Глемп №1 «Оазис Курортного»

- Розмір 30 кв. м.
- Велике двоспальне ліжко
- Санвузол з усіма необхідними засобами догляду та гігієни
- Кухня з електричною плиткою, чайником та кавоваркою
- Проектор з екраном
- Фільтрована вода
- Кондиціонування
- Тераса з шезлонгами
- WI-FI

### Глемп №2 «Курортне відкривайте для себе»

- Площа 40 кв. м.
- Велике двоспальне ліжко
- Санвузол з усіма необхідними засобами догляду та гігієни
- Проектор з екраном
- Кухня с електричною плиткою, чайником, кавоваркою та мікрохвильовою піччю
- Чай, кава, та декілька особливих подарунків
- Фільтрована вода
- Кондиціонування
- Тераса з шезлонгами
- WI-FI

### Глемп №3 "Глемпінг з видом на море"

- Площа 40 кв. м.
- Велике двоспальне ліжко
- Санвузол з усіма необхідними засобами догляду та гігієни
- Проектор з екраном

- Кухня с електричною плиткою, чайником, кавоваркою та мікрохвильовою піччю
- Чай, кава, та декілька особливих подарунків
- Спальне місце для дитини
- Фільтрована вода
- Кондиціонування
- Тераса з шезлонгами
- WI-FI

Таблиця 3.2

Фінансові показники від використання глемпів «Горизонти Курортного»

Показники	Глемп №1 «Оазис Курортного»	Глемп №2 «Курортне відкривайте для себе»	Глемп №3 «Глемпінг з видом на море»	Всього
Вартість глемпу, тис.грн	240	280	320	840
Завантаженість глемпів, %	60	60	60	60
Тривалість перебування, днів	108	108	108	324
Вартість перебування за 1 день, грн.	3000	4000	5000	4000
Виручка від перебування за сезон, тис. грн	324	432	540	1296
Валовий прибуток від проекту за сезон, тис.грн.	84	152	220	456
Витрати на утримання за сезон, тис.грн.	80	140	190	410
Чистий прибуток від проекту, тис. грн.	4	12	30	46
Норма доходності проекту, %	5,00	8,57	15,79	11,22

У глемпінгу «Горизонти Курортного» працюватимуть один адміністратор, один нічний охоронець і одна покоївка. Гостей цікавить спокійний відпочинок на природі.

Жити можна буде приблизно з 15 квітня до 15 жовтня (180 днів).

60% середня заповненість глемпінгів у перший сезон.

325 гостей в глемпінгу на 3 глемпи за 6 місяці.

456 тис. грн. валовий прибуток від проєкту за сезон.

46 тис. грн. чистий прибуток від проєкту за сезон.

Про перспективність глемпінгу як готельного бізнесу передусім свідчать економічні розрахунки, які наводяться у статті «Глемпінг як бізнес-ідея в Україні: основні переваги» [49], де зазначається: «попередні розрахунки показують, що комплекс з 10 глемпів при 60% заповнюваності може генерувати 1,86 млн грн прибутку на рік і окупитися за 2-3 роки».

У статті «Як заробити на туризмі навіть у пандемію: ідея для бізнесу» Андрій Родкін – співзасновник Glamping UA розповідає про такі середні розрахунки компаній глемпінгів, які відкривалися в партнерстві з ними: середня заповненість глемпінгів уже в перший сезон – 80%, 330 гостей у глемпінгу на вісім шатрів усього лише за два місяці, 360 тис. грн/міс – середній дохід у високий сезон (липень – серпень), повернення інвестицій у залучення клієнтів протягом першого місяця – 220%, 65% проєктів, запущених минулого року, уже вийшли на точку беззбитковості. [55].

Глемпінг «Горизонти Курортного» створений для затишку та повного емоційного відпочинку і відновлення. Читати книгу біля моря або лиману, проводити чайну церемонію для близьких або послухати шум хвиль - все це про наше місце. Гості можуть готувати улюблені ВВQ-страви, і вечеряти з видом на море на своїй терасі або ж у спільній обідній зоні.

Наповнюваність програми перебування в глемпах «Горизонти Курортного»:

Зустріч учасників на території глемпінгу та розселення.

Розміщення в глемпінгу, розташованому на березі моря та лиману.

Вільний час для купання в Чорному морі та Буджацькому лимані, пляжних ігор, читання книги на березі моря, йога, медитація на березі моря, рибалка, прогулянки по с. Курортне, відвідування маяку.

Вечеря на свіжому повітрі біля багаття.

Пікнік на природі біля моря.

Серед додаткових послуг:

- Місце для багаття
- Мангал.

Серед додаткових платних послуг:

- Фотосесія;
- Велопогулянки;
- Відвідування Національного природного парку «Тузловський лиман»;
- Відвідування Б-Дністровської фортеці;
- Доставка їжі від персоналу, якщо це необхідно.

Просування програми перебування в глемпах «Горизонти Курортного»:

1. запросити пожити блогерів, які зможуть розповісти про локацію у своїх соцмережах;
2. реклами блогерів, таргетована реклама;
3. соціальні мережі безкоштовні інструменти: рілс, сторіс, відмітки;
4. інтернет-сайт та інші маркетингові інструменти.

Висновки до 3 розділу

Глемпінг справді набуває популярності і швидко розвивається. Досягнення розміру ринку в 2,3 млрд. США в 2020 році та очікується зростання до 5,9 млрд. доларів США до 2028 року свідчать про значний ризик і попит на глемпінгові послуги.

Цей ріст може бути зумовлений декількома факторами:

- Комфорт та розкош: глемпінг пропонує комфортабельні умови проживання, які приваблюють тих, хто хоче насолодитися природою, але не хоче відмовлятися від зручностей.
- Тренд на екологію: глемпінг часто співпадає з інтересом до природи та стійкості. Він дозволяє людям зберігати природні ресурси та насолоджуватися природною красою.
- Пошук унікальних досвідів: глемпінг може надати унікальні враження від подорожі, особливо завдяки іншим розміщенням і дизайну глемпінгових місць.
- Соціальні медіа та інфлюенсери: зображення та рекомендації від інфлюенсерів у соціальних медіа можуть збільшити популярність глемпінгу серед молоді.
- Розвиток інфраструктури: зростання інфраструктури глемпінгу може зробити цей вид відпочинку більш доступним для багатьох.

Пропонуємо побудувати глемпінги «Горизонти Курортного» для відпочинку на природі в с. Курортне Білгород-Дністровського району Одеської області.

Втілюючи ідею у життя, звернемося до компанії <https://glamping.ua/>, для побудови глемпів. На вигляд глемпи більше схожі на невеликі будиночки. Вони мають дерев'яну підлогу, всередині – ліжко, тумбочки, настільні лампи і килимки. На території є три глемпи, в яких може жити одночасно 7 людей. Є санвузли, з душем і умивальником для кожного глемпу.

Глемп повністю укомплектований меблями, декором і посудом буде коштувати від 6 до 8 тисяч доларів. Для того, щоб зупинитися, треба заплатити за один глемп від 2500 до 5000 гривень за добу в залежності від обраного глемпу «Горизонти Курортного»: обладнання, рівня комфорту та площі глемпу. Ціни також можуть змінюватися в залежності від сезону.

В глемпі «Горизонти Курортного» є:

Глемп №1 «Оазис Курортного» - розмір 30 кв. м., велике двоспальне ліжко, санвузол з усіма необхідними засобами догляду та гігієни, кухня з

електричною плиткою, чайником та кавоваркою, проектор з екраном, фільтрована вода, кондиціонування, тераса з шезлонгами, WI-FI.

Глемп №2 «Курортне відкривайте для себе» - площа 40 кв. м. і вся наповнюваність як Глемп №1 «Оазис Курортного».

Глемп №3 "Глемпінг з видом на море" – вся наповнюваність як Глемп №2 «Курортне відкривайте для себе», тільки є спальне місце для дитини.

У глемпінгу «Горизонти Курортного» працюватимуть один адміністратор, один нічний охоронець і одна покоївка. Гостей цікавить спокійний відпочинок на природі.

Жити можна буде приблизно з 15 квітня до 15 жовтня (180 днів).

60% середня заповненість глемпінгів у перший сезон.

325 гостей в глемпінгу на 3 глемпи за 6 місяці.

456 тис. грн. валовий прибуток від проекту за сезон.

46 тис.грн. чистий прибуток від проекту за сезон.

Глемпінг «Горизонти Курортного» створений для затишку та повного емоційного відпочинку і відновлення. Читати книгу біля моря або лиману, проводити чайну церемонію для близьких або послухати шум хвиль - все це про наше місце. Гості можуть готувати улюблені BBQ-страви, і вечеряти з видом на море на своїй терасі або ж у спільній обідній зоні.

Наповнюваність програми перебування в глемпах «Горизонти Курортного»:

- Зустріч учасників на території глемпінгу та розселення.
- Розміщення в глемпінгу, розташованому на березі моря та лиману.
- Вільний час для купання в Чорному морі та Буджацькому лимані, пляжних ігор, читання книги на березі моря, йога, медитація на березі моря, рибалка, прогулянки по с. Курортне, відвідування маяку.

- Вечеря на свіжому повітрі біля багаття.

- Пікнік на природі біля моря.

Серед додаткових послуг:

- Місце для багаття

- Мангал.

Серед додаткових платних послуг:

- Фотосесія;
- Велопрогулянки;
- Відвідування Національного природного парку «Тузловський лиман»;
- Відвідування Б-Дністровської фортеці;
- Доставка їжі від персоналу, якщо це необхідно.

Просування програми перебування в глемпах «Горизонти Курортного»:

1. запросити пожити блогерів, які зможуть розповісти про локацію у своїх соцмережах;
2. реклами блогерів, таргетована реклама;
3. соціальні мережі безкоштовні інструменти: рілс, сторіс, відмітки;
4. інтернет-сайт та інші маркетингові інструменти.

За таких умов можна очікувати, що глемпінг продовжуватиме зростати як галузь туризму та стати однією з популярних форм відпочинку для різних вікових груп.

## ВИСНОВКИ

Глемпінг-туризм – це форма екологічного туризму, що має комфортні умови готелю високого рівня і при цьому зберігає відчуття проживання наодинці з природою.

Глемпінг є сучасною і більш гламурною альтернативою традиційному кемпінгу, оскільки він пропонує більше зручностей та розкоші для гостей. Споживачами глемпінгу часто стають молоді та освічені подорожуючі з вищим рівнем доходу, які цінують комфорт і природні враження.

Основна ідея глемпінгу полягає в тому, щоб надати гостям можливість насолоджуватися природою, не віддаляючись від цивілізації занадто далеко, і ця концепція дійсно приваблює багатьох подорожуючих сьогодні.

Незважаючи на те, що глемпінг є відносно новим видом туризму, його історія сягає ще за 10 тис. років до н. е. З роками цей вид розміщення розвивався та поширювався по всьому світу. Нині у світі для вибагливих туристів є намети на будь-який смак, а саме: трейлери, каюти, куби та поди, куполи, сафарі- та белл-тенти, тіпі, будиночки на деревах, будинки на скелях чи вершинах гір, юрти.

Глемпінг стає все більш популярним як у США, так і в Європі, і це відображається в статистичних даних та зростанні кількості локацій та компаній, які пропонують глемпінговий відпочинок.

У США Under Canvas, Autocamp і Collective Retreats є серед найбільш впливових компаній, які надають глемпінг-послуги. Вони розташовані в найкрасивіших місцях, поблизу національних парків та природних пам'яток, і пропонують комфортні умови для туристів, які шукають зв'язку з природою та розкішний відпочинок на свіжому повітрі.

В Європі кількість глемпінгових локацій також швидко зростає. Великобританія, Німеччина, Франція, Іспанія, Італія та Словенія є популярними країнами для глемпінгу, і вони пропонують різні унікальні

глемпінги-варіанти. Проєкт Glamping Hub допоможе туристам знайти різноманітні місця для глемпінгу в Європі та по всьому світу.

Різнманітний вибір локацій та зростання популярності глемпінгу свідчити про те, що багато людей шукають спосіб об'єднати комфорт та природу у свій відпочинок, особливо під час постпандемічного періоду, коли більше людей прагнуть більше часу проводити на свіжому повітрі та вдалині від натовпів.

В Україні глемпінг розвивається та заробляє популярність, особливо в різних областях, від Карпат до Одеси. Ця нова форма відпочинку швидко знаходить свою аудиторію серед тих, хто шукає комфортабельні, але близькі до природи варіанти відпочинку.

Серед найпопулярніших глемпінг-локацій в Україні є Mandra в Одеській, Черкаській, Херсонській та Закарпатській областях, Minimalist Glamping в Одеській області, глемпінг на базі МС6 та Stodola Camp у Львівській області, Gm Eco Bubble в Івано-Франківській області, Шалаш Глемпінг в Житомирській області, ROYAL glamping, ЗатиШье та Шатро в Київській області - це різноманітні варіанти для туристів, які шукають особливий і незабутній відпочинок в Україні.

Назви глемпінгів у різних місцях України вибирають різні види глемпінг-відпочинку, від наметів та бунгало до екологічних бульбашок та незвичайних будівель. Кожен з них має свою неповторну атмосферу та особливості.

Це розвиток інтересу до екологічного відпочинку в Україні та може стати популярним напрямком для подорожей та відпочинку в майбутньому.

З розвитком і популяризацією глемпінгу в Україні можна очікувати подальшого зростання кількості глемпінг-локацій та розширення їх асортименту для задоволення різних смаків та потреб туристів. Це також може сприяти розвитку туристичної галузі в Україні та приверненню більшої кількості міжнародних і внутрішніх туристів.

Глемпінг справді набуває популярності і швидко розвивається. Досягнення розміру ринку в 2,3 млрд. США в 2020 році та очікується зростання до 5,9 млрд. доларів США до 2028 року свідчать про значний ризик і попит на глемпінгові послуги.

Цей ріст може бути зумовлений декількома факторами:

- Комфорт та розкош: глемпінг пропонує комфортабельні умови проживання, які приваблюють тих, хто хоче насолодитися природою, але не хоче відмовлятися від зручностей.
- Тренд на екологію: глемпінг часто співпадає з інтересом до природи та стійкості. Він дозволяє людям зберігати природні ресурси та насолоджуватися природною красою.
- Пошук унікальних досвідів: глемпінг може надати унікальні враження від подорожі, особливо завдяки іншим розміщенням і дизайну глемпінгових місць.
- Соціальні медіа та інфлюенсери: зображення та рекомендації від інфлюенсерів у соціальних медіа можуть збільшити популярність глемпінгу серед молоді.
- Розвиток інфраструктури: зростання інфраструктури глемпінгу може зробити цей вид відпочинку більш доступним для багатьох.

Пропонуємо побудувати глемпінги «Горизонти Курортного» для відпочинку на природі в с. Курортне Білгород-Дністровського району Одеської області.

Втілюючи ідею у життя, звернемося до компанії <https://glamping.ua/>, для побудови глемпів. На вигляд глемпи більше схожі на невеликі будиночки. Вони мають дерев'яну підлогу, всередині – ліжко, тумбочки, настільні лампи і килимки. На території є три глемпи, в яких може жити одночасно 7 людей. Є санвузли, з душем і умивальником для кожного глемпу.

Глемп повністю укомплектований меблями, декором і посудом буде коштувати від 6 до 8 тисяч доларів. Для того, щоб зупинитися, треба заплатити за один глемп від 2500 до 5000 гривень за добу в залежності від обраного

глемпу «Горизонти Курортного»: обладнання, рівня комфорту та площі глемпу. Ціни також можуть змінюватися в залежності від сезону.

В глемпі «Горизонти Курортного» є:

Глемп №1 «Оазис Курортного» - розмір 30 кв. м., велике двоспальне ліжко, санвузол з усіма необхідними засобами догляду та гігієни, кухня з електричною плиткою, чайником та кавоваркою, проектор з екраном, фільтрована вода, кондиціонування, тераса з шезлонгами, WI-FI.

Глемп №2 «Курортне відкривайте для себе» - площа 40 кв. м. і вся наповнюваність як Глемп №1 «Оазис Курортного».

Глемп №3 "Глемпінг з видом на море" – вся наповнюваність як Глемп №2 «Курортне відкривайте для себе», тільки є спальне місце для дитини.

У глемпінгу «Горизонти Курортного» працюватимуть один адміністратор, один нічний охоронець і одна покоївка. Гостей цікавить спокійний відпочинок на природі.

Глемпінг «Горизонти Курортного» створений для затишку та повного емоційного відпочинку і відновлення. Читати книгу біля моря або лиману, проводити чайну церемонію для близьких або послухати шум хвиль - все це про наше місце. Гості можуть готувати улюблені BBQ-страви, і вечеряти з видом на море на своїй терасі або ж у спільній обідній зоні.

Наповнюваність програми перебування в глемпах «Горизонти Курортного»:

- Зустріч учасників на території глемпінгу та розселення.
- Розміщення в глемпінгу, розташованому на березі моря та лиману.
- Вільний час для купання в Чорному морі та Буджацькому лимані, пляжних ігор, читання книги на березі моря, йога, медитація на березі моря, рибалка, прогулянки по с. Курортне, відвідування маяку.

- Вечеря на свіжому повітрі біля багаття.

- Пікнік на природі біля моря.

Серед додаткових послуг:

- Місце для багаття

- Мангал.

Серед додаткових платних послуг:

- Фотосесія;
- Велопрогулянки;
- Відвідування Національного природного парку «Тузловський лиман»;
- Відвідування Б-Дністровської фортеці;
- Доставка їжі від персоналу, якщо це необхідно.

Просування програми перебування в глемпах «Горизонти Курортного»:

1. запросити пожити блогерів, які зможуть розповісти про локацію у своїх соцмережах;
2. реклами блогерів, таргетована реклама;
3. соціальні мережі безкоштовні інструменти: рілс, сторіс, відмітки;
4. інтернет-сайт та інші маркетингові інструменти.

За таких умов можна очікувати, що глемпінг продовжуватиме зростати як галузь туризму та стати однією з популярних форм відпочинку для різних вікових груп.

Підсумовуючи, можна зазначити, що потенціал України багатий на туристичні ресурси та потужну природно-реабілітаційну базу, з низкою цікавих об'єктів історико-культурної спадщини, якими можемо пишатись. В багатьох містах завдяки різним об'єднанням та спонсорам інфраструктура стає більш адаптованою для туристів, але для розвитку глемпінг - туризму цього замало.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Давиденко І.В. Глемпінг як перспективна форма розвитку екотуризму. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2017. Вип. 26. С. 10–13. URL: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2017/26-1-2017/4.pdf>
2. Вишневський В.І. Екологічний туризм. Навч. посібник / В.І. Вишневський. – К.: Інтерпрес ЛТД, 2015. – 140 с. URL: <https://docplayer.net/60405431-V-i-vishnevskiy-ekologichniy-turizm-navchalniy-posibnik.html>
3. Смолій В.А., Федорченко В.К., Цибух В.І. Енциклопедичний словник-довідник з туризму. К.: Видавничий дім «Слово», 2006. 372 с. URL: <https://leksika.com.ua/turizm/>
4. Покоłodна М.М., Полчанінова І.Л., Рябєв А.А. Глемпінг як перспективний різновид туризму та готельного бізнесу. Бізнес Інформ. 2021. № 6. С. 157–169.
5. The History Behind Teepee Dwellings. Teepee Joy: website. URL: <https://blog.teepeejoy.com/teepee-history/>
6. Зарихта Д. А. Глемпінг: перспективи розвитку в Україні. IV Міжнародна студентська науково-технічна конференція "Природничі та гуманітарні науки. Актуальні питання". 2021. С. 251-252. URL: [http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/36130/2/MSNTK\\_2021\\_Zarykhta\\_DGIemping\\_development\\_prospects\\_251-252.pdf](http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/36130/2/MSNTK_2021_Zarykhta_DGIemping_development_prospects_251-252.pdf)
7. Accommodations. Glamping. com: website. URL: <https://www.glamping.com/accommodations/> URL: [https://www.business-inform.net/article/?year=2021&abstract=2021\\_6\\_0\\_157\\_169](https://www.business-inform.net/article/?year=2021&abstract=2021_6_0_157_169)
8. Glamping in Asia URL: <https://www.glamping.com/destinations/asia/>
9. Meaning of glamping in English. Cambridge Dictionary: website. URL: <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/glamping>

10. Leci Sakáčová, K. Glamping – Nature served on a silver plate. Aalborg University. 2013. URL:  
<http://projekter.aau.dk/projekter/files/76860450/Glamping.pdf>.
11. Carry on glamping: Europe's poshest, coolest camping experiences. The Guardian: website. URL:  
<https://www.theguardian.com/travel/2010/may/15/glamping-camping-europe-yurt-tipi>.
12. What Is Glamping? Glamping.com: website. URL:  
<https://www.glamping.com/what-is-glamping/>.
13. Cvelić Bonifačić, J., Milohnić, I. (2014). „Change Management in Camping Tourism“. In: Suvremeni trendovi u turizmu, pp. 154-173.
14. Brochado, A., Pereira, C. (2017). „Comfortable experiences in nature accommodation: Perceived service quality in Glamping“. Journal of Outdoor
15. Ahn, C, S., Lee, M. S. W. (2015). „Adventure Campers, Fairy Tale Glampers, and Authenticity, Tourism engagement“. Co-creating well being. Proceedings of the 6-th Advances in Tourism Marketing Conference, 8. – 10. 9. 2015., pp. 12-17.
16. Glamping Market. Future market insites: website. URL:  
<https://www.futuremarketinsights.com/reports/glamping-market>.
17. Glamping Market Size And Forecast. Werified Market Reserch: website. URL: <https://www.verifiedmarketresearch.com/product/glamping-market/>.
18. National Park Service: Campground Industry Analysis. URL:  
[https://www.nps.gov/subjects/policy/upload/CHMGS\\_Final\\_Campground\\_Trend\\_Report.pdf](https://www.nps.gov/subjects/policy/upload/CHMGS_Final_Campground_Trend_Report.pdf).
19. J. Cvelić-Bonifačić, I. Milohnić, Z. Cerović. Glamping – creative accommodation in camping resorts: insights and opportunities. ToSEE – Tourism in Southern and Eastern Europe, Vol. 4, pp. 101-114, 2017
20. The ottoman tents. Turkish Cultural Foundation: website. URL:  
<http://www.turkishculture.org/military/tents/the-ottoman-tents-342.htm?type=1>

21. The North American Glamping Report. Kampgrounds of America: website. URL: <https://koa.com/content/pdf/2019-koa-north-american-glamping-report.pdf>
22. Bull Bartle. Safari: A Chronicle of Adventure. Great Britain: Penguin Books, 1992. 384 p.
23. The History of Glamping. The Glamping Association: website. URL: <https://www.glampingassociation.co.uk/history-of-glamping.php>.
24. «Glamping». Google Trends: website. URL: <https://trends.google.com/trends/explore?date=all&geo=US&q=glamping>.
25. North America Glamping Market. Knowledge Based Value Research: website. URL: <https://www.kbvresearch.com/north-america-glamping-market/>
26. Under Canvas: website. URL: <https://www.undercanvas.com>.
27. Autocamp: website. URL: <https://autocamp.com> .
28. Collective Retreats: website. URL: <https://www.collectiveretreats.com>.
29. American Glamping Association Launches To Offer Accreditation And Manage Customer Expectations. Forbes: website. URL: <https://www.forbes.com/sites/loisaltermark/2018/08/28/american-glamping-association-launches-to-set-industry-standards-and-manage-customer-expectations/?sh=14755e74632a> .
30. Glamping Market in Europe - Industry Outlook and Forecast 2020-2025. Report Linker: website. URL: <https://www.reportlinker.com/p05862339/Glamping-Market- in-Europe-Industry-Outlook-and-Forecast.html> .
31. Europe Glamping Market. Knowledge Based Value Research: website. URL: <https://www.kbvresearch.com/europe-glamping-market/> .
32. Glamping Hub: website. URL: <http://surl.li/dibew> .
33. 10 of the best glamping destinations in Europe. Musement blog: website. URL: <https://blog.musement.com/us/glamping-destinations-europe/>.
34. Необычные отели. Attrap Reves (Франция). Hotel Advisor: website. URL: <https://hoteladvisor.livejournal.com/2460.html> .
35. About. Culture Campsite: website. URL:

<https://www.culturecampsite.com/about>.

36. Eco Yurt. Lanzarote Retreats: website. URL:

[https://www.lanzaroteretreats.com/holiday\\_home/eco-yurt/](https://www.lanzaroteretreats.com/holiday_home/eco-yurt/).

37. Craig, C. A., & Karabas, I. (2021). Glamping after the coronavirus pandemic.

Tourism and Hospitality Research, 21(2), 251–256. URL:

<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1467358421993864>.

38. Craig CA. Camping, glamping, and coronavirus in the United States. Ann

Tour Res. 2020 Oct 15. URL:

<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7561296/> .

39. Camping, glamping sector builds beyond pandemic popularity. Travel

weekly: website. URL: [https://www.travelweekly.com/Travel-News/Hotel-](https://www.travelweekly.com/Travel-News/Hotel-News/Camping-glamping-sector-builds-beyond-pandemic-popularity)

[News/Camping- glamping-sector-builds-beyond-pandemic-popularity](https://www.travelweekly.com/Travel-News/Hotel-News/Camping-glamping-sector-builds-beyond-pandemic-popularity) .

40. RVshare 2022 Travel Trend Report. RVshare: website. URL:

<https://rvshare.com/blog/rvshare-2022-travel-trend-report/>.

41. How to Protect Yourself and Others. Centres for Disease Control and

Prevention: website. URL: [https://www.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/prevent-](https://www.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/prevent-getting-sick/prevention.html)  
[getting- sick/prevention.html](https://www.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/prevent-getting-sick/prevention.html) .

42. П'ять зірок для намету. Що таке глемпінги і де їх знайти в Україні.

Фокус: веб- сайт. URL: [https://focus.ua/uk/ukraine/487738-pyat-zvezd-dlya-](https://focus.ua/uk/ukraine/487738-pyat-zvezd-dlya-palatki-cho-takoe-glempingi-i-gde-ih-najti-v-ukraine)  
[palatki-cho-takoe- glempingi-i-gde-ih-najti-v-ukraine](https://focus.ua/uk/ukraine/487738-pyat-zvezd-dlya-palatki-cho-takoe-glempingi-i-gde-ih-najti-v-ukraine).

43. Поврознюк І. М., Нещадим Л. М. Перспективи розвитку глемпінгу для регіональної індустрії гостинності. Економіка та суспільство. Випуск № 37.

2022. URL: [https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream/123456789/14593/1/1187-](https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream/123456789/14593/1/1187-Текст%20статті-1142-1-10-20220420.pdf)  
[Текст%20статті-1142-1-10-20220420.pdf](https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream/123456789/14593/1/1187-Текст%20статті-1142-1-10-20220420.pdf) .

44. Mandra glamping resort: веб-сайт. URL: <https://mandra.com.ua> .

45. Глемпінг в Україні: куди поїхати? 34travel.me: website. URL:

<https://34travel.me/gotoukraine/post/glamping-ua> .

46. Що таке глемпінг та де його шукати в Україні. Dovkola.media: website.

URL: <https://dovkola.media/shcho-take-hlempinh-ta-de-yoho-shukaty-v-ukraini/>.

47. ROYAL glamping: веб-сайт. URL: <https://royalglamping.com.ua> .

48. Бойко В.О. Глемпінг – новий тренд індустрії гостинності. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка. 2021. Випуск 8. URL: <http://tnv-econom.ksauniv.ks.ua/index.php/journal/article/view/176/173>.
49. Глемпінг як бізнес-ідея в Україні: основні переваги. Glamping.ua: веб-сайт. URL: <https://glamping.ua/glempling-yak-biznes-ideya-v-ukrayini-osnovni-perevagy/>.
50. Glamping.ua – офіційний сайт виробника глемпів в Україні. URL: <https://glamping.com.ua>.
51. Офіційний сайт компанії Екопод. URL: <https://www.ecopod.company/>.
52. Офіційний сайт компанії Luxtent. URL: <https://luxtent.com.ua>.
53. Офіційний сайт компанії Onuka Tent. URL: <https://www.glamp.in.ua/#>.
54. Офіційний сайт компанії Sun Space. URL: <https://sunspace.world>.
55. «У сезон дохід понад 300 тис. грн на місяць». Як заробити на туризмі навіть у пандемію: ідея для бізнесу. Онлайн-медіа MC.today: веб-сайт. URL: <https://mc.today/uk/pro-vidannya/>.
56. Пельц І. Гламурний кемпінг на Одещині: як створити нетипове місце для відпочинку біля води. URL: <https://omore.city/articles/105701/glamurnij-kemping-mandra-v-zatoci>.
57. Глемпінг-туризм розвиватимуть у 5 природно-заповідних об'єктах. Укрінформ: веб-сайт. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/3167114-glemplingturizm-rozvivatimut-u-5-prirodnozapovidnih-obektah.html>.
58. Туризм під час війни — це ок: ТОП-7 дестинацій для літнього відпочинку в Україні 2022. Discover.ua: веб-сайт. URL: <https://discover.ua/inspiration/turyzm-pid-chas-viyny-tse-ok-top-7-destynatsiy-dlya-litnoho-vidpochynku-ukrayini-2022>

# ДОДАТКИ

## НАУКОВІ ПРАЦІ

Науково-дослідний центр «Прогрес» при Комратському державному університеті, четвертий міжнародний конкурс студентських науково-дослідних робіт з економіки, листопад 2022 року



Аліса БАЛКА, Ростислав ДОБРЯНСЬКИЙ «PSY-ТУРИЗМ» ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ МЕТОД ВІДНОВЛЕННЯ ПСИХО-ЕМОЦІЙНОГО СТАНУ ОСОБИСТОСТІ. Туризм як засіб реабілітації: тези доповідей Міжнародного вебінару, присвяченого 120-річчю ОНТУ та Всесвітньому дню туризму, 05 жовтня 2022 року / відп. за вип. О. О. Меліх. – Одеса: ОНТУ, 2022. –94 с.  
<https://drive.google.com/file/d/1KCOxHchLBGWIBfi4i1k1wHUq-0WRD4IS/view>

**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

КАФЕДРА ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ ТА РЕКРЕАЦІЇ  
ЗА ПІДТРИМКИ НАЦІОНАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ УКРАЇНИ





National  
Tourism  
Organization  
of Ukraine

**СЕРТИФІКАТ**

УЧАСНИКА МІЖНАРОДНОГО ВЕБІНАРУ

**"ТУРИЗМ ЯК ЗАСІБ РЕАБІЛІТАЦІЇ"**

**Ростислав Добрянський**



**НАТАЛЯ ДОБРЯНСЬКА**  
Завідувачка кафедри ТБтаР




**БОГДАН ЄГОРОВ**  
Президент ОНТУ

05 ЖОВТНЯ 2022

Активация Windows  
Чтобы активировать Windows,  
перейдите в меню "Параметры".

## Зміст

### Розділ 1 Оздоровчо-лікувальний туризм, реабілітація

ІНКЛЮЗИВНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА ТУРИЗМУ ТА ЇЇ ОСОБЛИВОСТІ В УКРАЇНІ <i>Наталія ДОБРЯНСЬКА, Ганна САРАКІЙ</i>	6
ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ В УМОВАХ РОСІЙСЬКОЇ АГРЕСІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ <i>Віра ЛЕБЕДЄВА, Віолета ШВЕЦЬ</i>	9
ЗВ'ЯЗОК WELLNESS-ТУРИЗМУ З ТРАДИЦІЙНИМИ ЗНАННЯМИ ТА ВИРАЗАМИ КУЛЬТУРИ <i>Ірина КАЛМИКОВА, Поліна ПАСКАРЬ</i>	11
РОЗВИТОК WELLNESS-ТУРИЗМУ В ПІСЛЯВОЄННИХ УМОВАХ <i>Сергій ЦВІЛИЙ</i>	14
PERSPECTIVELE TURISMULUI MEDICAL PENTRU PERSOANELE VÂRSTNICE DIN REPUBLICA MOLDOVA <i>Anatolii ROJCO, Ecaterina NEGHEA</i>	17
РЕКРЕАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ЧИННИК ВІДНОВЛЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНОГО СТАНУ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ <i>Ганна УВАРОВА, Людмила МЕЛЬКО</i>	19
DIGITAL MARKETING AND ITS ADVANTAGES FOR TOURISM IN REPUBLIC OF MOLDOVA <i>Valeriu DOGA, Mircea GUTUIM</i>	24
«PSY-ТУРИЗМ» ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ МЕТОД ВІДНОВЛЕННЯ ПСИХО-ЕМОЦІЙНОГО СТАНУ ОСОБИСТОСТІ <i>Аліса БАЛКА, Ростислав ДОБРЯНСЬКИЙ</i>	26
INTEGRAREA TURISMULUI VITIVINICOL ÎN ECONOMIEA REPUBLICII MOLDOVA <i>Tatiana IAȚIȘIN</i>	29
ОРГАНІЗАЦІЯ МІЖНАРОДНИХ ФІТНЕС-ТУРІВ ДЛЯ ВІДНОВЛЕННЯ ТА ОЗДОРОВЛЕННЯ <i>Микола ДАНДАЄВ, Ганна САРКІСЯН, Ольга ШЕПЕЛЕВА</i>	31
ONLINE SUMMER CAMPS FOR CHILDREN AS A FORM OF VIRTUAL TOURISM AND THEIR ADVANTAGES AND DISADVANTAGES <i>Tatiana COLESNICOVA, Mihail CIOBANU</i>	35

**XIX Всеукраїнська наукова Zoom-конференція студентів з розділу «Харчові технології», яка відбулася 10-12 травня 2023 року у Одеському національному технологічному університеті.**

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**



**ПРОГРАМА**

**XIX Всеукраїнської наукової ZOOM-конференції студентів  
з розділу «Харчові технології»**

**10-12 травня 2023 року**

**Одеса 2023**

- 
11. **Борошняні композиції з нутом**  
Студент СВО «Магістр», ф-ту ТЗ і ЗБ Буценко І.І.  
*(Одеський національний технологічний університет)*  
Науковий керівник – доц. Соц С.М.
  12. **Оцінка крупності та гранулометричного складу зерна та борошна**  
Студент СВО «Магістр», ф-ту ТЗ і ЗБ Бельцова Я.С.  
*(Одеський національний технологічний університет)*  
Науковий керівник – проф. Жигунов Д.О.
  13. **Удосконалення методів оцінки функціонально-технологічних показників зерна та борошна.**  
Студент СВО «Магістр», ф-ту ТЗ і ЗБ Ковальчук А.О.  
*(Одеський національний технологічний університет)*  
Науковий керівник – проф. Жигунов Д.О.
  14. **Перспективи використання добавок рослинного походження при виробництві картопле продуктів.**  
Студент СВО «Магістр», ф-ту ТЗ і ЗБ Раснюк В.С.  
*(Одеський національний технологічний університет)*  
Науковий керівник – доц. Толстих В.Ю.
  15. **RESEARCH OF THE DRYING PROCESS AND QUALITY OF WHEAT GRAIN.**  
Студент СВО «Магістр», ф-ту ТЗ і ЗБ Пашенко Т.М.  
*(Одеський національний технологічний університет)*  
Науковий керівник – доц. Борта А.В., доц. Страхова Т.В.
  16. **Нижньодністровський національний природний парк як дестинацій для здійснення рекреації.**  
Студент СВО «Бакалавр» ф-ту ТВ та ТБ Казімірова Д.А.  
*(Одеський національний технологічний університет)*  
Науковий керівник – проф. Лебедева В.В.
  17. **Вплив воєнних дій на екосистему Нижньодністровського природного парку**  
Студент СВО «Бакалавр» ф-ту ТВ та ТБ Сутовський А.В.  
*(Одеський національний технологічний університет)*  
Науковий керівник – доц. Трішин Ф.А., ст. викл. Воскресенька О.В.
  18. **Мілітарі – туризм як інноваційний напрямок екстремального та пізнавального туризму**  
Студент СВО «Магістр» ф-ту ТВ та ТБ Добрянський Р.А.  
*(Одеський національний технологічний університет)*  
Науковий керівник – проф. Саркісян Г.О.
  19. **Соуси з підвищеною харчовою цінністю із гарбузовою**  
Студент СВО «Магістр» ф-ту ІТХіРГБ Кушнір Я.В.  
*(Одеський національний технологічний університет)*  
Науковий керівник – доц. Калугіна І.М.
  20. **Проектування рецептур рибних консервів з водної сировини в желеподібних заливках.**  
Студент СВО «Магістр» ф-ту ТтаТХПіПБ Велисар Х.І.,  
Студент СВО «Магістр» ф-ту КІ,П таКЗ Кушніренко А.Д.  
*(Одеський національний технологічний університет)*

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**Одеський національний  
технологічний університет**



**ПРОГРАМА**

**Наукової конференції  
здобувачів вищої освіти**

**28-30 березня 2023 року**

**Одеса 2023**

## СЕКЦІЯ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ ТА РЕКРЕАЦІЇ

*Засідання  
28 березня 2023 року о 13.00 год*

**Ідентифікатор конференції: 478 956 9027**

**Код доступу: f7fBRf**

Науковий керівник – зав.каф. ТБ та Р, д.е.н., проф. Добрянська Н.А.  
Секретар – к.е.н., доц. Крушца І.В.

1. **Стратегічні напрямки і перспективи розвитку туризму в країнах Центральної Європи**  
Студент СВО «Бакалавр» ф-ту ТВ і ТБ Росінська В.Р.  
Науковий керівник – проф. Добрянська Н.А.
2. **Розробка та просування винного туру в Португалію**  
Студент СВО «Бакалавр» ф-ту ТВ і ТБ Яблокова А.А.  
Наукові керівники – проф. Добрянська Н.А., к.е.н., ст.викл. Іванченков В.С.
3. **Молодіжний туризм як тренд сучасної туристичної індустрії**  
Студент СВО «Бакалавр» ф-ту ТВ і ТБ Іваненко В.М.  
Наукові керівники – проф. Добрянська Н.А., к.е.н., ст.викл. Іванченков В.С.
4. **Перспективи розвитку медичного туризму та шляхи впровадження світового досвіду на туристичний ринок України**  
Студентка СВО «Бакалавр» ф-ту ТВ і ТБ Сухоставська В.В.  
Науковий керівник – проф. Добрянська Н.А.
5. **Розробка та просування медичного туру в Японію**  
Студентка СВО «Бакалавр» ф-ту ТВ і ТБ Вергуліс Дар'я Денисівна  
Науковий керівник – проф. Лебедева В.В.
6. **Розробка та просування винного туру у Румунію**  
Студентка СВО «Бакалавр» ф-ту ТВ і ТБ Саєнко Владилена Олександрівна  
Науковий керівник – проф. Лебедева В.В.
7. **Розробка стратегії розвитку рекреаційної зони на базі Нижньодністровського національного природного парку**  
Студентка СВО «Бакалавр» ф-ту ТВ і ТБ Казімірова Д.А.  
Науковий керівник – проф. Лебедева В.В.
8. **Удосконалення організаційного забезпечення реалізації концепції стратегічного управління сталим розвитком туризму Одеської області**  
Студент СВО «Магістр» ф-ту ТВ і ТБ Добрянський Р.А.  
Науковий керівник – проф. Лебедева В.В.
9. **Шляхи підвищення ефективності лікувально-оздоровчого туризму України в системі міжнародного туристичного ринку**  
Студентка СВО «Магістр» ф-ту ТВ і ТБ Швець В.О.  
Науковий керівник – проф. Добрянська Н.А.
10. **Створення та вдосконалення веб-додатків для підприємств туристичної сфери**  
Студент СВО «Магістр» ф-ту ТВ і ТБ Щербина Д.В.  
Науковий керівник – проф. Добрянська Н.А.
11. **«PSY-туризм» як інноваційний метод відновлення психоемоційного стану особистості**  
Студентка СВО «Магістр» ф-ту ТВ і ТБ Баліка А.В.  
Науковий керівник – проф. Добрянська Н.А.
12. **Формування тижневих турів для іноземців Одещиною**  
Студентка СВО «Магістр» ф-ту ТВ і ТБ Саленко Л.Р.  
Науковий керівник – проф. Добрянська Н.А.

**INTERNATIONAL SYMPOSIUM Experience. Knowledge.**  
**Contemporary Challenges, XII edition , which will take place on May 18-19,**  
**2023 Bucharest, Romania**



INTERNATIONAL SYMPOSIUM  
EXPERIENCE, KNOWLEDGE,  
CONTEMPORARY CHALLENGES

*- 12<sup>th</sup> Edition -*

*"Management of Public Policies: National Selfishness vs. Planetary Responsibility"*

Fields:

Entrepreneurship, social and cooperative economics  
 Business administration, management, marketing  
 Finance - banking - accounting  
 Cybernetics, statistics and economic informatics  
 Economic and social studies

**18 - 19<sup>th</sup> MAY 2023**

PARTICIPATION AT THE SYMPOSIUM IS  
FREE OF CHARGE.

Deadline for submission of abstracts  
15<sup>th</sup> May 2023

email address:  
ekcc.artifex@gmail.com

Symposium website: <http://www.artifex.org.ro/cercetare/>

**"ARTIFEX" UNIVERSITY OF BUCHAREST**  
In partnership with:



**Bucharest, Romania**

**Editing instructions:**  
 Participants are kindly requested to use the template on the symposium website for editing.  
 All papers will include, at least:

- Title;
- Authors' full names, institutional affiliations, and email addresses;
- An abstract of at most 250 words, in English;
- Five to seven keywords;
- JEL Classification;
- Introduction;
- Literature review;
- Conclusions.

The papers in extenso should be written in Romanian or English.

Papers in other languages might be considered, provided they include an abstract in English. Authors are fully responsible for the authenticity and originality of their paper(s).

The symposium proceedings will be published in electronic format (CD, with ISBN registered the National Library of Romania)). Selected papers will be published, depending on authors' agreement and compliance with editorial requirements, in journals, including the "ARTIFEX" University review, ARTECO Journal, Socio-Economic Researches and Studies.



"ARTIFEX" UNIVERSITY OF BUCHAREST



INTERNATIONAL SYMPOSIUM  
EXPERIENCE, KNOWLEDGE,  
CONTEMPORARY CHALLENGES

*- 12<sup>th</sup> Edition -*

*"Management of Public Policies: National Selfishness vs. Planetary Responsibility"*

021 316 6167; 021 316 6168

[www.artifex.org.ro](http://www.artifex.org.ro)

Strada Economu Cezărescu, nr. 47

[universitate@artifex.org.ro](mailto:universitate@artifex.org.ro)

Universitatea „ARTIFEX” din București

[universitatea.artifex](http://universitatea.artifex)





D.A. Tsenov Academy of Economics Vsishtov – Bulgaria  
 Uzhhorod National University - Ukraine  
 Zhytomir Polytechnic State University - Ukraine  
 Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University in Melitopol - Ukraine  
 Department of Accounting and Analysis, Institute of Economics and Management, Lviv Polytechnic National University - Ukraine  
 Chernivtsi Institute of Trade and Economics of Kyiv, of the National University of Trade and Economics - Ukraine  
 Odessa State Agrarian University – Ukraine  
 State University of Intellectual Technologies and Communications – Ukraine  
 National Institute for Economic Research Republic of Moldova  
 Odessa National Economic University – Ukraine  
 West Ukrainian National University – Ukraine  
 Istituto Tesco – Italy  
 Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman - Ukraine  
 Academy of Romanian Scientists Romania  
 Odessa National Academy of Food Technologies - Ukraine  
 University of National and World Economy, Sofia - Bulgaria  
 Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University  
 Lviv University of Trade and Economics - Ukraine  
 Institute of Economy and Forecasting of the National Academy of Sciences of Ukraine  
 Odessa Polytechnic State University - Scientific Institute of Economics and Management, Odessa Polytechnic State University - Ukraine  
 Polissia National University – Ukraine  
 State Biotechnological University – Kharkiv, Ukraine  
 Lviv National University of Nature Management  
 National Aviation University - Kiev  
 Cooperative - Commercial University of Moldova  
 Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University  
 University Academy of European Legal Studies - Italy

**ПРЕЗЕНТАЦІЯ**  
**результатів наукових досліджень до**  
**кваліфікаційної роботи магістра**

Міністерство освіти і науки України  
Одеський національний технологічний університет  
Кафедра туристичного бізнесу та рекреації



КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему «Сучасний стан та перспективи розвитку глемпінг-туризму  
в Україні та світі»

Здобувача

Ростислава ДОБРЯНСЬКОГО

2 курсу групи Тм- 611

Керівник

Ганна САРКІСЯН

## Глемпінг - від історії до сьогодення

Слово «глемпінг» походить від слів «гламурний» і «кемпінг», тобто гламурний кемпінг. У 2016 році його також опублікували в Оксфордському словнику.

- Перший Grandper з'явився на музичному фестивалі в Англії 15 років тому. Відвідувачам хотілося якомога більше насолодитися атмосферою заходу, але в наметових таборах не вистачало комфорту. Тож організатор знайшов спосіб вирішити цю проблему. Встановили просторий намет з ліжком і електрикою.
- Глемпінг - не нова концепція. Це означає, що це слово відносно молоде. Однак проекти глемпінгу були винайдені ще в середні віки. Особливо під час воєн королі та генерали залишалися в тих самих просторих наметах з усім спорядженням.
- Прототип глемпінгу був створений шотландським графом Атоллоном у XVI столітті для проживання короля Джеймса V та його матері. Він зробив розкішні намети і наповнив їх меблями зі свого палацу. У той же час османські султани також розміщувалися в зручних наметах під час військових походів.



Активация Windows  
Чтобы активировать Windows, перейдите в раздел  
"Параметры".

## Що таке глемпінг?

Глемпінг – це один із напрямків еко-туризму, відпочинок на природі у спеціальний наметі із елементами зручностей готелю: ліжко, меблі, кухня, душ, санвузол.

Призначений такий відпочинок для тих, хто хоче відпочити у максимальній близькості до природи і, одночасно, із максимальним рівнем комфорту.



## Різновиди глемпів



- Намети для проживання у глемпінгах можуть бути різного типу. Це і намети з дерев'яного каркасу, на який натягнутий тент (Bell tent, Сафарі-тент), і еко-будинки (трикутні та прямокутні), і вігами, юрти, тіпи, і будинки на колесах, кемпери тощо. Нестандартним та оригінальним рішенням для глемпінгу є геодезичні куполи. Адже вони екологічні, економічно вигідні, легко встановлюються на будь-якій ділянці та мають вражаючі панорамні вікна, які підсилюють ефект відпочинку посеред природи. Також геодезичний купол можна утеплити для відпочинку в купольному глемпінгу навіть взимку.

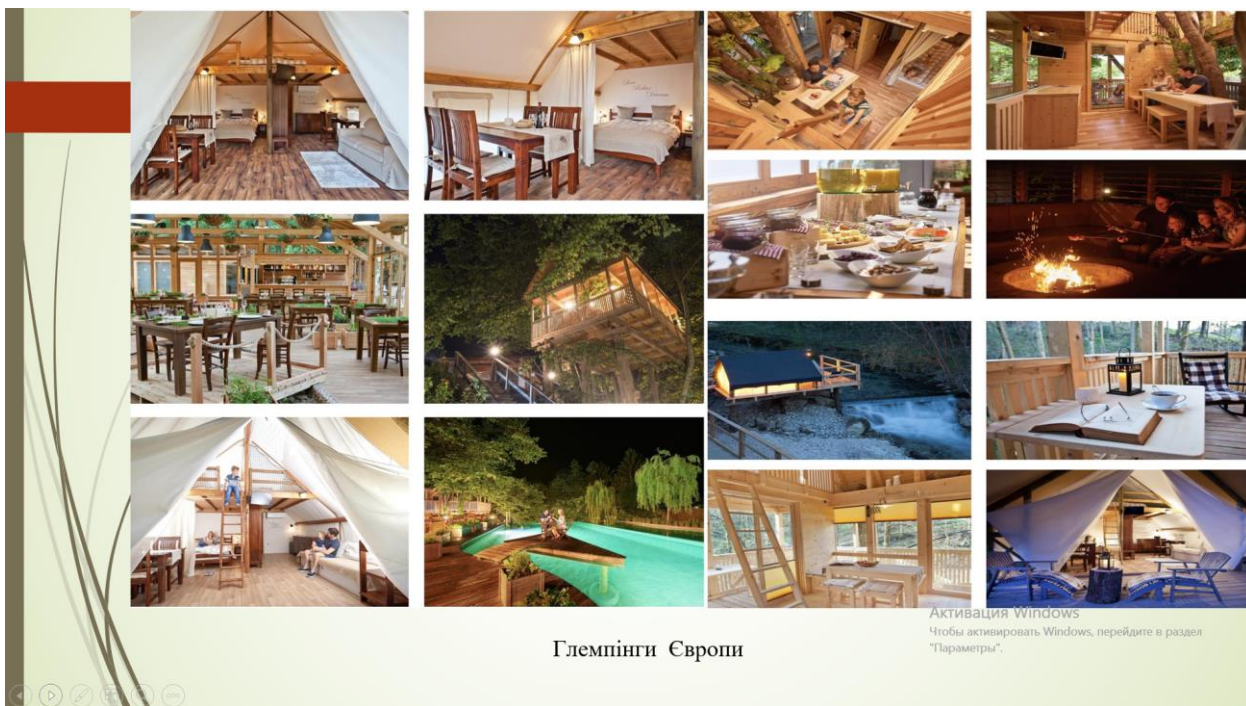
## Популярність різновидів глемпінгів



Глемпери – це молоді та добре освічені гості зі стабільним і відносно високим доходом.



Соціальний портрет глемпера



Глемпінги Європи

Активация Windows  
 Чтобы активировать Windows, перейдите в раздел "Параметры".



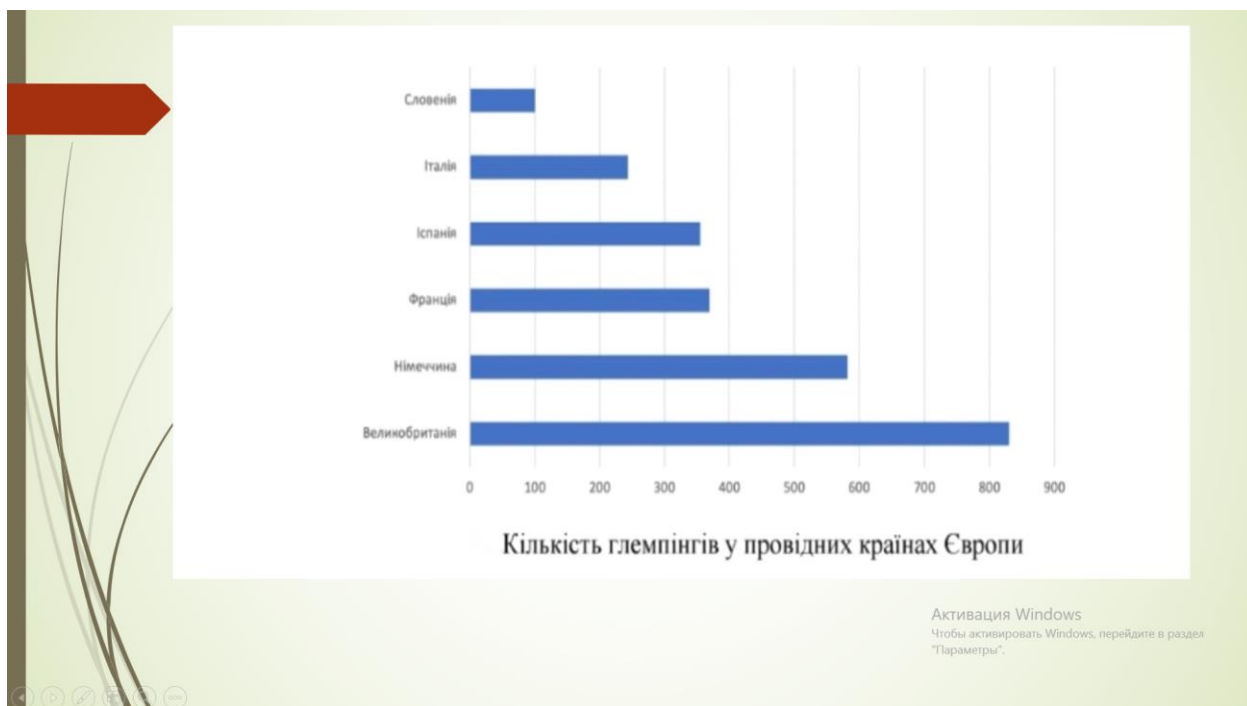
Розташування глемпінгів Under Canvas на території США

Глемпи у Гранд-Каньйоні

Просторий намет зовні та зсередини у глемпінгу Collective Vail

Глемпи у пустелі AutoCamp Joshua Tree

Активация Windows  
 Чтобы активировать Windows, перейдите в раздел "Параметры".



## Індустрія глемпінгу в Україні

- В Україні глемпінг був започаткований в 2018 році, коли молоді підприємці Андрій Родкін і Олександр Коновалов вирішили запустити власне виробництво глемпів і стали першопрохідцями в цій сфері в Україні. У лютому 2018 року підприємці створили компанію Glamping UA. Наразі глемпи цієї компанії стоять у найдорожчих готельних комплексах.
- Вже станом на 2020 рік, їхня компанія побачила як мінімум двократний ріст зацікавленості до цієї сфери. Так, за їхніми даними, цією сферою відпочинку зацікавилася 1,7 млн потенційних клієнтів.

Активация Windows  
Чтобы активировать Windows, перейдите в раздел "Параметры".

- Влітку 2020 року ідеєю запустити франшизу глемпінгів в Україні загорівся Артур Лупашко, засновник і генеральний директор керівної компанії Ribas Hotels Group. Пандемія коронавірусу була в розпалі, проте це не збентежило бізнесмена і його команду. Лупашко опублікував у Facebook пост про глемпінги в Європі і запитав підписників, чи готові вони зупинитися в наметових готелях. Ентузіазм коментаторів переконав його, що варто ризикнути, і разом з партнерами він створив мережу Glamping Mandra. У мережі Mandra розповідають, що дохід за перший рік роботи глемпінгу становить \$ 99 тис., прибуток – \$ 55 тис., за другий – \$ 110 тис. і \$ 63 тис. відповідно.

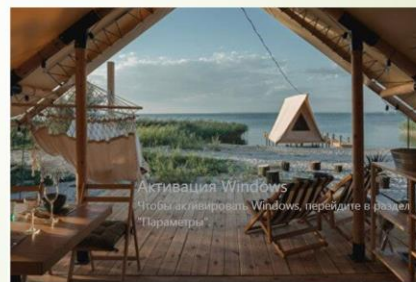


Активация Windows  
Чтобы активировать Windows, перейдите в раздел "Параметры".

- Якщо у 2020-му наметових готелів було не більше п'яти, то наразі їх у різних регіонах від Карпат до Одеси налічується більше 30-ти. Розглянемо найпопулярніші: Mandra у Затоці (Одеська область), Каневі (Черкаська область) та Хусті (Закарпатська область). Вартість – від 2050 грн на добу у будні та від 3500 грн на добу у вихідні. Глемпінг Mandra має кілька локацій по Україні – й усі прекрасні. Якщо шукати відпочинку біля моря – можна вирушити до Затоки, якщо хочеться заховатися у тихому лісі на березі водосховища – до Канева, а якщо хочеться відпочити у горах – до Хуста. У кожній локації стоїть кілька симпатичних наметів, а ще є різні розваги: наприклад, баня, басейн або літній кінотеатр. У Затоці на території є майданчик для волейболу, місце для вогнища, мангал, каяки та загальна зона відпочинку. Тут можна відпочивати цілий рік. Другий глемпінг Mandra відкрили в 2021 році на березі Канівського водосховища серед лісу. Новий проєкт Mandra Hills – це еко глемпінг на висоті 900 метрів в серці Закарпаття, розташований на схилах гори посеред незайманих лісів і полонин в селі Річка Міжгірського району.



Глемпінг Mandra у Затоці



Активация Windows  
Чтобы активировать Windows, перейдите в раздел "Параметры".

- Minimalist Glamping у Новій Дофінівці (Одеська область). Вартість – 101\$ на добу. Тут усього три куполи на двох, і всі вони неначе стоять просто на воді – кращого місця для зустрічі світанків на власній терасі й не вигадати. У кожному куполі є королівське ліжко, повністю устаткована кухня та комфортний санвузол. MNMLST Glamping розташований за 7 км від Одеси.



Minimalist Glamping в Одеській області

- Глемпінг на базі МС6 у Славсько (Львівська область). Вартість – від 1000 грн за добу. Креативна резиденція МС6 знаходиться в мальовничому гірському селищі Славсько, що на Львівщині. В резиденції дбайливо ставляться до природних ресурсів та пропагандують відповідальний відпочинок. Нещодавно на базі резиденції з'явився кемпінг з кількома глемпами, що вміщують 2-3 осіб. Кожен глемп має спальні місця (двоспальне ліжко або три окремих ліжок) з матрацами з підігрівом, шафи для речей та взуття, розетки для гаджетів, зручності. На території знаходиться відкрита кухня спільного користування з мангалом та грилем



Глемпінг МС6 у Львівській області



- Stodola Camp у Долинівці (Львівська область). Вартість – 5000 грн за добу за весь комплекс (вігвам та будиночок, загалом на 6 осіб). Це величезний (за мірками глемпінгу) намет-вігвам у Карпатах. Окрім нього, тут є повноцінний будинок, який доступний для бронювання, а також приємні спільні зони для відпочинку на майже гектарі території. Туди веде хороша траса Київ – Чоп, і лише останній кілометр шляху доведеться долати ґрунтовою дорогою – для Карпат це чудовий результат. Поряд тече гірська річка, у якій можна освіжитися в спеку, до лісу – 10 хв. пішки

### Stodola Camp у Львівській області



- Gm Eco Bubble у Яблуниці (Івано-Франківська область). Вартість – 3000 грн. Глемпінг в серці Карпат пропонує комфортне розміщення у напівпрозорих сферах. Усі глемпи мають двомісні ліжка, кондиціонер, електроплиту, піч та доступ до інтернету. Має зручне розташування поблизу курорту Буковель – всього 15 хв їзди.



## Глемпінг Шатро у Київській області

Глемпінг «Шатро» в Уляниках (Київська область). Вартість – від 3800 грн за великий намет для 6 людей. Затишне місце за 85 кілометрів від Києва у напрямку Черкас. Тут можна відпочити від галасу міста й влаштувати справжній лісовий відпочинок. Із бонусів цього місця – готовий сніданок, приємна тераса й власна комфортна ванна кімната. Якщо захочеться культурної програми, можна з'їздити до сусіднього Ржищева та подивитися на відому затоплену церкву (щоправда, до неї треба плисти човном)



Активация Windows  
Чтобы активировать Windows, перейдите в раздел "Параметры".

## Глемпінг як сегмент туристичного ринку

Зростання розміру ринку глемпінгу з 2020 по 2028 роки



- У 2020 році розмір ринку глемпінгу оцінювався в 2,3 млрд. мільйона доларів США, а до 2028 року, за прогнозами, досягне 5,9 млрд. доларів США, зростаючи на 13,32% середньорічного темпу зростання з 2021 по 2028 рік

Активация Windows  
Чтобы активировать Windows, перейдите в раздел "Параметры".

## Проблеми глемпінг-туризму в Україні

- Нині основною проблемою для розвитку туризму і, зокрема глемпінгу в Україні, є **війна**. Рaketні обстріли трапляються в усіх регіонах країни. Існують й інші проблеми. До них, зокрема, належить новизна глемпінгу, який відсутній в наявних нормативно-правових документах.
- Незважаючи на високі темпи розвитку глемпінгу в світі, ще однією проблемою є **недостатня популяризація такого виду туризму в Україні**, адже більшість українців не знають що це за вид туризму, не розділяють такі поняття як «кемпінг» та «глемпінг» та не розуміють, які послуги будуть їм надаватися.
- Висока вартість послуг** є ще однією з основних причин, чому українці не відвідують глемпінги. Ціни на проживання та послуги у підприємствах тримаються на рівні вище середнього в порівнянні з іншими закладами гостинності, цей фактор може стримувати частину клієнтів, особливо враховуючи економічну ситуацію, яка зараз склалася в Україні. Тому дуже важливо утримувати якість надання послуг на високому рівні, щоб підвищувати їх цінність.
- Особливо гостро постає **проблема логістики та доставки гостей на місце відпочинку, особливо у віддалені місця**. Так як глемпінг передбачає відпочинок на природі, то зазвичай підприємства розміщуються у таких місцях, куди важко доїхати транспортним засобом.
- Глемпінг – це **один із найбільш залежних від погодних умов видів екологічного туризму**. Враховуючи, що діяльність глемпінгів проводиться на основі запиту клієнтів на відпочинок на природі, то погодні умови сильно впливають на попит. Так наприклад, тепла дощова, безсніжна зима зменшує кількість запитів на відпочинок у Карпатах, особливо в закладах розміщення, що роблять акцент у розважальній програмі на активності на вулиці.
- Глемпінг також **потребує більшої уваги до охорони**, адже часто локація не передбачає парканів – туристи хочуть відпочивати якнайближче до природи.

Незважаючи на всі проблеми, підвищення популярності такого виду туризму як глемпінг й тенденція до екотуризму дають змогу констатувати збільшення попиту на відпочинок у природних умовах та розвиток нової глемпінг індустрії

## Перспективи глемпінгу в Україні

Напрями	Основні перспективи розвитку глемпінг - туризму
Нормативне регулювання	розробка та впровадження чітких нормативів та правил для глемпінг-послуг може створити сприятливе середовище для розвитку індустрії. Вони повинні отримати екологічні та безпечні стандарти для збереження природи та безпеки гостей. Створення чіткого та сприятливого правового середовища для глемпінг-індустрії є аспектом виробництва. Важливо розробити нормативні акти, які пропонують правила та вимоги для глемпінгу-комплексів, забезпечують земельні ділянки для глемпінгу та регулюють екологічні стандарти.
Інфраструктура	влада та підприємство повинні інвестувати в розвиток глемпінгу та інфраструктури для комфортного перебування гостей. Це включає в себе будівництво туалетів, душов, кухонь, столових та зон для відпочинку. Розробка маршрутів для піших прогулянок, велосипедних трас, ділянок для плавання, спортивних майданчиків і гарних кухонь може покращити загальний досвід глемпінгу.
Охорона природи	глемпінг-місця повинні бути розташовані з урахуванням охорони природного середовища. Важливо розвинути їх, дотримуючись екологічних стандартів і сприяти сталому туризму.
Підтримка малого бізнесу	уряд може надавати фінансову підтримку та податкові пільги для розвитку малих підприємств, які працюють у глемпінг-індустрії.
Професійна підготовка	навчання та професійна підготовка працівників глемпінг-комплексів щодо обслуговування та стандартів гостинності може підвищити якість обслуговування. Туристичні працівники, власники глемпінг-комплексів та персонал повинні бути навчені щодо кращих практик у галузі глемпінгу, включаючи екологічну свідомість, обслуговування гостей та безпеку.
Реклама та маркетинг	проведення інформаційних умов для просування глемпінг-місць серед туристів та відпочиваючих може збільшити популярність цього виду туризму. Туристичні агентства, веб-сайти, соціальні мережі та інші маркетингові платформи можуть бути використані для залучення уваги та збільшення обсягів бронювання.
Партнерство з місцевими органами	співпраця з місцевими владами та громадами може допомогти вирішити логістичні питання та забезпечити взаємодію зі спільнотою. Поширення глемпінгу може стати стимулом для розвитку туристичних регіонів за межами популярних туристичних місць.
Безпека гостей	забезпечення безпеки гостей у глемпінг-комплексах є великим аспектом розвитку цієї індустрії.
Прозорість, ціна	важливо надавати інформацію про ціну на глемпінг-послуги, щоб уникнути непорозумінь.
Співпраця з місцевими підприємствами	залучення місцевих підприємств до надання продуктів та послуг для гостей глемпінг-комплексів може збільшити місцевий внесок у цю галузь.



Дизайн розташування глемпів «Горизонти Курортного» в с.Курортне Б – Дністровського району Одеської області



Активация Windows  
Чтобы активировать Windows, перейдите в раздел  
"Параметры".

В глемпі «Горизонти Курортного» є:

**Глемп №1 «Оазис Курортного»** - розмір 30 кв. м., велике двоспальне ліжко, санвузол з усіма необхідними засобами догляду та гігієни, кухня з електричною плиткою, чайником та кавоваркою, проектор з екраном, фільтрована вода, кондиціонування, тераса з шезлонгами, WI-FI.

**Глемп №2 «Курортне відкривайте для себе»** - площа 40 кв. м. і вся наповнюваність як Глемп №1 «Оазис Курортного».

**Глемп №3 "Глемпінг з видом на море"** – вся наповнюваність як Глемп №2 «Курортне відкривайте для себе», тільки є спальне місце для дитини.

Активация Windows  
Чтобы активировать Windows, перейдите в раздел  
"Параметры".

### Наповнюваність програми перебування в глемпах «Горизонти Курортного»:

- Зустріч учасників на території глемпінгу та розселення.
- Розміщення в глемпінгу, розташованому на березі моря та лиману.
- Вільний час для купання в Чорному морі та Буджацькому лимані, пляжних ігор, читання книги на березі моря, йога, медитація на березі моря, рибалка, прогулянки по с. Курортне, відвідування маяку.
- Вечера на свіжому повітрі біля багаття.
- Пікнік на природі біля моря.

### Серед додаткових послуг:

- Коврик для йоги
- Мангал.

### Серед додаткових платних послуг:

- Фотосесія;
- Велопогулянки;
- Відвідування Національного природного парку «Тузловський лиман»;
- Відвідування Б-Дністровської фортеці;
- Доставка їжі від персоналу, якщо це необхідно.

Активация Windows  
Чтобы активировать Windows, перейдите в раздел  
"Параметры".

Дякую за увагу!

Активация Windows  
Чтобы активировать Windows, перейдите в раздел  
"Параметры".

## Перевірка тексту на плагіат

Кваліфікаційна робота магістра.

Тема: «Сучасний стан та перспективи розвитку глемпінг-туризму в Україні та світі»

Засіб перевірки <https://unichек.com/>

Унікальність по фразам > 50 %

Унікальність по словам > 50 %



Ім'я користувача:  
приховано налаштуваннями конфіденційності

ID перевірки:  
1015932764

Дата перевірки:  
22.11.2023 12:01:08 EET

Тип перевірки:  
Doc vs Internet + Library

Дата звіту:  
06.12.2023 11:37:31 EET

ID користувача:  
100012118

Назва документа: ONTU\_QWM\_242\_2023\_Dobrianskyi\_R\_A\_TP (2)

Кількість сторінок: 134 Кількість слів: 22385 Кількість символів: 163395 Розмір файлу: 49.01 MB ID файлу: 1015603826

### 42.2%

#### Схожість

Найбільша схожість: 35.9% з Інтернет-джерелом (<https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/56846/1/%d0%a4%d0%9c%d0%99..>)

40.8% Джерела з Інтернету

520

Сторінка 136

5.7% Джерела з Бібліотеки

26

Сторінка 140

#### 0% Цитат

Вилучення цитат вимкнене

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

#### 0%

#### Вилучень

Немає вилучених джерел

#### Модифікації

Виявлено модифікації тексту. Детальна інформація доступна в онлайн-звіті.

Замінені символи

17

Керівник:  
Здобувач:

д.е.н., професор Саркісян Г.О.  
Добрянський Р.А.