

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-37-13>

УДК 338.488.2:640.4]:502

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГЛЕМПІНГУ ДЛЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

GLAMPING PROSPECTS FOR THE REGIONAL HOSPITALITY INDUSTRY

Поворознюк Інна Миколаївна

кандидат економічних наук, доцент,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2575-5114>

Нешчадим Людмила Миколаївна

кандидат економічних наук, доцент,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9555-0544>

Povorozniuk Inna, Neshchadym Lydmila
Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University

Стаття присвячена дослідженню актуальним питанням розвитку індустрії гостинності, а саме створення нового формату готельного продукту в регіоні, як глемпінг. Доведено, що у зв'язку з кардинальними змінами в економіці країни та туристичної індустрії в цілому пов'язаними з наслідками пандемії коронавірусу, актуальними стають питання пошуку ресурсів та можливостей для розвитку внутрішнього туризму і однією з перспективних галузей внутрішнього туризму можна віднести розвиток глемпінгів, які забезпечать відновлення фізичних та духовних сил населення в умовах єднання з природою. Цей напрям у майбутньому буде одним із перспективних і дасть можливість розвивати внутрішній туризм в регіонах нашої країни в тому числі і на Черкащині. Формулюється основна думка, що глемпінг є комбінованим турпродуктом, де природа та навколишній ландшафт є його невід'ємною частиною. Обґрунтовано, що розвиток глемпінгу забезпечить територіальним економічним системам стійкість, збільшить оборотність грошових потоків, та сприятиме зростанню отримання податків. Зроблено висновок про перспективи розвитку даного виду відпочинку, його високий потенціал для національної економіки, у тому числі і для Черкаської області.

Ключові слова: глемпінг, екологічний туризм, внутрішній туризм, готельна послуга, перспективи розвитку.

The article is devoted to studying topical issues of the hospitality industry, namely the creation of a new format of hotel products in the region, such as glamping. Furthermore, due to the radical changes in the country's economy and tourism industry related to the consequences of the coronavirus pandemic, the issues of finding resources and opportunities for the development of domestic tourism are becoming relevant. One of the promising domestic tourism sectors includes the development of glamping, which will ensure the restoration of the physical and spiritual forces of the population in conditions of unity with nature. Therefore, glamping is viewed from a position of outdoor recreation development. An excursion into the history of the name is given, and it is proved that this phenomenon is not new in the world, and in Ukraine, it is just beginning to develop. The basic idea is formulated that glamping is a combined tourist product, where nature and the surrounding landscape are an integral part of it. Attention is paid to factors contributing to the development of glamping in Ukraine, namely in the Cherkasy region. According to practitioners, glamping is a flexible business capable of developing along with consumer preferences. It is an innovative activity: both in the production of objects and the organization of the business. It is substantiated that glamping development will provide territorial economic systems with some stability, increase the turnover of cash flows, and contribute to the growth of tax receipt. Given that the income from the lease of plots is a local tax collection, the revenue side of the provincial government budget receives a stable source, and the authorities will have a direct interest in its development. In the Ukrainian tourist market, the idea of glamping is used, but its widespread distribution is not yet in question. It is noted that glamping combines the interests of the state and business. The state is interested in developing new types of ecotourism and is actively working on the development of projects aimed at supporting domestic and inbound tourism. It is concluded about the prospects for developing this type of recreation its high potential for the national economy, including the Cherkasy region.

Keywords: glamping, ecological tourism, domestic tourism, hotel service, development prospects.

Постановка проблеми. На даний час регіональний готельний сектор пропонує безліч варіацій готельних номерів, що відрізняються один від одного розміром, дизайном, розташуванням, набором послуг. Все частіше можна побачити інформацію про автоматизацію готельних комплексів з метою забезпечення комфортних умов проживання, що, в свою чергу, дозволяє підвищити рівень обслуговування гостей, створити унікальність готельного продукту, формуючи тим самим лояльність клієнтів та забезпечуючи конкурентоспроможність готельним об'єктам.

Разом з тим, змінюється бачення сучасних споживачів готельних послуг, їх переваги та вимоги, що веде до формування нових форматів засобів розміщення, одним із яких є глемпінг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями проблем розвитку нових форматів готельного продукту, а саме глемпінгів, досліджено Давиденком І.В., автор розглядає глемпінг як нову перспективну форму організації екотуризму [2].

Колектив учених стверджують, що запровадження глемпінгів дасть змогу вирішити питання комфортного відпочинку споживачів у гармонії з природою, при цьому природоохоронні території України отримують нові економічні можливості за рахунок туристичного сектору [5].

Бойко В.О., зазначає, що глемпінги, не поступаються зручностям готелю, це є новий тип дозвілля, який поєднує переваги природи та має цивілізаційні зручності [1].

Колектив авторів [6], вважають, що глемпінг це нова концепція відпочинку в природному середовищі, яка має свої особливості, переваги, групи споживачів та виключно екоспрямованість, а з іншого – як перспективний, дохідний різновид готельного бізнесу.

Однак, питання пов'язані з організацією даним видом бізнесом, проблемами даного виду діяльності в Україні та негативним впливом на екосистему довкілля залишаються актуальними.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Питання, пов'язані з розвитком нового формату готельного продукту, зокрема з таким, як глемпінг, залишаються не розкритими, наукові праці з даної проблематики майже відсутні.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є теоретичне обґрунтування та практичне застосування глемпінгу в Україні, а саме в Черкаській області та фор-

мування пропозицій щодо розвитку глемпінгу як нової перспективної форми як у виробництві об'єктів, так і в організації бізнесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Слово «глемпінг» утворилося в результаті з'єднання двох слів «glamorous» та «camping», що в перекладі з англійської означає «гламурний кемпінг».

Термін «Глемпінг» почав використовуватися порівняно недавно, однак це явище виникло ще в Середньовіччі. Прообразом глемпінгу можна вважати виїзні поселення королів. У своїх подорожах вони вибудовували не просто наметові табори, а величезні королівські намети з розкішним оздобленням, меблями та предметами декору [8].

Активно використовувати поняття «глемпінг» розпочали у 2005 р. у Великій Британії, а у 2016 р. його навіть внесли до Оксфордського словника.

Спочатку він розглядався як екзотичний вид відпочинку для багатих туристів, які могли відвідати віддалені природні куточки країни, при цьому проживаючи не в наметах, а в невеликих капсульних будинках, з високим рівнем сервісу та наданням харчування. Туристам доводилося витратити великі гроші, щоб дістатися таких глемпінг-таборів. Якщо раніше не багато мандрівників могли собі дозволити даний вид відпочинку, то зараз він вже набув широкого поширення у Великобританії, США та Австралії.

Глемпінг може бути абсолютно автономним, при цьому в ньому має бути електрика, опалення, теплий душ, туалет, зручне ліжко та інтернет, так як від гаджетів люди не готові відмовлятися. Не така важлива дорожняча самого глемпінгу, як важливо відповідність комфорту, що надається, місцю відпочинку і очікуванням відпочиваючих.

У США набирає обертів проєкт Glamping Hub – агрегатор пропозицій проживання в глемпінгах по всьому світу. На даний момент у проєкті бере участь 35 000 майданчиків, що пропонують супер-комфортне проживання на природі для туристів. На сьогодні існує велика кількість варіантів проживання в глемпінгу.

Останній бум глемпінгів у всьому світі припав на посткарантинний період. Люди, що втомилася від сидіння вдома, кинулися на природу, і саме глемпінги стали найбажанішим варіантом для багатьох мандрівників.

В Україні активно розвиваються різноманітні варіанти активного екологічного відпочинку. І саме розвиток глемпінгу дає можливість туристам відпочивати комфортно на

природі і в період пандемії розвивати внутрішній туризм. Основні характеристики глемпінгу:

- розташування у природних умовах;
- комфортні умови.

Це визначає велику кількість різних варіантів. Залежно від переваг, можна вибрати місцезнаходження:

- у гірській місцевості;
- у лісі;
- на острові;
- біля річки озера;
- біля моря;
- у степу.

Такий вид відпочинку доступний цілий рік – організатори подбають про комфорт гостей незалежно від погодних умов та пори року. Оформлення глемпінгу може бути зовсім різним. Кожен глемпінг це окрема концепція. Вона може розповідати про старовинне життя минулих років, про національні особливості різних країн, про романтику подорожей.

Вони можуть бути різних розмірів та форм: у вигляді тентів, хатин, юрт, невеликих будинків у формі куба, куполу або міхура тощо. Будинки можуть бути зроблені з екологічних матеріалів та представляти щось унікальне і незвичайне, а також відображати колорит тієї місцевості в якій вони розташовані.

На нашу думку, глемпінг підняв кемпінг до висоти естетичної насолоди, дозволивши повною мірою оцінити природне середовище. Він зміг надати відпочинок на самоті, не обмежуючи туриста у його особливих інтересах.

Можна визначити глемпінг як організований відпочинок на відкритому повітрі, який використовує особливі види об'єктів розміщення, розташовані на контрольованих територіях, що реалізують комфорт готельного номера та обслуговування.

За розрахунками бізнес-консалтингової компанії Grand View Research, до 2025 року середнє зростання ринку глемпінгів у світі становитиме 12,5%, а його загальний обсяг досягне \$ 4,8 млрд. На Кіпрі 2023 рік навіть оголосили роком глемпінгу. Днями Саввас Пердіос, заступник міністра туризму країни, пообіцяв, що в найближчі два роки уряд сприятиме розвитку лакшері-кемпінгів. Правда, для цього необхідно внести зміни до законодавства, адже наразі такий бізнес у республіці ніяк не регулюється [7].

Відповідно і нашу думку не є сумнівом, що і в нашій країні через два-три роки буде законодавче врегулювання ринку глемпінгів. Поки ж глемпи сертифікуються як туристичні намети.

Також слід зазначити, що основним поштовхом до динамічного розвитку глем-

пінгу стало введення суворих карантинних обмежень через пандемію.

Якщо раніше всі намагалися виїхати за кордон, то наразі більшість людей через заходи безпеки і страх захворіти, через небажання возитися з довідками воліють відпочивати всередині країни. Причому багато хто хоче мінімально контактувати з іншими, адже зберігся цей соціопатичний синдром, тому вибирають такий варіант на природі.

ІцепоказуютьпоказникиЧеркаськоїобласті. Так, наприклад показники завантаженості міст в червні в порівнянні з травнем значно зросли. Втішають і дані стосовно надходження туристичного збору до місцевих бюджетів: показник за перше півріччя 2021 року є вищим за попередні два роки і становить 69 453,94 тис. грн. У ковідний 2020 рік цей показник становив 68 564,9 тис. грн., а у доковідний 2019 лише 57 914, 7 тис. грн. Отож, за словами очільника Черкащини Олександра Скічка: «Туризм – це загалом економічний розвиток регіону, де є туристи, там розвивається малий і середній бізнес, втілюються соціальні ініціативи. Зараз Черкащині важливо визначити свої переваги та оформити їх так, аби зацікавити внутрішнього та зовнішнього туриста» [3]. Тому, для Черкащини розвиток глемпінгу є перспективним видом діяльності.

В Україні цей вид діяльності, започаткувався з 2017 року. Як зазначає співзасновник GlampingUA Андрій Родкін (компанія виробляє шатри-глемпи), ця сфера буде розвиватися в Україні, раніше чи пізніше. Станом на 2020 рік, їхня компанія побачили як мінімум двократний ріст зацікавленості до цієї сфери. Так, за їхніми даними, цією сферою відпочинку зацікавилось 1,7 млн потенційних клієнтів. Він 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.

У мережі Mandra (Україна) розповідають, що дохід за перший рік роботи глемпінгу становить \$ 99 тис., прибуток – \$ 55 тис., за другий – \$ 110 тис. і \$ 63 тис. відповідно.

За словами Вікторії Берещак (експертки ринку нерухомості), комплекс з 10 глемпів при 65-відсотковій заповнюваності з хорошими видовими характеристиками, рівнем комфорту і сервісу може генерувати \$66-81 тис. прибутку на рік [7].

Якщо у 2020-му наметових готелів було не більше п'яти, то наразі їх у різних регіонах України налічується близько 20-25 [7].

Але на жаль для розвитку даного виду бізнесу в Україні виникає основна проблема – це новизна поняття як для законодавства (глемпінг просто відсутній у будь-яких нормативних актах), так і для самих українців, які не до кінця розуміють, що їм пропонують.

У нас слова глемпінг, глемп взагалі відсутні в нормативній базі. І, як наслідок, створюється якась корупційна складова при прийнятті рішень контролюючими органами. Ще одна проблема – люди не розуміють, що це таке.

Черкащина, має усі передумови для розвитку даного виду засобу розміщення та відповідно розвитку екотуризму. Так, у 2021 році було прийнято Програму розвитку туризму Черкаської області на 2021–2025 роки, де одним із пунктів зазначається, облаштування туристичних локацій (будівництво та реставрація туристичних об'єктів і локацій області); розвиток туристичних об'єктів, продуктів та мереж (організація та проведення семінарів, тренінгів для представників туристичного бізнесу, фахівців районних державних адміністрацій, територіальних громад та інших організацій) [4].

На нашу думку, можемо виділити наступні причини перспектив його розвитку на території Черкащині:

- наявність унікальних природних місць, які не освоєні для масового туризму;
- невелика насиченість ринку, нестача якісних пропозицій екотуризму;
- для входження в бізнес потрібно затратити невеликі ресурси;
- швидка окупність у порівнянні з готелями;
- відсутність серйозних обмежень в організації та роботі, єдине, що організатори повинні слідувати природоохоронному законодавству та не порушувати екологію місцевості.

Також слід зазначити, що на Черкащині цей вид туристичного бізнесу представлений лише одним глемпінгом у м. Каневі Черкаської області.

Тому, аналізуючи та розкриваючи перспективи даного виду діяльності проведемо SWOT аналіз по створенню глемпінгу в Черкаській області (табл. 1).

Висновки. На наш погляд, розвиток даного напрямку в Черкаській області є перспективним, так як на території нашої області є величезний потенціал у цій сфері, це підтверджує проведений у статті SWOT-аналіз.

Отже, на нашу думку, найближчим часом Україну очікує бум глемпінгу, а згодом це стане звичним форматом відпочинку поряд з класичним наметовим туризмом і орендою будиночків біля різних рекреаційних територій.

Поява нових глемпінгів у різних регіонах призведе до зниження вартості послуг і, отже, популяризація глемпінгу серед більш широких верств населення.

Відпочинок на природі із комфортом є трендом сучасного розвитку туризму. Тери-

Таблиця 1

SWOT аналіз по створенню глемпінгу в Черкаській області

<p>Strengths (сильні сторони)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Наявність великої кількості середніх за розмірами міст. 2. Велика кількість територій та визначних пам'яток. 3. Практично повна відсутність конкурентів (1 конкурент). 4. Широкий спектр додаткових послуг. 5. Гарна транспортна доступність. 	<p>Weaknesses (слабкі сторони)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Відсутність достатніх фінансових ресурсів. 2. Обмеження на діяльність у межах територій, що охороняються. 3. Поява конкурентів. 4. Некомпактне розташування визначних пам'яток.
<p>Opportunities (можливості)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Незайнята ніша. 2. Значна потенційна аудиторія. 3. Різноманітні цінові пропозиції (від люксу до економа). 4. Зацікавленість адміністрацій територій, що розглядаються. 	<p>Threats (загрози)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Несприятлива державна політика. (наприклад, у зв'язку із загрозою пандемії, війна). 2. Відсутність популярності. 3. Зниження купівельної спроможності населення.

Джерело: розроблено авторами

торії, де можна організувати таке розміщення в Черкаському регіоні дуже багато. З урахуванням високого ступеня урбанізації та незайнятості ніші глемпінгів, можливості для розвитку даного напрямку можна оцінити як сприятливі.

Також розвиток глемпінгу забезпечить територіальним економічним системам деяку стійкість, збільшить оборотність грошових

потоків, а отже буде сприяти зростанню отриманню податків. Враховуючи, що дохід від оренди ділянок є місцевим податковим збором, то дохідна частина бюджету місцевої влади отримує стабільне джерело, і влада матиме пряму зацікавленість у його розвитку.

За розумної підтримки цей напрямок може стати для держави локомотивом прорив на шляху до економічного зростання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. 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> (дата звернення: 02.02.2022).
2. Давиденко І.В. Глемпінг як перспективна форма розвитку екотуризму. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2017. Вип. 26. С. 10–13.
3. Досягнення і амбітні плани Черкаського туризму. URL: https://novosti-turbiznesa.info/article/dosyagnennya_i_ambitni_plani_cherkaskogo_turizmu.html (дата звернення: 06.02.2022).
4. На Черкащині ухвалили програму розвитку туризму. URL: <https://ck-oda.gov.ua/novyny-cherkaskoyi-oblasti/na-cherkashhini-uxvalili-programu-rozvitku-turizmu/> (дата звернення: 05.02.2022).
5. Олійник О.В., Мостенська Т.Л., Тарасюк Г.М., Чагайда А.О. Перспективи розвитку готелів у стилі глемпінг в Україні. *Економіка, управління та адміністрування*. 2019. № 4(90). С. 38–46.
6. Покоłodна М.М., Полчанінова І.Л., Рябев А.А. Глемпінг як перспективний різновид туризму та готельного бізнесу. *Бізнес Інформ*. 2021. № 6. С. 157–169.
7. П'ять зірок для намету. Що таке глемпінги і де їх знайти в Україні. URL: <https://focus.ua/uk/ukraine/487738-pyat-zvezd-dlya-palatki-hto-takoe-glempingi-i-gde-ih-najti-v-ukraine> (дата звернення: 03.02.2022).
8. Lebedeva T.E., Bulganina S.V., Sul'dina V.V., Belousova K.V. Tendencii vybora sredstv razmeshcheniya. *Nauka Krasnoyar'ya*. 2018. Т. 7. № 2-2. Р. 36–40.
9. Zruchno.Travel. URL: <https://zruchno.travel/News/New/6101?lang=ua> (дата звернення: 02.02.2022).

REFERENCES:

1. Boiko V.O. (2021) Hlempinh – novyi trend industrii hostynnosti [Glamping is a new trend in the hospitality industry]. *Tavriyskyi naukovyi visnyk. Seriya: Ekonomika*, no. 8. Available at: <http://tnv-econom.ksauniv.ks.ua/index.php/journal/article/view/176/173> (accessed 2 February 2022). (in Ukrainian)
2. Davydenko I.V. (2017) Ghlempingh jak perspektyvna forma rozvytku ekoturizmu [Glamping as a promising form of ecotourism development]. *Naukovyj visnyk Mizhnarodnogo ghumanitarnogo universytetu*, no. 26, pp. 10–13. (in Ukrainian)
3. Dosjaghennnja i ambitni plany Cherkaskogho turizmu [Achievements and ambitious plans of Cherkasy tourism]. Available at: <https://ck-oda.gov.ua/novyny-cherkaskoyi-oblasti/na-cherkashhini-uxvalili-programu-rozvitku-turizmu/> (accessed 6 February 2022).
4. Na Cherkashhini ukhvalyly proghramu rozvytku turizmu [A program for tourism development has been approved in Cherkasy region]. Available at: <https://ck-oda.gov.ua/novyny-cherkaskoyi-oblasti/na-cherkashhini-uxvalili-programu-rozvitku-turizmu/> (accessed 5 February 2022).
5. Olijnyk O.V., Mostensjka T.L., Tarasjuk Gh.M., Chaghajda A.O. (2019) Perspektyvy rozvytku ghoteliv u styli ghlempingh v Ukrajinі [Prospects for the development of glamping hotels in Ukraine]. *Ekonomika, upravlinnja ta administruvannja*, no. 4(90), pp. 38–46. (in Ukrainian)
6. Pokolodna M.M., Polchaninova I.L., Rjabjev A.A. (2021) Ghlempingh jak perspektyvnyj riznovyd turizmu ta ghoteljnogho biznesu [Glamping as a promising type of tourism and hotel business]. *Biznes Inform*, no. 6, pp. 157–169. (in Ukrainian)
7. P'jatj zirok dlja nametu. Shho take ghlempinghy i de jikh znajty v Ukrajinі [Five stars for the tent. What are glampings and where to find them in Ukraine]. Available at: <https://focus.ua/uk/ukraine/487738-pyat-zvezd-dlya-palatki-hto-takoe-glempingi-i-gde-ih-najti-v-ukraine> (accessed 3 February 2022).
8. Lebedeva T.E., Bulganina S.V., Sul'dina V.V., Belousova K.V. (2018) Tendencii vybora sredstv razmeshcheniya [Trends in the choice of accommodation facilities]. *Nauka Krasnoyar'ya*, t. 7, no. 2–2, pp. 36–40. (in Russian)
9. Zruchno.Travel. Available at: <https://zruchno.travel/News/New/6101?lang=ua> (accessed 2 February 2022).