

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА**

**Географічний факультет**  
кафедра географії та менеджменту туризму

**РОЗВИТОК КЕМПІНГ-ТУРИЗМУ: СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА  
ПОШИРЕННЯ В УКРАЇНІ**

**Кваліфікаційна робота**  
**Рівень вищої освіти – другий (магістерський)**

**Виконав:**

студент II курсу, 619 групи  
Кондрук Михайло

**Керівник:**

к.геогр.н., доц. Заячук О.Г

**До захисту допущено:**

на засіданні кафедри

протокол № \_\_\_\_\_ від “\_\_” \_\_\_\_\_ 2023 р.

Зав. кафедрою \_\_\_\_\_ доц. Король О.Д.

Чернівці -2023

## АНОТАЦІЯ (ABSTRACT)

### **КОНДРУК М. РОЗВИТОК КЕМПІНГ-ТУРИЗМУ: СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА ПОШИРЕННЯ В УКРАЇНІ.**

Туризм 242. Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича. Чернівці. 2023.

У магістерській роботі розглянуто історію становлення й розвитку кемпінгів у різних регіонах світу й Україні. Проаналізовано основні напрямки дослідження кемпінгів в науковій літературі, узагальнено класифікацію досліджуваних об'єктів. Досліджено сегмент туристичного ринку кемпінгів в Україні загалом та Карпатському регіоні зокрема. Проаналізовано власний досвід створення глемпінгу в місті Яремче. Описано основні проблеми та перспективи глемпінг-туризму в Україні та глемпінгу Vlog House Resort.

Ключові слова: кемпінг, глемпінг, Яремче, заклади розміщення, Vlog House Resort.

## ABSTRACT

### **KONDRUK M. DEVELOPMENT OF CAMPING TOURISM: WORLD EXPERIENCE AND DISTRIBUTION IN UKRAINE.**

Tourism 242. Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University. Chernivtsi. 2023.

The master's thesis examines the history of the formation and development of campsites in different regions of the world and Ukraine. The main directions of research on campsites in the scientific literature are analyzed, the classification of the studied objects is generalized. The segment of the tourist market of campsites in Ukraine in general and the Carpathian region in particular is studied. The own experience of creating a glamping site in the city of Yaremche is analyzed. The main problems and prospects of glamping tourism in Ukraine and glamping at Vlog House Resort are described.

Keywords: camping, glamping, Yaremche, accommodation facilities, Vlog House Resort.

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень.

Використання ідей, результатів і текстів наукових досліджень інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

\_\_\_\_\_ М. Кондрук

(підпис)

<b>ВСТУП</b> .....	5
<b>РОЗДІЛ I ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТА СУТНІСТЬ КЕМПІНГ-ТУРИЗМУ</b> .....	7
1.1. Історичні особливості виникнення кемпінгів .....	7
1.2. Класифікація кемпінгів .....	12
1.3. Огляд основних наукових досліджень на дану тематику .....	16
Висновки до 1 розділу .....	24
<b>РОЗДІЛ II. ПОШИРЕННЯ КЕМПІНГІВ В СВІТІ ТА УКРАЇНІ</b> ..	25
2.1. Поширення кемпінгів на території Європи .....	25
2.2. Поширення кемпінгів в Америці .....	32
2.3. Розвиток кемпінг-туризму в Україні .....	43
2.4. Основні кемпінг-дестинації в Україні .....	45
Висновки до 2 розділу .....	51
<b>РОЗДІЛ III. ПОШИРЕННЯ ГЛЕМПІНГІВ НА ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНСЬКИХ КАРПАТ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО ПРОЄКТУ</b> .....	52
3.1. Поширення глемпінгів в Карпатах, як однієї із форм сучасних закладів розміщення .....	52
3.2. Започаткування власного проекту глемпінгу в місті Яремче .....	59
3.3. Основний аналіз категорії споживачів та послуг Blog House Resort .....	64
3.4. Проблеми та перспективи функціонування кемпінгів .....	68
Висновки до розділу 3 .....	73
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	74
<b>ЛІТЕРАТУРА</b> .....	76

## ВСТУП

*Актуальність теми дослідження.* Із 2019 року, початком пандемії COVID-19, та масовими санітарно-епідеміологічними обмеженнями більшість сфер туризму, а саме готелі, кафе, ресторани, зазнали значних збитків, але кемпінг-туризм лише набував усе більшої популярності та потребував швидкої модернізації й розширення. Наразі в Україні кемпінг теж набирає ще більшої популярності, адже через військові дії, для більшості це єдиний спосіб відпочинку всією сім'єю.

Кемпінг-туризм - це популярна рекреаційна діяльність, де учасники подорожують, щоб провести час, проживаючи в наметах, будинках на колесах або глемпах. Основною мотивацією для туристів, які здійснюють кемпінги, є проведення часу в природному середовищі та відновлення навичок і ремесел, а іноді й навчання цих навичок наступному поколінню. Почуття свободи та можливість якісно провести час із родиною та друзями також важливі для таких любителів такогo відпочинку.

У багатьох відношеннях кемпінг іде рука об руку з мінімалізмом – жити в меншому просторі, обходитися меншою кількістю речей – це саме причини, чому багатьом туристам так подобається кемпінг.

Географія зародження кемпінгу мала місце в США з другої половини XIX століття. Але сьогодні кемпінг-туризм є в будь-якому куточку світу від «Дикого» кемпінгу до гламурного у вигляді глемпінгів. Тому сьогодні турист із будь-яким бюджетом знайде для себе потрібний вид кемпінгу в будь-яку пору року.

*Об'єктом наукового дослідження* є кемпінг-туризм.

*Предметом* дослідження є сучасний стан та перспективи розвитку кемпінгів в Україні, практичний досвід реалізації власного проєкту.

*Метою дослідження* є визначення сучасного стану, перспектив розвитку глемпінгу в світі та в Україні

Відповідно до сформованої мети можна виділити наступні *завдання наукового дослідження*:

- з'ясувати сутність кемпінгів, мету їх створення
- дослідити історію становлення кемпінгів;
- дослідити сегмент туристичного ринку кемпінгів в різних регіонах світу;
- охарактеризувати у найбільш поширених регіонах України основні кемпінги та глемпінги;
- проаналізувати власний досвід створення глемпінгу в Українських Карпатах
- описати проблеми та перспективи глемпінг-туризму в Україні.

*Інформаційною базою* для даного дослідження слугували офіційна статистична інформація (UNWTO), засоби масової інформації (відгуки або рейтинги від туристів), офіційні сайти окремих кемпінгів та опубліковані журнали. Методологічною основою дослідження є праці: Г. М. Тарасюк, О.В. Олійник, О.О. Бейдик, Л.Г. Богуш, О.Ю. Дмитрук, Ю.В. Зінько, О.О. Любіцева, М.П. Мальська та інші.

При виконанні поставлених завдань використовувалися наступні наукові методи дослідження: історичний, аналізу і синтезу, узагальнення, систематизації та статистичний, моделювання.

Робота складається з вступу, трьох розділів, висновку та списку використаних джерел.

### **1.1. Історичні особливості виникнення кемпінгів**

Кемпінги (місця для проживання на відкритому повітрі в наметах, трейлерах або невеликих легких будиночках) почали з'являтися в кінці XIX століття у Європі та Північній Америці. Першими "кемпінгами" можуть вважатися пошуки пригод та польові вечірки, організовані чоловіком на ім'я Thomas Hiram Holding в 1870-х роках у Великій Британії. Пізніше, у 1900 році, Герман Theodor Heuss відкрив перший кемпінг, спеціально призначений для туристів. З часом кемпінги стали популярними серед природолюбів, туристів та мандрівників, які зацікавлені в проведенні відпочинку на відкритому повітрі.

Початок зародження кемпінгу можна датувати 1869 роком, коли Вільям Генрі Гаррісон Мюррей опублікував свою книгу «Табірне життя в Адірондаках». У цій публікації акцентував автор на красу, пригоди та навіть лікувальні переваги кемпінгу в цій місцевості. Протягом 5 років після публікації було зведено близько 200 кемпінгів, не обов'язково наметових містечок, але й багато сімейних комплексів-будиночків. Одразу великої популярності набрали будиночки, що розміщувались на терасі річки Темзи у Великій Британії, яка у 1880-х роках була визнана найкращим місцем для відпочинку через різноманіття різних видів атракційних активностей, наприклад: катання на човні, споглядання гарних краєвидів, аеротерапія, тиша, можливість загартовування в водах річки.

Цей вид відпочинку призвів до більш організованої революції діяльності завдяки Томасу Холдингу, пізніше відомого як «батько сучасного кемпінгу», який ще на початку XX століття опублікував такі праці, що стали звичайною практикою для ознайомлення перед відпочинком – *Cycle and Camp in Connemara* (1910) і *The Campers Handbook* (1908). Саме завдяки першій книзі створено було Асоціацію велокемперів, яка стала першою відомою кемпінговою організацією.

На початку ХХ століття кемпінг був дуже популярним серед еліти, яка просто любила вибиратися за місто і влаштовувати там багатоденні пікніки, відпочиваючи віж міської промислової метушні.

Велику роль як тоді, так і зараз грає місце розташування глемпінгу. Переважно воно знаходиться недалеко від проїжджої частини, щоб туди можна було зручно дістатися автомобілем, і обов'язково в наймальовничішому куточку місцевості.

Що стосується фізичних місць для кемпінгу, то першим табором у США, був Guntery Camp у Вашингтоні, штат Коннектикут, створений у 1861 році. Це був табір для хлопчиків, розроблений Фредеріком та Ебігейл Ганн, директорами такої школи. У 1874 році YWCA (Асоціація молодих жінок-християнок) заснувала кемпінг для жінок «Sea Rest» в Асбері-Парку, Нью-Джерсі. Чоловіки, за їх прикладом, створивши табір YMCA (Християнська асоціація молодих чоловіків) під назвою «Кемп Дадлі» в Ньюбургу, штат Нью-Йорк, у 1885 році. Незабаром після цього хлопці-скаути, а потім дівчата-скаути та Служба національних парків створили табір. Перший громадський кемпінг у світі був заснований у 1894 році - Cunningham's Camp на острові Мен, між Англією та Ірландією [16].

У країнах Центральної та Східної Європи у свій час був популярний відпочинок «дикунами», коли туристи брали намети і самостійно селилися біля моря або озера/річки. Сьогодні обладнані табори вже не є рідкістю в наших краях, навпаки, їх кількість збільшується, а рівень організації стає кращим і якіснішим [17].

Важливим етапом розвитку глемп-туризму була поява автотранспорту, яка зумовила розповсюдження кемпінг-таборів не лише в приміських зонах, а й далеко за містом. Хоча, дещо пізніше відбулося перенасичення формування такого відпочинку за допомогою автотранспорту і тому багато кемперів відновили користування залізничним транспортом.

Легко не помітити той факт, що організовані кемпінги виникли як через уявну потребу захистити нічого не підозрюючих або неосвічених туристів від промисловості в місті, так і через протилежне бажання вберегти природу від зловмисних дій людини. Саме слово «кемпінг» за своєю суттю виглядає парадоксальним, оскільки «кемпінг» нагадує про неформальне та часто тимчасове створення місць, а також пропонує формально виділену територію. Допускаючи певну екологічну деградацію та обмежуючи кемперів у визначеній зоні, кемпінги не дозволяють відвідувачам займати будь-яке місце, до якого вони інакше могли б отримати доступ. Витонченість просторового огороження може допомогти зберегти ілюзію свободи — перебування на природі, — але насправді професійні кемпінги є дещо обмеженими.

Переповнена ділянка кемпінгу у райській долині Маунт у 1915 році чітко пояснює, що перші громадські кемпінги в Сполучених Штатах Америки були нічим іншим, як великими спеціальними галявинами, вільними від дерев, на яких концентрувалися групи туристів. Пізніші практики, такі як часові обмеження, підрахунок подушок, плата за вхід і навіть будівництво рову, накладали додаткові обмеження: просторова огорожа стала не лише засобом обмеження туристів, але й способом утримувати небажаних осіб. Але просторовий корпус не лише захищає туристів; не менш важливо й те, що це фактично ізолює їх від природи. Введення комунікацій ще більше посилює межі захищеного простору. Кемпінги стали орієнтованими на себе, і туристи, які відпочивають, на відміну від своїх предків, більше не повинні були виходити за його межі. Навіщо їм самим дбати про себе, збирати дрова, полювати на дичину, шукати воду, якщо вони все оплачують при в'їзді та отримують усе необхідне.

Це, безсумнівно, тонка форма відчуження (ви думаєте, що перебуваєте в природі, але віддалилися від неї); і це призводить до важливого культурного зсуву: ідеалізації природи як мирної та безпечної. До появи сучасних



зручностей туристи початку 20-го століття часто помилково покладали свою довіру на мальовничі придорожні майданчики, не підозрюючи, що, скажімо, вода з холодних струмків може бути потенційно шкідливою. Для багатьох сучасних туристів такі особливості, як крани для кемпінгу (з фільтрованою водою), підсилюють сприйняття природи як абстракції. Очікується, що природа залишатиметься комфортною, візуально та емоційно надихаючою; але вплив на атмосферу залишатиметься незначним. Самі організатори кемпінгів підкреслюють це сприйняття, і зазвичай закривають кемпінг-табори до того, як сезонна температура опуститься нижче нуля, що знизить кількість туристів практично до нуля. Як наслідок, більшість туристів ніколи не стикаються з жорстокою суворою погодою, хіба що з вечірнім морозом, деякими комахами чи легким дощем тепер можуть вважатися серйозними труднощами, і як такі, що залишають спогади, які можна згадувати в сімейних розмовах роками.

Драматичні події 11-12 червня 2010 року в кемпінгу Альберта Пайка в національному парку гір Уачіта на південному заході Арканзасу, кинув виклик популярності кемпінгів не лише в США, а й у всьому світі. Вночі виникла буря; сильні дощі швидко призвели до паводку; сусідні річки Каддо та Малий Міссурі вийшли з берегів за кілька годин. У той час як багатьом туристам вдалося втекти, інших негода застала зненацька і вони потонули. Серед загиблих було шестеро дітей віком до семи років, які згодом стали символом особливої втрати, якої бояться кемпери, коли вони потрапляють у необладнаний табір. Тобто водночас, як географічні фактори (ізоляція, пересічена місцевість, погана якість телефонного зв'язку) і «зручність» (легкі та швидкі процедури реєстрації та протоколи евакуації) можуть бути причиною загибелі людей.

Сучасні кемпінги втілюють своєрідне протиріччя: вони обслуговуються все більш витонченим набором комунальних послуг і зручностей, і все ж

продаються, щоб увіковічнити плеканий американський ідеал табору в глухих лісах.

Кемпінг-туризм, перетворюється на набір різних за виглядом і набором послуг місцин, кожне з яких функціонує як осередок унікального досвіду, який сам по собі стає товаром і опосередковується популярними образами.

Наступним етап історії кемпінгів стала оренда «будинків на колесах», які припарковують на долині, біля моря/озера або у гірській місцевості та поєднують усі можливі комфортні умови для життя у своєму «будиночку», без додаткового особистого спорядження, але з виглядом на «дику природу» та прогулянками [[https://placesjournal.org/article/a-short-history-of-the- \]](https://placesjournal.org/article/a-short-history-of-the-)

Індустрія кемпінгу за останні кілька років дійсно процвітала. Продажі причепів стрімко зростають, а кемпінги стають популярними місцями з чудовими зручностями та розвагами для будь-якого віку. Окрім наметів і трейлерів, сім'ї можуть стильно таборувати (тепер відомий як глемпінг) у юртах, будиночках на деревах, будиночках, паркових моделях і навіть наметах, які повністю омебльовані.

До кінця ХХ ст. налічувалось значна кількість кемпінгів по всьому світу. Сьогодні кемпінги - це широко поширена форма відпочинку та туризму, яка надає можливість людям насолодитися природою та близькістю до відкритого повітря. У ХХІ столітті виникла потреба у появі найбільш сучасного різновиду кемпінгу – глемпінг. Глемпінг – це є розміщення в «гламурних» кемпінгах. Це фактично вдосконалені кемпінги з покращеними умовати та інфраструктурою, послуги яких можна спокійно прирівняти до готелів високого рівня комфортності.

## **1.2. Класифікація кемпінгів**

Існує багато дискусій щодо того що взагалі означає «справжній кемпінг». Справа в тому, що натуральний його вигляд, який асоціювався з активним

рухом кардинально змінився на той, який асоціюється з такими соціальними мережами, як: Instagram, Pinterest, що показує чудову картинку та момент відпочинку. Із давніх часів основою кемпінгу було встановлення намету, приготування їжі на вогні, купання у водоймах, жага до усамітнення. Наразі можна прослідкувати настільки ці основи змінилися через фактор часу та науково-технічного прогресу.

На сьогодні існує багато різних класифікацій кемпінгів, які залежать від розташування, від обладнання та, як згадувалося в першій частині цього розділу, від історії або бажання відчувати минуле, майбутнє.

За місцем розташування глемпінги поділяють на: лісові, приморські, приозерні, прирічкові, пустельні, та на заповідних територіях.



Рисунок 1.1. Види кемпінгів за місцем розташування

Якщо розглядати з точки зору обладнання та комфортабельності виділяють такі види:

1) Наметовий кемпінг – найпростіший та найдавніший вид кемпінгу, який включає розбиття намету на спеціально відведених та сприятливих для туризму територією, де головною умовою залишається – розміщення просто неба. До нього входить кілька ночей на природі, приготування їжі на вогні, проведення вечорів біля багаття та спостереження за дикою природою, від якої туристи зазвичай не обмежені.

2) Туризм-кемпінг – спроба обмежити туриста використанням виключно свого наплічника та жити протягом певного періоду лише за рахунок його наповнення. У цей момент і з'явилися спеціально обладнані ранці, куди можна було помістити намет, каремати, спальні мішки, одяг та їжу. Ідея подорожей полягає в тому, щоб бути максимально самодостатнім, підготувавши все необхідне для довгого 10-денного чи 3-тижневого походу в гори.

3) Автомобільний кемпінг – зазвичай мандрівники обмежуються вже не лише особистим наплічником, а й власним автомобілем, куди могли б помістити значно більше речей та різноманітного необхідного обладнання. Зазвичай туристи, які є пошанувачами даного виду кемпінгу для відпочинку вибирають території національних парків, де можна розбити наметове містечко. Зазвичай такі ділянки обладнані душовими та зонами спільного користування, де можна зустрітися з іншими кемперами та переглянути, до прикладу, матч, фільм тощо. Головним плюсом у порівнянні з двома попередніми видами кемпінгу є те, що можна з легкістю вберегти себе від негоди.

4) Кемпінг для автофургонів – такий рух називається vanlife за допомогою таких автомобілів як Recreational Vehicle – автофургони, які обладнані всім необхідним і нагадують однокімнатну квартиру на колесах з

вікнами для насолоди дикою природою. Такий вид кемпінгу користується популярністю серед туристів, які планують довготривалі поїздки зі зручностями. Іноді в літературі можна зустріти навіть такий термін, як – спеціальний рух, чи навіть спосіб життя людей, що перебувають на колесах, а їх послідовників називають ванлайферами. Цей спосіб життя надає багато переваг, таких як свобода подорожувати, змінювати місця перебування згідно власних бажань, близькість до природи та спрощення матеріальних потреб. Ванлайфери можуть відвідувати різні місця, насолоджуватись природою та відкривати нові країни без необхідності постійного переїзду з одного місця проживання в інше. Цей рух став особливо популярним серед молодих людей, які шукають вільного життя з пригодами, а також серед деяких пенсіонерів, які нікуди не спішать та ні до чого не прив'язані й хочуть отримати найбільше зі своїх золотих років, подорожуючи та відкриваючи нові місця. Vanlife став популярною темою в соціальних медіа, де ванлайфери діляться своїми пригодами та красою своїх мандрівок.

5) Велотуристський кемпінг - це, по суті, використання велосипеда як найкращого двоколісного транспортного засобу для подорожей по всьому світу та ночівлі де завгодно. Кемпери використовують свою силу, щоб подорожувати по місцях і таборуватися в мальовничих місцях. Це наступна альтернатива подорожам з ранцем, а також така, що пропонує мінімальне налаштування, як байкпакінг, де легкі намети можуть бути варіантом, якщо ви хочете не ускладнювати свою їзду на велосипеді.

6) «Глемпінг – «гламурний» вид кемпінгу, який оснащує ваш намет, а в сучасних умовах і будиночок усім не обхідним – ліжками, електрикою, власними санітарними зонами і водночас мають прозору частину куполів, панорамних вікон, щоб спостерігати за природою та відчувати себе як на свіжому повітрі. Такий вид кемпінгу найбільш популярний в сім'ях із малими дітьми.

7) Зимовий кемпінг – кемпінг для екстрималів, але 90% із туристів вибирають лише теплу недощову погоду. Але все змінилося, і деякі люди шукають нетрадиційні способи створити повний 4-сезонний стиль кемпінгу. Будь-який кемпінг при температурі нижче 0 градусів вважається холодним або зимовим кемпінгом.

8) **Гамак-кемпінг** – зазвичай спонтанне рішення туристів, адже для його встановлення потрібна лише інструкція та мінімум зусиль. Це доволі непопулярний спосіб провести так ніч, але часто на пляжах або в лісі люди створюють собі таку зону відпочинку.

9) **Кемпінг Bivvy Sack** – кемпінг з мішком-бівусом - це по суті кемпінг без намету. Він настільки легкий, наскільки це можливо, але він також пропонує вам низькопрофільну мінімальну установку з деяким основним покриттям, щоб ви могли розташуватися під час коротких подорожей. Єдина проблема полягає в тому, що ви не можете взяти своє спорядження всередину, і тут практично немає приватності. Але цей вид кемпінгу не захистить вас від негоди [15].

### 1.3. Огляд основних наукових досліджень на дану тематику

Питаннями вивчення додаткових засобів розміщення займалось зовсім не багато вітчизняних науковців. Ця тематика з'явилась у наукових виданнях вже з початком XXI століття. Серед одних з останніх публікацій – наукова стаття І.В. Давиденка. Мова тут йде про глемпінг як нову перспективну форму організації екотуризму [3]. Зорема розглядаються переваги таких видів розміщення та екологічна свідомість молодого покоління, які і є основними споживачами дороговартісного розміщення в максимально наближених умовах до природних.

В. О. Бойко у своїх дослідженнях глемпінг не є самоціллю дослідження, а звертає на нього увагу, як доповнення до екологічного туризму. Даний автор

розглядає глемпінг, як одну із форм розміщення при подальшому розвитку екотуризму.

О. В. Олійник досліджував глемпінги в Україні та їх подальші перспективи стрімкої розбудови. Автор стверджує, що поширення глемпінгів – це питання комфортного відпочинку туристів у гармонії з природою. Він наголошує на тому, що такі заклади розміщення гармонійно поєднуюватимуться із природоохоронними територіями, а ті, в свою чергу отримують нові економічні можливості за рахунок туристичного сектора [1].

Г. М. Тарасюк розкриває питання перспективності глемпінгів та агроготелів. Однак, у вітчизняній літературі досить мало досі приділось питанням вивчення глемпінгів, як нового виду закладів розміщення на ринку закладів розміщення. Причиною цього є незначна розповсюдженість таких закладів по території України та й відповідно малий інтерес науковців до них [1].

У працях іноземних дослідників дана тематика зустрічається куди більше. Це пов'язано з тим, що кемпінги, а згодом і їх покращені копії – глемпінги досить популярні на ринку закладів туристичної індустрії в таких регіонах, як Американський, Європейський.

Значна кількість праць присвячена розвитку й розбудові кемпінгів ще у ХХ столітті. Так, у працях Гуда встановлюється зв'язок між фіксованою інфраструктурою, з одного боку, та особистим обладнанням, яке має переносити кемпер, з іншого. Перед поступовим і систематичним впровадженням сучасних комунальних послуг (вода, ванні/душові кімнати, електрика тощо), туристам доводилося транспортувати низку побутових приладів з одного кемпінгу в інший. Щоб забезпечити всі ці зручності, туристичні автомобілі були оснащені причепами та навіть вбудованими розкладними наметами та столиками. Автомобіль швидко став невід'ємною

частиною кемпінгу, не лише тому, що він міг транспортувати як і туриста, так йнебхідні йому речі, але й почав розширювати межі кемпінгу.

З 1920-х років торгова реклама почала поширювати такі цікаві винаходи, як гамаки, намети від дощу тощо. Туристи-кемпери швидко прилаштували всі ці винаходи до своїх потреб на відпочинку на кемпінгах. Тобто, вже 100 років тому турист намагався покращити свої умови на кемпінгах. Цей було рушієм для облаштування все більш комфортних умов на території кемпінгів. Гуд та інші винахідливо заохочували делікатне, але переконливе відчуття рустикальності. Таким чином, слабо адаптована ділянка потребує участі відвідувачів, які, імпортуючи власне спорядження (намет, їжу, спальні мішки), уможлиблюють її окупацію, хоча й ненадовго. Пізніше, піклуючись про те, щоб спакувати всі речі та прибрати територію, кожна група завершує важливий цикл, а також ненавмисно очищає та готує ділянку для наступного мешканця. Цей нескінченний цикл дозволяє всім нам насолоджуватися відчуттям того, що ми відкрили ділянку та брали участь у її будівництві, тимчасово закріпивши право на неї — буквально кілками для намету, або, можливо, з нерухомим трейлером чи фургоном — на ніч. Сотні кемперів можуть претендувати на те саме місце за один сезон, але всі вони залишаться невідомими для інших.

Описуючи перші кемпінги в Йосеміті, Стенфорд Демарс зауважив, що на початку XX століття успіх кемпінгів на території США був шаленим. Свідченням цього була те, що «загальна кількість автомобілів, які стояли під табором в Оверленд-Парку з 1 травня по 20 жовтня становила 7874; загальна кількість пасажирів, перевезених цими автомобілями, становила 28 910. Відвідувачі представляли сорок сім штатів, Домініон Канада та округ Колумбія. Єдиним штатом, який не був представлений протягом сезону 1920 року, був Делавер».

Розмежування кемпінгу на окремі зони створює складну географію індивідуальних і спільних інтересів. Сьогодні цей процес служить не лише для



фізичного відокремлення кемперів один від одного, але й для фіксації щільності туристів на певній території та об'єднання кемперів у спільноти однодумців, наприклад, розмежовуючи власників галасливих фургонів та трейлерів від скромніших наметових місць.

Важливим елементом інфраструктури будь-якого кемпінга є його планування та візуалізацію як в паперовому, чи електронному варіанті. Для більшості туристів ритуал прибуття в кемпінг починається з роздачі карти об'єктів; потім відвідувач і супроводжуючий узгоджують точне місце розташування кемпінгу. За своєю структурою більшість кемпінгів схожі між собою приблизно на 80%. Важливою для туриста є загальна доступність до кемпінгу. Звичайно, доступ передбачає наявність фізичної інфраструктури (дороги), яка веде кемпера до місця відпочинку.

Популярність кемпінгів знизилась в період кінця ХХ століття і причиною цього були малокомфортабельні умови.

З плином часу змінювались вимоги до кемпінгів. Турист стає більш платоспроможним та відповідно хоче за власні кошти отримати й високу якість послуг. Це спонукало до появи надсучасних кемпінгів – глемпінгів. Сам термін глемпінг введений до Кембриджського словника лише у 2017 році, де зазначається, що «Глемпінг – це тип кемпінгу, який є більш комфортним та розкішним, ніж традиційний кемпінг».

Досвід глемпінгу спонукає підприємців шукати нові способи покращити кемпінги (Carter, 2011) та обрати глемпінг як конкурентну стратегію у своєму подальшому розвитку. У всьому світі глемпінг впізнаваний за низкою переваг, а швидка передача інформації (наприклад, через соціальні мережі) сприяє глобальному поширенню й популяризації глемпінгу (Glamping Hub, 2017)

Хоча глемпінг фактично суперечить первісному походженню кемпінгу, дехто вважає що глемпінг може залучити новий ринок кемпінгу серед нинішніх

гостей готелів та апартаментів, які прагнуть гламуру та комфорту, таким чином поєднуючи найкращі елементи кемпінгу та готельного бізнесу.

Очікується, що глемпінг може відіграти вирішальну роль у відновленні привабливості кемпінгу (Фрідман, 2012).

Глемпінг стає синонімом розкішного житла, включає в себе численні більш інноваційні типи житла такі як юрти, будиночки на деревах і пересувні будинки (Glamping.com, 2017) тощо.

#### **1.4. Глемпінг, як одна із форм сучасного кемпінгу**

Як зазначалось у попередніх пунктах, глемпінг – це одна із форм колишнього кемпінгу, однак більш сучасна, не дешева та навіть вишукана. Відповідно до статистичних даних євростат 2021 чисельність туристів глемперів зросла на 10,4 % у порівнянні з 2020 роком. Причиною цього безумовно стали послабленні карантинні обмеження щодо Ковід -19, та інтерес до природного середовища, який останнім часом наростає. Прогнозується, що попит зростатиме й надалі.

Глемпінги на сьогодні є оптимальними щодо поєднання високої якості надання послуг розміщення та впливу на навколишнє середовище. Кемпінги без зручностей, або зі зручностями загальними залишаються вже в минулому. Сьогодні у глемпінгах є хороші ліжка, холодна й гаряча вода, санвузли та навіть міні-кухні, доступний інтернет, послуги прибирання тощо. Саме це приваблює сучасного туриста. Усі глемпінги без виключень позиціонують себе, як екологічний продукт.

За період з 2010 року розмір ринку глемпінгу динамічно зростає, за виключенням ковідних років. Так у 2010 році він становив 1,5 млн. дол., а вже у 2021 р ця цифра зросла до 2,3 млн. дол. З прогнозами ЮНВТО до 2028 року становитиме вже 5,8 млн. (рис. 1.2.). Бачимо незначне сповільнення темпів

зростання на відтинку 2015-2021 рік – причиною цього, як уже зазначалось є 1 рік повномасштабної пандемії.

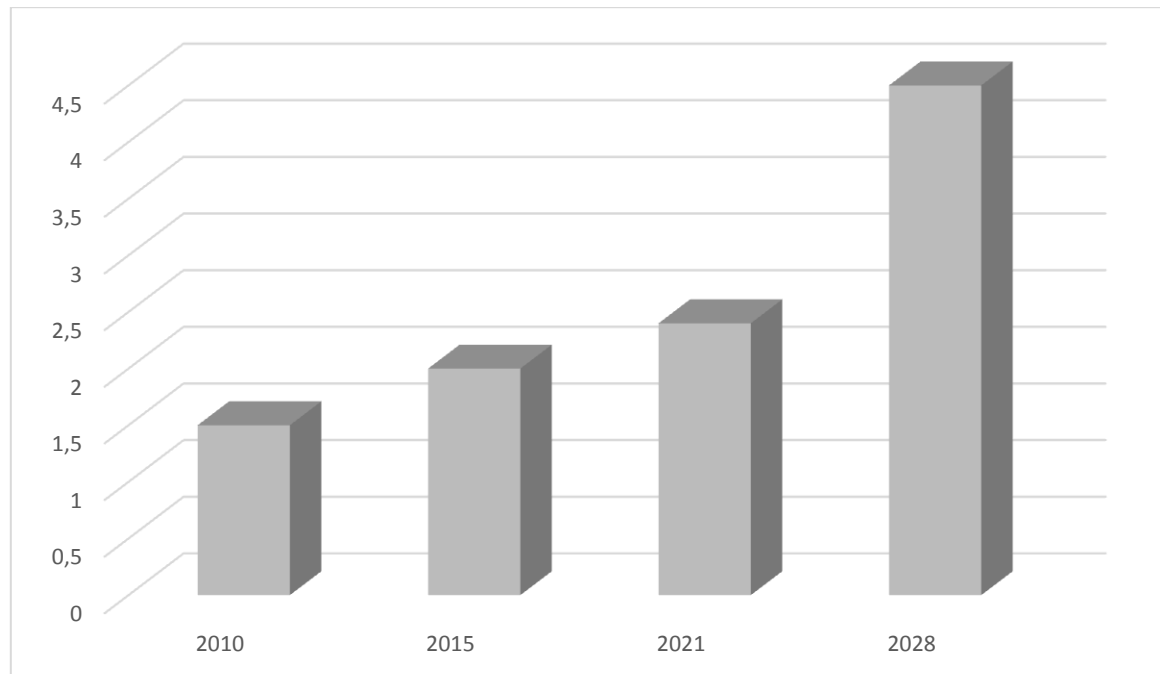


Рис. 1.2. Динаміка зростання ринку глемпінгу за період з 2010 по 2028 рр.

Глемпінг стає дохідною галуззю сектору розміщення в туристичній індустрії. На сьогодні в світі великі ринки глемпінгів є у країні їх зародження – США, Канаді, Мексиці, Австралії та Новій Зеландії, Великій Британії, країнах Середземноморського регіону. Проаналізувавши пошукові запити у Google Trends їх більшість походила з Ірландії та Великої Британії.

Основними категоріями відвідувачів глемпінгів є особи середнього та молодого віку. Ця тенденція зберігається по свьому світу. На особливу увагу заслуговують дослідження категорії споживачі в Хорватії. В результаті дослідження було з'ясовано, що серед споживачів переважають особи чоловічої статі у співвідношення 56 до 44%. За віком це : 34% - осіб віком 36-45 років, 26% - туристи старшого віку (понад 46 років), та 17 % - молоді особи від 18 до 35 років.

Портрет туристів, які обирають для себе розміщення у глемпінгу виглядає так:

1. молоді люди
2. добре освічені люди
3. мають стабільний і відносно високий дохід
4. переважно це сімейні люди, що подорожують разом із дітьми
5. рішення про вибір засобу розміщення приймають заздалегіть

Отже, це освічені, доволі молодого віку туристи з доходами вище від середніх (3000-5000 дол / місяць), які зайняті у популярних на сьогоднішній день сферах (менеджмент, бізнес, сфера ІТ). Переважна більшість відвідувачів глемпінгів приймають рішення про даний вибір завчасно, також варто зауважити, що це зазвичай не єдина відпустка на рік. Більшість туристів тепер ділять відпустку на кілька менших та обирають зовсім інші місця для відпочинку та інші види туризму.

Також варто зауважити, що концепція глемпінгу дещо відрізняється від концепції звичайного кемпінгу. Запорука успіху функціонування сучасного глемпінгу полягає у поєднанні трьох аспектів : наявність природного середовища високого рівня збереженості, мінімальний вплив на навколишнє середовище та максимальний комфорт відпочиваючих (рис. 1.3.). Щодо шкідливого впливу на навколишнє середовище, то це досягається завдяки спільним зусиллям як власників глемпінгів , так і відпочиваючих. Перші дбають про екологічну складову починаючи з використання матеріалів при будівництві закладів розміщення, системи очищення стоків, сортування сміття тощо. Відповідно туристи мають виконувати встановлені правила та й взагалі їм не має бути байдужою стан навколишнього середовища, якщо обрали для себе такий вид відпочинку.



Рисунок 1.3. Концепція глемпінгу за Поколодною М.М.

Засоби розміщення на території глемпінгу прийнято називати як «глемп». Вигляж гелмпів може бути дкже різним: від елементарного намету, до дерев'яного будиночка. Конструкція глемпу є безфундаментною та не потребує великих затрат часу на зведення . Глемпи можуть бути у вигляді шале, куполів, бочок, трейлерів, юрти, белл-тентів, сафарі-тентів, тіппі, будиночка х на деревах. Сучасні глемпи бладнанні всім необхідним – це такі собі міні апартаменти з системою обігріву та кондиціонування, кухнею та санвузлом, зрічним спальним місцем (переважно на двох) та неймовірним виглядом на ландшафт.

Розглянемо коротко основні характеристики глемпів. Глемпінг у трейлері, де трейлер використовуватися мобільне житло, або як засіб розміщення в , що встановлений на певній території.

Каюти – це повністю облаштовані й комфортні котеджі, зазвичай з дерева, які за рівнем комфортності можна прирівняти до розкішних зіркових готелів.

Куби та поди (нагадують напівбочки) зазвичай будують з місцевих природних матеріалів та їх розмір є зовсім невеликим. Екологічний слід кубів надзвичайно малий, але мають усі зручності та захист.

Куполи (domes) – надзвичайно мальовничі, але дуже вразливі (швидко можна зіпсувати їх). Найбільш цікавим моментом куполів є можливість відкриття панорамних краєвидів через повну, або часткову прозорість покриття куполів.

Сафарі-тенти – це найрозповсюдженіші глемпи. Основою їх є дерев'яний каркас обтягнутий зверху високоякісним тентом. Такий глемп дуже простий для встановлення, тому може бути легко переміщений на інші місцевості. Розрахований зазвичай на проживання 4 осіб.

Тіпі. Легка будівля, що має форму трикутника. Сучасні тіпі тепер обладнані усім необхідним, щоб почувати себе комфортно під час відпочинку.

Будиночки на деревах є абсолютно безпечними та стали популярними по всьому світу, особливо в США. У таких будиночках можуть бути розміщені не лише заклади розміщення, але й заклади харчування. Такі будиночки обирають у 90 зі 100 випадків сім'ї з дітьми.

Вагони та пастуші хатинки. Вони пропонують одні з найбільш унікальних, з усіх доступних, місць для глемпінгу з їх химерним виглядом і шармом країни.

Юрти – це круглі споруди, що схожі на звичайні, але місткі намети, які поєднують в собі характеристики наметів, хатин і будинків. Сучасні юрти побудовані, як стаціонарні легкі будівлі на дерев'яному піддоні з використанням сучасних будівельних матеріалів.

## Висновки до 1 розділу

На ринку закладів розміщення є велика кількість різноманітних пропозицій для різного споживача: висококомфортабельні готелі та хостели й гуртожитки, апартаменти та моделі, а також є категорія закладів, які класифікують, як додаткові заклади розміщення. Саме до таких належать і кемпінги.

Кемпінги з'явилися на ринку за часів активного розвитку й становлення організованого туризму, згодом й соціального. На початку своєї історії кемпінги користувались популярністю у туристів, які мали бажання відпочити на природі, але належали до категорії незаможних. Тоді, під кемпінгом розумілись території із навністю загальних для всіх зручностей, де можна було звести свій намет. Згодом кемпінги завоювали ринок, але на нетривалий період. Зростання рівня суспільного добробуту населення, сприяло підвищенню вимог до послуг таких закладів, що призвело до виникнення різних видів кемпінгів. Саме на XX століття риппадає зародження, розвиток та становлення кемпінгів з обмеженою кількістю зручностей.

З кінця XX століття на ринку додаткових засобів розміщення з'являються нові різновиди кемпінгів – глемпінги. Які на сьогодні уособлюють поєднання на невеликій площі легкої безфундаментної будівлі сього необхідного, аби відчувати себе комфортно та поряд з природою. Швидкими темпами завойовували ринок глемпінги починаючи з 2007 року. За короткий проміжок часу глемпи стали улюбленими закладами розміщення для молодих людей, сімей з дітьми, які мають на меті відпочинок на природі. На сьогодні існує велика кількість різних видів глемпів.

## РОЗДІЛ II

### ПОШИРЕННЯ КЕМПІНГІВ В СВІТІ ТА УКРАЇНІ

#### 2.1. Поширення кемпінгів на території Європи

На території європейських країн функціонує 23 049 кемпінгів. В Європі на території кемпінгів за даними Євростату було здійснено 373 мільйони ночівель (2017). Особливу увагу варто приділити й гламурним кемпінгам – глемпінгам, адже за ними майбутнє ринку. Очікується, що ринок глемпінгів у Європі за доходами зростатиме із середньорічним темпом зростання понад 11% протягом періоду 2019–2025 років.

По каютах спостерігається загальне зростання глемпінгу. Вони існують вже давно і не вважаються новинкою та є найпоширенішою формою глемпів, які використовуються для сімейного кемпінгу. Вони є більш комфортними з точки зору зручностей, оскільки можуть працювати з усіма типами внутрішніх систем і компонентів. Тому каюти більше схожі до розкішних готелів, ніж до кемпінгу.

У зв'язку зі зростанням наявних доходів домогосподарств збільшується кількість сімейного відпочинку в Європі, тим самим збільшуючи попит на сегмент 3-х, 4-місних глемпів. У міру того, як сайти зростали, а структури ставали все більш довговічними та постійними, у 2019 році ринок став свідком зростання привабливості. Ринок характеризується комфортом і великою дозою заходів і зручностей.

Сафарі-намети, будиночки на деревах, юрти та капсули є популярними, але менш поширенішими формами розміщення, оскільки вони, як правило, підходять для сімейного відпочинку та дозволяють мати більш визначені та відкриті житлові простори, елементи веселоців тощо.

Європейський туристичний ринок все частіше відзначається тенденцією зростаючої популярності віддалених, маловідомих та навіть атких місць, до



яких важче дістатися задля усамітнення. Підживлюючись популярною культурою, тревел-блогерами та інфлюенсерами в Instagram, сільський глемпінг стає організованим і формальним.

Ще один напрямок нових глемпінгів – глемпінг на ранчо, виноградниках і фермах. Ще є фактично поєднанням сільського зеленого туризму з гелемпінгом.

У будь-якому разі глемпінг має величезні переваги над кемпінгом, який в Європі фактично вже не користується популярністю, адже це не зручно: везти з собою все необхідне спорядження, потерпати від сумісних зручностей, не мати фактично особистого простору. Поціновувачі відпочинку на природі все більше віддають перевагу різним видам глемпінгу. збільшує популярність сільського сегменту.

Ще однією причиною зростання популярності глемпінгів є зростання попиту на відпочинок у вихідні дні для міських туристів, які перебувають у стані стресу. Вплив глемпінгу вийшов далеко за рамки перебування і увійшов у сферу подій. Хоча кемпінг вже давно є центром подій на заходах, він значною мірою обмежується музичними фестивалями. Однак глемпінг змінився, надавши способи зібрати всю команду разом у вражаючих місцях для вишуканого, але сільського досвіду. Використовується як для особистих, так і для професійних заходів. Оскільки багатообіцяюча частка цих подій є життєвими віхами, очікується, що ринок приверне увагу кількох споживачів і компаній.

Великій Британії, як зазначалось у попередньому розділі, належить першість за розвитком та забудовою кемпінгів, а згодом і глемпінгів. Саме тут з 2011 по 2016 рік, відбувалось найстрімкіше зростання даного ринку: зростаючи в середньому на 7,3% щорічно, в той час як у ркшті країн Європи цей показник становив 0,4% на рік.

Франція характеризується різноманітним ландшафтом, унікальною кухнею та культурою. Майже 9000 кемпінгів у країні відображають різноманітність, пропонуючи все: від міського відпочинку до диких лісів і берегових таборів, а також зростаючу кількість розкішних майданчиків. На французьку клієнтуру припадає близько двох третин трафіку в кемпінгах, а решта припадає на іноземців. Вони, як правило, концентруються на північно-західному узбережжі Франції. Південь також багатий на кемпінги та глемпінги, що означає високий попит на глемпінг.

Італія має безліч визначних пам'яток, розташованих у таких містах, як Венеція, Рим, Флоренція, Неаполь або Верона. Кемпінги, розташовані в Північній Італії, уздовж Середземного та Адріатичного моря, а також у Тоскані, є одними з найбільш відвідуваних місць і місць для глемпінгу, тим самим створюючи можливості для ринку в Італії. У той час як у літні місяці липень і серпень спостерігається найбільший приплив туристів, зростає усвідомлення того, що країна є цілорічним напрямком, особливо серед молоді, яка грає на можливостях для глемпінгу. Однак глемпінг все ще перебуває в зародковому стані в країні порівняно з такими країнами, як Великобританія.

Німеччина пропонує розмаїття прекрасних кемпінгів для любителів активного відпочинку в природі. еякі з найпопулярніших місць для глемпінгу включають Національний парк Берхтесгаден, Альгой, Блекфорест, національний парк Ясмунд та Західний острів Рюген.

Іспанія також знаменита своїми прекрасними природними ландшафтами і класними кемпінгами різних рівнів та видів. Одним з найпопулярніших глемпінгів в Іспанії є "Cabanes als Arbres", який знаходиться в Каталонії. Тут ви можете перебувати в комфортабельних бунгало, які знаходяться на деревах, і насолоджуватися неймовірними видами і природою навколо. Іншим варіантом є "La Granja de Yuste", розташований в Естремадури. Це відмінне місце для тих, хто хоче поєднати глемпінг з історичною атмосферою.

Отже на території Європейського регіону можемо виділити ТОП 10 країн за чисельністю й популярністю кемпінгів та різних їх видів. Перше рейтингове місце з-поміж європейських країн належить Франції, де кількість кемпінгів близько до 9000 (8970). Діапазон цін дуже різний: від 13 євро до 1000 євро. На другому місці – Німеччина із кількістю 2146 кемпінгів, мінімальна вартість починається з 28 євро. Третю позицію посідають Нідерланди – 2043 кемпінга. До основної десятки країн-лідерів за кількістю увійшли переважно західноєвропейські країни також і є південно-європейські. Значно менша кількість кемпінгів у країнах східної Європи (таблиця 2.1), однак немає жодної європейської країни де не було б взагалі таких додаткових закладів розміщення.

*Таблиця 2.1. Рейтинг країн Європи за чисельністю кемпінгів*  
[<https://www.camping.info/en>]

<b>Рейтингове місце</b>	<b>Країна</b>	<b>Кількість кемпінгів</b>	<b>Найвідоміші кемпінги</b>	<b>Вартість /особу</b>
I	Франція	8970	Saint Pabu Plage	Від 13 €
II	Велика Британія	5674	Fox Wood	Від 40 фунтів
III	Німеччина	2146	Südsee-Camp	Від 28
IV	Нідерланди	2043	Papillon Country Resort	Від 19.50
V	Італія	1538	Vidor Family & Wellness Resort	Від 20,20
VI	Іспанія	1160	Playa Brava	від 32
VII	Швеція	647	Кальман-Рафшфхсудден	26
VIII	Данія	475	Сківерен	34,28
XIX	Хорватія	350	Поларі	Від 21

X	Швейцарія	348	Монте Дженерозо	Від 47
XI	Австрія	329	Seecamping Mentl	Від 34

Ринок глемпінгу в Європі залишається дуже фрагментованим. Більшість сучасних кемпінгів – це стартапи, які функціонують менше 15 років. Nuttopia, Bustec Safari, Canopy & Stars, Eco Retreats і Wigwam Holidays є провідними постачальниками на європейському ринку глемпінгу. Прибутковість невеликих компаній пов'язана з їхньою пропозицією та географічною специфікою, враховуючи, що гості подорожують лише на певну відстань від свого будинку, коли справа доходить до кемпінгу. Серед європейців найбільшою популярністю користуються такі різновиди глемпу, як каюти їм віддали перевагу 51 %. На другому місці за популярністю – куполи, поди та ккби, шале. На третьому – трейлери. У зв'язку з кліматичними особливостями європейського регіону тут мало представлені такі глемпи як сафарі-тенти, тіппі та юрти (рис 2.1.)

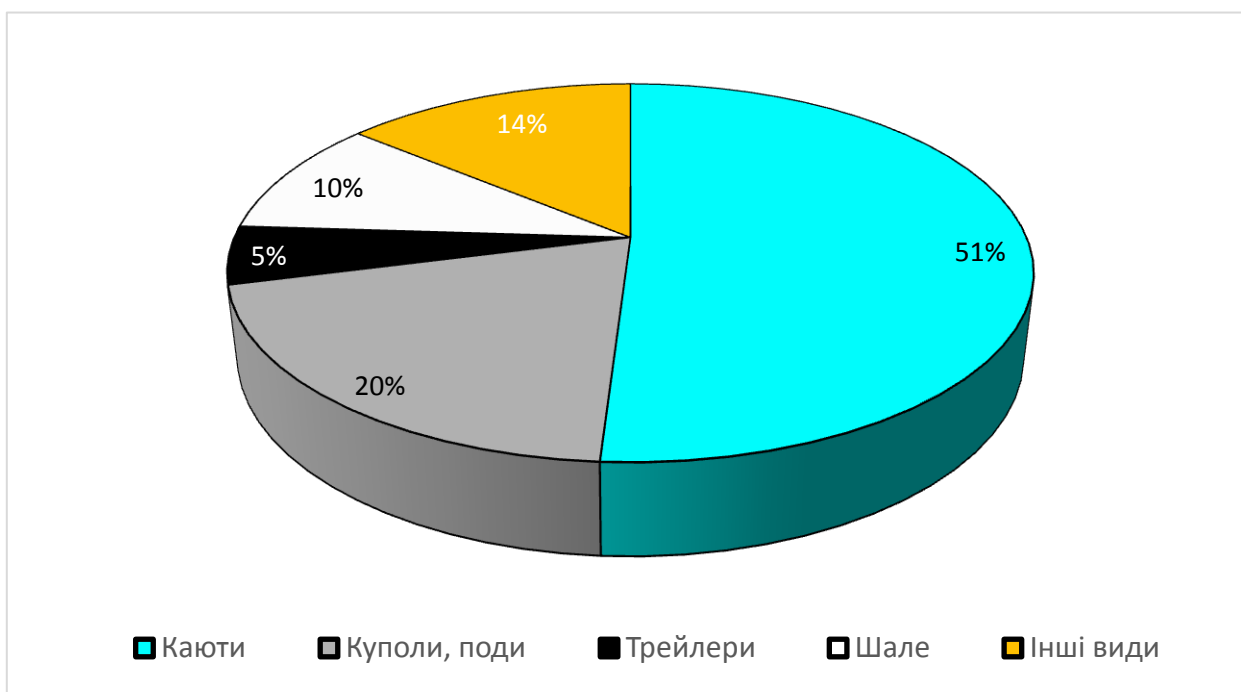


Рисунок 2.1. Сигментация європейських глемпів за видами.

За місткістю на європейському ринку переважають глемпи 2-місні та 4-місні, адже цей вид відпочинку зорієнтований на пари, або сімі з дітьми.

Як зазначалось, сучасні кемпінги поширені нерівномірно по території Європи. В деяких європейських країн, зокрема Хорватії, це один з найважливіших туристичних продуктів. У той же час, як традиційне місце відпочинку для європейців, Середземномор'я вступає в стадію зрілості, або навіть стагнації і занепаду у своєму життєвому циклі. Вищезазначене означає необхідність змін у стратегіях розвитку і впровадження численних заходів, які повинні забезпечити стратегічний поворот спрямованих на підвищення конкурентоспроможності туристичної індустрії за рахунок інновацій, ноу-хау та сталого розвитку (Ivandić, 2006).



Рисунок 2.3. Кемпінги Європейського регіону

Можемо виділити кілька найпопулярніших регіонів на території Європи для кемпінгів. Це ті, де є якась унікальна, або що не менш важливо просто приваблива природна складова. Зокрема це: регіон Північного моря, Балтійського моря, озеро Гарда, Боденське озеро, Баварія, Тоскана, Рюген, Фемарн, Хімзе, Райнланд-Пфальц.

Зміни на європейському ринку кемпінгів відображаються у зміні стилів кемпінгів та у впровадженні нових бізнес-моделей. Сезонність та інновації стали ключовими викликами для туризму в цілому. Подолання сезонності є ключовим для досягнення як більш рівномірного розподілу економічних вигод від туризму, так і зменшення екологічного тиску на дестинації (ЮНВТО, 2014).

Щоб бути конкурентоспроможними на відповідати запитам туристичного ринку, кемпінги по всій Європі прагнуть впроваджувати інновації та постійно шукають нові та креативні типи розміщення, які б не залежали від погодних умов і допомагали пом'якшити вплив сезонності на ефективність бізнесу.

У порівнянні з іншими типами розміщення, інноваційний кемпінговий продукт сприяє підвищенню конкурентоспроможності кемпінгового туризму та конкурентоспроможності туристичної дестинації. У конкурентному туристичному середовищі свобода та активний відпочинок на свіжому повітрі стали найпопулярнішим видом, а також викликом для кемпінгового бізнесу.

Сучасний розвиток кемпінгів є відповіддю на зростаючий попит на комфортний відпочинок у природному середовищі та бажання проводити час у на доглянутих, які водночас є технологічно розвиненими територіях.

Глемпінг-компанії постійно працюють над підвищенням рівня комфорту, який відповідає мінливим вимогам споживачів. Європейський споживач є значно вибагливішим, ніж американський. Власники глемпів

намагаються диверсифікувати послуги пропонуючи щоразу більший спектр додаткових послуг. Наразі можемо все частіше зустріти перелік оздоровчих процедур у кемпінгах та спеціально розроблених ретритів. Туристи, які обрали розміщення на глемпінгах намагаються дистанціюватись від цифрового божевілля та повернути свій час для особистісного зростання, гармонії та благополуччя. Отже, оздоровчий туризм із розміщенням на території глемпінгів є швидко зростаючим сегментом як у розвинених країнах, так і в країнах, що розвиваються.

## **2.2. Поширення кемпінгів в Америці**

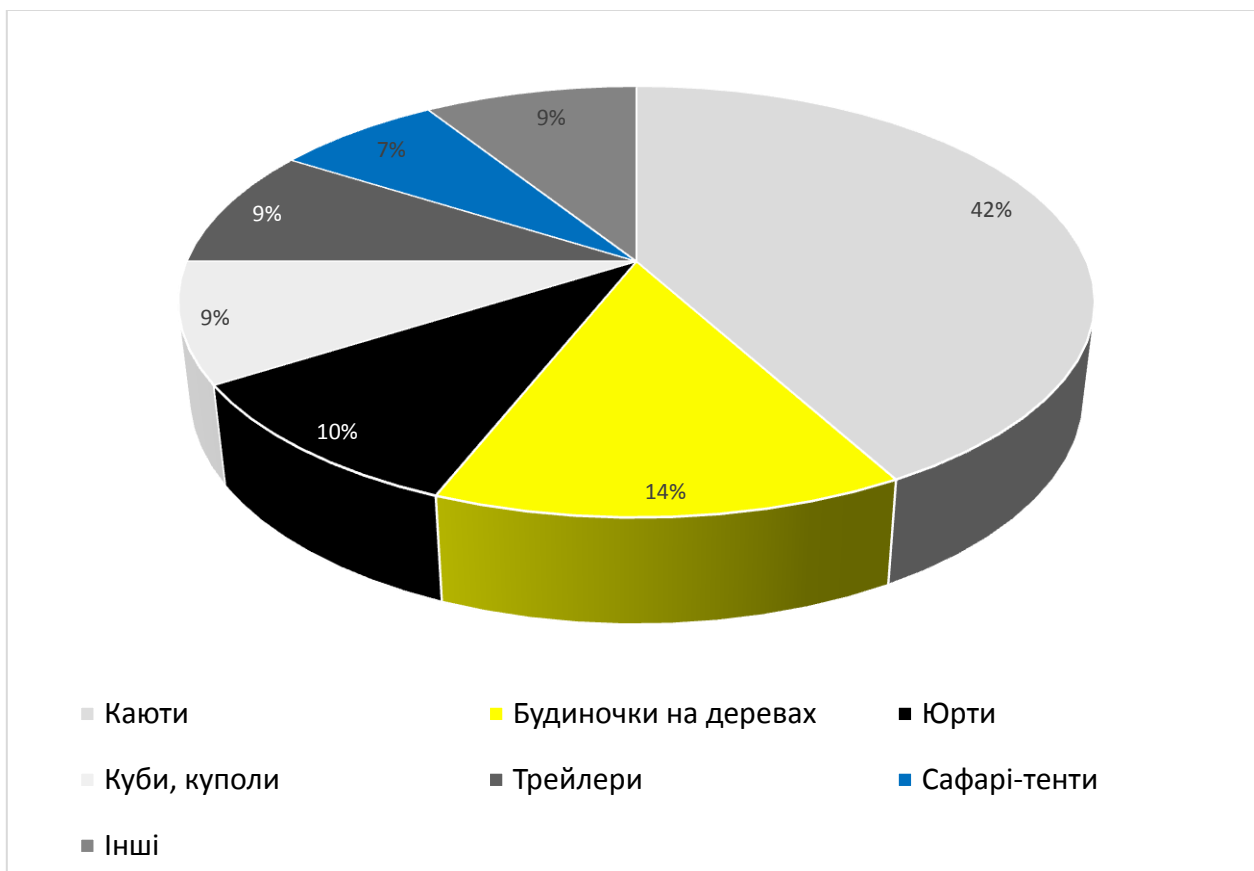
Перш ніж перейдемо до характеристики кемпінгів Америки, варто зауважити, що туристи-американці не є настільки вибагливими до комфортабельності й рівня сервісу. Їх влаштують менш вишукані й більш дешевші засоби розміщення, не настільки різноманітна кухня тощо. Однак, американці першими почали ділити свою відпустку на менші, та використовувати її для різних форм туризму. Американці все ще перебувають у постійному пошуку винахідливих способів з'єднатися з природою та пізнати її.

Глемпінг - це туристичний тренд американців, який зростає, що підживлюється високим рівнем участі серед молодих, різноманітних мандрівників, які шукають відпочинку. Глемпінг також приваблює досвідчених мандрівників, які шукають чогось нового. Вони люблять, щоб їхнє оточення було комфортним, але вони також прагнуть пригод.

Доступність таких помешкань стрімко зростає, в тому числі на традиційних кемпінгах по всій Північній Америці глемпінгу, є багато і різноманітних.

У Північній Америці спостерігається дещо інший, ніж у Європі розподіл популярності кемпінгів та глемпінгів. Хоч і перше місце рейтингу

залишається за різними типами кают – 42% наступну позицію посідають будиночки на деревах – 14%, на юрти припадає 10%. Великою популярністю користуються й трейлери, адже вини й у ХХ столітті мали в цьому регіоні найбільше поширення [13]. (рис. 2.2).



**Рис.2.2. Розподіл різновидів глемпінгів в Американському регіоні**

На сьогодні кемпінг та глемпінг туризм домінує у такій країні, як США, однак його темпи вже уповільнились. Натомість канадський ринок споживачі таких послуг зростає майже на 20% за останні 5 років.

Так, як і в європейському регіоні серед споживачів послуг переважають особи середнього та молодого віку (рис. 2.3.). Причиною цього є стійкість доходів та фінансова незалежність цих вікових груп.



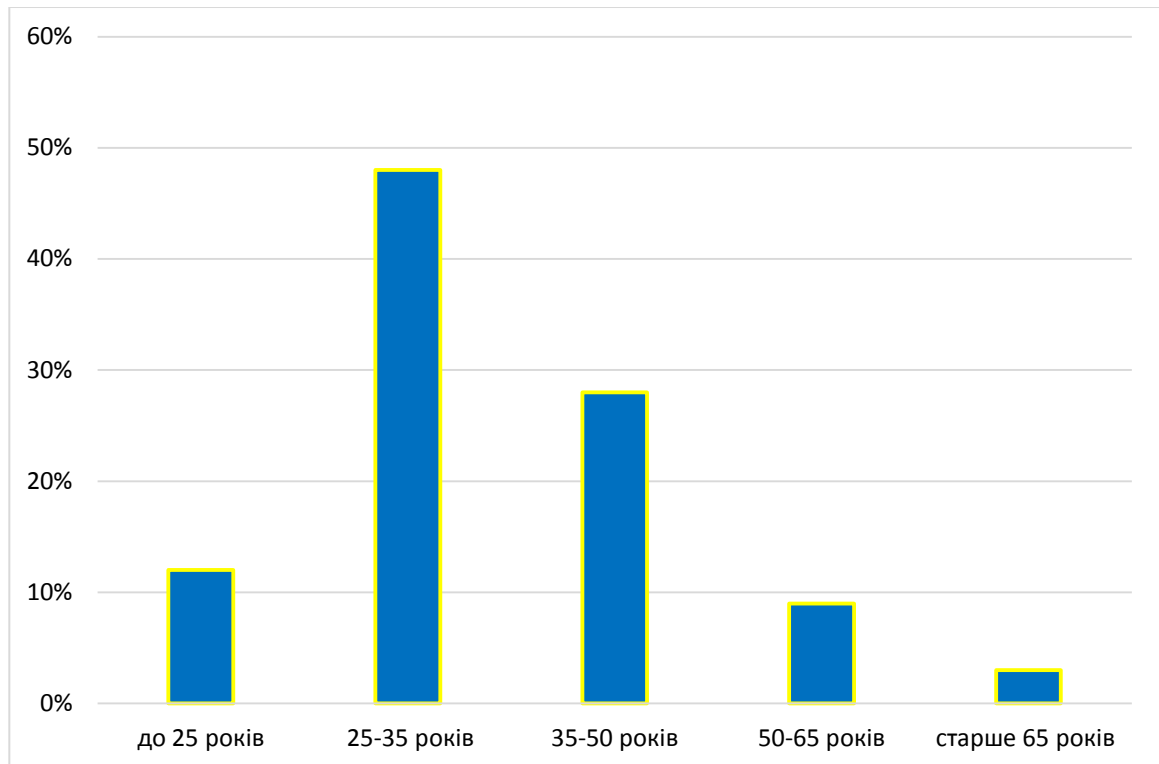


Рисунок 2.3. Розподіл споживачів послуг глемпінгів за віком

Цікавою є статистика щодо розподілу споживачів за сімейним станом. Так на американських глемпінгах переважають сімейні пари без дітей – 45%, на сімейні пари з дітьми припадає 20%, на самотніх без дітей припадає 16% та 18% - самотні з дітьми (рис. 2.4.). Варто зауважити, що майже 60% відвідувачів глемпінгів припадає на американців європеїдної раси. 15 % - афро-американці, іспанці посідають третю позицію та на них припадає 12%, 9% - азіати та 6% - інші представники.

Серед тих, хто відпочиває в глемпінгу, набагато частіше зустрічаються люди, які часто подорожують часто (10 і більше подорожей на рік). Так, дві третини глемперів (68%) - це мандрівники, які здійснюють сім або більше подорожей на рік.

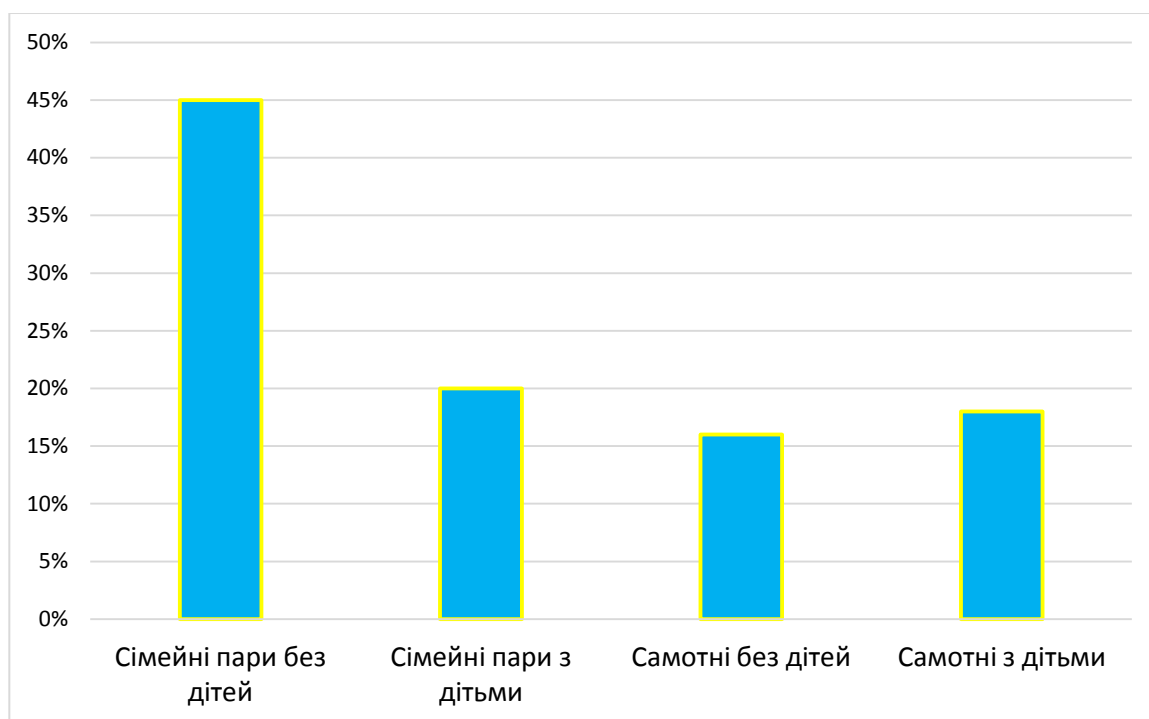


Рисунок 2.4. Розподіл відпочиваючих за сімейним станом

Не дивно, що привабливість глемпінгу як нового, унікального досвіду подорожей ще більше зростає серед таких груп населення які мають за плечима багато туристичних напрямків і досвіду, та шукають нових вражень від подорожей. Ця група мандрівників не тільки здійснює найбільшу кількість подорожей щороку, але й має найбільш різноманітний досвід подорожей. Ця група мандрівників, швидше за все, вважає себе авантюристами, що підтверджується тим, що переважна більшість (72%) бажає побачити нові та різні місця під час відпустки.

Глемпінг особливо привабливий для американців, які хочуть провести час на природі, але не хочуть розкладати намет, возити з собою інвентар тощо. Мандрівники, які не ходять в походи, кажуть, що глемпінг дозволяє їм відчути себе на природі з комфортом (83%), отримати послуги та зручності, не пов'язані з традиційним кемпінгом (63%), і полегшує частину "роботи" пов'язану з більш традиційними формами кемпінгу (27%).

Крім того, виявляється, що глемпінг задовольняє потреби цієї групи (тих, хто не є учасниками кемпінгу), коли йдеться про отримання зняти стрес, проводячи час на природі, але з комфортом, подібним до готелю чи курорту - 81% тих, хто вже пробував на глемпінгу, відкриті до можливості спробувати ще раз.

В наслідок зміни пріоритетів відпочинку й розміщення на природі великі американські компанії виробники-розкішних наметів переорієнтувались на виготовлення легких глемпінгів з різних матеріалів: дерева, пластику, інших матеріалів. Маркетинг глемпінгу зараз зростає з використанням різних засобів – соціальних мереж, статей, різних дописів, які сприяють зростанню ринку.

Протягом останніх десяти років, коли глемпінг набув стрімкого розвитку на американському ринку зросла кількість компаній, що надають послуги глемпінгу. Провідною на сьогодні в США та Канаді є така компанія як Under Canvas. Починаючи з 2009 року Under Canvas зайшла на ринок додаткових щакладів розміщення США, а згодом і вийшла на міжнародний ринок. Особливістю розтвшування глемпінгів цієї компанії є те, що всі вони встановлені на територіях національних парків США, Канади та Мексики, або поблизу них.

Глемпи даної компанії є високомфортабельними та в них надають усі основні послуги, як у готелях: щоденне прибирання, свіжі рушники, великі ліжка з високоякісними матрацами. У кожному з є окремі ванні кімнати, для обігріву є дров'яні печі.

Про популярність глемпінгів може свідчити те, що Under Canvas декларує значне зростання своїх прибутків з часу заходження на ринок глемпів, так за одинадцятирічний період припіст становив 27%. Глемпінгів даної компанії в США на сьогодні нараховується 10 (рисунок 2.5.).

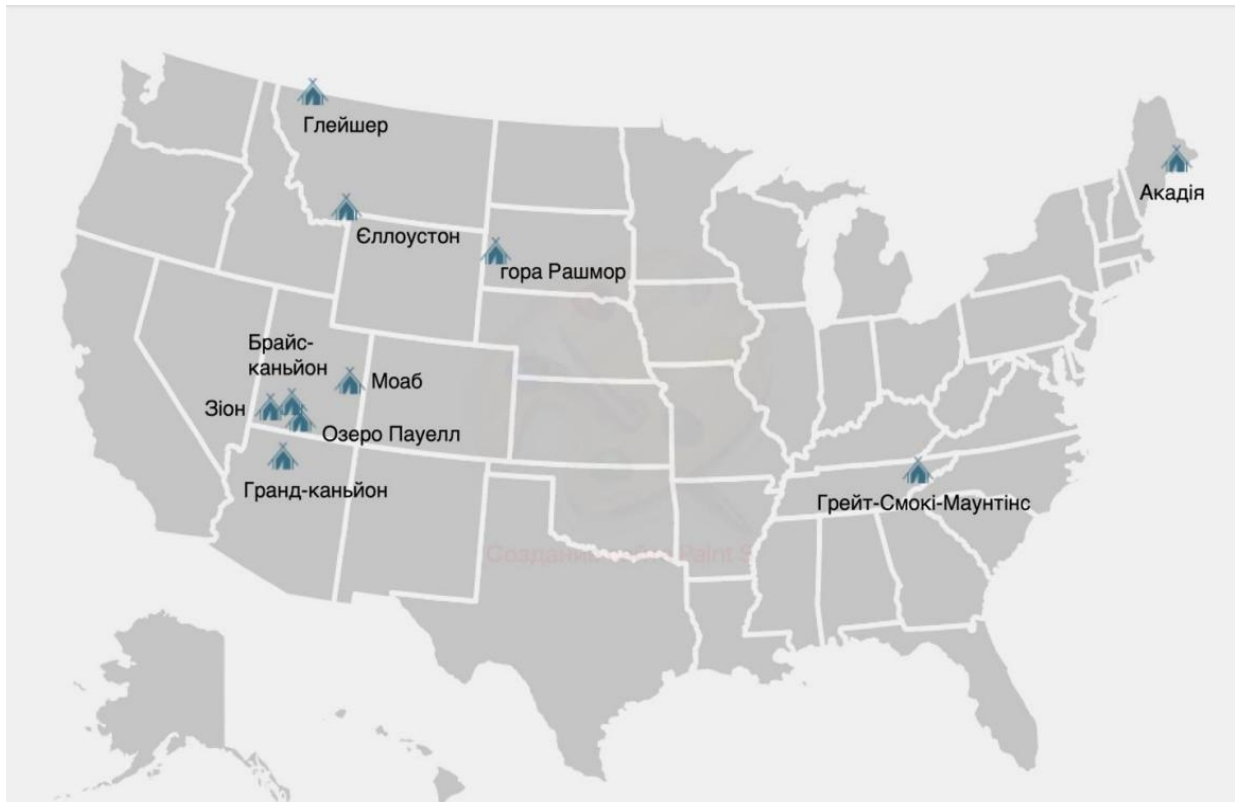


Рисунок 2.5. Глемпи Under Canvas в США

Більшість розташовані у національних парках – Брайс-каньйон, Гранд-Каньйон, Акадія (біля моря), озеро Пауел, на березі моря біля національного парку Акадія, біля озера Пауелл, Зіон, Моабі та інших.

Саме глемпінги Under Canvas визнані найкращими в США. В національному парку Гранд Каньйон Under Canvas пропонує розміщення у різних за рівнем комфортності глепах. Зокрема – це намети типу стандарт, люкс, делюкс, сафарі-тент з різною кількістю місць та додатково дитячий намет.



Рисунок 2.6. Глемп-сафарі на території гранд-Каньйону

Вартість від 219\$ до 399\$ за ніч в залежності від типу розміщення. Даний глемпінг має високий рівень популярності, про що свідчить високий рівень заповнюваності та попередніх бронювань на кілька місяців вперед.

Ще однією компанією з надання послуг додаткових закладів розміщення є Autocamp. Вона спеціалізується на наданні послуг альтернативного житла на відкритому повітрі, таких як автокемпінги або кемпінги на колесах. Вони пропонують різні типи помешкань, включаючи автомобілі з житловими зручностями, трейлери та намети. Autocamp має глемпи в різних красивих природних місцях, де відвідувачі можуть відпочити, насолоджуватись природою і відкривати нові місця. Глемпінги AutoCamps вирізняються сучасним дизайном. Їх кількість на території США на 2020 рік становила – 5. Місця їх розташування мають гарні краєвиди – з видом на затоку Баззардс у Новій Англії – Кейп-Код, у лісах північної частини штату Нью-Йорк – Catskills, у мальовничій пустелі національного парку Джошуа-Трі, з видом на скелі Сонома та ідеально розташований між річкою та чарівним сусіднім містечком Герневіль, в національному парку Йосеміті.

Також є у національному парку Грейт-Смокі-Маунтінс, поблизу парку Чарівна скеля та біля водоспаду та національного парку Кінгз-Каньйон, поблизу національного парку Зіон.

Вартість розміщення у глемпах даної компанії коливається в діапазоні від 206\$ до 399\$ за ніч [13]. Найновішою локацією є глемпи AutoCamp Joshua Tree є глемп у пустелях півдня США. Це будівлі з нових типів матеріалів, які ідеально вписуються в пустельний ландшафт. В середині глемпів тут використано сучасні деталі середини минулого століття (рис 2.7).



Рисунок 2.6. Глемпи у пустелі AutoCamp Joshua Tree

В Канаді, є багато глемпінг-місць, де ви можете насолоджуватися природою, перебуваючи в комфортабельних наметах, будиночках або інших нестандартних житлах. Декілька популярних місць для глемпінгу в Канаді включають Rocky Mountains, Vancouver Island та Національний парк Банф.

У Мексиці переважна більшість кемпінгів залишились стандарстними – місця, де можна розбити намет, хоча й є обласшовані вбиральні, душові,

місця для барбекю та розведення вогнища. Щодо сучасних глемпінгів - то їх тут всього лиш 2.

У Бразилії є декілька місць, де можна знайти глемпи. Деякі з них, як і в країнах Північної Америки розташовані в природних парках або неподалік від пляжів, надаючи гостям можливість насолоджуватися красою природи. Наприклад, у національному парку «Парана» є кілька глемпінгових майданчиків, де можна розміститись в комфортних наметах з усіма зручностями. Інші популярні місця для глемпінгу в Бразилії включають Фернандо де Норонья, Ілха Гранді та Болсонару.

В Аргентині є багато прекрасних місць для глемпінгу, де ви можете насолоджуватися природою в зручних умовах. Одним із популярних напрямків є Мендоса, розташована у Західних Андах. Вона славиться своїми виноградниками та неймовірними пейзажами. Іншим варіантом є Барілоче, що знаходиться в Патагонії, де ви можете насолоджуватися гірськолижними курортами, озерами та лісами. Крім того, є інші регіони, які пропонують глемпінгові майданчики, такі як провінція Кордова та навколишній регіон Буенос-Айреса. Для отримання докладнішої інформації та бронювання рекомендується відвідати веб-сайти агентств або платформ, таких як Booking.com, Airbnb або спеціалізовані сайти глемпінгових закладів в Аргентині.

*Таблиця 2.3. Поширення кемпінгів та глемпінгів з-поміж країн американського регіону*

	<b>Країна</b>	<b>Кількість кемпінгів/ глемпінгів</b>	<b>Найвідоміший глемпінг</b>	<b>Вартість</b>
1.	США	1050/269		
2.	Канада	900/197		

3.	Мексика	400/4	Luahara Glamping	100
4.	Аргентина	153/3	Inkaterra Reserva	524
5.	Колумбія	28/3	Luna Glamping	250
6.	Аргентина	138/3	REFUGIO	80
7.	Чилі	63/14	Фундо Пангілему	120
8	Еквадор	41/4	Беррако-дель- Мадіді	80
9	Бразилія	36/4	Мангаріто	80

В країнах Латинської Америки серед глемпінгів популярними є будиночки на деревах. Розміщуються у таких переважно сім'ї з дітьми, для яких розміщення глемпа на дереві є самою атракцією.



### **2.3. Розвиток кемпінг-туризму в Україні**

Для українців характерним є самообслуговування під час подорожей, а не використання сформованих туроператорами, і тому кемпінг завжди залишатиметься актуальним у нашій країні. Востанні роки, починаючи від поширення вірусного захворювання COVID-19 та продовжуючи повномасштабним вторгненням росії в Україну, загалом туристична сфера зазнала значних збитків, проте такі її види, як караванінг, кемпінг та автоподорожі зазнали їх найменше через те, що таким чином люди проводять час на природі та щонайменше контактують з іншими та зазнають найменше санітарно-епідеміологічних обмежень, тому що зазвичай такі подорожі вони відвідують сім'ями. Водночас ці фактори й зумовили те, що українці обирають відпочинок в Україні, а не за кордоном.

Якщо порівнювати українські кемпінги із європейськими, то їм необхідні значна модернізація та очищення, а якщо говорити про подорожі трейлерами та автофургонами, то спеціальні стоянки взагалі практично ніде не обладнані. Також ми маємо найбільшу площу серед країн Європи, а кемпінг-таборів у нас, на жаль, значно менше, ніж в деяких менших за площею країн. За даними Української федерації кемпінгу, караванінгу й автотуризму, на території нашої держави є близько 30 кемпінгів, причому 12 із них розташовувалися в окупованому Криму, і ще невелика кількість на території, окупованій від лютого 2022 року (рис. 2.1).

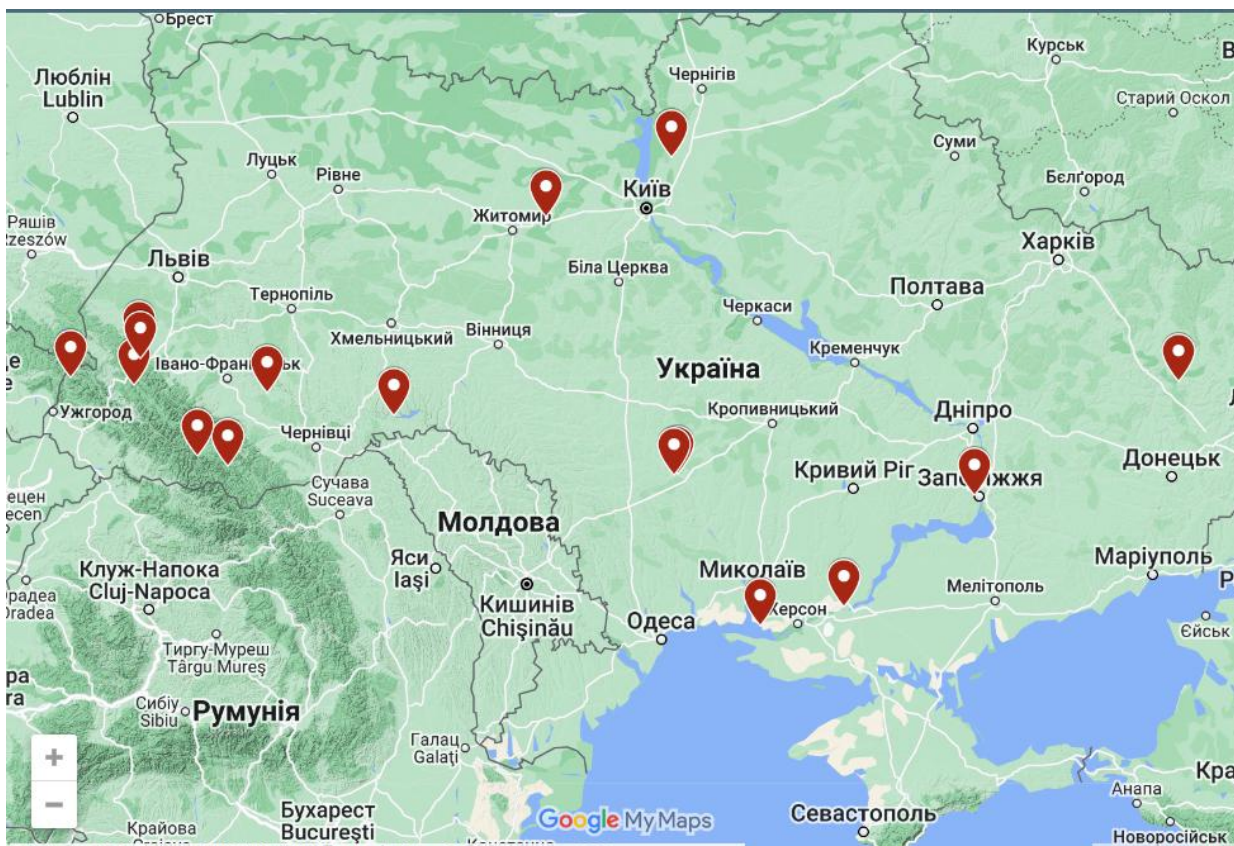


Рис. 2.1. Поширення кемпінгів на території України доо моменту повномасштабної війни [17]

Тим не менш, якщо спробувати пошукати в інтернет-ресурсах кемпінги в гірських районах країни, то лише невелика частка дійсно відповідає терміну «кемпінг», а більшість представляють паркові зони, котеджі, фермерські господарства, окремі будинки на території домашнього господарства, в окремих випадках невеликі садиби, фотографії водойм, біля яких можна розбити намет, «туристичний будиночок Ужанського НПП на території Ново-Стужицького ПНДВ». В українській практиці кемпінг у більшості випадків не оснащується обладнанням, яке потрібне для «будинків на колесах» і не завжди для простих наметових містечок [17].

За оцінками UNWTO в Україні з кожним роком зростає потреба у спорудженні нових та модернізації старіших придорожних кемпінгів/на

туристичних базах, для розміщення великої кількості людей, у середньому для 60 наметів та 30-40 трейлерів. У середньому для такого потрібна площа 0.5-2 га, а приблизна вартість побудови такого табору «з нуля» становитиме 50-250 тисяч євро з терміном окупності в 5 років. Проте, дохід буде значно залежати як від сезону, так і від кількості облаштованих пітч (місця для паркування) [1].

Активним етапом розвитку кемпінгів в Україні, як й у всьому світі, стала світова економічна криза 2008 року, коли велика частка подорожуючих змінили подорожі літаком на автомобіль. Це потрібно було робити з нуля, опираючися виключно на досвід інших країн, тому що спадок від радянського союзу зовсім не виглядав схожим на сучасний кемпінг для відпочинку. У той час кемпінг вважався зовсім не популярним, адже кожен водій не розумів навіщо він має платити за стоянку свого автомобіля, якщо може зупинитися неподалік де завгодно і безкоштовно. На жаль, це приклад того, як багато хто прирівнює поняття кемпінгу до дикого туризму.

Значного розвитку кемпінг-туризм в Україні зазнав завдяки проведенню чемпіонату Євро-2012, яerez що утворилися такі кемпінг-табори, як: «Київ-Кемп», «Піски», «Litvinovka Entertainmen», «Дубовий гай», «Аркада», адже в приймаючих містах вболівальники не знаходили місць у готелях, хостелах, та просот розбивали свої намети біля них. Згадані кемпінги могли розміщувати 0.5-3 тисячі туристів кожен, але під час самого Чемпіонату завантаженість становила лише 30%.

На основі досліджень можна також констатувати, що в Україні існує не менше 2 тисяч придатних для розміщення кемпінгів територій, але якщо враховувати загальну оцінку, то багато з них не мають належних під'їзних шляхів, електроенергії, джерел водопостачання, очищеної території та мають велику відстань до міста.

Для порівняння, Європейська Асоціація кемпінгів і парків відпочинку (EFSCO&HPA) вказує, що кемпінги об'єднують 10.8 млн місць відпочинку (на 2

млн більше, ніж у готелях), а зупиняються на ночівлю в них аж 25% усіх туристів, тому цей напрям варто розвивати пришвидшеними темпами, адже прибутки від цього виду туризму загалом у туристичну сферу в країнах Європи є значними. За даними цієї ж організації варто порівняти вартість відпочинку України та країн Європи в середньому. В останніх проживання в наметі в середньому становить 5-12 євро на добу, а плата за розміщення трейлера – від 30 до 100 євро на добу. В Україні під час Чемпіонату перший показник становить у середньому 7.5 євро з людини, а плата за розміщення мобільного «будинку на колесах» - 40 євро.

#### **2.4. Основні кемпінг-дестинації в Україні**

Любителі відпочинку на природі в Україні все частіше обирають кемпінги. Та найбільшої популярності із них дістають ті, що незначно відривають людей від буденності та зручностей, до яких вони звикли, а сам: парковки, туалети, душові, організовані майданчики для установки намету, доступ до електромережі та навіть іноді магазини. Але головною відмінністю цього виду туризму від усіх інших є його бюджетність.

Вважаємо за доцільне розглянути найближчі та найбільш популярні з них в Україні та умовно поділимо їм на певні зони:

##### 1) Кемпінги Київської області:

- «Рибальський стан» - найближчий кемпінг до столиці, що розташовується на берегах Київського водосховища в сосновому лісі та неподалік пісочного пляжу. Територія обладнана альтанками, туалетами, душовими кабінками, майданчиками для спорту (волейбол, футбол), парковкою (зокрема для водного транспорту), зоною WI-FI, і навіть кафе та продуктовим, рибним магазинами. Окрім цього є місця для розбиття наметів та дерев'яні будиночки. Сама територія є закритою. Тут також є можливість порибалити та орендувати катери або гідроцикли.

- «У Івана» - кемпінг, на території якого є озеро, де можна порибалити та поплавати. Серед зручностей є водопостачання й електроенергія. Окрім цього, бажаючи провести тут час мають можливість розбити намет, або жити в кімнаті в будиночку.

- «Кемпінг №1 Київ» - кемпінг, що розташовується в самій столиці на території Національного комплексу «Експоцентр України». На цій території можуть одночасно розташовуватися 300 автобудинків та ще велика кількість наметів. Окрім цього, тут є відкрити басейн, яким можуть користуватися всі відпочиваючі, електроживлення, туалети та душові, WI-FI, заправка чистою водою та міні-кухня.

- «Чайка» - кемпінг біля столиці, у якому водночас можуть поміститися до 17 автобудинків, мікроавтобусів і фургонів. Порівнюючи з попередніми кемпінгами, тут не так розвинена інфраструктура, але для ночівля є місце для розбивання намету, вода, туалет, електрика, WI-FI, альтанка, мангал і за додаткову плату – душ та пральня. Проте, територія все одно закрита й охороняється.

- Кемпінг «Київська Русь» - розташовується поблизу «парку Київська Русь», де проживання можливе лише в наметі, а запис відбувається мінімум за 3 дні до приїзду.

- «Пірс» - кемпінг, у якому туристи проживають в лісі, на території якого є озеро, тому не забороняється риболовля, а пляж навколо нього є дуже чистим та зручним для використання. Окрім цього, є багато альтанок з мангалами, дитячий майданчик, продуктовий магазин і ресторан.

## 2) Кемпінги на Шацьких озерах:

- «Незабудка» - найбільше наметове містечко в цьому регіоні з найкращою інфраструктурою. Це територія в сосновому лісі з великою кількістю альтанок, з колонками з водою, туалетами, душовими кабінками,

магазинами, освітленням і баром. Територія охороняється, є доглянутою з регулярним вивезенням сміття.

- Кемпінг на озері Пісочне – містить велику площу для розбиття наметів, альтанки, електроенергію, колонки з водою, урни. Дрова для мангалу можна купити неподалік, тому що магазинів на території немає, або набрати самостійно. Територія кемпінгу знаходиться в 300 метрах від озера Пісочне.

- «Пульмо» на Світязі – кемпінг, що розташовується в 50 метрах від озера Світязь з обладнаним пляжем та навіть можливою орендою катамаранів, безкоштовним альтанками, туалетами, урнами та тут наявна питна вода і торгові намети з різною продукцією. Для проживання можна орендувати спеціальні вагончики-кімнати.

### 3) Кемпінги в Карпатах:

- «Білий слон» - на березі річки Чоний Черемош розташовуються дерев'яні бунгало з власними ваннами кімнатами та кількома категоріями. Територія також обладнана дитячим майданчиком, велосипедами, безкоштовним WI-FI, рестораном, сауною та спорядженням для рафтингу.

- База відпочинку «Карпати» - наметове містечко, яке розташовується на березі цієї ж річки, у якому є гостьовий будинок, у якому можна знайти цікаві пропозиції для того, щоб зробити відпочинок цікавішим, наприклад: рафтинг, чани, катання на квадроциклах.

- Кемп-табір «Рив'єра» - ще одне кемпінг-містечко, розташоване на березі Чорного Черемоша. Табір містить кілька дерев'яних котеджів, місткістю до 12 осіб або ж місця для розбиття наметів. Також тут є дитячий майданчик та волейбольне поле, а серед послуг розваг тут пропонують рафтинг, квадроцикли, пішохідні тури в гори.

- «Гуцульський двір» - кемпінг на території якого є котеджі, місця для наметів, мангали, одразу можливість отримати дрова (входять у вартість розміщення), WI-FI та за доплату – пральна машинка. Серед додаткових послуг тут пропонують організовані походи в гори, катання на конях, сауну, риболовлю.

- «Кемпінг від Маковиці» - який надає відвідувачам 7 наметів, подушки, матраци, альтанки, мангали (дрова платні), літній душ, санвузли, та з перебійним постачанням гарячої води. Сам табір знаходиться біля підніжжя гори Маковиця та за кілометр від водоспаду Пробій. Найближчі магазини та кафе розташовуються за 2 кілометри від табору.

4) Кемпінги на узбережжі Чорного та Азовського морів. Наразі всі ці кемпінги не функціонують, а частина з них взагалі зруйнована, чи є базою для зосередження ворожих військ, але ми не можемо при характеристиці даної теми оминати той регіон України, де зародився і донедавна функціонував кемпінг-туризм. Тому розглянемо основні кемпінги і матимемо надію на те, що невдовзі тут знову можна буде розміщуватись, але вже у сучасних, покращених кемпінгах.

- «Солов'їний гай» - кемпінг, що працює лише від 10 травня по 25 вересня та користується популярністю серед любителів риболовлі з безперебійним WI-FI, водопостачанням та з більярдом.

- «Кароліно» - кемпінг, що розташовується між Чорним морем і Дністровським лиманом та працює в такі ж терміни, що й попередній. Тут є номери трьох категорій, серед них з усіма зручностями (душ, холодильник, умивальник, туалет), із частковими вигодами (без душу) та без них.

- «Південний» - огорожений кемпінг із басейном, тенісним кортом, більярдом, альтанками, «дитячим куточком». Для проживання тут є

трьохповерхові будиночки з оркемим кімнатами та всіма зручностями, також тут можливий прокат велосипедів.

- «Примор'я» - кемпінг як з місцями дл ярозбиття наметів, так і з готелем, у якому туристи, що проживають у наметах можуть користуватися загальною кухнею, технічною водою і душем, і також тут є парковка, і багато доступних розваг на пляжі.

- Кемпінг «Фантазія» - знаходилась на першій лінії узбережжя Чорного моря. Це одне з місць, яке дозволяє кемперам вибирати варіанти їхнього проживання тут, серед них: намет на його території, трейлер або літній будинок. Відповідно останні два варіанти облаштовані всіма зручностями – електрикою, газом, стабільним водопостачанням, а на території бази відпочинку є загальні душові кабінки та санвузли.

- «Сосновий кемпінг» - приклад «дикого кемпінгу» на березі Чорного моря, оточена соснами та неподалік моря. На території є санвузли, електрика, умивальники, питна вода, магазин. Це місце користувалося популярністю серед сімей із малими дітьми, адже вхід у море тут є плавним.

- «Два береги» - кемпінг, який розтягнувся по Кінбурнські косі, де з одного боку вигляд на Чорне море, а з іншого на Дніпро-Бузький лиман. Тут також є два варіанти розміщення туристів: або в наметах, або в автотрейлерах. Особливістю цього кемпінгу є те, що харчування тут надається триразове, але крім того є мангали. Також відвідувачам надаються парасольки, умивальники, столики і є два душі. Окрім цього є можливість розважитися, адже для дітей є майданчик, а для дорослих волейбольне поле.

- «Кінбурнський простір» - також розташовувався на Кінбурнські косі та є прикладом «дикого туризму», де пропонується намет, казанок, мангал, посуд, постільна білизна, санвузол та душ.



- «Дружба» - знаходився поруч із Чорноморським заповідником у Херсонській області. Територія кемпінгу є дуже великою, адже він може вмістити 150 автобудинків, та має необхідну кількість місць на обладнаній парковці, їдальню, WI-FI, санвузли та душові, також має підведену електроенергію та питну воду.

Безперечно, це лише одиниці кемпінгів, які приваблюють туристів, ураховуючи той факт, що останні роки в Україні почали розвиватися нови види кемпінгу, серед яких глемпінг та багато інших.

## Висновки до розділу 2

У дослідженні розглянуто сучасний стан розвитку ринку кемпінгу в Європі та динаміку на період 2019-2025 років. Він охоплює детальний огляд кількох факторів, що сприяють зростанню ринку, стримують його розвиток та основні тенденції. Розглянуто аспекти попиту, так і пропозиції на ринку закладів розміщення. Сформовано рейтинг країн Європи за кількістю кемпінгів та проведено аналіз цінової політики найпопулярніших кемпінгів Європи.

Здійснено огляд ринку кемпінгу в американському регіоні. Кемпінги Америки зосереджені на заповідних територіях, або поблизу них. Взагалі розміщення на кемпінгах, чи глемпінгах мешканці Америки асоціюють з екологічним туризмом. І відповідно приділяють багато уваги саме природі під час таких подорожей.

Кемпінги в Україні зазнали найбільшого розвитку у другій половині ХХ століття, за часів розвитку масового туризму. На сьогодні чітко можемо виділити на території України три основних регіони зосередження кемпінгів: Причорноморсько-приазовський (який сьогодні повністю паралізований через війну), Волинський – район Шацьких озер та Карпатський.

## РОЗДІЛ III

### ПОШИРЕННЯ ГЛЕМПІНГІВ НА ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНСЬКИХ КАРПАТ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО ПРОЄКТУ

#### **3. 1. Поширення глемпінгів в Карпатах, як однієї із форм сучасних закладів розміщення**

Глемпінг, як вид кемпінгу, в Україні зародився зовсім недавно, лише з 2018 року завдяки підприємцям Андрію Родкіну й Олександрові Коновалову, які запустили своє виробництво глемпів за допомогою створення компанії Glamping UA. За 2 роки після початку роботи компанії їхні глемпи розташовувалися в найдорожчих готельних комплексах, а саме зацікавленість українців до цієї сфери зросла вдвічі, як і звичайних туристів (зацікавлених налічується близько 1.7 млн), так і для підприємців. Для інвесторів це один із найкращих способів збільшення свого капіталу, адже спорудження такого комплексу триває лише до 10 тижнів, а термін окупності лише до 2-3 років, що є одним із єдиних прикладів «швидких інвестицій» у готельному бізнесі. Сума інвестицій в організацію глемпінгу стартує від 75 тисяч доларів для невеликого об'єкта, та більшість витрат становлять закупівля/спорудження будинків, встановлення на ділянці, проведення газо-, водо-, електропостачання, вбудування інших бізнес-процесів і дизайн. Важливим етапом для розвитку такого типу бізнесу є маркетингова стратегія, адже завдяки інформаційним ресурсам можна значно збільшити свої доходи так, щоб у сезон один глемп генерував близько 7-10 тисяч доларів чистого доходу.

Згодом після того, як у 2020 році зацікавленість до глемпінгів значно зросла, засновник і генеральний директор керівної компанії Ribas Hotels Groups – Андрій Лупашко запропонував створити франшизу глемпінгів України. Через добре побудований маркетинг у своєму бізнесі підприємець зміг долучити багато людей до опитування на своїй Facebook сторінці з прикріпленими

прикладом таких кемпінгів у Європі та з питаннями чи хотіли б українці провести відпочинок в одному з них. Варто зазначити, що в той час якраз розпочалася пандемія COVID-19 у нашій країні, та це якраз допомогло висвітлити в повному обсязі санітарно-гігієнічні переваги такого типу відпочинку. Опитування показало позитивні результати і це дало поштовх йому створити мережу Glamping Mandra. У мережі Mandra розповідають, що дохід за перший рік роботи глемпінгу становить 99 тисяч доларів, прибуток – 55 тисяч доларів, за другий – 110 тисяч доларів і 63 тисячі доларів відповідно. Відповідно, у перший рік створення мережі глемпінг-кемпінгів було збудовано п'ять по всій Україні, а наразі їх налічується більше тридцяти. Тому, надалі ми розглянемо ті, які розміщуються в Карпатах та набирають все більшої популярності.

Глемпінг у Славському. На території цього глемпінгу розміщується кілька глемпів, які вміщують до 3 осіб (рис. 2.2). Вартість проживання тут становить 1000 грн за добу. Інтер'єр глемпінгу складається з ліжок (у залежності від номеру: одне двоспальне або три односпальні), шафа для одягу та взуття та інші зручності. На території глемпінгу також знаходяться кухня спільного користування з мангалом і грилем на відкритому повітрі. Тут часто також проводять різноманітні майстер-класи, ретрити з йоги, медитації. Такий глемпінг має сезонну дію – лише в літню пору року. Його швидше можемо назвати кемпінгом, адже тут немає всіх необхідних зручностей і до «гламурного» його дуже далеко. Однак низька вартість приваблює сюди в літню пору велику кількість охочих, адже мінімальні умови та захист від негоди тут є.



Рис. 3.1. Глемпінг у Славському

Глемпінг «Stodola Camp» розташований у с. Долинівці, Львівської області. Як для звичного глемпінгу тут розташовані дещо більш місткі номери (аж до 6 осіб), але це й позначається на його вартості, адже провести тут добу коштує 5000 грн. Окрім глемпів тут також є повноцінний будинок (каюта), де можна орендувати номер або й приємні спільні зони для відпочинку на майже гектарі території. Великою перевагою даного глемпінгу є те, що він розташований недалеко від траси Київ-Чоп, тобто з рівнем доступності тут все гаразд. Вігвам, який призначений для глемпінгу, виготовлений з водонепроникної екологічної бавовни (рис. 3.2). У наметах розміщуються лише спальні місця, зрічності обласшовані на території кемпінгу. Мінімальний строк оренди становить 2 дні.



Рис. 3.2. Stodola Camp у Львівській області

Глемпінг «GM Eco Bubble» розташований у Яблуниці, Івано-Франківської області (рис. 3.3). Глемпи тут є напівпрозорими куполами, усередині яких є двомісні ліжка, кухонний бокс, міні-бар та WI-FI. Розташовується на трасі, що веде до Буковелю та відстань до нього становить лише 15 хвилин. Вартість однієї доби становить 3000 грн. Цей комплекс переслідує екологічні цілі, тому для спорудження куполів потрібна лише невелика платформа або тераса, тому ніякого значного впливу на надра землі не відбувається. Замовники встановили 5 глемпів, розміру L, який окрім ночлігу дозволяє туристам займатися навіть спортом у межах свого номеру. У цих куполах є можливість навіть для проектування антресольного другого поверху за необхідності додаткових місць. Сьогодні даний глемпінг є настільки популярним серед туристів, що всі номери в ньому заброньовані на 1-2 місяці наперед.



Рис. 3.3. Gm Eco Bubble

Глемпінг «Edelweiss» в селі Орявчик, Львівської області (рис. 3.4). Кемпінг пропонує розміщення туристів у двох варіантах – у купольних глемпах й індіанських тіпі. Вартість однієї доби становить 2600 грн. На території також є послуги розваг, серед яких: лучний тир, екстрим парк, велопрогулянки, організовані походи в гори або катання на конях.



Рис. 3.4. Edelweiss, с. Орявчик Львівська область

Глемпінг luxury в Липовці, Закарпатської області (рис. 3.5). Цей кемпінг з усіх розглянутих можна вважати одним із найдешевших, адже ціна за добу становить 1800 грн, але його місце розташування є одним із факторів такої низької ціни, адже він знаходиться в 40 км від Мукачево, тому транспортна доступність бажає бути кращою. Серед додаткових зручностей для відвідувачів тут також є тераса, загальна кухня, WI-FI, мангал і телевізор у номері.



Рис. 3.5. Глемпінг luxury Липовка, Закарпатська область

Еко-глемпінг у селі Кривопілля Івано-Франківської області (рис. 3.6), ночівля у якому вартує всього лиш 530 грн. Власне самі глемпи можна орендувати у Dzvin Space. У них можливо розмістити від 2 до 4 осіб з односпальними, двоспальними та двоярусними ліжками. Причиною такої низької вартості за проживання є те, що в самому куполі є лише ліжка, а санвузол та душові знаходяться далі на території.





Рис. 3.6. Еко-глемпінг, с. Кривопілля, Івано-Франківська область

Загалом усі розглянуті глемпінги показують, що всі мають високий рівень комфортності та всі наявні зручності. Вартість проживання коливається в середньому від 700 грн до 8000 грн.

Уже згадана компанія Glamping UA сформувала умовний портрет українця-глемпера: віком від 25 до 40 років із середнім доходом або вище середнього, із періодом перебування від двох до чотирьох днів. Основна аудиторія це пари, молоді сім'ї без дітей, IT-фахівці, представники креативної економіки та звичайні туристи, які хочуть відчувати щось нове.

### **3.2. Започаткування власного проекту глемпінгу в місті Яремче.**

Проживаючи на території такого міста, як Яремче, яке здавна відоме своєю природною красою, культурою, звичаями та традиціями, яке має всі необхідні умови та ресурси для розвитку туризму не можна займатись іншою діяльністю окрім туристичної. При цьому отримувати задоволення від того, що

ти несеш людям позитив, а сам відповідно маєш з того фінансовий зиск. Саме це й спонукало задуматись на створення власного проекту спешу кемпінгу.

Щоб побудувати кемпінг, потрібно дотримуватися послідовності у наступних кроках:

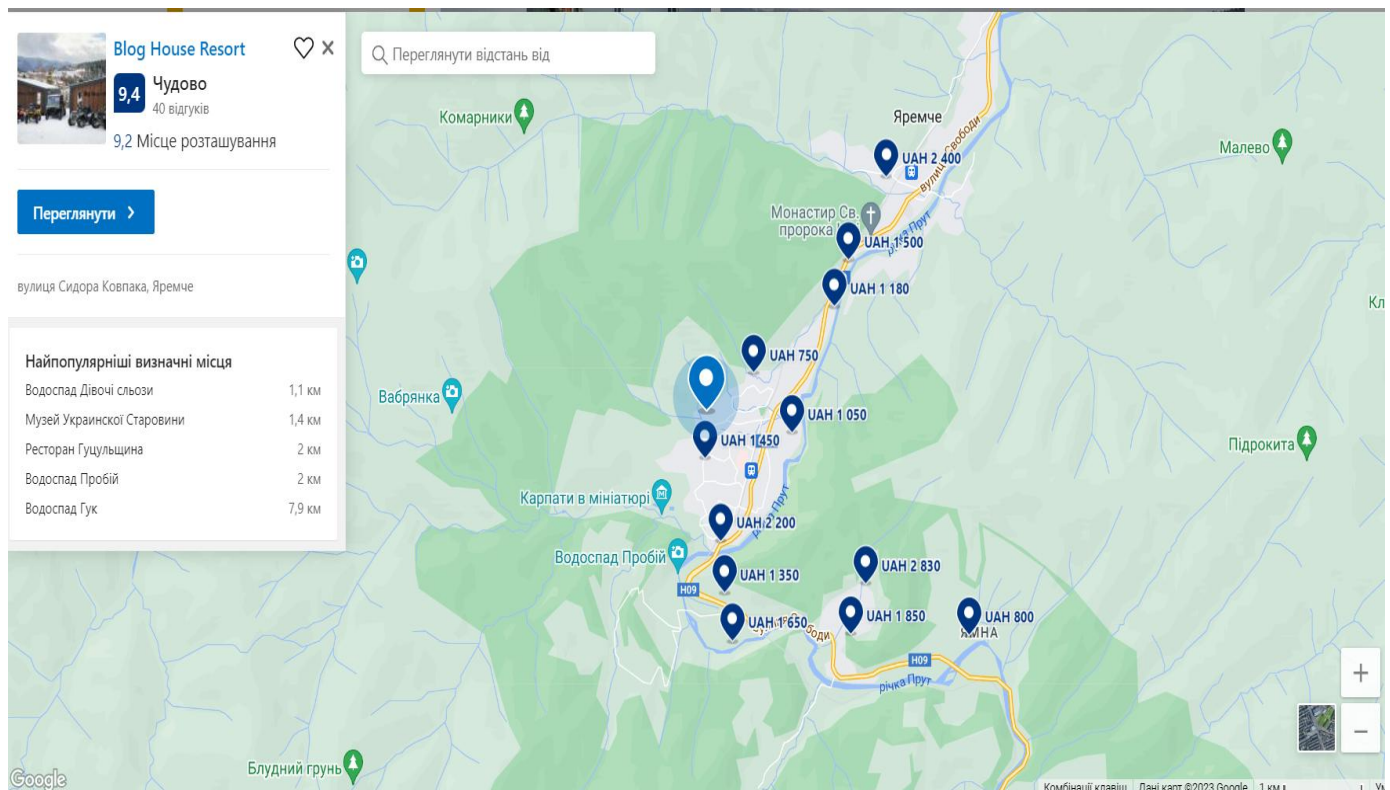
1. Вибрати місце забудови.
2. Запланувати кількість спальних місць та відповідно їх види.
3. Забезпечити основні зручності.
4. Створити умови для барбікю.
5. Створити систему вказівників.
6. Передбачити систему заходів безпеки.
7. Додати розваги.
8. Долучити працівників, або виконувати всі види необхідних робіт самостійно.
9. Подбати про промоцію та бронювання.
10. Подбати про завдання якнайменшої шкоди природі.

Vlog House Resort – це один із небагатьох сучасних кемпінгів (глемпінгів) на території Яремчанської ОТГ, який вже має свою клієнтську базу та багато позитивних відгуків й оцінок в соц-мережах і на сайтах бронювань. Процес будівництва глемпів відбувалась зовсім недавно і фактично менше ніж за рік ми отримали готовий сучасний глемпінг. На сьогодні ще тривають роботи з обладнанням території. Локація нашого комплексу знаходиться на горі Борова висотою 700 метрів над рівним моря, гора так називається, бо за часів Радянського союзу тут видобували нафту.

Отже, основні 10 кроків створення глемпінгу виглядають наступним чином.

1. Вибір місця. Врахування доступу до води та санітарних умов, безпеки і зручності для глемпінгу. На території міста Яремча є багато гарних краєвидів, однак для цього потрібно обрати точку, звідки б відкривався вигляд зверху на

долину річки Прут та карпатські високогір'я. Пошук такої ділянки тривав недовго, адже всі території дуже добре знайомі. Обрана ділянка належала колезі-партнеру та проєкт цей ми реалізовували сумісно. Дана ділянка знаходиться на лівому боці річки Прут за 10 хвилин ходьби вгору від автостанції.



Проєкт розпочинався не з ідеї, а з наявності земельної ділянки. Спершу земельну ділянку відвели під класичний кемпінг – місце для розбиття наметів. Туристи в Україні в той час мало користувались кемпінгами, і як бізнес, проєкт цей задум не реалізувався. Прошло доволі багато часу, почалась пандемія коронавірусу і туристична діяльність на деякий період часу взагалі завмерла. Згодом, після певної адаптації населення до нових умов туризм почав відновлюватись, але вже з певними трансформаціями:

- подорожуючі відавали перевагу відпочинку в Україні, адже закордон потрібно було мати ПЛР-тест, або згодом довідку провакцинацію, які в нашого населення викликали недовіру;

- туристи намагались уникати значних контактів, і саме тому почали відавати перевагу подорожам на власному транспорті та розміщенні у котеджах.

У Європі в цей час також зростала популярність глемпінгів, тому й зародилась ідея побудови гламурного кепмінгу. Згодом зрозуміли, що ця ідея була провальною, і такі проєкти почали розвиватись і в Інших населених пунктах Івано-Франківської області.

Побудова глемпінгу вимагала доступу до води (за 20 метрів від будиночків тече потудний струмок). Проблем із доступністю до місця також не було, електропостачання підвнсти до будівлі було не важко, адже поблизу проходила лінія електропостачання.

3-поміж усіх видів глемпів віддали перевагу будиночкам в стилі барнхаус за канадською технологією, яка передбачала за два-три місяці збудувати будинок під ключ з усіма зручностями. Даний тип будиночків – екобудинок, який дозволяє створити комфортне та затишне житло без шкоди для природи. Виник цей напрямок ще у ХХ столітті. Каркасні будинки barnhouse позбавлені будь-яких прикрас, але при цьому зручні та просторі. Barnhouse – прості лінії, мінімум декору та функціональність

2. Перед початком будівництва, проаналізувавши запити туристів, вирішили віддати перевагу двомісним комфортним будиночкам з одним великим ліжком. Відповідно все в будиночку потрідно було планувати з розрахунку на дві особи.

3. Наступним кроком було забезпечення можливості проведення основних зручностей. У будиночку потрібно було створити усі зручності:

водопідведення та водовідведення, санітарний вузол, кухню спальну зону, зону відпочинку, зберегти гарний краєвид з вікон.

4. Потрібно було облаштувати територію навколо, адже 90% туристів при відпочинку на лоні природи окрім можливості приготування їжі в комфортних умовах (в кухонній зоні глемпу) хочуть посмажити щось у зоні барбікю. Створили умови для барбікю.

5. Необхідно було створити систему вказівників: встановити межі глемпінгової зони та знаків про безпеку.

6. Потрібно було подбати про безпечність: у якому випадку й куди звертатись. Ця інформація має бути доступною для всіх туристів, які тут зупиняються.

7. Пункт, який стосується додаткових розваг у нас аж через рік доповнився можливістю прийняття оздоровчих ван у чанах. Така послуга є досить популярною у нашій місцевості, а в нашому випадку є додатковою пропозицією, з цілорічною можливістю її реалізації. На облаштованій терасі, яка має вигляд на гору Слон можна попиту ранкову каву.

8. Спершу виконання всіх видів робіт виконували самостійно, згодом долучити найманих працівників.

9. Промоція і бронювання є дуже важливим на початковому етапі роботи глемпінгу, тоді, коли ще ніхто не знає про такий заклад. Реклама Vlog House Resort представлена на різних інтернет-ресурсах, в соціальних мережах. Бронювання можна здійснити через найбільш популярні сервіси – Booking, Planet of Hotels та інші.

10. Збереження природи: Важливо виробити політику збереження природи та екологічних принципів для вашого кемпінгу. Посіть дерева, використовуйте екологічно чисті матеріали та стимулюйте своїх відві

На вартість будівництва житла у стилі barnhouse впливає багато факторів. Це загальна площа споруди, особливості планування, а також кількість та якість матеріалів. Комплектація будівництва залежала від потреб. Здійснити онлайн-розрахунок вартості можна за допомогою будівельного калькулятора. Барнхаус – це комфортне та затишне житло, яке можна побудувати за кілька місяців. Якщо у дворі залишилося місце, згодом можна звести ще один будиночок. Так роблять багато власників барнхаусів, у яких передбачається збільшення сім'ї. Власник такого будинку виявляє повагу до природи, не обмежуючи себе у благах цивілізації.

Сам процес зведення будиночків тривав до 4 місяців. Фундамент будиночків зроблений з геошрупів, довжина яких 3 метри і вони на 2 метри засверлюються в землю, на один будиночок в нашому випадку пішло до 20 – ти штук геошрупів. Це вид фундаменту можна встановлювати на будь – якій земельній ділянці, в будь-яку пору року, і за будь-якої крутизни схилу.

Площа будиночка 27 м. кв., тераси – 10 квадратних метрів. Будиночки побудовані у стилі барнхаус і мають вигляд скошеного куба.

Каркас будиночків виконаний з екологічно чистої деревини. Будівництво каркасу приблизно до місяця часу. Далі тривали зовнішні та внутрішні роботи. Для термо та звукоізоляції використовували якісну піну німецького виробника.

Особливість будиночків полягає в тому, що на одну стіну повністю йде велике панорамне балконне вікно з дверима. Великим плюсом такого глемпа-будиночка, є проживання окремо з усіма зручностями й комфортом (мал. 3.8)



### **3.3. Основний аналіз категорії споживачів та послуг Blog House Resort**

Функціонування глемпінгу Blog House Resort фактично не прив'язане до сезонності. Адже основна мета більшості відпочиваючих полягає в усамітненні в комфортному помешканні та спогляданні мальовничих ландшафтів. А такі опції доступні впродовж усього року. Значно більше впливають на заповнюваність зовнішні умови та ситуації. До прикладу – поширення COVID-19, війна в країні, також ніхто не застрахований від різних природних катаклізмів. Однак, всерівно прослідковуються місяці більшої та меншої заповнюваності. По заповнюваності можна сказати, що в рік 4-5 місяців на рік заповненість – на 80 – 95%, а 8-7 місяців на рік – заповненість 50 – 70 відсотків (таблиця 3.1.).

Вартість глемпу продовж року становить 3500 грн/добу. Однак є винятки: у новорічну ніч ця вартість становить 10 000 грн. і не дивлячись на високу вартість щороку глемпінг заповнений. Період найвищої активності припадає на перших 10 днів січня і вартість у ці дні також є вищою – 5000/добу. Період найменшої активності, який припадає на квітень-травень також потребує змін у ціновій політиці, тому ми пропонуємо різноманітні акції на проживання в

глемпах. Таким чином мінімальна вартість може бути на 500-800 грн. нижче постійної ціни.

*Таблиця 3.1. Заповнюваність глемпінгу Blog Hous Resort*

	Місяць	Заповнюваність (днів у місяці)	Вартість за 1 ніч тис. грн
1	Січень	95%	3500
2	Лютий	85-90%	3500
3	Березень	70%	3500
4	Квітень	50%	3500
5	Травень	60%	3500
6	Червень	70%	3500
7	Липень	80%	3500
8	Серпень	95%	3500
9	Вересень	75%	3500
10	Жовтень	80%	3500
11	Листопад	50%	3500
12	Грудень	70%	3500

Як бачимо, що пік припадає на січень, лютий та серпень. Це пояснюється періодом вимових свят та бажанням зустріти новий рік й різдвяні святат на лоні природи. Також не варто нехтувати й тим фактом, що поблизу розташований найбільшій гірськолижний курорт – Буковель, де можна покататись на лижах вдень, а на ніч повернутись до Blog House Resort. Мінімальні показники заповнюваності припадають на міжсезоння – квітень-травень та листопад. У цей період люди більше зосереджені на роботі, та й погода часто не є сприятливою – тумани, дощі та слякоть, які не сприяють відпочинку на природі.



Варто згадати й 2020 рік - рік коронавірусу. Тоді від березня (з моменту зафіксованого першого випадку захворювання в Україні) до червня не було жодного замовлення, у липні почали з'являтися поодинокі замовлення, а вже з серпня по жовтень заповнюваність становила 80 – 90%.

Другий рік Коронавірусу заповненість була краща від березня до червня приблизно 50 – 60%, а від липня по жовтень 80 – 90%.

Наступним випробуванням для функціонування Blog House Resort стала війна. Під час війни аналогічна ситуація, по статистиці, перший рік було менше людей, другий рік війни кількість туристів повернулася до попередніх показників і навіть вище. Популярність викликана й тим фактом, що чоловікам заборонено їздити за кордон і для сімейного відпочинку почали обирати Карпати. За роки війни 30% туристів, які зупинялись у Blog House Resort повідомили, що ніколи не були в Карпатах, але при цьому подорожували за межі України постійно, відвідуючи абсолютно різні локації.

Тобто, те що кордони закриті, дав певний розвиток і імпульс у розвиток Карпат, і досить багато людей повернеться сюди знову, також Карпати мають велику перевагу порівняно з морем, на морі сезон лише три місяці, а в Карпатах цілий рік, в яку би ви пору року не приїхали, тут завжди гарно, просто міняється специфіка відпочинку, якщо в літку і осінню, люди більше надають перевагу ходьбою по горах, екскурсіях, джипінг, квадроцикли, збирання грибів і ягід, то взимку це лижі, термальні озера, спа – комплекси , джипінг, квадроцикли.

Також кількість туристів залежить від погоди, коли дощова і холодна погода, туристи моніторять, що погана погода погана, тоді людей мало приїжає, коли тепла і жарка погода, людей більше приїжає.

Аналізуючи вікову категорію туристів , спостерігаємо таку тенденцію: переважають особи молодого віку (рис 3.8) – 50% це люди віку 20-30 років, 40% - 30-45 років та лише 10% припадає на осіб старше 45. На відміну від

європейського й американського розподілу по віку в Україні більше молодих осіб та зовсім мало люде яким більше 45 років. Це зумовлено тим, що в Україні дуже мало подорожують люди ще працездатного віку, але ті, кому більше 45 років. Це є негативною тенденцією.

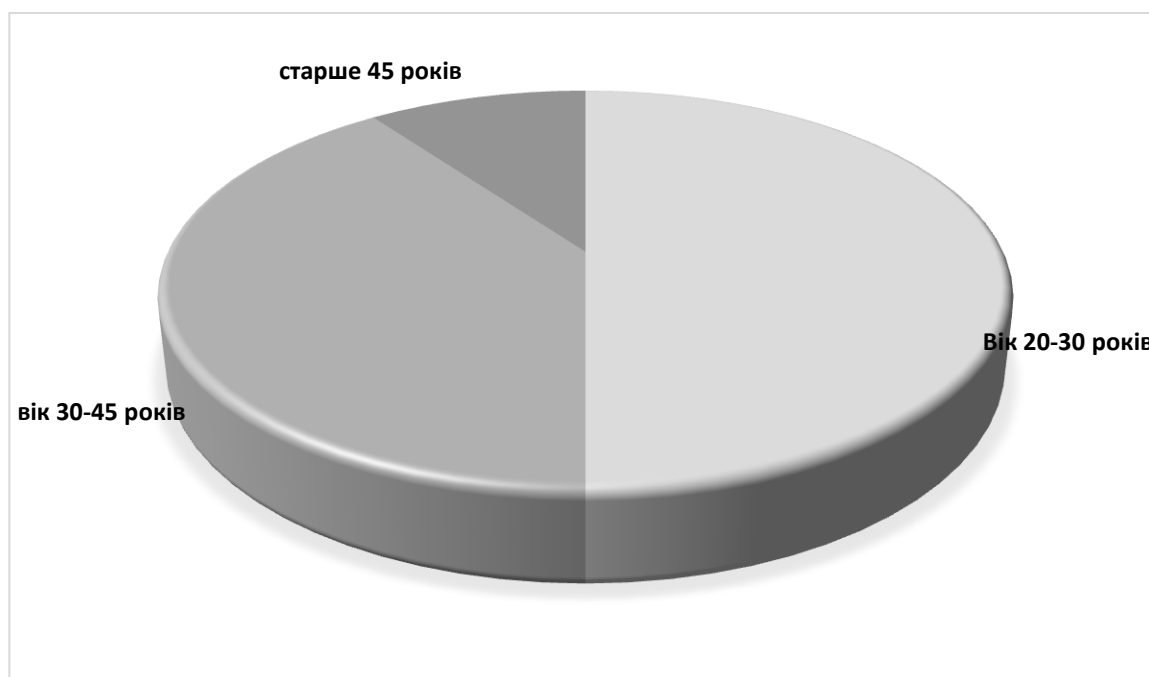


Рисунок 3.8 Вікова категорія відвідувачів Blog House Resort

Співвідношення туристів за статтю жінки-чоловіки становить 60% до 40%.

На популярність закладу, окрім заповнюваності вказують ще й відгуки, з якими ми можемо ознайомитись в на сторінці закладу в Інстаграм, та сайтах бронювань. Сторінка у букінгу виглядає так (рис.3.9.). Гортаючи сторінку турист може ознайомитись з переліком послуг, забронювати глемп та переглянути актуальні для даної пори року фотографії.

Аналізуючи відгуки сторінки мо можемо бачити реальні зауваження й недоліки, однак покищо таких не траплялось

**Шукати**  
Місце / назва помешкання:  
Яремче

Дата заїзду  
Дата виїзду

2 дорослих · 0 дітей · 1 номер

Я подорожую у справах

**Шукати**

**Blog House Resort**  
вулиця Сидора Ковпака, Яремче, 78500, Україна –  
Відмінне розташування - показати на карті

Забронювати зараз

Ми повертаємо різницю у ціні

**Відмінно** 9,5  
41 відгук

Розміщення будиночків, по гарній дорозі на горі. Майже без сусідів, поруч кладовище. Зручна кухня, гарний вид на гори.

Андрій Україна

**Безкоштовний Wi-Fi** 10

Будинки Кухня Вид на місто Дозволено з хатніми тваринами Безкоштовний Wi-Fi

Також на сайті Букінг можна почертпнути інформацію щодо того, що помешкання бере участь у програмі «Стійкий туризм». Ця інформація є також дуже важливою, адже сучасна молодь (основна категорія наших споживачів) намагається дбати про природу та екологію.

### 3.4. Проблеми і перспективи функціонування.

В Україні загалом та Карпатському регіоні зокрема є все для того, щоб розбудувати мережу кемпінгів та більш сучасних їх видів – глемпінгів. Проте, існують певні проблеми та стримуючі фактори розвитку кемпінг-туризму. До них можна віднести перш за все триваючу війну, яка тепер має не лише точковий характер, а й постійні ракетні обстріли по всій країні та по будь-яких об'єктах.

Проте, окрім цього є інші стримуючі фактори швидкого розвитку кемпінгу, а саме:

1) відсутність наявних й оновлених нормативно-правових документів або ж мають назву виключно як «рекреаційних документів». Це призводить до непорозуміння між підприємцями. Як наслідок, розвивається корупція та тіньова економіка. Існують приклади, де країни мали подібну ситуацію, але змогли їх вирішити;

2) Недостатня популяризація нових видів закладів розміщення;

3) Висока вартість окремих кемпінг-видів. До прикладу, глемпінг є одним із тих нових видів, що має ціни вище середніх, це, у свою чергу, стримує багатьох потенційних покупців. З іншого боку, ціни не рекомендовано знижувати, а краще утримувати якість наданих послуг і покращувати, щоб підвищувати їх цінність;

4) Наступною проблемою є логістика, адже більшість облаштованих місць для кемпінгу знаходяться далеко за населеними пунктами, до яких можна приїхати лише власним автомобілем, а в більшості випадків, коли це гірські кемпінги, далеко не всі автомобілі можуть туди доїхати, через те, що до них ведуть ґрунтова, ґрунтово-кам'яна або ж зовсім лісиста місцевість. А за несприятливих погодних умов можуть з'явитися додаткові труднощі.;

5) Попит на відпочинок у кемпінгу змінюється від погодних умов та сезону, тому власники кемпінгів мають пристосовуватися до цього та робити криті тераси, навіть якщо це виключно наметове містечко, то під час сильних злив туристи бажають перечекати її в будинку та інше;

6) Кемпінг потребує також охорони території, адже в більшості випадків вона не є огорожена і нерідко кемпери зазнають крадіжок;

7) Цей вид туризму характеризується своєю екологічною спрямованістю, але нерідко користувачі нехтують цим, тому в кожному кемпінг-містечку бажано мати певні правила щодо проживання на їх

8) Відсутність спеціалізованої інфраструктури (паркування, водо-, електропостачання);

9) Кемпінг потребує виокремлення певних галузевих стандартів та більшої інформаційної підтримки;

10) Часто кемпінги не облаштовані для того, щоб сім'ї з дітьми користувалися ним, через відсутність належних ліжок/майданчиків або ж загалом розміщення трьох і більше осіб у номері.

Вищеперераховані проблеми стосуються усіх додаткових закладів розміщення. Однак, можна виділити низ ку перешкод і відносно кодного окремого кемпінгу чи глемпінгу. Також є низка проблем, щодо функціонування глемпінгу Blog House Resort:

1) Важкодоступність у зимовий період. Так, як наш комплекс знаходиться в горах, навіть при наявності асфальтованого покриття, в зимовий період, коли зима дійсно сніжна, правда це явище спостерігається раз на 4 роки, то гості, які приїжають на передньо чи задньопривідних авто не можуть піднятися до комплексу. Останні 600 метрів можуть здолати лише туристи на повнопривідних машинах. Відповідно ми за таких погодних умов та обставин організуємо додатковий безкоштовний трансфер, також парковку для авто, яке залишається внизу.

2) Останніх 100 метрів до будиночків ґрунтова дорога в жахливому стані, яку наразі не вдається поремонтувати, тому знову ж таки транспортування до комплексу дещо ускладнене.

3) Глемпінг Blog House Resort працює повністю на електриці. У часи пік та особливо в зимовий період, коли навантаження на систему є високим потудність напруги є меншою від потрібних 220 V, іноді це 160 – 180 вольт. Ця проблема покищо не є вирішеною

4) Також на території глемпів має бути постійно закріплена одна або дві людини, це для прибирання, виселення, заселення гостей, косіння трави, на нагріву чану.

#### Перспективи глемпінгу Blog House Resort.

1) Вирішити проблему з дорожнім покриттям

2) Втрішити проблему зі світлом

3) В перспективі на території комплексу планується добудувати ще 3 глемпи. Зваживши всі за та проти у планах будувати не двомісні, а 4-х та 6-місні глимпи.

4) Також перспективі плануємо добудувати середній басейн з підігрівом. Адже практика показує, що в кого є чан, басейни, то ті комплекси набагато частіше бронюють, і комплекс, який немає спа чи басейну може бути заселений на половину, а той комплекс, який має басейн, спа, в той же самий час може бути заселений повністю.

Розвиток кемпінгу пропорційно зумовлює розвиток та користування автомобільним туризмом, що значно вплине на економічну ситуацію в країні. Наприклад, збільшиться притік іноземних туристів а відтак і обсяг грошових надходжень із-за кордону; буде розвиватися внутрішній туризм, а тому й відбудуватиметься скорочення виток грошових коштів за кордон і збільшення кількості робочих місць, зменшення рівня безробіття; розвиватиметься напрям економічного сімейного туризму, що даватиме змогу збільшити споживчий сектор, розвинути перспективний напрям туризму «вихідного дня»; створиться

конкуренція в готельному бізнесі, відтак і покращення якості обслуговування та зменшення вартості проживання.

### **Висновки до розділу 3**

Переважає більшість сучасних видів кемпінгів зосереджена на території західноукраїнських областей. Карпатський регіон, як один із найперспективніших в Україні, а тим більше на даний час, є територією, де найяскравіше представлені такі заклади розміщення, тому особливу увагу в третьому розділі ми приділили глемпінгу в Карпатах.

Глемпінг, хоч і популярний зараз, однак, пропозиція даних закладів розміщення ще не набула значного поширення. Тому за рівнем комфортності в Карпатському регіоні є абсолютно різні глемпінги: такі, які є трохи кращі від звичайних наметів (Стодола Камп у Львівській обл та інші), сучасні зі зручностями, але не зовсім безпечні та глемпінги нового покоління з усіма зручностями, максимальним комфортом та переліком додаткових послуг.

У розділі описаний процес створення глемпінгу Blog House Resort та проаналізовані особливості його функціонування: комфортність, вартість, споживачі послуг розміщення, висвітлені основні проблеми та перспективи подальшої розбудови та розвитку.



## ВИСНОВКИ

Написання магістерської роботи полягало у виконанні низки завдань та досягнення мети, що сформульована у вступі. Отже, для досягнення мети у магістерському дослідженні виконані наступні завдання:

1. В останні роки кемпінг був одним із єдиних видів туризму, які зуміли підтримувати туристичну сферу країн та отримувати прибутки від нього. Саме кемпінг зміг розвиватися далі та стрімко відкривати нові локації для створення нових таборів. Відповідно, саме він зміг підтримувати доходи певних міст або країн, які користуються популярністю саме через такі способи відпочинку, тримати на плаву економіку популярних для розвитку туризму країн. Таким чином метою створення кемпінгів було задоволення в значних потоків туристів самими простими закладами для розміщення, чи навіть місцями для встановлення власних наметів, розміщення будиночків на колесах тощо.

2. Перші кемпінги почали формуватися в другій половині XIX століття в США та тривалий час розвивалися виключно там. Згодом їх почали детально планувати за допомогою досліджень, до прикладу, щодо розміщення парковок на території кемпінгів. Згодом, такий вид відпочинку поширився в країнах Європи, а в XX столітті його приклади можна було знайти у всьому світі.

На сьогодні не існує чіткої класифікації кемпінгів, проте ми виділили кілька з них. За місцем розташування їх можна розділити на: кемпінг у лісі, на морі, у пустелі, на заповідних територіях. Також їх можна умовно поділити за рівнем доходу споживача: бюджетний, із середнім доходом та гламурний або з високим доходом. Якщо розглядати за наявним обладнанням і зручностями, кемпінги можна поділити на наметовий, туризм-кемпінг, автомобільний, кемпінг для автофургонів, велотуристський, «кемпінг для виживання» або

дикий кемпінг, надлегкий, «пересадка», глемпінг, зимовий, гамак-кемпінг, кемпінг на задньому дворі, брезентовий, кемпінг Bivvy Sack.

3. Кемпінги поширені в основному в двох регіонах – Американському та Європейському. На території Африки та Азії дані форми розміщення не є настільки популярними і відповідно почерпнути статистичні дані для включення даних регіонів для дослідження не було можливості. Ринок американських кемпінгів в основному приурочений до національних парків, адже саме там концентрується 90% усіх кемпінгів регіону. У Європі значного поширення набули сучасні види кемпінгів, одна акцент на екологічність також зберігається. У роботі виокремлені країни-лідери за чисельністю кемпінгів та глемпінгів, описаний портрет основного споживача саме таких послуг розміщення.

4. Оскільки українці – народ, який любить відчуття свободи, кемпінг завжди був популярним серед усіх. Зараз він стрімко розвивається та може пропонувати безліч дестинацій для прихильників такого виду відпочинку. Кемпінг –туризму в Україні почав свій розвиток ще за часів популяризації масового туризму в Радянському союзі. Основні райони розбудови кемпінгів були зосереджені на півдні України – на узбережжі Чорного та Азовського морів та про екологічність цих територій ніхто не згадував. Сучасна хвиля розвитку кемпінгу в Україні носить абсолютно інший характер – комфортабельні місця розміщення, високий рівень оснащення глемпів, акцент на використання екологічно-чистих матеріалів, облаштованість території тощо.

5. Проживання у туристичному місті – Яремче та бажання розвивати сферу туризму сприяли вибору напрямку та реалізації проекту створення власного глемпінгу. Це дуже молодий заклад розміщення, збудований за короткий час із повним дотриманням технології будівництва за стилем барнхаус. Даний проєкт не дивлячись на не дешеву вартість повністю себе виправдав. Свідченням цього є постійна завантаженість глемпів, гарні відгуки

на сайтах бронювань, повернення туристів до наших глемпів знову зі своїми вже друзями.

6. На сьогодні в Україні є багато проблем пов'язаних із діяльністю аналогічних закладів розміщення і першою із них є військовий стан. Саме цей факт найбільш негативно впливає на розвиток й розбудову нових сучасних кемпінгів та глемпінгів. Також спостерігаємо невідповідність умов до вимог сучасного туриста. Глемпінг Blog House Resort має також певні проблеми: транспортна доступність, електропостачання, не великий перелік додаткових послуг також облаштування прибудинкової території глемпу ще триває. Однак, кемпінг-туризм завжди залишатиметься актуальним для всіх верств населення у будь-якій країні світу. Щоправда, він має перешкоди на шляху його розвитку, але перспективи значно переважають їх, адже покупець завжди знайдеться.

## Література

1. Бунтова Н.В. «Міжнародний досвід розвитку ринку гостинності у форматі кемпінг-послуг та його значення для України». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/13\\_1\\_2017ua/10.pdf](http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/13_1_2017ua/10.pdf).]
2. Брін Дж., Бергін-Сірс С., Робертс Л. та ін. (2006) Інновації та управління змінами для малих і середніх туристичних підприємств у секторі туристичних парків . Австралія: Кооперативний дослідницький центр сталого туризму.
3. **Давиденко І. В. Глемпінг як перспективна форма розвитку екотуризму / І. В. Давиденко // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент. - 2017. - Вип. 26(1). - С. 10-13. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu\\_eim\\_2017\\_26%281%29\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2017_26%281%29_4)**
4. Новикова В. І. Використання засобів розміщення в рекреаційній діяльності / В. І. Новикова // Наук. вісн. Херсонського держ. ун-ту. Серія «Географічні науки». – 2016. – № 5. – С. 119–127.
5. Поколодна М. М. Рекреаційна географія : навч. посібник / М. М. Поколодна; Харків. нац. акад. міськ. госп-ва. – Харків : ХНАМГ, 2012. – 275 с.
6. Arimond G, Lethlean S (1996) Аналіз центру прибутку в приватних кемпінгах. Journal of Travel Research 34(4): 52–58.  
Kate, R. (2011). Yahoo News. Retrieved 12 March 2017 from Glamping: Where Nature Meets Luxury: <https://www.yahoo.com/news/glamping--where-nature-meets-luxury.html>
7. Brooker E, Joppe M (2013b) Trends in camping and outdoor hospitality – an international review. Journal of Outdoor Recreation and Tourism 3 /4: 1–6.
8. КОА. (2016). North America Camper Report. Cairn Consulting group.

9. KOA Campsites. Retrieved 4 March 2017 from Unique Accommodation: <http://koa.com/waysto-stay/unique-accommodations>
10. Leading campings of Europe. (2015). Pleasure of leisure. Leading camping Europe. Duesseldorf: Leading campings of Europe.
11. Friedman, M. (2012). Gone Glamping. (R. Martinez, Researcher)
12. Glamping.com. (2017). Glamping. Retrieved 6 March 2017 from Glamping Types: <https://www.glamping.com/destinations/europe/montenegro/kotor/?great-for=couples&experience=swimming>
13. The North American Glamping Report. Kampgrounds of America: website. URL: <https://koa.com/content/pdf/2019-koa-north-american-glamping-report.pdf>
14. Eurostat. (2017). Tourism statistics – annual results for the accommodation sector, Eurostat Statistics Explained,. Brussel: Eurostat. <http://www.eurostat.com>
15. Eurostat. (2017). Eurostat. Retrieved 28 March 2017 from <http://www.eurostat.com>
16. Накращі місця для кемпінгів в Північній Європі <https://www.camping.info/magazin/de/die-10-beliebtsten-campingplatze-in-skandinavien>
17. Поширення кемпінгів на території України <https://www.gorgany.com/pro/camp-in-ukraine/>
18. Історія кемпінгу <https://www.driftstone.com/blog/2018/11/14/a-history-of-camping/>
19. Все про кемпінг <https://weektravelling.com/uk/shcho-take-kempinh/>
20. Блог подорожей: <https://www.thegonegoat.com/inspiration-and-tips/types-of-camping>
21. <https://www.booking.com/hotel/ua/rock-house-resort-iaremche.uk.html>

