

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Кафедра міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи

ДО ЗАХИСТУ
завідувачка кафедри міжнародної
електронної комерції та готельно-
ресторанної справи
доц. Данько Н.І.

Кваліфікаційна робота бакалавра

на тему: «Розробка проєкту відкриття глемпінг-готелю в Україні»

Виконала:
студентка 4 курсу, групи УГРз-41
спеціальності 241 Готельно-ресторанна
справа
ОПП «Готельно-ресторанна справа»
Мишаченко Лілія Олександрівна

Керівник:
к. е. н, доц. Данько Наталя Іванівна

Рецензент:

Підсумкова оцінка:
за шкалою ЗВО: _____
кількість балів: _____
Голова Екзаменаційної комісії

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Харків – 2024 року

Міністерство освіти і науки України
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені В.Н. КАРАЗІНА

Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Кафедра міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи

ЗАВДАННЯ ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА

Студентки Мишаченко Лілії Олександрівни

Курсу IV групи УГРЗ-41

Тема дипломної роботи «Розробка проекту відкриття глемпінг-готелю в Україні»

затверджена наказом від 24.03.2024 року № 4002-5/591

1. 1. Графік виконання робіт:

Назва розділів роботи	Дата закінчення	Відмітка про виконання (підпис керівника)
Теоретичні основи функціонування глемпінг-готелів	11.12.2023	
Аналіз ринку послуг глемпінг-готелів в Україні	15.04.2024	
Проектування глемпінг-готелю в Україні	20.04.2024	

2. Термін подання дипломної роботи на кафедру 09.06.2023 р.

3. Термін та результати попереднього захисту (допуск/ недопуск до захисту, ступінь готовності роботи у відсотках) 13.05.2024 р.

КЕРІВНИК РОБОТИ: канд.екон.наук, доцент

Наталя ДАНЬКО

Дата видачі завдання 20.11.2023 р.

Завдання прийняте до виконання дипломником

Лілія МИШАЧЕНКО

Завідувачка кафедри
 міжнародної електронної комерції
 та готельно-ресторанної справи, доцент

Наталя ДАНЬКО

АНОТАЦІЯ

Мишаченко Л. О. Розробка відкриття глемпінг-готелю в Україні.

Кваліфікаційна робота присвячена дослідженню та розробці бізнес-плану для відкриття глемпінг-готелю в Україні. У роботі розглядається концепція глемпінгу, як нового формату туристичного відпочинку, який поєднує комфорт традиційного готелю з природними умовами кемпінгу.

Основною метою роботи є створення детального плану відкриття глемпінг-готелю, включаючи аналіз ринку, вибір місця, розробку маркетингової стратегії, фінансове планування та оцінку можливих ризиків. У роботі використані різноманітні методи дослідження, зокрема аналіз літературних джерел, ринкових досліджень, опитування потенційних споживачів, експертні інтерв'ю та фінансове моделювання. Також було проведено SWOT-аналіз для оцінки сильних і слабких сторін проєкту, можливостей та загроз зовнішнього середовища. У результаті дослідження було розроблено детальний бізнес-план для відкриття глемпінг-готелю, який включає рекомендації щодо вибору місця, архітектурного дизайну, маркетингових стратегій та фінансового планування. Визначено основні фактори успіху та ризики, які можуть вплинути на реалізацію проєкту.

Ключові слова: глемпінг, еко-туризм, готельний бізнес, туристична індустрія, бізнес-план, маркетинг, фінансове планування, Україна, сталий туризм.

ANNOTATION

Myshachenko L. O. Development of the opening of a glamping hotel in Ukraine.

The qualification work is devoted to the research and development of a business plan for opening a glamping hotel in Ukraine. The work considers the concept of glamping as a new format of tourist recreation that combines the comfort of a traditional hotel with the natural conditions of camping.

The main goal of the work is to create a detailed plan for opening a glamping hotel, including market analysis, location selection, development of a marketing strategy, financial planning and assessment of possible risks. Various research methods are used in the work, including analysis of literary sources, market research, surveys of potential consumers, expert interviews and financial modeling. A SWOT analysis was also conducted to assess the strengths and weaknesses of the project, opportunities and threats of the external environment. As a result of the research, a detailed business plan for opening a glamping hotel was developed, which includes recommendations for site selection, architectural design, marketing strategies and financial planning. The main success factors and risks that may affect the implementation of the project have been identified.

Keywords: glamping, eco-tourism, hotel business, tourism industry, business plan, marketing, financial planning, Ukraine, sustainable tourism.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ГЛЕМПІНГ-ГОТЕЛІВ.....	7
1.1. Сутність, переваги та недоліки глемпінг-туризму.....	7
1.2. Особливості організації глемпінгу як форми екотуризму.....	11
1.3. Розвиток глемпінгу в Україні	15
1.4 Сутність проєкту і методи його розробки	20
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РИНКУ ПОСЛУГ ГЛЕМПІНГ ГОТЕЛІВ В УКРАЇНІ	25
2.1. Аналіз сучасних тенденцій розвитку глемпінг-туризму в Україні.	25
2.2. Проблеми та перспективи глемпінг-туризму в Україні	31
РОЗДІЛ 3.38_ПРОЕКТУВАННЯ ГЛЕМПІНГ-ГОТЕЛЮ В УКРАЇНІ	38
3.1. Аналіз потенційного ринку цільової аудиторії глемпінг-готелю....	38
3.2. SWOT-аналіз проєктованого глемпінг-готелю.....	39
3.3. Виробничий план відкриття готелю	43
3.4. Економічна оцінка запропонованих заходів	56
ВИСНОВКИ	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	61

ВСТУП

Розробка проєкту відкриття глемпінг-готелю в Україні є актуальною і надзвичайно важливою ініціативою в контексті сучасних туристичних тенденцій та потреб ринку готельних послуг. З кожним днем все більше і більше зростає інтерес до еко-туризму та здорового способу життя, тим самим відкриваючи нові можливості для розвитку глемпінгу як альтернативи звичним формам проживання.

Україна славиться своєю природною красою та незрівнянними ландшафти. Саме тому, вона має великий потенціал для розвитку глемпінг-туризму. Відкриття глемпінг-готелю залучить увагу як закордонних туристів, так і туристів з України, що в свою чергу підсилить його економічну доцільність та соціокультурне значення.

Популярність глемпінгу, як форми відпочинку, стрімко зростає, особливо серед молоді та любителів активного відпочинку. Реалізація цього проєкту посприє розвитку еко-туризму в Україні, заохочуватиме іноземних відвідувачів та надасть додаткові робочі місця у сфері готельного бізнесу. Таким чином, розробка проєкту відкриття глемпінг-готелю в Україні має велике соціальне, економічне та культурне значення.

Метою роботи є розробка проєкту відкриття глемпінг-готелю в Україні.

Завдання роботи:

- 1) розкрити сутність глемпінг-туризму і показати його переваги та недоліки;
- 2) охарактеризувати особливості організації глемпінгу, як форми екотуризму;
- 3) схарактеризувати розвиток глемпінгу в Україні;
- 4) проаналізувати сучасні тенденції розвитку глемпінг-туризму в Україні;
- 5) висвітлити проблеми та перспективи розвитку глемпінг-туризму в Україні;
- 6) здійснити аналіз потенційного ринку цільової аудиторії глемпінг-готелю;

- 7) здійснити SWOT-аналіз проєктованого глемпінг-готелю;
- 8) описати виробничий план відкриття готелю;
- 9) надати економічну оцінку запропонованих заходів.

Об'єктом дослідження є готельний бізнес та туристична інфраструктура України.

Предметом роботи є процес створення та реалізації проєкту відкриття глемпінг-готелю, який включає аналіз ринкових умов, вибір локації, розробку концепції готелю, фінансове планування, маркетингову стратегію та організацію діяльності готелю.

Науковою новизною дослідження є спроба адаптації концепції глемпінг-готелю до умов вітчизняного ринку та туристичної інфраструктури. Ми врахували специфіку умов українського ринку, запити туристів та перспективи розвитку туризму в країні. Запропонували новітні підходи до вибору локації, концепції готелю, маркетингової стратегії та фінансового планування, що робить це дослідження унікальним та цінним для майбутньої практичної реалізації проєкту.

Теоретичне значення роботи полягає в розширенні розуміння концепції глемпінг-готелю та її пристосування до українського ринку. Дослідження висвітлює теоретичні основи цього концепту, включаючи його переваги та можливі ризики, а також розглядає актуальні питання розвитку туризму в Україні.

Практичне значення роботи полягає в тому, що вона надає чіткі рекомендації та стратегії для реалізації проєкту глемпінг-готелю в Україні. Оскільки ми розробляємо детальний план дій щодо вибору місця розташування, дизайну та управління готелем, а також пропонуємо маркетингові стратегії для привернення уваги клієнтів та забезпечення вдалої роботи об'єкту. Ці практичні рекомендації можуть бути використані підприємцями та інвесторами в галузі туризму для успішної реалізації проєктів та функціонування глемпінг-готелів в Україні.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ГЛЕМПІНГ-ГОТЕЛІВ

1.1. Сутність, переваги та недоліки глемпінг-туризму

Глемпінг, нова концепція в кемпінгу, відповідає туристичній тенденції нео-комfortу, змінюючи традиційне уявлення про кемпінг. Цей новітній підхід спонукає до стратегічних змін для підвищення якості та конкурентоспроможності готелів. Глемпінг поєднує в собі насолоду від природи з розкішними зручностями, що робить його відомим як 5-зірковий кемпінг.

Цей вид відпочинку дозволяє насолоджуватися природою та неймовірними пейзажами, при цьому маючи усі необхідні зручності, включаючи ліжко, душ, кондиціонер, систему електропостачання та навіть безперебійний Інтернет (Wi-Fi). З кожним днем глемпінг набирає все більшої популярності серед різних верст населення, таких як сім'ї з дітьми, молоді пари, компанії друзів, прихильники туризму та екології, аматори риболовлі та полювання, любителі відпочинку на природі та споживачі luxury сегменту. Глемпінг також привертає увагу і тих, хто зазвичай обирав звичні готелі та апартаменти, оскільки він поєднує в собі комфорт, екологічність, розкішні умови та всі необхідні зручності для комфортного проживання. Нові сегменти ринку можуть бути привернуті завдяки модерним підходам до розміщення, які сконцентровані на концепціях «здоров'я», «озеленення», «пригоди» та «досвід».

Спорудити повноцінний готель в місцях, де туристичний сезон обмежений 3-4 місяцями – не завжди ефективно. У природоохоронних територіях чи парках – це заборонено. Глемпінг, або гламурний кемпінг з усіма зручностями, виступає рішенням цих проблем, надаючи так званий «all inclusive» в природному середовищі.

Глемпіни дозволяють не лише організувати табори чи глемпінг-парки із комфортними умовами, але й розширювати номерний фонд готелів. Це

швидко окупне рішення дозволяє привернути увагу нових клієнтів та розширити номерний фонд без необхідності у масштабному будівництві. Що ж являє собою поняття «глемпінг»? Існує безліч варіантів трактування цього терміну, тому подаємо найвживаніші із них:

Кембриджський словник	це тип кемпінгу, який комфортніший і розкішніший, ніж традиційний кемпінг
Сакачова Л.	це розкішний кемпінг, зазвичай у незвичному природньому середовищі. Вирізняється комфортом і високою якістю послуг, які включають можливість спробувати багато пригод, смачно поїсти та насолодитися вишуканими напоями
Цвелич І.	виступає за повернення кемпінгу в центр туристичних інтересів через нову, розкішну форму кемпінгу; на ринку вона відіграє роль нового чемпіона та потужного промоутера інноваційного кемпінгового туризму.
Брошадю та Перейра	це "гламурний відтінок комфорту й усамітнення" та "абсолютно унікальне місце з великою кількістю чудових деталей"

Рис. 1.1. Підходи до трактування сутності «глемпінгу»

Уведення глемпінгу в Україні підтверджує свою доцільність та перспективність через реалізацію пробного проєкту в українських національних природних парках і регіональних ландшафтних парках. Зокрема, у проєкті передбачено створення глемпінгів у національних природних парках «Синевир» (Закарпатська область), «Сколівські Бескиди» (Львівська область) та регіональному ландшафтному парку «Дністровський» (Івано-Франківська область).

Розвиток глемпінгу в Україні має ряд переваг:

- 1) Унікальні природні місця, які не зазнають овертуризму, створюють потенційні сприятливі умови для розвитку глемпінгу.
- 2) Нестача якісних пропозицій глемпінгу на ринку забезпечує попит на нові об'єкти.

3) Для відкриття глемпу потрібний невеликий капітал, і до того ж, проєкт є швидко окупним, у порівнянні з іншими готельними проєктами, що робить цей сегмент привабливим.

4) Не важка та мобільна конструкція глемпінгу дозволяє змінювати їх місцезнаходження відповідно до попиту та сезонності.

5) Зростає кількість екологічного свідомого населення, завдяки цьому популяризується відпочинок в гармонії з природою.

6) Зростає відсоток внутрішнього туризму в Україні через обмеження міжнародних подорожей внаслідок пандемії COVID-19 та війни.

7) Відпочинок з комфортом на природі стає все більш популярним серед міського населення з вищим рівнем доходів.

Перспектива розвитку глемпінгу в Україні стає очевидною, особливо з урахуванням позитивних тенденцій за минулі роки. Попит на глемпінг зростає, що сприяє появі нових об'єктів цього типу розміщення. Додаткові послуги та розваги допомагають залучити більше клієнтів та розширюють можливості відпочинку в глемпінгах. Достатня кількість виробників глемпів в Україні свідчить про перспективність та ріст цього сегменту на ринку.

Карпатський регіон визначається як одна з найбільш вдаливих локацій для глемпінгу в Україні, завдяки своїм мальовничим краєвидам і близькості до водойм. Варто зазначити, що у цьому регіоні вже знаходиться 8 глемпінгів.

Основними перевагами глемпінгів є їх мобільність, невеликі витрати на інвестиції порівняно з іншими готелями, швидко-окупність, можливість оренди землі, цілорічне використання та низький рівень конкуренції. Екологічна ситуація в світі, глобальне потепління, збільшення кількості автомобілів – все це також сприяє збільшенню потенційних клієнтів глемпінгів та розвитку туристичної індустрії в цілому.

Глемпінг приваблює споживачів своїм тісним зв'язком із природою, а також гламуром, комфортом та конфіденційністю, що робить його унікальним серед інших форм розміщення.



Рис. 1.2. Сутність, переваги та недоліки глемпінгу

В Україні сьогодні функціонує 19 глемпінгів з глемпами компанії [9]. Компанія «Дикій дім» пропонує 9 різних варіантів глемпів, включаючи сафарі-тенти, намети, белл тенти, геодезичні куполи та інші. Ціни коливаються від 41874 грн. до 129429 грн. [4]. Компанія ECOPOD спеціалізується на геодезичних куполах різного призначення та має 62 виконаних проєкти та 180 побудованих гео-куполів [5].

Хоча глемпінг має свої переваги, він має і деякі недоліки, які обов'язково варто враховувати. Наприклад, неможливість розміщення глемпінгів на будь-якій території України та відсутність чіткого правового статусу можуть ускладнити їх експлуатацію. Вартість будівництва та обмежена пропозиція можуть бути перешкодою для розвитку цього сегменту. Також слід враховувати сезонність та необхідність оснащувати глемпи системою очищення стічних вод та електропостачанням. Проте, для успішнішого впровадження глемпінгу на ринку, необхідна удосконалена законодавча база, а також створення і розвиток соціальних мереж для асоціацій, підтримки та розвитку. Тісна співпраця з турагентами також може сприяти розвитку цікавих туристичних програм та нових форматів розміщення для туристів. Усе це допоможе розвинути індустрію гостинності та забезпечити більш різноманітний туризм, включаючи екологічний та спортивний.

Отже, глемпінг може стати важливим напрямком у сфері туризму, зокрема для екотуризму, допомагаючи зменшити шкідливий вплив туристів на довкілля та залучити нових туристів до відвідування природних пам'яток.

1.2. Особливості організації глемпінгу як форми екотуризму

Перехід від пасивного споживання туристичних продуктів до активної організації подорожей самими туристами, пов'язаний зі зміною ери телебачення на епоху Інтернету та цифрових комунікацій. Тут процес пасивного споживання інформації перетворився на активну участь споживачів у створенні інформації та прийнятті рішень щодо організації свого вільного часу.

Термін «екотуризм» має різноманітні трактування в науковій літературі. Це може бути подорож для відпочинку та знайомства з новими областями та об'єктами, або культурний відпочинок на природі, який не шкодить навколишньому середовищу та сприяє збереженню біорізноманіття і природних умов існування. Екотуризм також покликаний підтримувати відвідування заповідників і вимагає дотримання правил охорони довкілля. З

цих визначень можна виділити чотири основні концепції екотуризму: мінімізація негативного впливу на природу; влучне поєднання людини, природи і туристичної інфраструктури; відвідування рекреаційних природних територій та науково-пізнавальне усвідомлення природного різноманіття і гуманістичного потенціалу рекреаційних зон.

Екотуризм відіграє важливу роль у забезпеченні балансу між комерційним та екологічним компонентом в туристичній галузі регіону або країни. За останні десятиліття значно змінився міжнародний екотуристичний продукт: замість простих кемпінгів із палатками та відсутністю елементарних зручностей, туристи отримують все більше комфорту та якісного обслуговування.

Термін "глемпінг" походить від поєднання англійських слів "glamorous" (чарівний) і "camping" (кемпінг), і означає "гламурний кемпінг". Вперше це поняття з'явилося у лютому 2005 року у статті газети «The Guardian», присвяченій сімейному відпочинку, і вже до 2016 року воно увійшов до Оксфордського словника англійської мови.

Для кращого розуміння сутності терміну "глемпінг", варто розглянути його значення в сфері туризму. З урахуванням підходу до розуміння поняття "глемпінг", як показано на рисунку, можна узагальнити, що цей вид туризму пропонує альтернативний підхід, який поєднує в собі природу, комфорт та ексклюзивний досвід.



Рис. 1.3. Значення глемпінгу для розвитку туристичної галузі країни

Давайте розглянемо кожен елемент з рисунку більш детально:

1) Зв'язок з природою: Глемпінг створений для того, щоб людина могла перебувати в об'єктному природному середовищі, такому як ліси, гори, поля, береги річок та інше. Це дуже приваблює тих туристів, які шукають спокою, гармонії з природою та відпочинку від стрімкого міського життя.

2) Сстійкість та екологічність: Багато глемпінгових споруд спроектовані з урахуванням екологічних принципів, використовуючи природні матеріали та енергоефективні технології. Це робить глемпінг привабливим для тих, хто прагне екологічного способу відпочинку та хвилюється за стан природи.

3) Комфорт розміщення: Глемпінг часто поєднує в собі вишуканий стиль та комфорт, що робить його привабливим для туристів, які бажають відпочивати в розкішних умовах поблизу природи. Сюди входять високоякісні ліжка, елегантні декоративні елементи та інші розкоші.

4) Ексклюзивний досвід: Глемпінг дає туристам можливість отримати унікальний та ексклюзивний досвід, який може включати в себе несподівані пригоди, близькість до природи та незабутні враження.

Одна з основних відмінностей глемпінгу полягає в тому, що він пропонує комфортне проживання на природі, при цьому не обмежуючи себе в зручностях. Розвиток глемпінгу також сприяє розвитку туризму, особливо в регіонах з багатою природою і культурною спадщиною, привертаючи увагу нових туристів, які шукають нестандартний та цікавий відпочинок. Таким чином, глемпінг задовольняє потреби туристів, які прагнуть неповторного і незабутнього досвіду.

Дослідження цієї теми допомагає з'ясувати основні риси та складові глемпінгу. Основними рисами глемпінгу є: наявність комфортного та просторого місця для проживання, використання екологічних матеріалів у будівництві, а також незвичайні меблі, які забезпечують зручні умови для життя.

Для побудови глемпінгу необхідні спеціальні намети та будиночки, що відповідають екологічним стандартам і виготовлені за сучасними будівельними технологіями. Також важливо, щоб глемпінг-намети були оснащені сучасними інженерними системами, такими як водопровідна система, електрика та Wi-Fi. Для забезпечення комфорту й повноцінного оснащення наметів, туристи ставлять аналогічні вимоги до тих, що існують у готелях, наприклад, вишуканий посуд, зручне місце для приготування їжі та інші зручності.

Отже, екологічний туризм – це напрямок, який зосереджується на цінностях природи й ставить за мету її збереження. Все частіше туристи віддають перевагу місцям, де можна насолоджуватися унікальною природою та спостерігати за дикими тваринами, дотримуючись екологічних норм. У процесі розвитку туристичної галузі, форми екотуризму постійно змінюються, з'являються все нові й нові підходи до організації екотуристичних подорожей.

Сучасні туристи вимагають від закладів розміщення підвищеного рівня сервісу та комфорту під час відпочинку на природі. У цьому контексті глемпінг стає новаторською та перспективною формою екотуризму, яка

активно розвивається як на міжнародному рівні, так і в Україні, сприяючи формуванню екологічної свідомості серед туристів.

1.3. Розвиток глемпінгу в Україні

Глемпінг характеризується наявністю комфортного та затишного житла на природі, яке може бути у вигляді намету-шатра чи навіть будиночка. Цей сегмент туристичного ринку стрімко розвивається відповідно до зростаючого попиту на комфортний відпочинок у природних умовах. З маркетингової точки зору, глемпінг розширює можливості готельного бізнесу, привертаючи уваги споживачів до нових сегментів ринку через інноваційні форми розміщення, які фокусуються на здоров'ї, екології, пригодах та унікальному досвіді.

Цей вид туризму почав розвиватися близько 15 років тому в Британії. Вперше був започаткований на великих музичних фестивалях. Наразі в світі налічується більше тисячі глемпінгів, з найбільшими ринками у США, Британії та Австралії. Загальний обсяг світового ринку складає 3 мільярди доларів. Глемпінг поділяється на більш різноманітні форми, включаючи екоглемпінг, трейлерний глемпінг та навіть лакшері-табори на льодовиках.

Україна переймає досвід європейських країн у розвитку глемпінгу, які вже знаходяться на доволі високому рівні. Наприклад, у Бельгії глемпінг став популярним завдяки унікальній природі Арденських гір, де часто любили зупинятися туристи з наметами. Тепер тут є розкішний кемпінг зі всіма зручностями, та навіть більше, зі спа-салонем, солярієм та навіть джакузі.

У Іспанії все більш популярними стають комфортні глемпінги, які пропонують своїм клієнтам незвичні місця для проживання із абсолютно усіма зручностями. Вони включають в себе юрти, хатини індіанців, номери на деревах і навіть плаваючі будиночки у водосховищі Гуадалькасін. У Італії найвимогливіші туристи можуть задовольнитися перебуванням під «гламурними» навісами Safari, розташованими біля пляжу і басейнів.

Одним із перших готелів у стилі глемпінг, став готель «Attrap'Rêves», який знаходиться у Франції і пропонує для своїх відвідувачів прозорі скляні будиночки у формі перевернутих колб. Також варто згадати про готель «Kakslauttanen» у Фінляндії, де кімнати спроектовані у вигляді скляних куполів, що забезпечує неповторне враження у мандрівників. Кожен з цих готелів має свої оригінальні та неповторні переваги і може розташовуватись у найекзотичніших місцях.

Щодо ринку глемпінгу у Східній Європі, він є на разі доволі малим, у порівнянні із Західною Європою, а в Україні цей сегмент поки що знаходиться на початковому етапі розвитку. Проте, ми вважаємо, що в майбутньому глемпінг може приносити доволі не погані прибутки, оскільки, наприклад, комплекс із 10 глемпів при 40% заповненості може забезпечити значні доходи, які окупляться протягом 2 років.

У Карпатському регіоні планують впроваджувати пробну версію відпочинку у стилі «еко» на основі глемпінгів. В Україні вже функціонують декілька відомих локацій для глемпінгу, таких як «Едельвейс» біля Національного Парку «Сколівські Бескиди», «Шатро» в селі Уляніки на Київщині, «Mandra» в Затоці, готель «ШишкіNN» у Снов'янці Чернігівської області, «Gm Eco Bubble» в Яблуниці Івано-Франківської області та «Sfera 365» в Білій Церкві. Крім нестандартних умов проживання, глемпінги також пропонують різноманітні додаткові послуги, такі як екстрим-парк, велопрогулянки, рафтинг та інші.

Ціни на глемпінг в Україні вищі за середні, вони коливаються від 1600 до 3000 гривень за добу. Важливо уточнити, що в Україні є компанія «Glamping.UA», яка знається на виготовленні глемпінгів і професійно цим займається. Це ще є однією із переваг відкриття глемпінг-готелю, оскільки не потрібно імпортувати намети з-за кордону, витратити додаткові кошти і дорогоцінний час. Glamping.UA пропонує різноманітні моделі глемпінгів, такі як BELL TENT, FAMILY, SAFARI LIGHT, SAFARI, ГЕОКУПОЛИ та BUBBLE GLAMP.

Тож бачимо, що глемпінг має доволі великий потенціал розвитку, оскільки має ряд ключових переваг:

- Мінімальні інвестиції та простота управління, оскільки не потребується великий штат співробітників.
- Високий рівень рентабельності, здатний окупитися за 2–3 роки при заповнюваності 60%.
- Простота організації, оскільки глемпінг-палатки є тимчасовими конструкціями, для яких не потрібно спеціальних дозволів.
- Екологічність, яка відповідає новітнім еко-стандартам.
- Сприятливі умови функціонування, завдяки розгалуженій природно-ресурсній базі країни та великому вибору місць для сезонного відпочинку.
- Маневреність, оскільки глемпінги можна розміщувати у різних місцях не залежно від сезону.

Головною властивістю глемпінгу є розташування у природному середовищі, що надає широкий вибір місць для їх розташування. При цьому вибір місцезнаходження залежить від стану природного середовища, його атрактивності та естетичності. Існує також практика розміщення глемпінгів у важкодоступних місцях, які справляють враження на туристів та забезпечують незабутній досвід та «вау-ефект».

Класичними місцями для розташування глемпінгу є території, призначені для рекреаційного використання, такі як зони природно-заповідного фонду, узбережжя водойм, лісові масиви, або вже відомі туристичні центри. Крім того, глемпінг може бути об'єднаним у готельні комплекси, які мають відповідні права для його розміщення, наприклад, на узбережжі або на даху будівлі готелю. Розташування глемпінгу визначається врахуванням доступності місця, його природних особливостей та можливостей для рекреації. Додаткові послуги, які надаються в глемпінгах - це різноманітні розваги і рекреаційні заняття, такі як трекінг, кінні прогулянки, велопогулянки, рафтинг, риболовля, екскурсії та інші види діяльності, спрямовані на активний відпочинок та знайомство з природою. Головною

ідеєю та метою глемпінгу є збереження навколишнього середовища, що досягається за допомогою технологій будівництва легких нестаціонарних конструкцій та використання природніх, натуральних матеріалів для їхнього будівництва, що дозволяє органічно вписати їх у ландшафтний контекст.

Одним з найпоширеніших і найвідоміших типів глемпінгу є сафарі-тенти. Це великі намети з дерев'яним високим каркасом. Вони можуть встановлюватися в різних місцях, навіть на дерев'яних платформах. Завдяки такій конструкції намету, повітря може вільно циркулювати всередині, створюючи помірний мікроклімат, що особливо важливо в спеку. Інший популярний варіант - белл-тент, який є простішою міні-версією сафарі-тенту з центральною жердиною і двошаровою конструкцією. Третім типом є тіпі, що схоже на національне індійське житло з круглим наметом на дерев'яних жердинках і покриттям з тентованої тканини. Їхній діаметр зазвичай коливається в межах від 3 до 6 метрів. Це забезпечує достатньо простору для всіх необхідних зручностей. Юрта, у свою чергу, є типовим житлом степових і пустельних кочових народів з унікальною, але водночас доволі простою конструкцією. Її каркас складається із зігнутих рейок і брусів, а поверхня вкривається циновою, що надійно захищає від тяжких погодніх умов і створює приємний мікроклімат всередині.

Куполи, сфери, капсули або бульбашки є одними із найпопулярніших видів глемпів, що нагадують космічну сферу та вражають своїх гостей панорамними вікнами, через які видніються неймовірні пейзажі. Їх легко встановити на будь-якому ландшафті, особливо ефектно вони виглядають в місцях з чудовими краєвидами. Прозорі стіни куполів впливають на орієнтацію та взаємодію між ними при масовому розміщенні, але забезпечують високий рівень комфорту для гостей. Їх зчаста використовують для конструювання панорамних кімнат на дахах готелів, де можна насолоджуватися небосхилом та місцевими природніми дивами, а в північних районах – для спостереження за північним сяйвом.

Будинки на колесах, хоч і походять із західних країн, стали затребуваними серед мандрівників, оскільки поєднують повну мобільність зі затишком дому та всіма необхідними зручностями. Вагончики вже мають вищий рівень зручностей: м'які ліжка, меблі для зберігання речей та прийому їжі і т. д., створюючи затишну атмосферу для 2–6 осіб. Глемпи-куби, як правило, не займають великої площі і встановлюються стаціонарно, але забезпечують комфортні умови перебування. Деякі з них навіть можуть мати прозорі стінки, що додає атмосферності, залишаючись при цьому непомітними для оточення. Будинки на скелях або вершинах гір, хоча і нагадують номери капсульних готелів, можуть бути не зручними для постійних клієнтів через обмежений простір та можуть виникати труднощі із трансфером до призначеного місця проживання.

Популярність глемпінг-туризму із кожним днем збільшується і це пояснюється кількома факторами. Гості постійно прагнуть до різноманіття та потребують індивідуального підходу, тоді як підприємці прагнуть знизити витрати та збільшити прибутки, залучивши стійкий платоспроможний сегмент. Профіль споживача глемпінгу різноманітний, але всіх їх об'єднує одна ціль – відпочити від міської метушні та стресу. Основний тренд, пов'язаний з глемпінг-відпочинком, це популярність ретритів. Це відпочинок від робочого напруження та неспокою, що пов'язаний із ним. Він може включати практики медитації, йоги та спокійного відпочинку на природі. Альтернативою є активний сегмент споживачів, які шукають екстремальні види відпочинку, але при цьому вимагають високого рівня комфорту та готові заплатити за це.

Наразі бачимо, що глемпінг поступово розвивається. Це нам демонструють через наявність трьох компаній-виробників у країні. Одна з них, Glamping.ua, є піонером у цій сфері, пропонуючи широкий вибір глемпів від інженерних конструкцій до дизайнерського оформлення. «Дикий дім» пропонує 9 різних варіантів глемпів разом із концепціями та послугами щодо їх зведення та управління. Компанія Ecorod спеціалізується на будівництві

геодезичних куполів для глемпінгу та надає цілий пакет послуг від дизайну до монтажу. Економічні розрахунки також свідчать про перспективність глемпінгу як бізнесу, зазначаючи можливість окупності комплексу з 10 глемпів протягом 2 років при 40% заповненості. Ці розрахунки підкріплюються досвідом компаній, таких як Ribas Hotels Group, яка започаткувала глемпінг «Мандра» і планує окупити проєкт протягом 1-2 років завдяки прибутковості від сезонної експлуатації.

Поміж переваг глемпінгу, особливо як готельного бізнесу, можна виділити наступні аспекти:

Стан українського ринку свідчить про значний розвиток глемпінгу на місцевому ринку, оскільки практично в усіх ландшафтних зонах країни вже функціонують глемпінги, а також існують три власні виробники глемпів. З цим пов'язані значні можливості для подальшого розвитку цього туристичного напрямку. Однак ця ситуація також вимагає проведення додаткових досліджень у таких сферах, як економіка (оцінка ефективності функціонування), маркетинг (просування та реклама глемпінг-туризму), менеджмент (організація роботи та контроль якості) і екологія (вплив на природне середовище).

Додатково, про перспективність глемпінгу як готельного бізнесу свідчить запуск пробної версії проєкту українськими національними та регіональними природними парками, який направлений на створення власного туристичного продукту на природоохоронних територіях.

1.4 Сутність проєкту і методи його розробки

В результаті комплексних економічних перетворень, що відбуваються в Україні, створюються нові, впроваджуються існуючі моделі та механізми побудови сучасних економічних відносин як в державі, так і на підприємстві. Відповідно будь-хто розуміє, щоб його діяльність залишалася прибутковою, насамперед, необхідно уміти добре управляти виробничо-господарською

діяльністю, важливе місце при цьому належить проєктному управлінню, а саме, необхідності вирішувати наступні питання:

- як спланувати та вигідно реалізувати проєкт;
- як переконати інвесторів вкласти свої кошти у наш проєкт;
- як знайти правильне і економічно-вигідне застосування власними коштами;
- як досягти максимальних прибутків за мінімальних вкладень;
- як створити сильну, злагоджену команду працівників для реалізації проєкту;
- як мотивувати персонал за для ефективної роботи;
- як уникнути конфліктів та недорозумінь в команді проєкту.

Що ж ми розуміємо під поняттям “проєкт” ?

Під *проєктом* розуміють комплекс науково-дослідних, проєктно-конструкторських, соціально-економічних, організаційно-господарських та інших заходів, що пов’язані ресурсами, виконавцями та строками, відповідно оформлені і направленні на зміну об’єкта управління, що забезпечує ефективність вирішення основних завдань та досягнення відповідних цілей за певний період. Кінцевими цілями проєктів є створення та освоєння нової техніки, технології, матеріалів та ін., що сприяє виходу вітчизняної продукції на світовий ринок.

Проєкт – це задум (завдання, проблема) та необхідні засоби його реалізації з метою досягнення бажаного економічного, технічного, технологічного чи організаційного результату.

Термін “*проєкт*” (від латинського “кинутий вперед”) спеціалісти трактували до недавнього часу як креслення, пояснювальна записка і кошториси, на основі яких можна збудувати літак, споруду чи завод; або це текст, що передує документу – плану, договору, угоді [4]. Наведемо ще кілька варіантів визначення поняття “проєкт”, які зустрічаються в літературі:

Проект – це окреме підприємство з конкретними цілями, які часто включають вимоги до часу, вартості та якості результатів, що досягаються (*Англійська асоціація проект-менеджерів*);

Проект - це певне завдання з визначеними вихідними даними й встановленими результатами (цілями), що обумовлюють спосіб його вирішення (*Тлумачний словник з управління проектами*).

Ці визначення є універсальними, методологічно виваженими та широко застосовуваними в зарубіжній практиці.

Є проекти наукові, технічні, комерційні, виробничі, фінансові тощо. Але кожний конкретний проект визначають такі чинники як складність, терміни реалізації, масштаб, вимоги до якості тощо.

Таким чином, можна сказати, що проект має ряд лише йому властивих ознак, які допоможуть здійснити його ефективну реалізацію. Основними ознаками проекту є:

- зміна стану проекту задля досягнення його мети;
- обмеженість у часі;
- обмеженість ресурсів;
- неповторність.

До основних властивостей проекту, які впливають із його ознак та за якими вони можуть бути класифіковані на типи, відносять: масштаб проекту, його розмір, кількість учасників та ступінь впливу на зовнішнє середовище.

Розробка проектів включає в себе кілька етапів і використовує різні методи управління та планування. Основні методи та етапи розробки проектів:

1. Ініціація проекту

- Визначення мети проекту.
- Аналіз проблеми та потреб.
- Вибір стратегії реалізації.
- Оцінка можливостей та ресурсів.
- Розробка концепції проекту.

2. Планування проекту

- Визначення обсягу робіт.
- Розробка детального плану проєкту (Work Breakdown Structure - WBS).

- Планування ресурсів.
- Оцінка витрат та складання бюджету.
- Розробка графіку виконання (наприклад, Gantt chart).
- Оцінка ризиків та розробка плану управління ризиками.

3. Виконання проєкту

- Організація команди.
- Виконання запланованих робіт.
- Управління ресурсами.
- Комунікація та координація дій.
- Контроль за виконанням робіт.

4. Моніторинг і контроль

- Відстеження прогресу.
- Порівняння планових та фактичних показників.
- Внесення коригувань до плану.
- Управління змінами.
- Оцінка якості виконаних робіт.

5. Завершення проєкту

- Оцінка результатів.
- Документування результатів та досвіду.
- Закриття проєкту.
- Аналіз досягнень та помилок.

Основні методології управління проєктами

1. Класичні методології (Waterfall)

- Лінійна послідовність етапів.
- Чітке визначення вимог на початку проєкту.

2. Гнучкі методології (Agile)

- Ітеративний підхід.
 - Висока адаптивність до змін.
 - Постійна комунікація з клієнтом.
3. **Метод критичного шляху (CPM)**
- Визначення ключових завдань.
 - Оцінка часу виконання.
 - Ідентифікація критичних шляхів для уникнення затримок.
4. **Метод оцінки та перегляду програм (PERT)**
- Аналіз і оцінка непевних подій.
 - Використання ймовірнісних оцінок.

Інструменти та технології

- **Програмне забезпечення для управління проєктами** (наприклад, Microsoft Project, Jira, Trello).
- **Системи управління завданнями** (наприклад, Asana, Basecamp).
- **Інструменти для комунікації** (наприклад, Slack, Microsoft Teams).

Отже, застосування цих методів і інструментів допомагає забезпечити успішне планування, виконання та завершення проєктів.

РОЗДІЛ 2.

АНАЛІЗ РИНКУ ПОСЛУГ ГЛЕМПІНГ ГОТЕЛІВ В УКРАЇНІ

2.1. Аналіз сучасних тенденцій розвитку глемпінг-туризму в Україні

Пандемія Covid-19, війна на території нашої держави – всі ці події руйнівного характеру суттєво вплинули на міжнародний туризм і завдали значних збитків. Саме тому, для підтримки економіки і відновлення внутрішнього і зовнішнього туризму, надзвичайно важливо розробляти ефективні стратегії формування конкурентних переваг сучасним готельним підприємствам. На сьогодні, все популярнішим стає сімейний та екологічний туризм, оскільки подорожувати всередині країни стало безпечніше і комфортніше. Один із перспективних напрямків сучасного туризму — це відпочинок у глемпінгах на природі, який успішно функціонує у світі вже понад 15 років. Україна має всі передумови для розвитку цієї галузі, зокрема це велика кількість мальовничих ландшафтів та рекреаційних зон, доступність до них та активні громадські ініціативи [5]. Наразі, велика увага приділяється навколишньому середовищу та екологічній безпеці, які є одними із найважливіших чинників в індустрії гостинності. Завдяки еко-готелям, які використовують новітні технології та застосовують енергозберігаючі методи, значно знижуються ресурсні витрати підприємств. Системи сортування сміття, переробка відходів, використання екологічних миючих засобів та органічних продуктів харчування, а також використання відновлюваних джерел енергії допомагають сформувати позитивний імідж "екологічного" готелю, що стає конкурентоспроможним [8].

Сьогодні тенденції до здорового способу життя є глобальним трендом, що продовжує набирати обертів, тому готельні підприємства повинні уміти швидко пристосовуватися до змін, створюючи екологічні готелі, які пропонуватимуть широкий спектр послуг: фітнес-центри, тренажерні зали, спа-комплекси, басейни, ресторани зі збалансованим харчуванням та органічними продуктами.

На нашу думку, на теперішньому етапі розвитку готельного бізнесу, перспективними напрямками є еко-готелі та глемпінгові комплекси [11]. Глемпінг передбачає відпочинок на природі, у заповідниках та парках, але при цьому, з усіма зручностями та необхідними умовами для комфортного проживання. Головна перевага глемпінгів над готелями – це те, що вони можуть розташовуватись у будь-якому місці, навіть там, де недозволене будівництво.

Основні риси глемпінгу включають:

- наявність комфортного та просторого житла (намети, будиночки і т. д.);
- використання особливих меблів, таких як великі крісла, столи і ліжка;
- надання умов для відпочинку та тимчасового проживання, які відповідають комфорту, характерному для постійного проживання в готелі.

Для організації глемпінгу необхідно знати наступне:

1) Спеціальні намети і будиночки, які відповідають екологічним стандартам, зводяться за допомогою провідних будівельних конструкцій та технологій.

2) Глемпінг-намет або шатро, повинні бути обладнані системами водопостачання, електропостачання, Wi-Fi та іншими необхідними зручностями для комфортного проживання.

3) Для забезпечення додаткового комфорту в наметах, можна скористатися послугами дизайнера, щоб оздобити приміщення і це виглядало естетично. Або ж прикрасити номер вазами для квітів, картинами, постелити килими для створення затишку, тощо.

Переваги глемпінгу включають:

- 1) Швидка окупність, зазвичай це відбувається за 2-3 роки, що робить його більш вигідним, ніж готелі.
- 2) Необхідність мінімальної документації, що дозволяє встановлення глемпінгу, оскільки він класифікується як звичайна палатка.

- 3) Мінімальний негативний вплив на навколишнє середовище, оскільки конструкції глемпінгу зазвичай виготовляються з екологічних матеріалів.

Отже, глемпінг надає змогу насолоджуватися розкішним відпочинком на природі із усіма зручностями для комфортного проживання. Це найкращий варіант для тих, хто шукає гармонії з природою, при цьому не відмовляючись від комфорту.

Розвиток глемпінг-туризму визначається перетином інтересів як споживачів, так і підприємців. Споживачі постійно шукають різноманітні та індивідуальні пропозиції, тоді як підприємці прагнуть зменшити витрати на послуги та сформувати стійкий та прибутковий сегмент.

У цільовій аудиторії споживачів глемпінгу можна виділити такі категорії:

- Молоді пари, компанії друзів або знайомих, які прагнуть спільного відпочинку.
- Сімейні пари з дітьми, які шукають альтернативу традиційним готелям.
- Компанії співробітників, які організовують корпоративні заходи.
- Люди з вищим середнім достатком, які вже мають досвід подорожей та прагнуть до розкішного відпочинку та гармонії з природою.

Усі ці групи клієнтів мають 1 спільний фактор – вони живуть у великих містах і шукають спокою від постійної метушні та швидкого темпу міста. А відпочинок у природних умовах, як ми знаємо, – найкраще рішення для відсічення від щоденного стресу. Однак існує і активний сегмент споживачів, які прагнуть додати трішки екстриму у своє буденне життя та активно відпочити, але при цьому, все ж таки прагнуть до комфорту та готові за це платити.

Проаналізувавши такі платформи, як Booking.com та Airbnb, бачимо, що вони пропонують широкий вибір глемпінгових пропозицій. Лідерами у цій галузі є США, Велика Британія та Австралія. Вони пропонують розкішні глемпінгові готелі, а також спеціальні місця для глемпінгу, такі як Zion

Wildflower (Virgin), Grand Canyon RV Glamping (Williams) та Alpine Lodge (Red Lodge) в США. Варто відзначити, що британці вперше випередили інші країни у впровадженні концепції глемпінгу на музичних фестивалях 15 років тому.

Україна вже теж має свої глемпінги, які активно функціонують. Серед них виділяємо "Шатро Stodola" у Львівській області, глемпінг "Шатро" у Київській області, "Mandra" в Одеській області, глемпінг у готелі "ШишкіNN" у Чернігівській області та еко-глемпінг "Sfera 365" у місті Біла Церква. Середня вартість проживання у глемпінгах становить 2-3 тис. грн. за добу.

Прогнози бізнес-консалтингової компанії Grand View Research свідчать, що до 2025 року ринок глемпінгів у світі зросте в середньому на 12,5%, досягнувши загального обсягу у розмірі \$4,8 млрд. Цікавим є той факт, що навіть на Кіпрі 2023 рік оголосили роком глемпінгу, обіцяючи посприяти розвитку лакшері-кемпінгів. Але, щоб це сталося, необхідно внести деякі зміни у законодавство, оскільки наразі такий бізнес у республіці не регулюється.

Розвиток еко-готельної індустрії, зокрема глемпінгів, є доволі високоприбутковим бізнесом, оскільки він має швидку окупність і концентрується на збереженні довкілля, що відповідає тенденціям по зростанню екологічної свідомості. Підприємства готельної індустрії також активно вводять сучасні комп'ютерні технології, глобальні системи бронювання, інтегровані комунікаційні мережі та інформаційні системи управління у свою сферу діяльності, щоб пристосуватися до умов сьогодення в Україні.

Оскільки пандемія та криза показали, що цифрові технології вже стали невід'ємною частиною нашого життя, то це відобразилось і у способах розповсюдження послуг готелів, а також впровадженні автоматизації внутрішніх бізнес-процесів, таких як спілкування з клієнтами, розподіл завдань у команді, електронні папки та меню.

Враховуючи нинішні тенденції та економічні перспективи, можна спрогнозувати розвиток таких трендів в індустрії гостинності найближчим часом:

- Підвищений інтерес до соло-подорожей: спостерігається збільшення кількості людей, які подорожують самотійно. Причини можуть бути різноманітними, від бажання усамітнитись, до пошуку нових знайомств, друзів та спілкування.

- Еко-подорожі стають все популярнішими: туристи все частіше звертають увагу на екологічні аспекти при виборі подорожей, наприклад, залучення до природоохоронних проєктів або використання екологічних транспортних засобів.

- Збільшення рівня впливу місцевого досвіду: туристи віддають перевагу місцевим культурним заходам, тутешній кухні, розвагам, що дозволяє їм краще вивчити місцеву культуру.

- Персоналізація послуг: туристи очікують індивідуалізованого підходу до своїх потреб та уподобань, що включає вибір місця проживання, їжі, розваг та іншого.

- Збільшення впливу штучного інтелекту на населення: сучасні інформаційні технології дозволяють персоналізувати досвід подорожей, від пошуку турів до підбору апартаментів, що допомагає забезпечити зручніше та індивідуалізоване обслуговування.

Формування конкурентоспроможного підприємства індустрії гостинності та туризму в сучасних умовах, стає одним із головних завдань, що постає перед підприємцем. На підставі власних досліджень та узгоджуючись з поглядами провідних вчених у даній галузі (Вецепура і Земліна), можна виділити такі принципи формування конкурентних переваг:

- Система формування конкурентних переваг повинна складатися із визначення та планування переваг, виділення факторів, що найбільше впливають на конкурентоспроможність, розробку заходів для удосконалення переваг та розпізнання проблемних аспектів діяльності.

- Усі причетні до галузі гостинності мають доєднатися до створення та розвитку конкурентних переваг.
- Зміни на ринку повинні враховуватися при внутрішніх трансформаціях підприємств.
- Управління бізнесом має ґрунтуватись на сталому розвитку та постійному удосконаленні.
- Швидкозмінні переваги, пов'язані з науково-технічним прогресом та інноваціями, є основою ефективної конкурентоспроможності.
- Більший відсоток витрат повинен спрямовуватися на розробку нових послуг, удосконалення якості менеджменту та маркетинг, а не лише на надання послуг.

Отже, наразі Україна потребує значного стимулювання внутрішнього туризму та розвитку нових туристичних напрямків. Аналіз ринку індустрії гостинності, дає підстави розглядати глемпінг як інноваційну концепцію відпочинку в природному середовищі та багатообіцяючий напрямок для розвитку готельного бізнесу.

Глемпінг сприймається як нова форма відпочинку, яка відрізняється від традиційних готелів та наметових поселень. Він залучає увагу своєю еко-спрямованістю та надає можливість насолоджуватися природою у поєднанні з усіма зручностями та комфортом. Такий формат відпочинку особливо привабливий для молодих пар, сімей з дітьми, компаній друзів та людей, які прагнуть поєднати захопливі пригоди разом зі спокоєм та гармонією природи.

Українські глемпінги вже успішно функціонують у різних рекреаційних зонах країни, що свідчить про великий потенціал розвитку цього сегмента туризму. Завдяки розвитку глемпінгу та надзвичайній красі природних ландшафтів України, країна може залучити більше туристів, тим самим збільшивши відсоток внутрішній туризму в країні, що сприятиме розвитку економіки та збільшенню кількості інвестицій у туристичну інфраструктуру.

2.2. Проблеми та перспективи глемпінг-туризму в Україні

Україна має всі перспективи для подальшого успішного розвитку глемпінг-індустрії, проте існує ряд проблем, які потребують негайного втручання і їх вирішення. Станом на зараз, основною проблемою для розвитку туризму, зокрема глемпінгу в Україні, є затяжна війна, яка триває вже десятий рік, та ракетні обстріли, які становлять загрозу для всіх регіонів України. Крім того, існують інші проблеми, наприклад, правові. Нестача чіткого регулювання нового виду туризму в законодавстві України теж на разі є проблемою. Відсутність трактування понять "глемпінг" та "глемп" у законодавчій базі, часто призводить до непорозумінь між підприємцями та інспекторами.

Однак ці проблеми можна легко вирішити, перейнявши досвід Кіпру. У 2021 році заступник міністра туризму острова обіцяв допомогти із розвитком лакшері кемпінгів та внести певні зміни до законодавства. Варто зазначити, що новий формат туризму не лише додає соціальну складову та збільшує коло можливостей для місцевих підприємців, але й сприяє створенню нових робочих місць.

Незважаючи на стрімкі темпи розвитку індустрії глемпінгу в цілому світі, в Україні залишається проблема недостатньої популяризації такого виду відпочинку. Багато українців не мають належного уявлення про глемпінг та його особливості, тому не розуміють, які послуги можуть бути надані.

В Україні існує декілька суттєвих причин, чому глемпінг не набув такої популярності, як за кордоном. Найголовніша із них – це те, що ціна номерів значно вища, в порівнянні з іншими готельними закладами. Це доволі впливає на вибір лівової частки клієнтів, особливо зараз, в умовах економічної нестабільності в державі. Тому дуже важливо, щоб якість надання послуг у глемпінгах залишалася на високому рівні, щоб ціна була виправданою. Можна подумати, що краще знизити ціну і тоді популярність глемпінгу зросте, але це хибне рішення, оскільки в умовах розвитку індустрії краще відразу займати позицію високоякісного провайдера, хоч і за вищу ціну.

Ще однією суттєвою проблемою є логістика та доставка гостей до місця призначення, особливо у віддалених місцях. Доволі часто глемпінги розташовані у важкодоступних місцях, куди складно дістатися і це ускладнює доїзд до них, особливо для відвідувачів, які не мають особистого транспорту. Щоб вирішити цю проблему, можна надавати послуги трансферу до глемпінгів.

Глемпінг також є дуже залежним від погодних умов, що теж певною мірою може впливати на попит на нього. Дощова погода або безсніжна зима, можуть зменшувати інтерес до відпочинку на природі. Тому важливо, щоб глемпінги могли швидко пристосовуватися до зміни погодних умов та пропонувати, в таких випадках, альтернативні розваги.

Наявність зон для відпочинку, що невразливі до погодних умов, стане суттєвою перевагою глемпінгу. Це можуть бути криті тераси, зали, будиночки та інші споруди, які дозволяють туристам насолоджуватися природою незалежно від погодних умов. Також глемпінг потребує посиленої уваги до охорони, оскільки локації знаходяться в таких місцях, де немає парканів чи огорож, а туристи часто прагнуть ближчого контакту з природою. Для забезпечення безпеки гостей важливо мати цілодобову охорону та, по можливості, обладнати територію камерами спостереження. Піклування про безпеку має бути на першому місці.

Хоча, незважаючи на проблеми, популярність глемпінгу поступово зростає, особливо, в контексті загальної тенденції до екотуризму. Це дає поштовх і нові можливості для розвитку цієї індустрії. Та слід пам'ятати, щоб цей розвиток відбувався згідно норм і правил, спрямованих на збереження навколишнього середовища. Допоки Україна перебуває на початковому етапі розвитку глемпінгу, це чудова можливість для тих, хто хоче заснувати власний бізнес у цій галузі, не зазнаючи великої конкуренції. Інтерес до екологічного відпочинку зростає, і це дає мотивацію для розвитку даного сегменту туристичної індустрії.

Більшість українців, після подорожей за кордон, переконуються, що Україна дуже мальовнича і своєю природньою красою не поступається іншим, а в деяких випадках є навіть кращою. Однак, у багатьох місцях відсутні всі необхідні зручності для комфортного проживання, так як мова йде або про заповідні території, або недостатньо розвинену інфраструктуру для нормального відпочинку, особливо для сімей з дітьми. Побудова повноцінного готелю у таких місцях, де туристичний сезон триває 3-4 місяці, не завжди є доцільною, особливо у природних заповідниках, де це заборонено.

Розв'язанням цих проблем може стати глемпінг – формат відпочинку з усіма зручностями. Він надає своєрідний "all inclusive" на природі, гарантуючи своїм гостям комфортний відпочинок у сафарі-тентах із зручними меблями, повним комплектом кухонного обладнання, ванною, душем та санвузлом. Підтвердженням того, що даний вид відпочинку розвивається є наявність в Україні чотирьох компаній-виробників глемпів. Одна з них, Glamping.ua, яка пропонує повноцінні рішення для глемпінгів, включаючи інженерні конструкції та дизайнерське оформлення. За чотири роки існування компанії, відкрилося вже 19 глемпінг-містечок, таких як Royal Camping, Шишкінн, Кози та матроси і Glamp Camp.

Компанія Luxtent спеціалізується на виготовленні стильних та сучасних наметів різної форми для глемпінгу. Вони надають багатофункціональні намети для ваших подій, від весіль і корпоративів до спортивних змагань. Компанія пропонує такі зразки наметів для глемпінгу, як EcoDome, GeoDome та EcoChalet, що забезпечують комфорт та зручність для гостей.

Онука Glamp є найпопулярнішим і водночас найновішим українським виробником геокуполів для глемпінгу. Їхні куполи виготовляються з чистого дерева і мають безліч переваг порівняно з куполами, які виготовляє Китай або із тими, які виготовляються з трубок. Серед переваг Онука Glamp варто відзначити довершену систему утеплення з вентиляційним зазором, естетичність, екологічність, міцність каркасу та вдвічі більшу його експлуатацію. Крім того, куполи Онука забезпечують практичне використання

взимку, оскільки витримують до -30 градусів. Наразі компанія сфокусувалася на виробництві одного типу глемпів різних площ – купол «Онука».

«Sun Space» - це молода команда еко-інтузіастів, яка має спільну мету - розвивати еко-туризм в Україні та підвищувати його рівень до міжнародних стандартів. Їхня мета – це створити світову мережу глемпінг-готелів, які можна швидко запустити будь-де, без необхідності у широкому будівництві. Sun Space надає перевагу гарним та унікальним локаціям, і їхні глемпінг-готелі пропонують високоякісне обслуговування, комфорт у поєднанні із сучасними технологіями. Їхня перша локація була обрана у Бакоті, де вже успішно реалізований і розвивається проєкт Bakota Eco Resort.

Розглядаючи досвід українських компаній-виробників глемпів, можна виокремити декілька переваг організації глемпінг-бізнесу.

Глемпінг налаштований на різну цільову аудиторію. Це відпочинок на природі, який сподобається тим, хто шукає комфорт і романтику, хоче отримати заряд енергії та покращити здоров'я, але не бажає зіткнутися із незручностями, які доволі часто з'являються при класичному кемпінгу. Глемпінг підходить для молодих пар, сімей з дітьми, веселих компаній і активних людей не залежно від віку чи статі. Це також цікавий варіант для проведення заходів будь-якого масштабу: від фестивалів, весіль, тренінгів, до ретритів, днів народжень чи корпоративних заходів. Щоб проаналізувати рівень зацікавленості українців у глемпінгу, компанія "Glamping.ua" запустила тестову рекламну кампанію в Facebook, спрямовану на людей, які цікавляться незвичним відпочинком, розкішшю та природою. В результаті реклама зібрала попередні замовлення на цілий тиждень проживання в глемпінгу за ціною 1000 у. од., і 17% користувачів, які побачили це оголошення, залишили свої контакти. Проєктуючи схожу рекламну кампанію для цільової аудиторії з такими ж інтересами, можна досягнути цифри у 175 тисяч потенційних клієнтів глемпінгів.

Другою перевагою є простота організації. Глемпінг-палатки класифікуються як туристичне спорядження, тому, для їх встановлення, не

потрібно отримувати додаткових дозволів чи документів. Їх можна встановлювати в будь-яких дозволених місцях, включаючи береги водосховищ, рекреаційні зони заповідників та місця, де заборонене повне будівництво. Це можливо, оскільки установка глемпінгу взагалі не завдає шкоди навколишньому середовищу. Організація та управління глемпінгом не вимагає великої кількості співробітників.

Другою перевагою є екологічність глемпінгу. Ці установки абсолютно відповідають екологічним стандартам, виготовляються з використанням сучасних інженерних систем та безпечних технологій. Це максимально важливо в наших умовах, коли попит на екологічно чисті продукти та послуги доволі високий.

Сприятливі умови для розвитку глемпінгу є ще однією перевагою. Україна має різноманітну та мальовничу природу, що дає можливість вибору місць для відпочинку. Глемпінг може бути організований як у літній період на узбережжі моря, так і в міжсезоння у лісах чи горах. Крім того, глемпінг має таку чудову характеристику, як маневреність. Його можна легко переносити з місця на місце та будь-де розміщувати, що дозволяє уникнути ризику помилки з популярністю туристичних зон.

Найбільш істотною перевагою є не дуже великий обсяг інвестицій та швидка окупність. Економічні розрахунки підтверджують, що комплекс з 10 глемпів може приносити значний прибуток та окупитися за 2-3 роки при відносно невеликих витратах.

Співзасновник Glamping UA, Андрій Родкін, розповів про приблизні рахунки компаній глемпінгів, які відкривалися в партнерстві з ними. Наприклад, середня завантаженість глемпінгів в перший сезон становить 70-80%, а один глемпінг з восьми шатрів відвідало близько 330 гостей лише за два місяці. У високий сезон (липень - серпень), середній дохід сягав 360 тис. грн./міс. Також відзначено, що повернення інвестицій у залучення клієнтів протягом першого місяця становить 220%, а 65% проєктів, запущених минулого року, уже вийшли на точку беззбитковості.

Рациональність і перспективність введення глемпінгу підтверджується ініціативою Міністерства захисту довкілля та природних ресурсів України щодо втілення пробного проєкту з глемпінг-туризму в 5 природно-заповідних зонах. Цей проєкт прогнозує створення комфортних кемпінгів у Регіональному ландшафтному парку «Краматорський», Національному природному парку «Синевир», Національному природному парку «Сколівські Бескиди» і Регіональному ландшафтному парку «Дністровський».

З урахуванням теперішньої ситуації в Україні, люди шукають безпечні, цікаві та доступні місця для відпочинку. Подорожі стають рятівним засобом відновлення психологічного стану та хорошою підтримкою економіки країни. Таким чином, декілька перспективних DESTINACIЙ для глемпінгу можуть включати національний природний парк «Сколівські Бескиди» - найкращий природний парк в Україні у 2021 році. Тут можна насолоджуватися активним відпочинком, досліджувати гірські вершини, подивитися на історичні пам'ятки та спробувати місцеву кухню.

З 1 червня 2022 року розпочав свою діяльність екологічний кемпінг "Мала річка" біля міста Сколе. Тут гості можуть знайти місця для наметів, глемпінгу, паркування, туалетів, душу, кухні, кафе, зони BBQ, майданчика для розпалювання вогнища, криницю, безкоштовний Wi-Fi та електропостачання. Розташоване це місце в бойківському смт. Вигода, яке розляглося між річками Свіча та Мізунка в підніжжі Карпат. Хоча ця галузь ще не набула великої популярності серед туристів, проте це чудовий шанс стати одними із першопрохідців, оскільки прогнозується, що скоро тут буде маса відвідувачів.

Приїхавши до Вигоди, ви зможете навіть щодня ходити на прогулянку в гори, купатися в річках, слухати шум водоспадів, досліджувати скелі Довбуша чи просто насолоджуватися гірськими краєвидами. Також кожному туристу раджу заглянути в центр спадщини Вигодської вузькоколійки, де можна доторкнутися до історії регіону, відвідати бойківські вечорниці та поринути у культуру цієї місцевості, багату на традиції.

Україна поступово відкриває для себе глемпінг, і наразі ця галузь туризму перебуває на початковій стадії зародження. Від Карпат до Одеси вже працює понад 35 глемпінгів, що підтверджує зацікавленість цим видом відпочинку. Серед найпопулярніших місць можна відзначити «Mandra» в Одеській, Черкаській, Херсонській та Закарпатській областях, «Minimalist Glamping» у Одеській області, глемпінг на базі МС6 та «Stodola Camp» у Львівській області, «Gm Eco Bubble» у Івано-Франківській області, «Shalash Glamping» у Житомирській області, а також «ROYAL glamping», «ZatiШье» та «Шатро» в Київській. Однак розвитку глемпінгу в Україні перешкоджають кілька проблемних фактів, таких як недостатня право-регулятивна база, високі ціни на послуги, проблеми з логістикою та транспортуванням гостей, залежність від погодних умов і потреба у особливій безпеці через відсутність обмежень на територіях глемпінгів.

РОЗДІЛ 3.

ПРОЕКТУВАННЯ ГЛЕМПІНГ-ГОТЕЛЮ В УКРАЇНІ

3.1. Аналіз потенційного ринку цільової аудиторії глемпінг-готелю

Глемпінги - це новітня форма відпочинку, яка вирізняється високим рівнем комфорту проживання у наметах (шатрах) на природі при цьому без шкоди для навколишнього середовища. Вони надають туристам всі необхідні зручності під час перебування і використовують високотехнологічні розробки для збереження та відновлення природи. Глемпінг відповідає екологічним стандартам і є формою зеленого туризму, яка має попит серед туристів з усього світу.

Цільовою аудиторією нашого глемпінг-готелю можуть бути різні категорії людей, наприклад:

- **Молодь (18-30 років):** Активні, прагнуть нових вражень, не рідко подорожують компаніями друзів або парами. Їм подобаються сучасні та незвичні форми відпочинку.
- **Дорослі (30-50 років):** Зазвичай це люди з нормованим життєвим ритмом, які прагнуть комфорту та насолодитися природою. Часто це сім'ї з дітьми, які прагнуть якісного відпочинку.
- **Старше покоління (50+):** Люди, які прагнуть спокою і комфорту, хочуть бути ближчими до природи. Вони часто зупиняють свій вибір на глемпінгах, обираючи їх як заміну традиційним готелям.
- **Люди із середнім та високим рівнем доходів:** оскільки глемпінг є відносно дорогим видом відпочинку. Це робить його привабливим для людей із середнім і високим рівнем доходів, які готові платити за якісний відпочинок і особливі враження або хочуть отримати максимум за свої гроші, цінують рівновагу між комфортом та доступністю.
- **Люди з мегаполісів** – вони мають складний, погодинно розписаний і завантажений графік, тому все частіше хочуть побути на одинці і відпочити від міської метушні. Протилежним цій категорії людей є

активний сегмент споживачів глемпінгу, які люблять активний відпочинок, навіть подекуди із елементами екстриму, при цьому маючи високий рівень комфорту за який готові платити.

- **Іноземні туристи:** ті, хто шукає справжній та екологічний відпочинок, подорожуючи до інших країн.
- **Молоді пари:** Шукають романтичних та незвичайних місць для відпочинку.
- **Сім'ї з дітьми:** Батьки, які хочуть побути із дітьми на природі, маючи при цьому комфортні умови проживання.
- **Друзі та компанії:** Групи друзів, які прагнуть активного та унікального відпочинку разом.
- **Екологічно-свідомі громадяни** - хочуть зберегти природу, при цьому не відмовляючись від комфорту.
- **Активні люди:** Люди, які ведуть активний спосіб життя, люблять подорожувати та відкривати для себе щось нове.

Загалом, цільова аудиторія глемпінг-готелю — це люди, які шукають баланс між комфортом і природою, прагнуть нових вражень та готові платити за якісне надання послуг. Вони обирають глемпінг, щоб втекти від повсякденності і поринути в атмосферу природи, не відмовляючись від комфорту.

3.2. SWOT-аналіз проєктованого глемпінг-готелю

Для оцінки переваг та недоліків глемпінг-готелю «ForestLuxe» ми здійснили аналіз, на основі якого побудували SWOT-матрицю. Результати аналізу представлені у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1.

SWOT-матриця проєктованого готелю «ForestLuxe»

<i>Сильні сторони</i>	<i>Слабкі сторони</i>
• Унікальне розташування за межами міста, що забезпечує тишу і спокій.	• Недостатні фінансові ресурси. • Не увесь персонал має достатню кваліфікацію

• Високий рівень безпеки та турбота про охорону клієнтів. • Широкий вибір додаткових послуг. • Низький рівень конкуренції на ринку. • Ефективне ціноутворення. • Присутність власної інтернет-сторінки, акаунти в соціальних мережах для маркетингових та бронювальних операцій. • Послуга раннього бронювання для зручності клієнтів. • Індивідуальний підхід до кожного гостя, що забезпечує повне задоволення їхніх потреб. • Система мотивації персоналу.	• Обмеження на економічну діяльність у деяких територіальних зонах.
<i>Можливості</i>	<i>Загрози</i>
• Розвиток нових глемпінг-готелів. • Розширення асортименту послуг. • Приваблювання клієнтів з різним рівнем доходу через гнучке ціноутворення. • Підвищення кваліфікації персоналу. • Покращення якості послуг. • Спеціальні пропозиції для постійних клієнтів. • Широкий потенційний ринок аудиторії.	• Зростання конкурентів. • Продовження військового конфлікту в країні. • Низька популярність. • Зниження платоспроможності населення.

Отже, аналіз сильних і слабких сторін глемпінг-готелю визначає його особливі та конкурентоспроможні характеристики, які відповідають вимогам якості та безпеки. Важливо підтримувати їх на належному рівні, розвивати та постійно удосконалювати. З іншого боку, цей аналіз допомагає визначити характеристики, які, якщо удосконалити, можуть збільшити рівень якості наданих послуг та оптимізувати управління глемпінг-готелем. Це дозволить звести до мінімуму економічні та інвестиційні ризики.

Результати SWOT-аналізу засвідчують перспективність надання послуг у сфері глемпінгу в Україні. Наша країна має великий потенціал для розвитку еко-туризму, бо попит на схожі туристичні продукти наразі є шалений. Глемпінги відрізняються високою безпекою, комфортом, екологічністю та

естетикою, що збільшує їхню популярність. Проте, умови економіки під час війни можуть призвести до фінансових та інвестиційних ризиків, а обмеження на трансфер іноземних туристів до України створюють труднощі зацікавлення таким видом відпочинку. Поступове збільшення конкуренції на міжнародному ринку також кидає виклики перед українськими глемпінгами.

Готель глемпінгу "ForestLuxe" виявився конкурентоспроможним у порівнянні з іншими глемпінгами в Івано-Франківській області. Він має значну кількість переваг, таких як розкішні умови проживання, розширений спектр додаткових послуг та фокус на екологічності, технологічності і охороні навколишнього середовища. Однак висока вартість проживання, порівняно із іншими готелями, є його слабкою стороною. У зв'язку із підвищеною конкурентністю в регіоні, готель "ForestLuxe" повинен на постійній основі працювати над удосконаленням якості обслуговування туристів і ефективністю управління.

Таблиця 3.2.

Порівняння глемпінгів в Івано-Франківській області

Заклад	Номери	Вартість	Додаткові послуги	Сильні сторони	Слабкі сторони
Глемпінг «ForestLuxe»	5 номерів «люкс», номер на 2 особи	3500 грн./добу	Автостоянка Чан і баня Рибалка Безкоштовний Інтернет і телефон	1. Унікальне природне середовище 2. Усі зручності 3. Висококласні номери 4. Безпека 5. Достатня кількість персоналу	Висока вартість номерів Обмежена кількість місць
Глемпінг «Де Вайб»	6 номерів (1 глемп на 4 особи)	3500 грн./ніч	Безкоштовна парковка	Унікальний дизайн Екологічність Практично всі зручності Гнучкість цін Оригінальність	Висока вартість проживання Обмежена кількість місць Відсутність телевізору і вай фаю

Глемпінг «HappyHill»	6 номерів «люкс», номер на 2 особи	4000 грн./ніч	- риболовля на озері; - чан джакузі; - альтанки та мангали;	Унікальне розташування. Екологічність. Комфортність	Дуже висока вартість номерів
-------------------------	---	------------------	--	--	------------------------------------

Для оцінки якості туристичних послуг на міжнародному рівні, здійснимо порівняльний аналіз просування глемпінг-готелів «ForestLuxe» в Україні та «EcoCampPatagonia» в Чилі, який є дуже популярним серед іноземних туристів.

Український глемпінг-готель

- офіційний сайт легко знайти
- потенційними споживачами послуги є різні категорії людей: молоді пари, сім'ї, любителі активного відпочинку, люди які прагнуть усамітнення і гармонії із природою та ін.
- Іноді бронювання розписане на півроку наперед. Через невелику кількість номерів люди бронюють місця більше, ніж за 1 місяць
- готель іноді пропонує знижки, є система лояльності для клієнтів
- Видає сертифікати на проживання, які можна придбати на подарунок рідним і друзям, проводить розіграші
- високий рівень соціальної відповідальності, доброзичливе ставлення до кожного клієнта.

Зарубіжний готель

- офіційний сайт легко знайти
- потенційними споживача послуги є чоловіки, жінки, сімейні пари з дітьми.
- Готель правильно обрав цільову аудиторію, це також видно по обсягам бронювання номерів, оскільки, щоб встигнути забронювати номер, то тут це треба робити заздалегідь, приблизно за місяць або навіть і більше
- готель пропонує тури різної складності для туристів
- готель приваблює людей для відпочинку своїм розташуванням.
- Приваблює досить демократичними цінами на проживання

Рис. 3.1. Порівняльна характеристика дотримання міжнародних стандартів якості обслуговування туристів українським та зарубіжним готелями

Порівняльний аналіз українського та чилійського глемпінг-готелів свідчить про те, що готель «ForestLuxe» в Україні має чітку стратегію на втілення ідеї зеленого туризму та високу екологічну свідомість у побудові своєї туристичної діяльності. Готель активно працює над просуванням своїх послуг, залученням нових клієнтів, які цікавляться глемпінг-відпочинком і підвищенням якості обслуговування відповідно до національних та міжнародних стандартів.

З іншого боку, чилійський готель також вдосконалює партнерські програми та дотримується зелених стандартів у своїй діяльності, проте потребує оновлення і покращення у розвитку програм лояльності для своїх клієнтів.

Тож, як бачимо український готель «ForestLuxe» не лише не поступається чилійському глемпу, а є певною мірою навіть кращим у деяких аспектах. Тож, хоч і український глемпінг-туризм знаходиться на початковому рівні розвитку, ми не поступаємось міжнародним стандартам.

3.3. Виробничий план відкриття готелю

В результаті переговорів, було налагоджено співпрацю з підприємством «Опука Glamp» і підписано договір про надання всього необхідного обладнання для відкриття глемпінгу та проведення будівельно-монтажних робіт. Вартість обладнання складає 5 000 000 грн.

Вибір місця розташування має ряд переваг:

- заміська зона, ближче до природи;
- доступність локації, але трансфер теж надається;
- можливості для активного відпочинку;
- не великий відсоток конкурентів.

Площа будівельного об'єкту складає 515 м², а об'єм приміщення дорівнює 2060 м³.

На території еко-готелю буде розміщено 6-7 глемпів загальною площею кожного - 40м².

Рецепція та адміністративні приміщення - близько 20-30 м².

Спільна зона відпочинку - павільйон або намет з місцями для сидіння, книгами, іграми – близько 40-50 м².

Кухня: близько 50-70 м².

Зона для багаття: місце із лавочками навколо вогнища – близько 20-30 м².

Йога/релаксаційна зона: платформа для занять йогою або медитацією – близько 30-40 м².

Дитячий майданчик або ігрова зона: приблизно 20-30 м².

Реальна вартість проекту складає 12 000 000 грн. Власний капітал становить 7 200 000 грн., що сягає 60% загальної вартості проекту. Підписано договір з австрійською фірмою «Сабрафед», яка придбає 40% акцій підприємства на суму 4 800 000 грн.

Розрахунок потреби в матеріалах і іншому господарському інвентарю потрібного для надання всього комплексу послуг наведено нижче.

<i>Санітарно-гігієнічні засоби одноразового використання, комплект</i>	<i>Продукти харчування, витрати на людину</i>
• 50 грн. за одиницю обладнання • 9720 ліжко-днів (в рік) • 486 000 грн. (загальна вартість необхідного матеріалу)	• 140 грн. за одиницю обладнання • 32400 ліжко-днів (в рік) • 4 536 000 грн. (загальна вартість необхідного матеріалу)

Рис. 3.2. Потреба в матеріалах відкриття глемпінг-готелю

<i>Постільна білизна з терміно дії до 1 року для готелю</i>	<i>Постільна білизна з терміно дії до 5 року для готелю</i>	<i>Санітарно-гігієнічні диски багаторазового використання для готелю</i>
3 комплекти на місце	2 комплекти на місце	4 комплекти на місце
30 столів	30 столів	30 столів
72,3 грн./комплект	332,7 грн./комплект	48,8 грн./комплект
6507 грн. (загальна потреба в інвентарі)	19962 грн. (загальна потреба в інвентарі)	5856 грн. (загальна потреба в інвентарі)

Рис. 3.3. Потреба в іншому господарському інвентарі

Назва позиції	Кількість на 110 місць	Подвійний норматив	Ціна, грн.	Сума, грн.
Крушка	110	220	3,69	811,8
Блюдце	110	220	4	880
Тарілка 16 см.	110	220	5	1100
Тарілка 21 см.	110	220	5,2	1144
Тарілка 24 см.	110	220	5,4	1188
Супова крушка	110	220	4	880
Блюдце	110	220	5	1100
Миска для салатів	110	220	6	1320
Сахарниця	10	20	8	160
попелничка	10	20	7	140
Посуд на перець	10	20	8	160
Столовий ніж	110	220	2	440
Столова ложка	110	220	1,5	330
Столова вилка	110	220	1,5	330
Десертний ніж	110	220	1,	220
Десертна ложка	110	220	1,	220
Десертна вилка	110	220	1,	220
Ложки до кави	110	220	0,8	176
Ніж для риби	110	220	2,5	550
Ложка для овочів	110	220	3	660
Посуд на гаряче	10	20	15	300
Посуд на соуси	10	20	12	240
Лопатка для торта	10	20	4,5	90
Загальна вартість				12659,8

Рис. 3.4. Набір столових приборів і посуду для ресторану

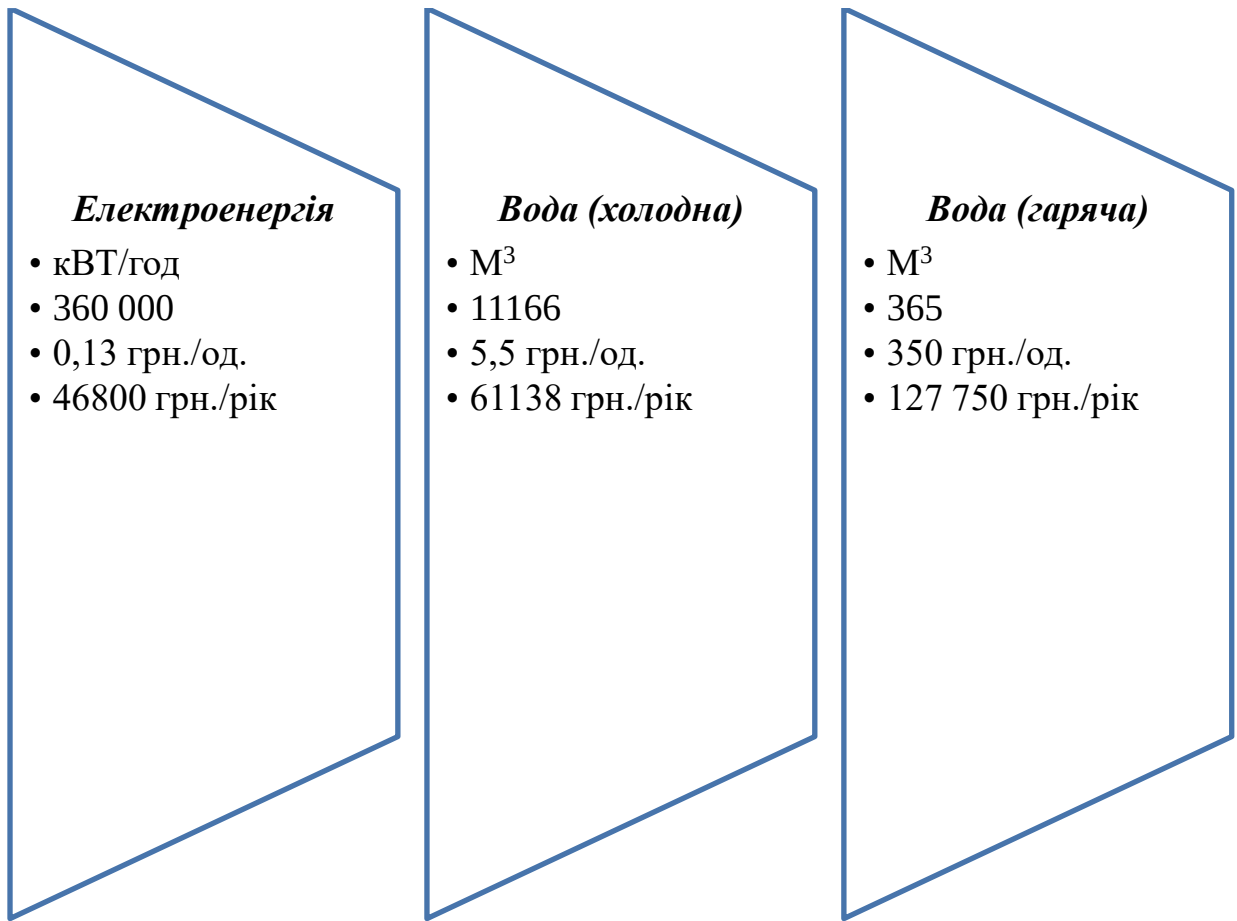


Рис. 3.5. Потреба в енергоресурсах

На цьому етапі сформуємо меню для ресторану готелю «ForestLuxe». Результат подано нижче.

Таблиця 3.3.

Меню ресторану

№ рецептури	Назва страви	Вихід страви, г (мл)
Холодні страви, закуски		
Згідно ТК	Добірка сирів з медом та горішками (сир, мед, асорті горішків)	150/50
Згідно ТК	Плато свіжих овочів (огірок, помідор, червоний перець, гриби)	200
Згідно ТК	Сало біле з часником	150
Згідно ТК	Соління домашнє (солені огірки, солені помідори)	0,250
Згідно ТК	Асорті маринованих овочів (гриби, помідори, картопля)	200
Згідно ТК	Оселедець з цибулею (оселедець, цибуля, олія, укроп)	200
Згідно ТК	Гриби білі мариновані	200

Фірмові страви		
Згідно ТК	Шашлик з ошийка (ошийок, оцет, олія, цибуля)	100
Згідно ТК	Курячі медальйони з сиром та беконом (бекон, сир, куряче філе)	200
Згідно ТК	Печінка по-берлінськи з яблуком (куряча печінка, вершкове масло, цибуля, кислі яблука)	250/50
Згідно ТК	Слабосолений лосось з особливим соусом (лосось, крем-сир, помідори чері, ялтинська цибуля)	70
Гарячі закуски		
Згідно ТК	Вареники з картоплею (борошно, картопля, цибуля)	250
Згідно ТК	Вареники з сиром (борошно, цукор, масло, вершковий сир)	250
Згідно ТК	Пельмені	200
Згідно ТК	Банаш (сметана, кукурудзяна каша, сало, гриби, бринза)	200
Згідно ТК	Деруни (картопля, цибуля, сіль, яйце)	150
Супи		
Згідно ТК	Юшка грибна (картопля, цибуля, гриби)	300
Згідно ТК	Борщ український (буряк, свинина, капуста, картопля, томатна паста, морква, цибуля, заправка)	300
Згідно ТК	Бульйон з домашньої курки (філе курки, картопля, цибуля)	300
Згідно ТК	Солянка (яловичина, сосиски, солоні огірки, шинка, цибуля, лимон)	300
Основні страви		
Згідно ТК	Вирізка свинна під соусом дорблю (вирізка, вершкове масло, сир, вершки)	200
Згідно ТК	Телятина під винно-вишневим соусом (соевий соус, соус теріякі, телятина, прованські трави, свіжа вишня)	200
Згідно ТК	Стейк на пательні з овочевою сальсою	200/150
Згідно ТК	Качина грудка під апельсиновим муссом (апельсини, цукор, курячий бульйон, качина грудка)	250/50
Згідно ТК	Печінка по-берлінськи з яблуком (печінка, яблука, цибуля, паприка)	250

Згідно ТК	Форель запечена з овочами (форель, гриби, помідори, перець)	100
Згідно ТК	Форель у вершковому соусі (форель, гриби, помідори, вершки)	100
Згідно ТК	Короп в кукурудзяній крупі (Короп, кукурудзяна крупа, помідори)	100
Згідно ТК	Стейк сьомги з моцареллою (стек сьомги, вершки, моцарелла)	100
Згідно ТК	Картопля по-селянськи (картопля)	200
Згідно ТК	Картопля фрі	200
Згідно ТК	Рис з овочами (рис, зелень, цибуля, морква)	200
Згідно ТК	Картопля смажена з грибами та грудинкою (картопля, грудинка, гриби)	200
Згідно ТК	Пюре	200
Згідно ТК	Грильна дошка	1100
Згідно ТК	Дошка карпатська (м'ясна вирізка, сало, шашлик)	1200
Згідно ТК	Спагеті з фрикадельками (спагеті, фрикадельки)	350
Згідно ТК	Японські ласощі	600
Згідно ТК	Суші-сети	800
Згідно ТК	Лаваш з сиром сулу гуні (лаваш, помідори, сир)	150
Солодкі страви		
Згідно ТК	Морозиво фруктове	150
Згідно ТК	Фруктовий лід	150
Згідно ТК	Йогуртні десерти	150
Згідно ТК	Джем	50
Згідно ТК	Мед	50
Згідно ТК	Десерт «Шоколадний вибух»	220
Гарячі напої		
Згідно ТК	Американо	100
Згідно ТК	Еспресо	50
Згідно ТК	Ристрето	30
Згідно ТК	Мак'ято	65
Згідно ТК	Американо з молоком	100/100
Згідно ТК	Капучіно	150
Згідно ТК	Мокаччино	175
Згідно ТК	Глясе	150
Згідно ТК	Гарячий шоколад	150
Згідно ТК	Глінтвейн	175
Згідно ТК	Тепле вино з апельсином та прянощами	150

Згідно ТК	Трав'яні чаї	300
Згідно ТК	Фруктові чаї	300
Згідно ТК	Холодний чай (Каркаде)	300
Хліб, хлібобулочні та кондитерські вироби		
Згідно ТК	Бутербродна нарізка № 1 (хліб, шинка, помідор, масло, сир)	150
Згідно ТК	Бутербродна нарізка № 2 (хліб, язик, огірок, масло)	150
Згідно ТК	Бутербродна нарізка № 3 (хліб, ковбаса домашня, огірок, масло, сир)	150

Звичайно в кемпінг-готелі «ForestLuxe» буде реалізовано безалкогольні, слабоалкогольні та алкогольні напої, тому сформуємо окреме меню.

Таблиця 3.4.

Карта напоїв ресторану готелю «ForestLuxe»

<i>Назва напою</i>	<i>Ємність пляшки / величина порції, л</i>
<i>Горілка і горілчані вироби</i>	
Горілка «Finlandia» ,Фінляндія. 40%	0,7/0,05/1л
Горілка « Nemiroff», Україна 40 %	0,7/0,05/1л
Горілка « Zubrowka » ,Польща 40 %	0,5 /0,05/1л
Горілка « Хортиця »,Україна 40 %	0,5/0,05/1л
<i>Вино</i>	
Вино «Vincent VDF Muscat » біле напівсолодке , Франція 12,5 %	0,75/0,10
Вино «500 Vinho Verde» біле напівсухе, Португалія 8,5%	0,75/0,10
Вино «la Mer De Lune »червоне сухе,Франція 13%	0,75/0,10
Вино ігристе « Heretat el Padruell Cava Семісеко» біле напівсухе ,Іспанія 11,5 %	0,75/0,10
Вино ігристе « Vidua Prosecco Rose DOC Brut Millesimato »рожеве сухе ,Італія 11%	0,75/0,10
Вино «la Belle Aurore »червоне сухе ,Франція 13%	0,75/0,10
<i>Ігристі вина</i>	
Вино ігристе «Trevisana Prosecco Frizzante DOC »біле екстра-сухе ,Італія 11%	0,75/0,10
Вино ігристе «Dalfiume LAMBRUSCO DELL'EMILIA IGP » біле напівсолодке, Італія 9%	0,75/0,10
Вино ігристе «Jean Marie Boompute FONTE DO REI »біле сухе,Португалія 12%	0,75/0,10
<i>Коньяк</i>	
Коньяк «Vaudon Cognac Vaudon VSOP» ,Франція 40%	0,5/0,05
Коньяк «Vaudon Cognac Vaudon VS»,Франція 40%	0,35/0,05

<i>Бренді</i>	
Бренді Metaxa 5* , Греція 38%	0,5/0,05
Бренді Torres 5 років витримки, Іспанія 38%	0,7/0,05
<i>Лікери</i>	
Лікер Jägermeister, Німеччина 37%	0,7/0,05
Jim Beam Apple 4 роки витримки, США 32,5%	0,7/0,05
<i>Мінеральні води</i>	
Вода мінеральна «Поляна квасова» лікувально-столова, Україна	0,5
Вода мінеральна «Боржомі», Грузія	0,75
Вода мінеральна «Моршинська», Україна	0,75
<i>Соки</i>	
Сік вишневий	0,25
Сік апельсиновий	0,25
Сік яблуко-виноград	0,25
Сік мультивітамін, ТМ «Rich»	0,25
Сік грейфрутовий, ТМ «Sandora»	0,25
Сік лимонний, ТМ «Садочок»	0,25
<i>Пиво</i>	
«Corona Extra» світле пастеризоване, Мексика 4,6%	0,33
«Kronenbourg 1664 Blanc» світле, Україна 4,6%	0,5
«Tuborg Green» світле фільтроване, Україна 4,6%	0,5
«Stella Artois» світле фільтроване, Україна 4,6%	0,5
Flensburger Dunkel темне фільтроване, Німеччина 4,6%	0,5
<i>Чай фірмовий</i>	
Чай фруктовий-трав'яний крупнолистовий Curtis Queen of Mint	0,35
Чай зелений Sun Gardens SourSop	0,35

Аналізуючи розроблені меню, можна сказати, що вони є доволі практичними та сформовані за концептуальним спрямуванням закладу. Тож складемо виробничу програму для овочевого цеху. Денна виробнича програма заготівельних цехів підприємств харчування – це перелік сировини, яка переробляється в них за день, без зазначеної кількості та розподілу за напівфабрикатами. Вона розробляється на підставі добової потреби закладу у сировині та подається у вигляді табл. 3.5.

Виробнича програма для овочевого цеху глемпінгу «ForestLuxe»

Сировина	Технологічна обробка сировини	Технологічна обробка напівфабрикатів	Призначення н/ф	Назва
Картопля	миття, механічне очищення, доочищення вручну, миття	нарізання	Перші страви	Борщ
Огірки	миття, очищення	-	Холодні страви та закуски	Овочеve асорті Салат «ніжність»
Перець	миття, очищення	-	Холодні страви та закуски	Овочеve асорті
Шпинат	миття, перебирання в'ялого листя	-	Перші страви	Крем суп із шпинатом і вершками
Помідори	миття, видалення плодоніжки	-	Холодні страви та закуски, другі страви	Овочеve асорті
Броколі	Миття	-	Перші страви	Броколі в вершковому соусі
Петрушка	перебирання, миття	-	Перші страви	Курячий бульйон
Буряк	миття, механічне очищення, ручне доочищення, промивання	нарізання	Перші страви	Борщ
Цибуля	миття, очищення	-	Перші страви	Гречка відварна із смаженою цибулею
Гриби шампіньйони	Очищення плівки, очищення ніжки, миття	-	Перші і другі страви	Курка запечена із грибами і вершками
Морква	миття, очищення	нарізання	Перші страви	Гречаний суп з куркою
Капуста	Чищення, видалення	нарізання	Холодні страви	Салат «Фіалка»

	в'ялого листя, миття			
Листя салату	перебирання, очищення, миття	-	Холодні страви та закуски, другі страви	Салат «Цезар»
Баклажан	промивання, відрізання плодоніжки, обчищення шкірки	нарізання	Холодні страви та закуски	Рулетики із баклажанів з горіхами
Кабачки	миття, очищення	нарізання	Перші страви	Оладки з кабачків

У відповідності до виробничої програми необхідно розробити структурно-технологічну схему виробничого процесу овочевого заготівельного цеху із організацією відповідних відділень.

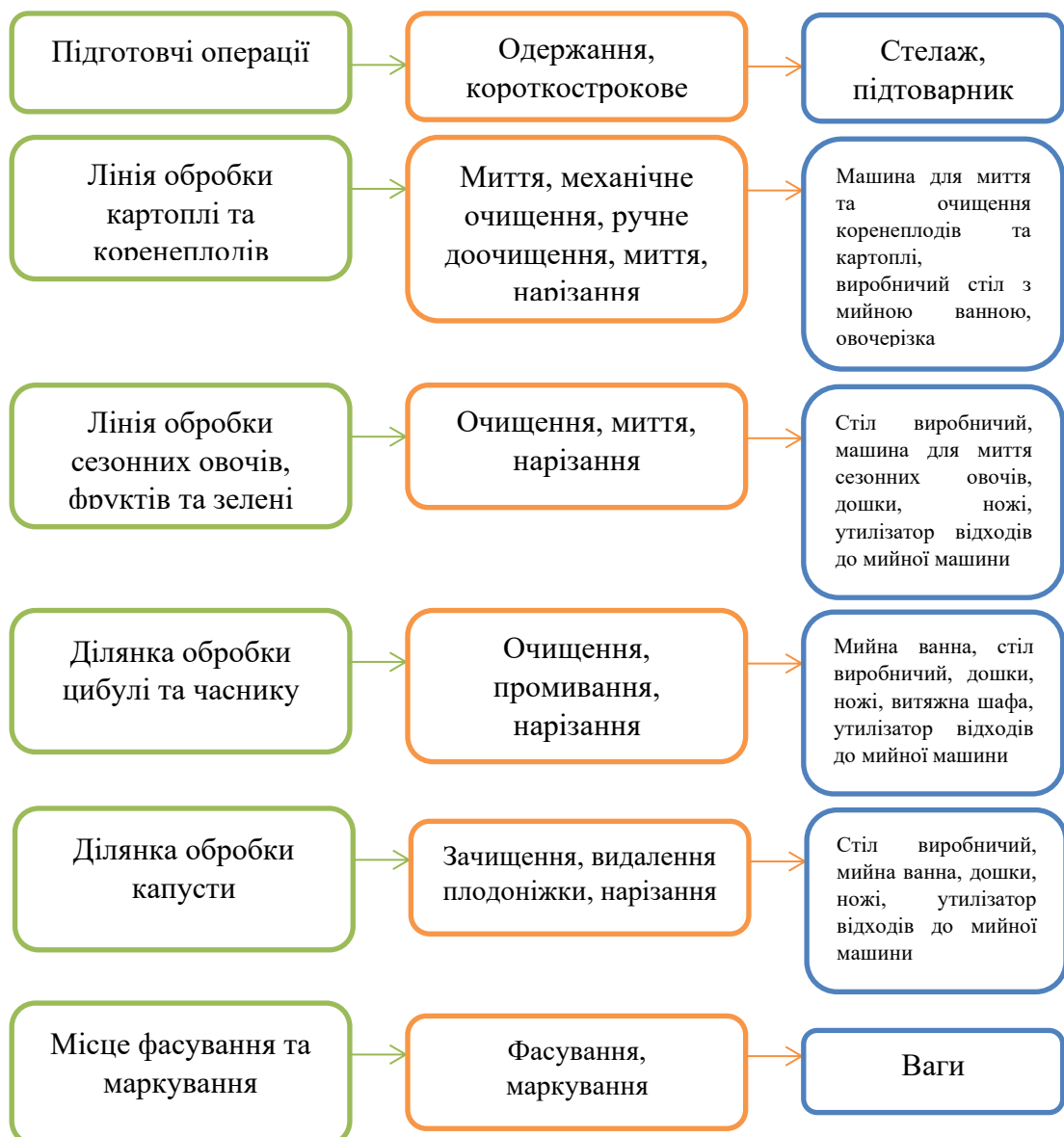


Рис. 3.5. Структурно-технологічна схема виробничого процесу овочевого заготівельного цеху «ForestLuxe»

Джерело: складено особисто автором

В овочевому цеху буде розміщене наступне обладнання: картоплечистка, підтоварник, ванна мийна, стіл для очистки картоплі та коренеплодів, стелаж пересувний, овочерізна машина МУ-1000, стіл виробничий, стіл для очищення цибулі, ножі, терки для овочів, пристосування для протирання овочів, пристрій УНЗ для нарізки зеленої цибулі, кропу, селери, контейнери для зберігання очищених овочів та ін.

Для овочевих напівфабрикатів використовують ванну для промивання сульфітованої картоплі, виробничий стіл, овочерізку і т. ін.

Робоче місце для обробляння зелені повинно бути оснащено ванною, виробничим столом з охолоджувальною шафою, овочерізкою і т. ін. На дільниці обробки риби, не допускається приготування напівфабрикатів з інших видів сировини.

Таблиця 3.6.

Підбір обладнання для овочевого цеху

Найменування обладнання	Марка	Кількість, одиниць, шт.	Призначення
Машини для чищення овочів	Fimar PPN18	1	Для механічного очищення картоплі
Універсальна овочерізка	Fimar TV2500	2	Для нарізання овочів
Куттер	Fimar BC3N	2	Для подрібнення продуктів
Кухонна машина	KENWOOD KMP 771 PRO	1	Для приготування картопляного пюре, перемішування фаршу, взбивання вершків

Соковижималка	Vema FR2068L	2	Для приготування заправок та пюре, соусів
Блендер	BMP-H 2/550	2	Для промивання сировини
Шафа холодильна	Полаир CM114-S	1	Для охолодження продуктів
Фільтр для води	CMA LT16	2	Для пом'якшення води, тобто, для зниження жорсткості води

В готелі активно діятиме кондитерський цех, відповідно до якого потрібно підібрати обладнання (табл. 3.7).

Таблиця 3.7.

Підбір обладнання для кондитерського цеху

Найменування обладнання	Марка	Кількість, одиниць, шт.	Призначення
Кондитерська піч	Bertos SE9P4MP	4	Для випічки хліба, кексів, пирогів
Тістомісильна піч	Rational CMP101	3	Для обробки однорідної маси та компонентів
Збивальна машина	Roller Grill Savoye	1	Для збивання різних кондитерських сумішей
Просіювальна машина	Fimar ME1630	1	Для насичення борошна повітрям та звільнення від сторонніх домішок
Кондитерська шафка	FUTURMAT OTTIMA A2	1	Для випікання хлібобулочних виробів при температурі від 10 до 360 градусів
Електрочайник	HENDI 208007	2	Для приготування чаю та швидкого нагрівання води
Машина для карамелі	CMA LT16	2	Для формування з суцільного карамельного джгута різної карамелі, залежно від форми, малюнка тощо

Розробимо схему виробничого процесу в борошняному цеху для готелю «ForestLuxe» (рис. 3.7).



Рис. 3.7. Структурно-технологічна схема виробничого процесу борошняного доготівельного цеху готелю «ForestLuxe»

3.4. Економічна оцінка запропонованих заходів

Виручка від реалізації послуг в перший рік діяльності складає - 9482400 грн.

Собівартість і поточні витрати = 6987465,8

Чистий прибуток = 9482400-6987465,8 = 2494934,4 грн.

Термін окупності проекту шукаємо за формулою:

$T_{ок.} = \text{Обсяг інвестицій} / \text{Чистий прибуток}$

$T_{ок.} = 12000000 / 2494934,4 = 4,8 \text{ років}$

Термін окупності складає 4 роки і 8 місяців.

Рентабельність операційних витрат проекту без врахування витрат на обладнання і ремонтно-монтажні роботи на 1 рік діяльності складає =

$= \text{чистий прибуток} / \text{собівартість і поточні витрати} * 100 =$

$2494934,4 / 6987465,8 * 100 = 35\%$

Чистий прибуток на другий рік діяльності планується збільшити на 10%, тобто він дорівнюватиме 2744427,84 грн.

При визначенні рівня доходів, поточних і інвестиційних витрат, а також об'ємів залучених коштів (в розмірі 4800000 грн.) необхідно визнати, що проєкт є фінансово стійкий.

Річний об'єм чистого прибутку в перший рік діяльності складає 2494934,4 грн. Загальна вартість проєкту складає 12000000 грн. Рентабельність проєкту без врахування інвестиційних витрат на купівлю обладнання і ремонтно-монтажні роботи складає 35% і з наступними роками рентабельність зростає.

Термін окупності проєкту складає 4 роки і 8 місяців. Але не враховано те, що прибутки підприємства на наступні роки збільшуються і тому, можна сказати, що термін окупності проєкту дорівнюватиме 3,5 – 4 роки.

ВИСНОВКИ

Глемпінг, нова концепція в кемпінгу, повністю відповідає туристичним прагненням нео-комfortу, змінюючи загальне уявлення про кемпінг. Цей новітній підхід стимулює знаходження нових шляхів задля підвищення якості надання послуг та конкурентоспроможності. Він уособлює розкішні умови у поєднанні із насолодою від природи.

Проведена наукова розвідка допомогла виявити основні риси та складові глемпінгу. Ними являються: комфортне та просторе місце для проживання, використання суто екологічних матеріалів у будівництві, а також естетичні меблі і декор, які створюють зручні і комфортні умови для тимчасового проживання.

Для організації глемпінгу необхідні спеціальні намети та будиночки, що відповідають екологічним стандартам і виготовлені за новітніми будівельними технологіями. Також не менш важливо, щоб глемпінг-намети були обладнані сучасними інженерними системами, такими як водопровідна система, електрика та Wi-Fi. На вимогу туристів, для забезпечення комфортного проживання, ставляться високі вимоги, які відповідають тим, що функціонують у готелях, наприклад, вишуканий посуд, зручне місце для приготування їжі та інші зручності.

Глемпінг відмічається наявністю комфортабельного та просторого житла на природі, яке може бути представлене у вигляді намету-шатра чи навіть будиночка. Ця галузь активно розвивається через підвищений попит на комфортний відпочинок у природних умовах. З маркетингової точки зору, глемпінг, як доволі новий вид розміщення, розширює можливості готельного бізнесу, привертаючи нові сегменти ринку через інноваційні форми розміщення, які фокусуються на здоров'ї, екології, пригодах та унікальному досвіді. На сьогодні, увага до довкілля та екологічна безпека стали надзвичайно важливими аспектами в індустрії гостинності. Еко-готелі, які користуються новими технологіями та застосовують енергозберігаючі методи, дозволяють значно знижувати ресурсні витрати підприємств. Системи

сортування сміття, переробка відходів, використання екологічних миючих засобів та органічних продуктів у харчуванні, а також використання відновлюваних джерел енергії допомагають сформувати позитивний імідж "екологічного" готелю, що стає конкурентною перевагою.

Україна має всі передумови для успішного розвитку глемпінгу, проте існує ряд нагальних питань, які потребують розгляду. Наразі головною проблемою для розвитку туризму, зокрема глемпінгу в Україні, є затяжна війна, яка триває вже десятий рік, та ракетні обстріли, які несуть загрозу для всієї країни. Крім того, існують інші проблеми, такі як відсутність чіткого правового регулювання нового виду туризму в законодавстві України. А також відсутність чіткого визначення термінів "глемпінг" та "глемп".

Розробивши проєкт відкриття глемпінг-готелю «ForestLuxe», ми здійснили SWOT-аналіз, який, як ми бачимо, підтверджує перспективність розвитку даного сегменту туризму в Україні. Оскільки глемпінги відрізняються високою безпекою, естетикою, екологічністю та комфортністю, що приваблює людей, то це і впливає на їхню популярність. Проте, умови економіки під час війни приносять фінансові та інвестиційні ризики, що суттєво впливає на розвиток цієї галузі. Підвищений рівень конкуренції на міжнародному ринку також ставить виклики перед українськими глемпінгами.

Готель глемпінгу "ForestLuxe" виявився конкурентоспроможним у порівнянні з іншими глемпінгами в Івано-Франківській області. Він має значну кількість переваг, таких як шикарні умови проживання, великий вибір додаткових послуг та концентрація на екологічності, ергономічності і технологічності, а також зосередженість на бережливому ставленні до природи. Однак висока вартість проживання у готелі є його слабкою стороною. У зв'язку з наявністю достойних конкурентів у регіоні, готель "ForestLuxe" повинен постійно самовдосконалюватися і бути конкурентоспроможним.

При визначенні рівня доходів, поточних і інвестиційних витрат, а також об'ємів залучених коштів (в розмірі 4800000 грн.) необхідно визнати, що проєкт являється фінансово-стійким.

Річний об'єм чистого прибутку в перший рік діяльності складає 2494934,4 грн. Загальна вартість проєкту складає 12000000 грн. Рентабельність проєкту без врахування інвестиційних витрат на купівлю обладнання і ремонтно-монтажні роботи складає 35% і з наступними роками рентабельність зростає.

Термін окупності проєкту складає 4 роки і 8 місяців. Але не враховано те, що прибутки підприємства на наступні роки збільшуються і тому можна сказати, що термін окупності проєкту дорівнюватиме 3,5 – 4 роки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арсенєва Є. І., Кусков А. С., Феоктистова Н. В. Основні концепції та напрями сучасного екотуризму: компаративний аналіз. Туризм та культурна спадщина, 2005. Вип. 2. С. 186–205.
2. Архіпов, В.В. Організація ресторанного господарства. К. : Інкос, 2007. 280 с.
3. Архіпов, В.В. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства. К.: ЦУЛ, 2009. 342 с.
4. Бойко В. О. Глемпінг – новий тренд індустрії гостинності. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка, 2021. Вип. 8. С. 22-28.
5. Бойко, М. Г. Організація готельного господарства : підручник. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 448 с.
6. Будинки і споруди. Готелі : ДБН В.2.2-20:2008. – [Чинний від 2009-04- 01]. К. : Мінрегіонбуд України, 2009. 53 с. (Державні будівельні норми України).
7. Будинки і споруди. Підприємства харчування (заклади ресторанного господарства) : ДБН В.2.2.-25:2009. [Чинний від 2010-09-01]. – К. : Мінрегіонбуд України, 2010. – 83 с. – (Національні стандарти України).
8. Вецепура Н. В., Земліна Ю. В. Управління конкурентними перевагами підприємств індустрії гостинності та туризму в сучасних умовах. Економіка та суспільство, 2021. № 33. С. 82-88.
9. Вишневський В.І. Екологічний туризм. К.: Інтерпрес ЛТД, 2015. 140 с.
10. Гламурні намети для досвідчених мандрівників. Туристична бібліотека : вебсайт. URL: https://tourlib.net/statti_tourism/glamping.htm (дата звернення: 05.04.2024).
11. Глемпінг – Готовий проєкт готельного бізнесу для збільшення номерного фонду. URL: https://ribashotelsgroup.ua/uk_projects/glamping (дата звернення: 05.04.2024).

12. Губська С. В. Глемпінг в Україні: можливості для startup. Молодіжний економічний вісник ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 2019. № 10. С. 82–85.
13. Грановська В. Г., Бойко В. О. Функціонування екоготелів в Україні як чинник активізації підприємницької діяльності. Економіка АПК, 2020. № 3. С. 57-65.
14. Давиденко І. В. Глемпінг як перспективна форма розвитку екотуризму. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: «Економіка і менеджмент». 2017. Вип. 26. Ч. 1. С. 10–13.
15. Давиденко І. В. Екотуризм як складова екологічного виховання студентів. Науковий вісник ОДЕУ, 2008. № 17(73). С. 108–118.
16. Дмитрук О. Ю., Дмитрук С. В. Екотуризм: Навчальний посібник. К.: Альтерпрес, 2009, 358 с.
17. Заклади ресторанного господарства. Класифікація : ДСТУ 4281-2004. - [Чинний від 2004-07-01]. – К. : Держспоживстандарт України, 2004. – 16 с. – (Національні стандарти України).
18. Зарихта Д. А. Глемпінг: перспективи розвитку в Україні. IV Міжнародна студентська науково-технічна конференція «Природничі та гуманітарні науки. Актуальні питання», 2021. С. 251-252.
19. Збірник рецептур національних страв та кулінарних виробів: для підприємств громад. харчування всіх форм власності / О. В. Шалімов, Т. П. Дятченко, Л. О. Кравченко та ін. К.: А.С.К., 2007. 848 с.
20. Ключник Р.М., Кожушко С.П., Смісова В.Л. (2023) Основні виклики розвитку туризму: спроба класифікації. Академічний огляд, 2(59). С. 298-307.
21. Круль Г., Заячук О. Організація і технологія надання послуг гостинності. Чернівці: Чернівецький національний університет імені Ю. Федьковича, 2022. 488 с.
22. Олар Д. І. Характеристика особливостей організації глемпінгу як нової перспективної форми екотуризму. Студентський вісник Національного

університету водного господарства та природокористування, 2023. Вип. 2 (20). С. 90-92.

23. Олійник О. В., Мостенська Т. Л., Тарасюк Г. М., Чагайда А. О. Перспективи розвитку готелів у стилі глемпінг в Україні. Економіка, управління та адміністрування. 2019. № 4. С. 38–46.

24. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства: Підручник.: [для вищ. навч. закл.] / За ред. П'ятницької Н.О. – 2-ге вид. перероб. та допов. – К.: центр учбової літератури, 2011 – 584 с.

25. Організація харчування та обслуговування туристів на підприємствах ресторанного господарства : навч.посіб./ О.В.Новікова , Л.О.Радченко, К.П.Вініченко та ін. – Х. : Світ книг, 2014. – 411 с.

26. Особливості ресторанного сервісу. Обслуговування іноземних туристів: навч.посіб./ Л.О.Радченко, О.В.Новікова, Л.Д.Льовшина та ін. – Х. : Світ книг, 2012. – 288 с.

27. Пархоменко В.М. Огляд проблематики забезпечення якості продукції в періодичній та науковій літературі. Вісник ЖДТУ: Економіка, управління та адміністрування, 2016. №3(53) . С. 155-161.

28. Пилипенко Г. М., Смесова В. Л., Безугла Л. С., Бондаренко Л. А. Теоретико-методологічні аспекти визначення якості послуг у туристичному бізнесі. Економічний вісник Дніпровської політехніки. 2023. № 1(81). С. 150-156.

29. Поврознюк І. М., Нещадим Л. М. Перспективи розвитку глемпінгу для регіональної індустрії гостинності. Економіка та суспільство. Випуск № 37. 2022. URL: <https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream/123456789/14593/1/1187-Текст%20статті-1142-1-10-20220420.pdf> (дата звернення: 15.04.2024).

30. Покоłodна М. М., Полчанінова І. Л., Рябев А. А. Глемпінг як перспективний різновид туризму та готельного бізнесу. Бізнесінформ, 2021. № 6. С. 157-169.

31. Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги : ДСТУ 4268:2003. – [Чинний від 2004-07-01]. – К. : Держспоживстандарт України, 2003. – 8 с. – (Національні стандарти України).
32. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення : ДСТУ 4527:2006. – [Чинний від 2006-10-01]. – К. : Держспоживстандарт України, 2006. – 10 с. – (Національні стандарти України).
33. Послуги туристичні. Класифікація готелів : ДСТУ 4269:2003. – [Чинний від 2004-07-01]. – К. : Держспоживстандарт України, 2003. – 13 с. – (Національні стандарти України).
34. Сало, Я.М. Організація обслуговування населення на підприємствах ресторанного сервісу. Ресторанна справа: Довідник офіціанта. Львів: Афіша, 2010. 304 с.
35. Санітарні правила для підприємств громадського харчування : СанПіН 42-123-5777-91. – [Чинні від 1991-05-19]. – М. : Мінздрав СРСР, 1991. 57 с. – (Санітарні правила та норми).
36. Смєсова В.Л., М'ясоїд Г.І., Лежнєва Т.М. Економіко-правові аспекти організації туристичної діяльності в Україні. Економіка. Фінанси. Право. 2022. № 1. С. 9-14.
37. Смєсова В., Пилипенко Г., Безугла Л. Якість туристичних послуг як основа розвитку міжнародного туризму. Адаптивне управління: теорія і практика, 2023. URL: <https://amtp.org.ua/index.php/journal2/article/view/569/482> (дата звернення: 15.04.2024).
38. Тарасюк Г.М., Чагайда А.О., Соколовська І.О. Перспективні напрями розвитку готельного бізнесу для забезпечення фінансової стабільності індустрії гостинності України. Причорноморські економічні студії, 2020. Вип. 55-2. С. 17–24.
39. Чахова Д. А., Кобяк М. В. Сучасні кемпінги – нові можливості розвитку ринку туристських послуг. Наукоснавто, 2015. № 5. Т. 7. С. 10–13.
40. Черевко, О.І. Збірник нормативних документів державного регулювання у сфері ресторанного бізнесу. Х.: Фавор ЛТД, 2003. 440 с

41. Черевко, О.І. Технологічне проектування підприємств харчування. Харків: ХДУХТ, 2005. 295 с.
42. Шпильова Ю. Б., Ільїна М. В. Значення екологічного імперативу для формування орієнтирів сталого розвитку суспільства. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: «Економіка і менеджмент». 2017. Вип. 24. Ч. 1. С. 8–11.