

ДОСВІД СПРИЯННЯ РОЗВИТКУ ГЛЕМПІНГІВ ЯК БІЗНЕС-ІДЕЇ

Галасюк Світлана Сергіївна,

Кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Одеський національний економічний університет, Україна

svetlana.galasyuk@gmail.com

Дослідження науковців та практиків, проведені останнім часом, переконливо свідчать про існування позитивної динаміки розвитку глемпінгів у світі. Так, за результатами звіту «Glamping Market Size 2020-2028» з'ясовано, що зараз світовий ринок послуг глемпінгів оцінюється у \$2,35 млрд, а щорічні темпи його зростання за період 2021-2028 рр. прогнозуються на рівні 14,1% [1]. Під час пандемії коронавірусу та карантинних обмежень цей тип засобів розміщення здобуває все більшу популярність [2]. Крім запровадження ідеї поширення екотуризму [3; 4], очікується, що створення глемпінгів буде позитивно впливати на розвиток оздоровчого, подієвого, розважального та пригодницького видів туризму.

Відповідно до звіту, опублікованого «Kampgrounds of America», 83% споживачів були згодні, що глемпінг забезпечує унікальний відпочинок на свіжому повітрі, 81% респондентів хотіли, щоб їх перебування супроводжувалось послугами та зручностями, яких немає у звичайних кемпінгах, а 56% опитуваних висловили побажання проживати у глемпах унікальних типів і форм [5]. Власники глемпінгів, намагаючись задовольнити запити своїх клієнтів, встановлюють у глемпах індивідуальне кухонне та санітарно-технічне обладнання, проводять Wi-Fi, пропонують додаткові послуги для біологічного відновлювання організму, а також розважальні заходи. Зростаюча тенденція проведення весіль, корпоративних заходів та вечірок в автономних місцях з приголомшливими краєвидами також є одним із основних драйверів збільшення частки цього сегменту.

Найактивніша аудиторія клієнтів глемпінгу – туристи віком 18-32 роки, питома вага яких наблизилась до 45% у 2020 р. [5]. За прогнозами, очікується й збільшення частки людей віком 33-50 років, які також воліють відпочивати у «гламурних кемпінгах» зі всіма зручностями на свіжому повітрі.

В регіональному аспекті глемпінги здобули найбільше поширення в США, Франції, Великій Британії та Австралії. Частка Європи у глемпінг-русі є домінуючою та становить 34,9% за підсумками 2020 р.

Найбільший інтернет-ресурс, який об'єднує місця для розташування глемпінгів, – glamping.com. Завдяки цьому порталу можна знайти глемп на будь-якому континенті, практично в усіх країнах світу. Цінові пропозиції стартують від \$/€ 30-45 на добу і сягають 1000, що також не є межею. Особливою популярністю на сайті користуються точки для глемпінгу на пляжах і в національних парках [6].

У цей час ситуацію на ринку послуг глемпінгів висвітлюють три профільні журнали. Великі зарубіжні гравці ринку утворюють професійні асоціації з глемпінгу. В таблиці 1 систематизовано інформацію про дві найбільш впливові

асоціації – Американську та Британську – на підставі відомостей з їх офіційних сайтів.

Таблиця 1

Порівняння Американської та Британської Асоціацій Глемпінгів
за певними параметрами

Параметри для порівняння	Американська Асоціація (AGA)	Британська Асоціація (Glamping Association)
Місія	Стимулювання розвитку нових та існуючих глемпінгів; користування можливостями сильної глемпінг-мережі; надання відповідних інструментів та ресурсів; пропонування індивідуальних рішень для розвитку глемпінг-бізнесу	Надання допомоги новим учасникам в організації глемпінгу та у вирішенні проблем існуючих закладів; інформування про відповідні стандарти; організація роботи за двома напрямками: для підприємців та для туристів (Glamping Club)
Переваги членства в Асоціації	– галузеві знижки на товари та послуги для розвитку глемпінг-бізнесу; – юридична підтримка членів асоціації; – доступ до консультацій з експертами щодо планування бізнесу на всіх етапах; – щотижневий зв'язок між членами та експертами галузі для обговорення актуальних тем; – ексклюзивні галузеві заходи (коворкінг)	– надання інформації про місця для розташування глемпінгів; – забезпечення електронного бронювання місць у глемпінгах; – наявність Кодексу поведінки членів Асоціації задля гарантування, що вони не порушують стандарти та вимоги законодавства; – надання знижок для учасників галузі на відповідні продукти та лобіювання інтересів галузі в уряді; – регулярна підтримка зв'язку, організація зустрічей в межах членства
Поліграфія	Журнал Glamping Business Americas став офіційним виданням AGA. Перший випуск журналу відбувся у лютому 2021 р. і тираж перевищив 4000 примірників. Це єдине видання, яке обслуговує виключно Америку	Профільного журналу немає
Партнери	Перевірка партнерів, які надають товари та послуги, та рекомендації їх профільній спільноті в разі дотримання ними норм чинних стандартів галузі	Впровадження логотипу GA Approved, який дозволяє покупцям продуктів для глемпінгу знати, що продукт пройшов найсуворіші випробування у галузі та схвалений для комерційного використання у глемпінгах
Франшиза	Надає можливість стати частиною повністю підтримуваної франчайзингової мережі Timberline Glamping Company	Немає

Закінчення таблиці 1

Параметри для порівняння	Американська Асоціація (AGA)	Британська Асоціація (Glamping Association)
Переваги членства в асоціації	Завдяки щорічному або щомісячному внеску йде підтримка індустрії глемпінгу, а також інструментів та ресурсів, які Американська асоціація глемпінгу надає своїм членам. Членство надає ресурси, необхідні для створення процесу галузевої акредитації, можливостей онлайн-маркетингу для окремих підприємств, надійної галузевої мережі, огляду бізнес-планів та доступу учасників до галузевих ресурсів та новин. Члени з річною або щомісячною ставкою, зазначеною нижче, також матимуть можливість подати заявку на акредитацію AGA: річне членство – \$250, щомісячне членство – \$25 щомісяця, пріоритетний партнер – \$50 щомісяця, щорічний пріоритетний партнер – \$550 кожен рік, консультація – \$600	Логотип Glamping Association виступає знаком якості для учасників Асоціації
Консультації та навчання	Проведення консультацій для членів асоціації	Асоціація створила комплексні онлайн-курси навчання, що підходять для нових учасників, а також доповнюють існуючі знання та освіту діючих операторів. Ці курси з акредитацією CPD доступні в інтернеті на сайті i2Comply за £50. Курс охоплює широкий спектр питань
Інформаційна підтримка	Здійснення інформаційної підтримки членів асоціації	Асоціація надає безкоштовну інформацію про безпеку та заходи, щоб допомогти підприємцям та гостям провести безпечний та законний відпочинок у глемпінгу
Структурне фінансування	Фінансова допомога членам Асоціацій, інвестування у проекти створення глемпінгів	

Авторська розробка. Складено за джерелами [7; 8]

Аналіз відомостей таблиці 1 дозволив зробити такі висновки:

- глемпінги на світовому рівні вже мають власну позицію та підтримку, яка сприяє розвитку даного напрямку відпочинку;
- профільні асоціації (AGA та Glamping Association) мають спільну мету – стимулювання розвитку глемпінг-індустрії завдяки долученню нових членів до Асоціацій, а також надання допомоги вже існуючим закладам;

– рух глемпінг-туризму сприяє підвищенню екологічної обізнаності у глобальному масштабі. Завдяки підтримці Асоціацій надається унікальна можливість для власників місць для глемпінгу співпрацювати з перевіреними постачальниками, а також забезпечувати відпочинок туристів в екологічних умовах, що відображує сучасну світову тенденцію.

Поки в Європі та США глемпінги б'ють рекорди за популярністю серед туристів, у країнах Східної Європи цей сегмент ринку готельних послуг дотепер не дуже поширений, а в Україні взагалі знаходиться на початковому етапі розвитку. Проте наша держава поступово долучається до світового глемпінг-руху. Наприклад, стали з'являтися компанії, що займаються виробництвом глемпів. Одними з перших цей бізнес запустили підприємці Андрій Родкін та Олександр Коновалов, які відкрили у 2017 р. на Рівненщині виробництво глемпів «під ключ» – їхня компанія Glamping.UA розробляє та реалізовує повноцінні рішення для глемпінгів, починаючи з інженерної конструкції і закінчуючи дизайнерським оформленням. На підставі інтерв'ю, даного українськими виробниками глемпів А. Родкіним та О. Коноваловим порталу Delo.UA [9], можна зробити такі висновки щодо глемпінгу як бізнес-ідеї:

- мета проживання у глемпінгу – відпочинок на природі з комфортом;
- місце розташування глемпінгу – території з нерозвинутою інфраструктурою, але привабливими умовами для відпочинку в екологічно чистій, мальовничій місцевості;
- умови проживання – стаціонарні глемпи різних форм та розмірів, завчасно зібрані та готові до використання;
- матеріали для виробництва глемпів – метал, деревина, ПВХ-тент і внутрішній тент з брезенту або іншого схожого матеріалу. Завдяки повітряному прошарку у 20 см між двома шарами тканини у глемпі є можливість підтримувати оптимальну температуру (наприклад, коли на вулиці +35°C, внутрішній тент не пропускає спеку);
- витрати на запуск проєкту з виробництва глемпів – розмір основного інвестиційного фонду склав близько \$50 тис. Переважна частина коштів витрачена на виробництво та матеріали (метал та деревина закуповувались в Україні, промислова тканина ПВХ – в Іспанії). Витрати на дизайн та інженерію становили по 20% від стартової суми інвестицій відповідно. Крім того, велика стаття витрат належить маркетинговим дослідженням, рекламі та просуванню продукції до споживачів;
- команда зі створення глемпів – на постійній основі працюють 10 осіб (інженери, візуалізатори, дизайнери); залежно від завдань залучаються додаткові спеціалісти;
- бізнес-модель глемпінгу – B2B2C, тобто виробники глемпів розробляють їх для підприємців, зацікавлених у створенні глемпінгів, які, в свою чергу, працюють з кінцевими споживачами – туристами. Тому безпосередні покупці глемпів – ті, хто має землю та готові вкладати у неї кошти (об'єднані територіальні громади, підприємці, інвестори, готел'єри). До речі, саме

готел'єри не дуже охоче прагнуть встановлювати глемпи на власній території, тому що воліють спочатку забезпечити завантаження основного номерного фонду;

- сертифікація виробництва глемпів – сертифікат відповідності вимогам безпеки оформлює Центр стандартизації, сертифікації та метрології у вигляді технічних умов, що підтверджують рівень якості (у сертифікаті написано «намет для відпочинку – глемп»; це – перший сертифікат на такий продукт в Україні);

- юридична документація на введення в експлуатацію – землевідведення не потрібно, тому що глемп класифікується як звичайний намет; його можна поставити практично будь-де, хіба що варто узгодити це з лісництвом – якщо це глемпінг у лісі чи в заповіднику, – або з підприємством, що має це місце на балансі. У деяких випадках вони можуть стягувати за це плату.

- термін окупності виробництва глемпів – досягнення точки беззбитковості за 3 роки;

- термін окупності для власників глемпінгу – 2 роки, що набагато швидше, ніж у готеля (7-10 років). Попередні розрахунки показують, що комплекс із 10 глемпів при 40% заповнюваності може генерувати 1,86 млн грн. прибутку щорічно.

Таким чином, глемпінг є новим типом засобів розміщення, що здобуває все більшого поширення по різних країнах світу та користується підвищеною увагою туристів. Сприянням розвитку глемпінгів почали займатися нещодавно створені профільні асоціації, що об'єднують підприємців, які працюють у цьому сегменті ринку готельних послуг.

Список літератури

1. Glamping Market Size 2020-2028. URL: <https://www-grandviewresearch-com.translate.goog/industry-analysis/glamping-market>.
2. Галасюк С.С., Парфенюк Д.В. Аналіз конкурентного середовища на ринку послуг глемпінгів Одеського регіону. About modern problems in science and ways to solve them: Abstracts of XII International Scientific and Practical Conference, 06-08 December 2021. Graz, Austria, 2021. Pp. 405-411. URL: <https://eu-conf.com>.
3. Давиденко І.В. Глемпінг як перспективна форма розвитку екотуризму. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. 2017. № 26 (1). С. 10-13.
4. Покоłodна Н.М., Полчанінова І.Л., Рябаєв А.А. Глемпінг як перспективний різновид туризму та готельного бізнесу. Бізнес-інформ. 2021. № 6. С. 157-169.
5. KOA: Camping, Campgrounds & Campsites. URL: <https://koa.com>.
6. Портал Glamping.com. URL: glamping.com.
7. American Glamping Association. URL: <https://americanglampingassociation.net>.
8. Glamping Association of United Kingdom. URL: <https://www.glampingassociation.co.uk>.
9. Рай в шалаше: что такое глэмпинг и как на нем заработать в Украине. URL: <https://delo.ua/special/raj-vshalashe-chto-takoe-glemping-i-kak-na-nem-347323>.