

О.В. Олійник, д.е.н., проф.

Державний університет «Житомирська політехніка»

Т.Л. Мостенська, д.е.н., проф.

Національний університет біоресурсів і природокористування України

Г.М. Тарасюк, д.е.н., проф.

А.О. Чагайда, к.т.н., доц.

Державний університет «Житомирська політехніка»

Перспективи розвитку готелів у стилі глемпінг в Україні

На сьогоднішній день невпинно зростає кількість споживачів, яких не влаштовує одноманітність стандартних готелів, і при плануванні відпочинку вони звертають особливу увагу на екологічні аспекти подорожей і розміщення, місцезнаходження закладу та стан території, вид та особливість будівлі, комфортність і дизайн приміщень. Одним із перспективних напрямів розвитку в сфері готельного бізнесу є готелі у стилі глемпінг. У статті проведено аналіз зарубіжного досвіду розвитку глемпінг-послуг. На основі проведеного анкетування визначено уподобання потенційних клієнтів глемпінгів. Аналіз результатів анкетування засвідчив, що більшість респондентів готові бути споживачами таких послуг, але фактично не в змозі змиритись із відсутністю благ цивілізації, які щоденно їх оточують. Тому є перспективи для розвитку глемпінгу. Адже, глемпінг поєднує два атрибути, які визначають його ефективність: функціональний, який визначається якістю послуг, що надаються, має функціональний характер і повністю залежить від постачальника послуг, та емоційний, що формується сприйняттям якості відпочинку споживачем.

Ключові слова: готелі; глемпінг; споживачі; туризм; зелений туризм; розвиток; конкуренція.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з практичними завданнями. Готельне господарство є основною складовою туристичної інфраструктури, що значною мірою впливає на вибір споживачів при плануванні відпочинку. У 2017 році прямиї, непрямий та опосередкований внесок туризму у світову економіку становив близько 10,4 % ВВП [1]. За даними Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, в цілому від туризму та суміжних із ним галузей (сфера послуг, харчування, транспорт) український бюджет у 2017 році отримав 39,6 млрд грн, що становить лише 1,5 % ВВП [2]. Світова динаміка розвитку туристичної і готельної галузей останні десятиріччя демонструє впевнений підйом і щороку збільшується мінімум на 3 %. Кожне 11 робоче місце у світі припадає на сферу туризму, а за підрахунками ЮНВТО у 2014 році в Європі подорожувало 609 млн туристів та їхні витрати склали близько 600 млрд доларів США, і в цілому за рік світові туристи витратили 1,3 трлн доларів. Україна розташована в самому центрі Європейського континенту, який щорічно відвідує 51 % усіх туристів на планеті. Прогнозується, що до 2030 року кількість міжнародних туристичних відвідувань зросте до 1,8 млрд туристів [3].

Зростання прибутків провідних готельних мереж відбувається іще більш швидкими темпами, ніж зростання прибутків від туристичної галузі в цілому. За даними СОТ, до будь-якої готельної мережі належить кожен п'ятий, із більше ніж шістнадцяти мільйонів готелів у світі. До першої десятки світових готельних мереж входять: InterContinental Hotels Group (IHG); Wyndham Hotel Group; Marriott International; Hilton Hotels; Accor Group; Choice Hotels International; Best Western; Starwood Hotels & Resorts; Carlson Hospitality Worldwide; Hyatt Hotels Corporation [4]. Річна фінансова звітність мережі Marriott International дає можливість стверджувати, що чистий прибуток готельного бізнесу зростає у кілька разів швидше, ніж збільшення прибутку від туристичної галузі в цілому [5]. Незважаючи на те, що в Україні представлені готелі усіх найкращих всесвітніх готельних мереж, головною перевагою яких є надання споживачам максимального комфорту однакового рівня незалежно від країни перебування, вони розташовані здебільшого у столиці, і тому наша країна займає одне із останніх місць у списку європейських країн за кількістю готелів, хоча ціни в них вищі за середньоевропейські.

Суттєвою проблемою для закладів розміщення є також значні сезонні коливання попиту, що стримує вкладання значних коштів у великі готельні комплекси. Новою перспективною тенденцією розвитку сектору розміщення є будівництво незвичайних і екстравагантних готелів, щоб викликати зацікавленість і прагнення на власному досвіді пережити незвичайні відчуття. Такі готелі розташовані в найнеймовірніших місцях і умовах: у стародавніх замках, монастирях і соборах, бочках, підземних бункерах, колишніх в'язницях, фортецях, вітряних млинах, вертольотах, поїздах, на маяках, шхуні тощо [6]. Але незвичне розміщення подорожуючих у більшості випадків має значний недолік – відсутність зручностей та високоякісного сервісу, до яких звикли клієнти у повсякденному житті.

Для підвищення конкурентоздатності туризму з метою поєднання активного відпочинку з комфортними умовами розміщення відбувається пошук інноваційних креативних типів житла, які дозволяють вплив сезонності на ефективність туристичного бізнесу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідження проблем розвитку готелів у стилі глемпінг відображено в працях О.Бейдика, І.Давиденко, Ю.Зінько, О.Любіцевої, О.Юрченко та інших. Проте переважно більше уваги вчені приділяють глемпінгу як новій перспективній формі екотуризму.

Як зауважує І.В. Давиденко, цей новий напрям увібрав все найкраще, що передбачає відпочинок на природі в умовах розкішного готелю, та дозволяє клієнтам усамітнитися, не залишаючи комфортних міських умов. Відтепер відпочинок у наметах поблизу природи може бути з усіма зручностями: душем, ліжком, розетками та навіть швидкісним Інтернетом. Основними рисами глемпінгу є: наявність комфортного, просторого засобу розміщення (намету-шатра, будиночку тощо); використання незвичайних для кемпінгу меблів: великих стільців, крісел, обідніх столів, зручних ліжок; умови для тимчасового проживання створюються із забезпеченням комфорту як для постійного життя [7]. Таким чином, розвиток глемпінгу є відповіддю на зростаючий попит комфортного перебування у природному середовищі та бажання проводити час у технічно досконалих умовах розташування.

З точки зору маркетингу, глемпінг дозволяє диверсифікувати пропозицію у готельному бізнесі. Нові сегменти ринку можуть бути залучені через інноваційні типи розміщення з акцентом на концепції «здоров'я», «зелений», «пригоди», «досвід» [8, с. 102].

Мета статті – аналіз розвитку глемпінг-послуг та визначення перспектив його розвитку в Україні.

Викладення основного матеріалу. Першими цю бізнес-нішу стали розвивати британці близько 15 років тому. Напрямок *glamping* зародився на великих музичних фестивалях. Згідно з Оксфордським словником, «гемпінг» – це «форма кемпінгу, що включає розміщення і об'єкти більш розкішні, ніж ті, які пов'язані з традиційним кемпінгом». Вперше слово «глемпінг» використали у Великобританії у 2005 році, але додали у словник лише у 2016 році [9]. Виникло поняття «глемпінгу» від поєднання двох слів «*glamour*» та «*camping*» і розглядається як нова тенденція у туризмі, яка поєднує у собі розкіш та природу, комфорт та повагу до оточуючого середовища, забезпечуючи ексклюзивність та унікальність у пропозиції розміщення [10].

Зараз у світі налічується близько тисячі працюючих глемпінгів. На сьогоднішній день найбільші ринки – США, Британія і Австралія, а загальний обсяг світового ринку становить \$ 3 млрд. За даними британського туристичного бюро *Campingselection*, ринок глемпінгів зростає на 21 % щорічно, і до 2021 року його обсяг складе вже близько \$ 4 млрд. Глемпінг це набагато більше, ніж гарний намет, і по всьому світі є безліч неймовірних напрямів – від популярних еко-глемпінгів, трейлерного глемпінгу або ж антарктичний лакшері-табір на льодовику [11].

Для нашої країни більш цікавий досвід європейських держав, що приділяють увагу розвитку глемпінгу уже достатньо тривалий час. У Бельгії одним із перших з'явився глемпінг, де намети розташовані серед мальовничих Арденських гір, де у гламурному кемпінгу є спа-салон, солярій і навіть джакузі. Любителі активного відпочинку можуть на велосипедах чи пішки долати гірські маршрути, а якщо сидючи на травичці захочеться попрацювати – комп'ютер також знайдеться до чого підключити [12].

В Іспанії переваги при створенні мають комфортні кемпінги, чий номерний фонд налічує 20 наметів. Потенційним клієнтам тут пропонуються оригінальні місця для проживання з усіма зручностями: юрти, хатини індіців, номери на деревах і плаваючі у водосховищі Гуадалькасін будиночки [13]. Найвимогливіші мандрівники в Італії зможуть відпочити під «гламурними» навісами *Safari*, розташованими недалеко від пляжу і басейнів. Усього таких споруд шість (зроблені тільки з дерева і полотняної тканини), кожна з яких розрахована на 4–7 осіб. До навісів прибудовані криті веранди, і все це розміщується на великій зеленій галявині, а самі намети оснащені побутовими приладами, сейфом та кондиціонером [14]. Одним із перших готелів у стилі глемпінг був «*Attrap'Rêves*» у Франції, де прозорі будиночки мали форму перевернутих колб. Кімнати у вигляді скляних куполів також збудували у готелі «*Kakslauttanen*» у Фінляндії [15].

Отже, кожен із готелів у стилі глемпінг має свої унікальні переваги і може розташовуватись у найекзотичніших місцях. Ринок глемпінг послуг Східної Європи дуже малий, порівняно із Західною, а в Україні він знаходиться у стадії зародження. Одними із перших варіанти відпочинку у стилі «еко» із розвитком глемпінгів вирішили запроваджувати у карпатському регіоні. Перевагою для впровадження такого виду організації відпочинку є відсутність у потребі виготовляти дозвільну документацію на спорудження будівель для проживання – достатньо тільки мати земельну ділянку для розміщення наметового містечка. Для успішного старту підприємцю необхідні кошти на придбання спеціалізованого інвентаря: комфортних наметів-шатер, туристичних меблів (столів, стільців, крісел, ліжок). Звичайно, простий намет встановлюється тільки на певний термін, але також необхідно подбати про приємний інтер'єр і підтримання прийняттого температурного режиму [16]. Враховуючи потенційний попит серед туристів, у Рівненській області запустили розробку і реалізацію повноцінних рішень для глемпінгу, починаючи з інженерних конструкцій і завершуючи дизайнерським оформленням. Для створення

прототипу компанія проводила маркетингові і соціологічні дослідження, що дозволило отримати цілий ряд характеристик, яким має відповідати будиночок для задоволення більшості вимог [17].

Враховуючи, що більшість подорожуючих мають за мету милування природою і ландшафтами, у 2008 році для популяризації вітчизняного туризму було проведено загальнонаціональну акцію «7 природних чудес України», переможцями якого було визнано: Біосферний заповідник «Асканія-Нова», Регіонально-ландшафтний парк «Гранітно-степове Побужжя», Дністровський каньйон, Мармурову печеру, Національний природний парк «Подільські Товтри», озера Світязь та Синевир [18]. Ці місця однозначно підходять для розвитку глемпінгу, що дозволить покращити рівень відпочинку та розміщення потенційних споживачів послуг. Але в різних регіонах України є ще значна кількість природних пам'яток, що не мають такої популярності через відсутність відповідної інфраструктури для активного туризму і відпочинку. Щоб оцінити перспективи розвитку глемпінгу в Україні, необхідно розглянути можливі варіанти для використання існуючого туристичного потенціалу.

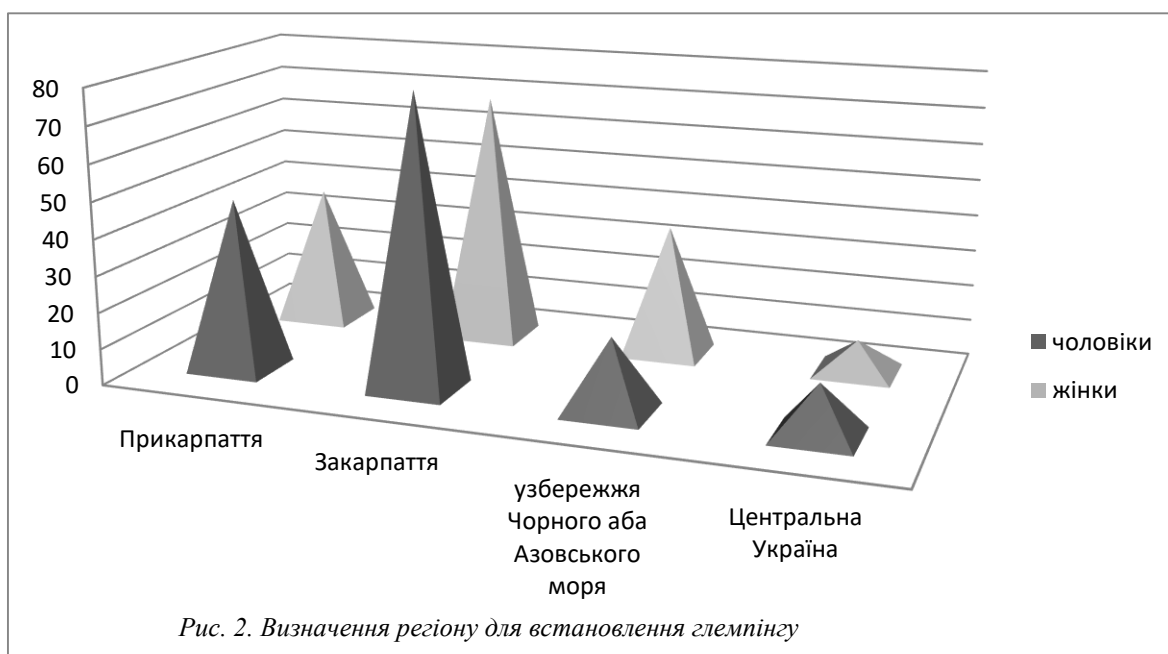
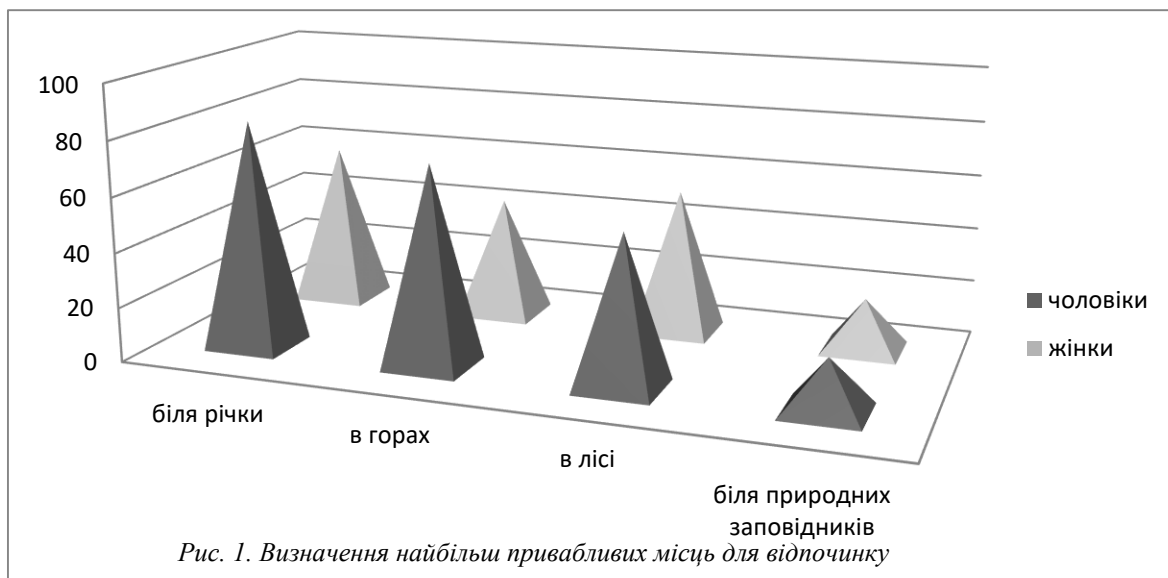
Не потрапили до переліку «7 природних чудес України» Урицькі скелі, що розташовані в лісі поблизу села Урич Сколівського району Львівської області. Величні урвисті скелі висотою до 50 метрів являють собою ерозійні залишки масивних пісковиків палеоцену (абсолютний вік 55 млн років). Урицькі скелі – не тільки визначна природна, але й археологічна пам'ятка. Серед археологічних знахідок найбільш сенсаційними виявилися дерев'яні конструкції X ст., рештки стін та будівельних конструкцій, які є залишками давньоруської фортеці Тустань (XI–XIII ст.). Захисники цієї фортеці протягом довгого часу чинили опір татаро-монгольським завойовникам. У скелях вирубані гроти, підземні ходи, колодязі. Фортеця (замок) Тустань проіснувала включно до XVI ст. У люстрації Дрогобицької соляної жупи (1565 р.) вказано, що «...у Тустані беруть мито від купців, котрі йдуть горами, минаючи Дрогобич». В XVII ст. Тустань втрачає роль митниці і занепадає. Окрім рештків фортеці, особливістю цієї природної пам'ятки є те, що на ній зосереджена найбільша у всіх Карпатах кількість наскельних зображень-петрогліфів. В основному це солярні знаки – символи Сонця, подібні до яких знаходяться по цілому світу, і тим не менше їх призначення досі не розгадане. Одним із найцікавіших і найбільш вражаючих петрогліфів є 2-метрове зображення людського обличчя, викуте на скелі. Починаючи з XVIII ст., руїни замку-фортеці Тустань привертають увагу численних подорожніх, туристів, етнографів, істориків. За багатовікову історію скелі відвідали такі відомі люди, як король Данило Галицький, король Казимир Великий, Бальтазар Гакет, Іван Вагилевич, Антін Бельовський, Антін Петрушевич, Корнило Устиянович, Іван Франко та багато інших. Скелі поблизу с. Урич входять до історико-ландшафтного комплексу «Тустань» у складі природного національного парку «Сколівські Бескиди» [19].

Не менш цікавим для відвідувачів буде Буцький каньйон, розташований на р. Гірський Тікич, біля смт Буки Маньківського району Черкаської області, який за неперевершені краєвиди ще називають «Маленькою Швейцарією». Цей дивовижний скелястий каньйон, що має виступи сірого граніту висотою до 30 метрів, відомий також першою гідроелектростанцією в Україні (Букська ГЕС) та залишками рукотворної споруди, що по зовнішньому вигляду подібна до знаменитого Стоунхенджа. В цілому ця місцина є неперевершеною рекреаційною зоною, де є всі можливості для альпінізму та плавання на байдарках [20].

Ще одним варіантом можливого розташування глемпінгу є місце біля унікальної споруди із базальтових стовпів-багатогранників, що вишикувані стрункими рядами і вражають своєю монументальністю та стрункістю геометричних фігур, яке знаходиться на Івано-Долинському родовищі базальтів (село Базальтове Костопільського району Рівненської області). А щоб глядач не втомився від одноманітності форм, йому представлена неперевершена скульптура базальтового віяла в обрамленні філософського спокою кришталевої води. Фахівці стверджують, що ніде в Європі більше не побачите таких див. Базальтові стовпи – різновид базальтів, що має в поперечному перерізі форму від чотириохгранних до семигранних. Товщина стовпів коливається в межах від 0,6 до 1,2 м., переважають із товщиною 0,8...1,0 м, при висоті від 3 до 30 м. Загальна протяжність відслонень базальтів у межах заказника 180...230 м. В оточенні цих стовпів, порослих лісом, на місці колишнього кар'єру розташоване велике озеро, із синьо-зеленою, наче морською, водою, що має глибину 9, а в окремих місцях і 15 метрів [21].

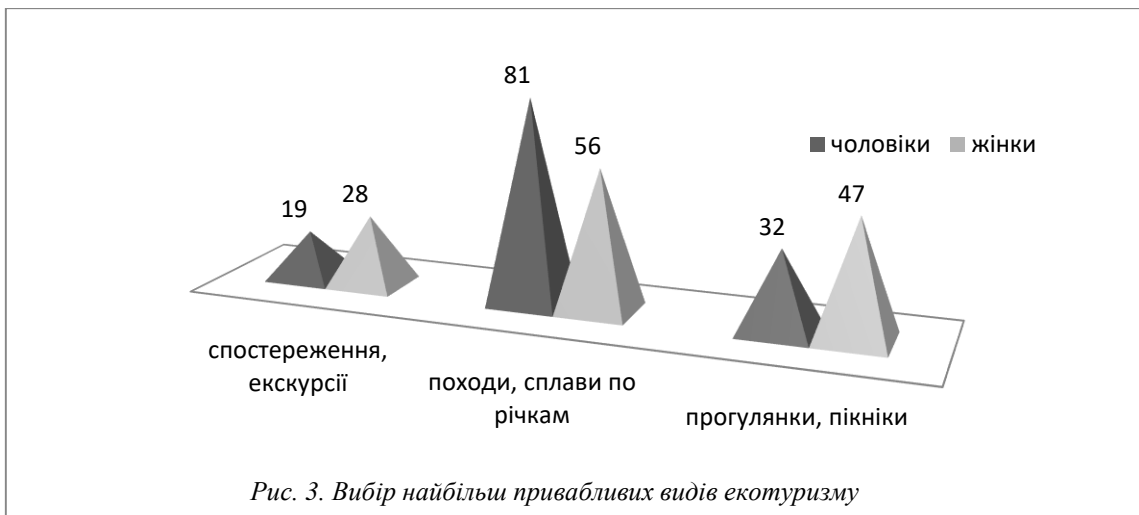
З урахуванням унікальності зазначених вище природних пам'яток та для мінімізації негативного впливу туристів на довкілля оптимальним варіантом буде розташування поблизу них саме глемпінгів, що підвищить рівень сервісу та комфорту для відпочинку, сприятиме залученню нових цільових груп споживачів.

За даними проведеного авторами анкетування, респонденти за віком розподілилися таким чином: найбільш широко представлена вікова група від 18 до 29 років – 48,1 %, на другому місці група від 30 до 39 років – 29,2 %, далі група від 40 до 49 років – 15,4 %, і останньою є вікова група понад 50 років – 7,3 %. Отже, наступним кроком було визначення уподобань потенційних клієнтів глемпінгів стосовно місця розташування. Маркетинговий аналіз виявив, що оптимальним розташуванням буде за наявності трьох складових: ріка, гори і ліс (рис. 1). Постійне перебування в оточенні великої кількості людей підсвідомо впливає на вибір спокійного варіанта відпочинку на самоті або із близькими людьми. Більше 60 % респондентів вважають, що цим вимогам найбільше відповідає Закарпаття (рис. 2).



Вибір місця відпочинку значною мірою впливає і на очікування споживачів, які хочуть отримати якийсь новий досвід під час походів і сплавів по річках. Разом із тим, значну частину туристів задовільняють прості пікніки на природі (рис. 3). Туристична індустрія зараз знаходиться в періоді певної трансформації, що викликана фундаментальними змінами через використання новітніх технологій. Сучасні технології дають можливість самостійно планувати відпочинок і розміщення, проте можливі ризики, які впливають на потенційних споживачів послуг глемпінгів. У наш час при виборі товарів і послуг здебільшого користуються порадами знайомих або відгуками у соціальних мережах, тому так необхідно мати позитивний досвід перших глемпінгів, щоб інформація набула достатнього розповсюдження і дала поштовх для розвитку нового напрямку.

Одна із особливостей сфери розміщення серед дикої природи полягає у її нерівномірності (сезонності) протягом року. Необхідно зважити і на те, що відпочинок на природі більше не асоціюється із простим шатром, який як варіант розміщення обрали лише 6 % респондентів. Більшість туристів хотіли б для відпочинку у глемпінгу мати окремий дерев'яний будиночок (67 %), або будиночок із сучасних будівельних матеріалів, що буде гармонійно виглядати серед дикої природи (рис. 4).



Ритм сучасного життя тримає організм людини у постійному стресі та практично зовсім не залишає часу на відпочинок, тому від невеликого періоду відпустки залежить самопочуття і працездатність протягом майбутнього року. Важливими факторами при плануванні відпочинку є правильне харчування, організація режиму дня, наявність свіжого повітря, а головне – його тривалість. Частина респондентів надає перевагу короткочасному туризму (1...3 ночівлі), але за наявності більш тривалої відпустки є достатньо охочих відпочити більше 4 днів (рис. 5). Ці дані свідчать про те, що у споживачів готельних послуг будуть зростати вимоги до умов відпочинку та необхідність пошуку власниками глемпінгів додаткових переваг саме такого розміщення. Тривалість відпочинку значною мірою залежить як від психологічного стану людини (довгий час відпочинку для трудоголівків буде не в радість і вони почнуть рахувати дні до виходу на роботу), так і від супутників (для якісного відпочинку має бути сумісність). Більшість відпочиваючих надають перевагу відпочинку на природі протягом 3 або 5 днів, тож розробка спеціальних тематичних програм на таку тривалість, що передбачають поєднання активного відпочинку з прогулянками та пікніками, дозволить швидко популяризувати цей вид відпочинку в Україні.

Аналіз результатів анкетування свідчить, що до поради відмовитися на час відпочинку на природі від роботи на ноутбуці та розв'язання невирішених проблем більшість респондентів ще готові дослухатись, але фактично не в змозі змиритись із відсутністю благ цивілізації, які щоденно їх оточують (рис. 6, 7). Розвиток відпочинку у глемпінгах призведе до виникнення протиріч між перевагами та шкідливими наслідками для навколишнього середовища. Стічні води з будиночку (санвузол, душова кабіна) потребують механічного та біологічного очищення, а використання електрообладнання вимагає прокладання відповідних мереж та встановлення трансформаторних станцій. Реалізація проектів по встановленню глемпінгів має передбачати монтаж автономної системи каналізації та очищення стічних вод, що дозволить повністю уникнути викидів шкідливих забруднень.

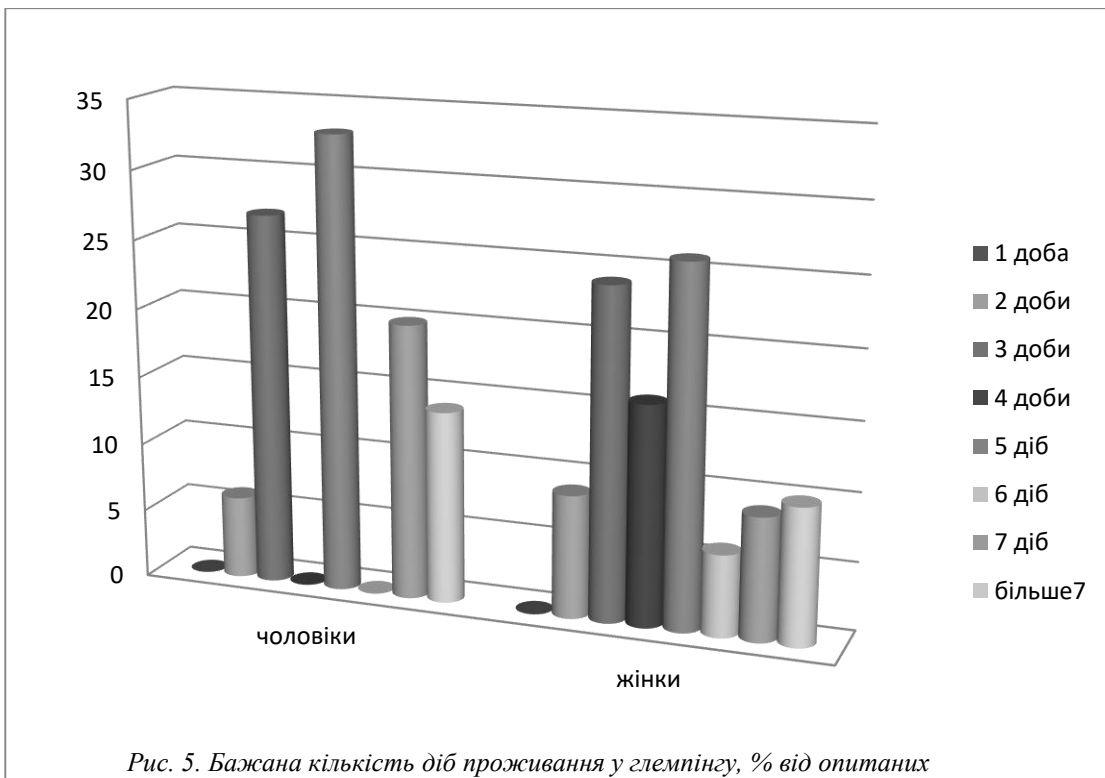


Рис. 5. Бажана кількість діб проживання у глемпінгу, % від опитаних

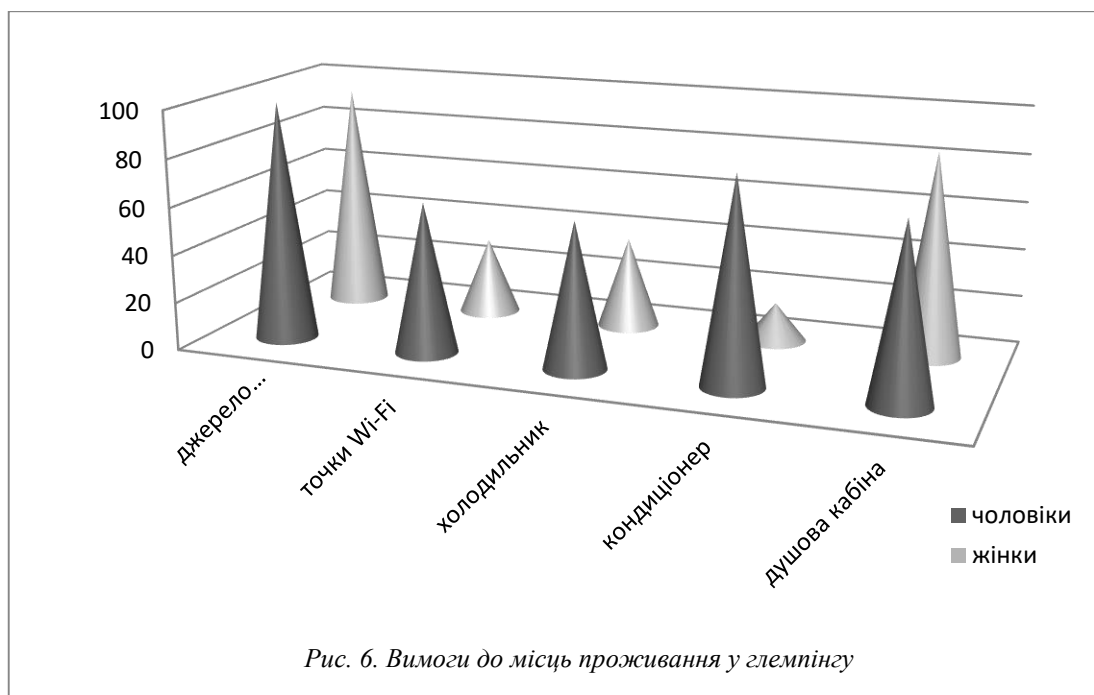


Рис. 6. Вимоги до місць проживання у глемпінгу

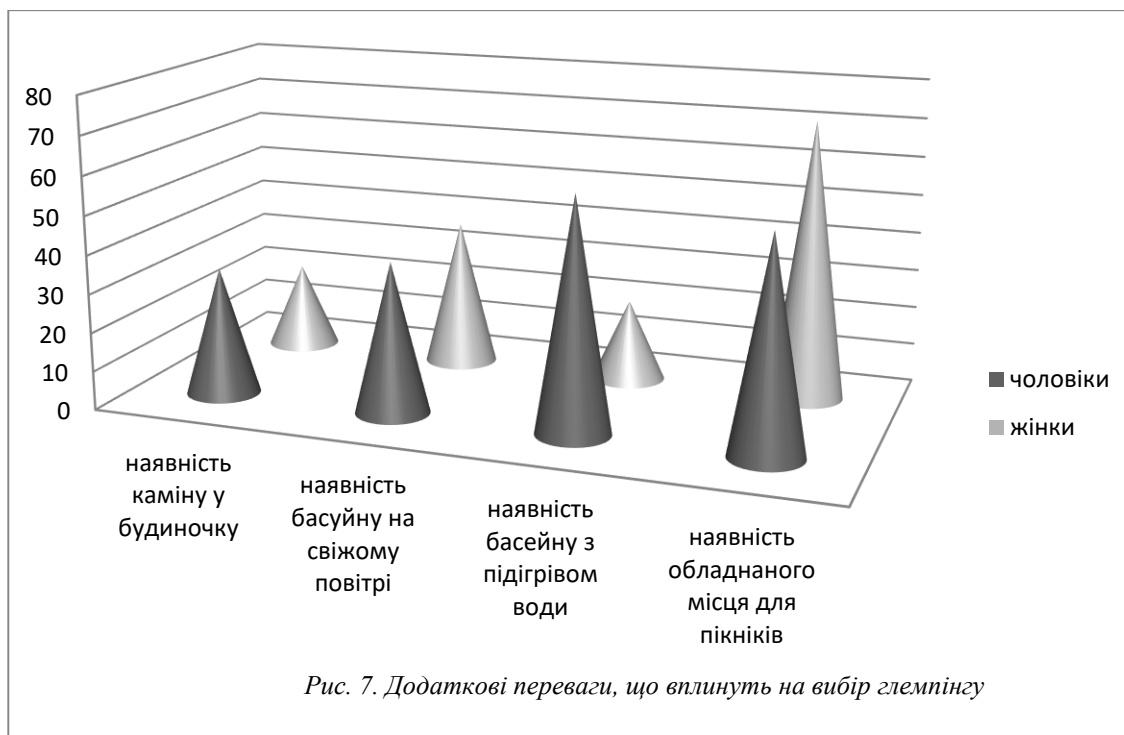


Рис. 7. Додаткові переваги, що вплинуть на вибір глемпінгу

Варто погодитися із визначенням, що «глемпінг можна визначити як новий та творчий тип житла, який напряму пов'язаний зі створенням інноваційної послуги, що сприяє перетворенню кемпінгів у кемпінгові курорти і являє собою симбіоз готельного та кемпінгового бізнесу» [8, с. 111].

Індустрія відпочинку в глемпінгу вимагає великої кількості дрібничок, які можуть зробити перебування на лоні природи майже таким же комфортним, як у власному помешканні: красиві набори посуду, що не б'ється; розкладні переносні стільці та столи; міні-пальник для приготування їжі тощо.

Конкуренція у сфері розміщення туристів дуже висока і для залучення інвесторів необхідно не наздоганяти, а йти у ногу з часом, тож розвиток екотуризму сприятиме активному створенню глемпінгів, які дозволять відпочити на природі з максимальним комфортом.

Глемпінг найбільш ефективно поєднує два атрибути, які визначають його ефективність:

- функціональний, що визначається якістю послуг, що надаються, мають функціональний характер і повністю залежать від постачальника послуг;
- емоційний, що формується сприйняттям якості відпочинку споживачем.

Саме ефективне поєднання цих атрибутів дозволяє розглядати глемпінг як один із перспективних напрямів розвитку розміщення в туризмі [22, с. 15].

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

Список використаної літератури:

1. Частка туризму в світовому ВВП торік становила понад 10 % [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2431133-castka-turizmu-v-svitovomu-vvp-torik-stanovila-ponad-10.html>.
2. Туристична галузь в Україні принесла 1,5 % ВВП [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2442359-turistichna-galuz-v-ukraini-2017-roku-prinesla-15-vvp.html>.
3. Юлія Клименко: Україна має всі передумови для того, щоб отримати частину світового туристичного потоку обсягом 1,3 трлн доларів на рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.me.gov.ua/News/Print?lang=ukUA&id=cde1ee15-1438-40a9-9e08-5eb1ed9bd750>.
4. Рейтинг мережевих готелів світу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://topbesthotel.info/rejting-merezhevih-goteliv-svitu/>.
5. Отчет за финансовый год, закончившийся 31 декабря 2016 года MARRIOTT INTERNATIONAL, INC. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1048286/000162828017001506/mar-q42016x10k.htm#s5501A25FF397469C07AB7AE4E3353606>.

6. Юрченко О. Інновації в готельному бізнесі на сучасному етапі / О.Юрченко // Вісник Львівського університету / Серія : Міжнародні відносини. – 2014. – Вип. 34. – С. 294.
7. Давиденко І.В. Глемпінг як перспективна форма розвитку екотуризму / І.В. Давиденко // Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету – Одеса : Міжнародний гуманітарний університет, 2017. – Вип. 26. – С. 11.
8. Cvelić-Bonifačić J. Glamping – creative accommodation in camping resorts: insights and opportunities / J.Cvelić-Bonifačić, I.Milohnić, Z.Cerović // ToSEE – Tourism in Southern and Eastern Europe. – 2017. – Vol. 4. – P. 101–114.
9. What is glamping? (a guide to luxury camping) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://greenglobaltravel.com/what-is-glamping-luxury-camping/>.
10. New trends in the outdoor hospitality industry / C.Andrey, H.Galera, J.Cabido, W.Wiskey // Valais: HES-SO Haute École spécialisée de Suisse occidentale Valais. – 2014. – Vol. 10.
11. Антарктичний кемпінг вартістю \$ 300 000 на тиждень! [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://sashka.inf.ua/%D0%B1%D0%B5%D0%B7-%D1%80%D1%83%D0%B1%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%B8/antarktichnij-kemping-vartistyu-300-000-natizhden/>.
12. В Бельгії приобірає моду «гламурний» кемпінг [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://podrobnosti.ua/765230-v-belgii-priobretayet-modu-glamurnij-kemping.html>.
13. Іспанія запрошує в гламурні кемпінги [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://vkarpaty.org.ua/ispaniya-zaproshuje-v-hlamurni-kempinhu/>.
14. В Італії відкриють «гламурний» кемпінг [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/1954694-v-italii-vidkriut-glamurnij-kemping.html>.
15. ТОП-5 удивительных экоотелей в стиле глемпинг [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://24tv.ua/lifestyle/ru/top_5_udivitelnyh_ekootelej_v_stile_glemping_n856736.
16. На Яремчанщині потрібно розвивати екотуризм у стилі глемпінг [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://west-info.if.ua/avtorski-statti/8666-na-yaremchanshcheni-potribno-rozvyvaty-ekoturizmu-u-styli-hlempinh.html>.
17. Рай в шалаше: что такое глэмпинг и как на нем заработать в Украине [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://delo.ua/special/raj-v-shalashе-что-такое-glemping-i-kak-na-nem-347323/>.
18. 7 чудес України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://7chudes.in.ua/pro-proekt/>.
19. Тустань – місто фортеця [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://tustan.ua/>.
20. Буцький каньйон [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://we.org.ua/malovnychi-kutochky-ukrayiny/cherkaska-oblast/butskij-kanjon/>.
21. Чудеса України, про які ви не знали. Базальтова казка Рівненщини [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://tsn.ua/blogi/themes/tourism/chudesa-ukrayini-pro-yaki-vi-ne-znali-bazaltova-kazka-rivnenschini-939585.html>.
22. Brochado A. What makes a glamping experience great? / A.Brochado, F.Brochado // Journal of Hospitality and Tourism Technology. – 2019. – Vol. 10, Issue 1. – P. 15–27.

References:

1. Chastka turyzmu v svitovomu VVP torik stanovyla ponad 10 %, [Online], available at: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2431133-castka-turizmu-v-svitovomu-vvp-torik-stanovila-ponad-10.html>
2. Turystychna galuz' v Ukrai'ni prynesla 1,5 % VVP, [Online], available at: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2442359-turystychna-galuz-v-ukraini-2017-roku-prynesla-15-vvp.html>
3. Julija Klymenko: Ukrai'na maje vsi peredumovy dlja togo, shhob otrymaty chastynu svitovogo turystychnogo potoku obsjagom 1,3 trln dolariv na rik, [Online], available at: <http://www.me.gov.ua/News/Print?lang=ukUA&id=cde1ee15-1438-40a9-9e08-5eb1ed9bd750>
4. Rejtyng merezhevyyh goteliv svitu, [Online], available at: <https://topbesthotel.info/rejting-merezhevyyh-goteliv-svitu/>
5. Otchet za finansovyj god, zakonchivshiisya 31 dekabrya 2016 goda MARRIOTT INTERNATIONAL, INC. [Online], available at: <https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1048286/000162828017001506/mar-q42016x10k.htm#s5501A25FF397469C07AB7AE4E3353606>
6. Jurchenko, O. (2014), «Innovacii' v gotel'nomu biznesi na suchasnomu etapi», *Visnyk L'viv's'kogo universytetu*, Serija *Mizhnarodni vidnosyny*, Issue 34, P. 294.
7. Davydenko, I.V. (2017), «Glemping jak perspektyvna forma rozvytku ekoturizmu», *Naukovyj visnyk mizhnarodnogo humanitarnogo universytetu*, *Mizhnarodnyj humanitarnyj universytet*, Odessa, Issue 26, P. 11.
8. Cvelić-Bonifačić, J., Milohnić, I. and Cerović, Z. (2017), «Glamping – creative accommodation in camping resorts: insights and opportunities», *ToSEE – Tourism in Southern and Eastern Europe*, Vol. 4, pp. 101–114.
9. What is glamping? (a guide to luxury camping), [Online], available at: <https://greenglobaltravel.com/what-is-glamping-luxury-camping/>
10. Andrey, C., Galera, H., Cabido, J. and Wiskey, W. (2014), «New trends in the outdoor hospitality industry», *Valais: HES-SO Haute École spécialisée de Suisse occidentale Valais*, Vol. 10.
11. Antarktychnyj kemping vartistju \$ 300 000 na tyzhden'!, [Online], available at: <http://sashka.inf.ua/%D0%B1%D0%B5%D0%B7-%D1%80%D1%83%D0%B1%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%B8/antarktichnij-kemping-vartistyu-300-000-natizhden/>
12. V Bel'gii priobretayet modu «glamurnyi» kemping, [Online], available at: <https://podrobnosti.ua/765230-v-belgii-priobretayet-modu-glamurnij-kemping.html>

13. Ispanija zaproshuje v glamurni kempingy, [Online], available at: <https://vkarpaty.org.ua/ispaniya-zaproshuje-v-hlamurni-kempinhy/>
14. V Italii' vidkryjut' «glamurnyj» kemping, [Online], available at: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/1954694-v-italii-vidkriut-glamurnij-kemping.html>
15. TOP-5 udivitel'nykh ekootelei v stile glemping, [Online], available at: https://24tv.ua/lifestyle/ru/top_5_udivitelnyh_ekootelej_v_stile_glemping_n856736
16. Na Jaremchanshheni potribno rozvyvaty ekoturizm u styli glemping, [Online], available at: <http://west-info.if.ua/avtorski-statti/8666-na-yaremchanshcheni-potribno-rozvyvaty-ekoturizm-u-styli-hlempinh.html>
17. Rai v shalashе: chto takoe glemping i kak na nem zarabotat' v Ukraine, [Online], available at: <https://delo.ua/special/raj-v-shalashе-chto-takoe-glemping-i-kak-na-nem-347323/>
18. 7 chudes Ukra'ny, [Online], available at: <http://7chudes.in.ua/pro-proekt/>
19. Tustan' – misto fortecja, [Online], available at: <http://tustan.ua/>
20. Buc'kyj kan'jon, [Online], available at: <https://we.org.ua/malovnychi-kutochky-ukrayiny/cherkaska-oblast/butskyj-kanjon/>
21. Chudesa Ukra'ny, pro jaki vy ne znaly. Bazal'tova kazka Rivnensshyny, [Online], available at: <https://tsn.ua/blogi/themes/tourism/chudesa-ukrayini-pro-yaki-vi-ne-znali-bazaltova-kazka-rivnenschini-939585.html>
22. Brochado, A. and Brochado, F. (2019), «What makes a glamping experience great?», *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, Vol. 10, Issue 1, pp. 15–27.

Олійник Оксана Вікторівна – доктор економічних наук, професор, перший проректор Державного університету «Житомирська політехніка».

Наукові інтереси:

– теорія та методологія економічного аналізу.

E-mail: oov76@ukr.net.

Мостенська Тетяна Леонідівна – доктор економічних наук, професор, професор кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності Національного університету біоресурсів і природокористування України.

Наукові інтереси:

– економіка та менеджмент АПК;

– продовольча безпека.

E-mail: 5194050@bigmir.net.

Тарасюк Галина Миколаївна – доктор економічних наук, професор, декан факультету економіки та менеджменту Державного університету «Житомирська політехніка».

Наукові інтереси:

- проблеми теорії та практики планування діяльності суб'єктів господарювання;

- управління проектами;

- проблеми розвитку туризму та готельно-ресторанного бізнесу.

E-mail: galinatar@ukr.net.

Чагайда Андрій Олегович – кандидат технічних наук, доцент кафедри менеджменту і туризму Державного університету «Житомирська політехніка».

Наукові інтереси:

– проблеми теорії та практики технології виробництва на підприємствах харчової промисловості;

– міні-технології на підприємствах готельно-ресторанного господарства.

E-mail: andrey11081968@ukr.net.

Стаття надійшла до редакції 25.09.2019.