

Міністерство освіти і науки України
Університет митної справи та фінансів
Факультет інноваційних технологій

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття ступеня бакалавра
за освітньо–професійною програмою «Готельно–ресторанна справа»
на тему: «Глемпінг як новий формат відпочинку: функціонування та
перспективи розвитку»

Виконала:
здобувач IV курсу спеціальності
241 «Готельно–ресторанна справа»
Литвиненко Д.В.

Керівник:
д.е.н., проф. Юдіна О.І.

АНОТАЦІЯ

Литвиненко Д.В. Глемпінг як новий формат відпочинку: функціонування та перспективи розвитку. Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр» за спеціальністю 241 Готельно–ресторанна справа. – Університет митної справи та фінансів, Дніпро.

Метою дослідження є: теоретичне узагальнення основних аспектів функціонування та перспектив розвитку глемпінгу, формування та економічне обґрунтування напрямів розвитку глемпінгу «Зелений гай».

Об'єктом дослідження є процес функціонування та розвитку глемпінгу як нового формату відпочинку.

Предметом дослідження є глемпінг як нового формату відпочинку, особливості його функціонування та перспективи розвитку.

Виходячи з поставленої мети, виконано такі завдання: розглянути основні умови та етапи розвитку глемпінгу; визначити особливості функціонування та фактори розвитку глемпінгу; проаналізувати проблеми та фактори розвитку глемпінгу в Україні та світі; дослідити умови діяльності глемпінгу «Зелений гай» на підставі SWOT–аналізу; визначити напрями вдосконалення діяльності та матеріально–технічного забезпечення глемпінгу «Зелений гай»; сформулювати організаційно–управлінські заходи розвитку глемпінгу «Зелений гай»; економічно обґрунтувати напрями розвитку глемпінгу «Зелений гай».

У дослідженні використано ряд загально–наукових методів дослідження, а саме: узагальнення теоретичних досліджень, метод економічного аналізу, методи спостереження, групування, порівняння, графічні методи.

Практичне значення визначається можливістю використання результатів кваліфікаційної роботи в галузі готельно–ресторанної справи, й користю для суб'єктів готельно–ресторанного бізнесу, спеціалізованих відомств та департаментів.

Обсяг і структура кваліфікаційної роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. Повний обсяг роботи становить 75 сторінок друкованого тексту, який містить 17 таблиці, 14 рисунків, список використаних джерел з 34 найменувань.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: ГЛЕМПІНГ, ПОСЛУГИ РОЗМІЩЕННЯ, СТАЛИЙ РОЗВИТОК, ТУРИЗМ, ЕКО–ТУРИЗМ.

SUMMARY

Lytvynenko D.V. Glamping as a new format of recreation: functioning and development prospects. Qualification work for obtaining a higher education degree "bachelor" in specialty 241 Hotel and restaurant business. – University of Customs and Finance, Dnipro.

The purpose of the study is: theoretical generalization of the main aspects of the functioning and prospects for the development of glamping, formation and economic justification of the directions for the development of glamping "Green Grove".

The object of the study is the process of functioning and development of glamping as a new format of recreation.

The subject of the study is glamping as a new format of recreation, the features of its functioning and development prospects.

Based on the goal, the following tasks were completed: to consider the main conditions and stages of the development of glamping; to determine the features of the functioning and factors of the development of glamping; to analyze the problems and factors of the development of glamping in Ukraine and the world; to investigate the conditions of the activity of glamping "Green Grove" based on SWOT analysis; to determine the directions of improvement of activity and material and technical support of glamping "Zeleny gai"; to form organizational and managerial measures for the development of glamping "Zeleny gai"; to economically substantiate the directions of development of glamping "Zeleny gai".

The study used a number of general scientific research methods, namely: generalization of theoretical research, method of economic analysis, methods of observation, grouping, comparison, graphic methods.

The practical significance is determined by the possibility of using the results of qualification work in the field of hotel and restaurant business, and the benefit for subjects of hotel and restaurant business, specialized agencies and departments.

The volume and structure of the qualification work. The work consists of an introduction, three sections, conclusions, a list of used sources and appendices. The full volume of the work is 75 pages of printed text, which contains 17 tables, 14 figures, a list of used sources from 34 names.

KEYWORDS: GLEMPING, ACCOMMODATION SERVICES, SUSTAINABLE DEVELOPMENT, TOURISM, ECO-TOURISM.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ГЛЕМПІНГУ.....	7
1.1. Умови виникнення та етапи розвитку глемпінгу	7
1.2. Особливості функціонування глемпінгу як нового формату відпочинку....	11
1.3. Становлення та фактори розвитку глемпінгу в Україні та інших країнах світу	17
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1	22
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ СУЧАСНОГО РИНКУ ПОСЛУГ ГЛЕМПІНГУ	23
2.1. Сучасні та проблемні аспекти розвитку глемпінгу	23
2.2. Аналіз ринку послуг глемпінгу в світі та в Україні	29
2.3. Аналіз умов діяльності глемпінгу «Зелений гай» на підставі SWOT – аналізу.....	35
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2	41
РОЗДІЛ 3 НАПРЯМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГЛЕМПІНГУ «ЗЕЛЕНИЙ ГАЙ».....	43
3.1. Напрями вдосконалення діяльності та матеріально–технічного забезпечення глемпінгу «Зелений гай».....	43
3.2. Організаційно–управлінські засади удосконалення процесу функціонування глемпінгу «Зелений гай»	49
3.3. Економічне обґрунтування напрямів розвитку глемпінгу «Зелений гай» ...	55
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3	65
ВИСНОВКИ.....	67
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	69
ДОДАТКИ.....	72

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. У сучасному світі швидкого ритму життя та постійного стресу, люди все більше шукають способи відновлення сил та зв'язку з природою. Глемпінг сьогодні є новим напрямом у готельному та туристичному бізнесі, послуги якого забезпечують комфортний відпочинок на природі поза міською метушнею, при якому туристи розміщуються у гламурному кемпінгу та не позбавляються благ цивілізації. Традиційні форми відпочинку в готелях та курортах втрачають популярність, оскільки багато туристів прагнуть знайти щось особливе, що поєднує комфорт та розкіш з незабутнім досвідом близькості до природи. У цьому контексті глемпінг – новий формат відпочинку, що поєднує найкращі аспекти готельного проживання поруч з природою та екологічною стійкістю, набуває все більшої популярності та має значний потенціал для розвитку.

Метою дослідження є: теоретичне узагальнення основних аспектів функціонування та перспектив розвитку глемпінгу, формування та економічне обґрунтування напрямів розвитку глемпінгу «Зелений гай».

- розглянути основні умови та етапи розвитку глемпінгу;
- визначити особливості функціонування та фактори розвитку глемпінгу;
- проаналізувати проблеми та фактори розвитку глемпінгу в Україні та світі;
- дослідити умови діяльності глемпінгу «Зелений гай» на підставі SWOT–аналізу;
- визначити напрями вдосконалення діяльності та матеріально–технічного забезпечення глемпінгу «Зелений гай»;
- сформулювати організаційно–управлінські заходи розвитку глемпінгу «Зелений гай»;
- економічно обґрунтування напрямів розвитку глемпінгу «Зелений гай».

Об'єктом дослідження є процес функціонування та розвитку глемпінгу як нового формату відпочинку.

Предметом дослідження є глемпінг як нового формату відпочинку, особливості його функціонування та перспективи розвитку.

У дослідженні використано ряд загально-наукових методів дослідження, а саме: узагальнення теоретичних досліджень, метод економічного аналізу, методи спостереження, групування, порівняння, графічні методи.

Інформаційною базою кваліфікаційної роботи є монографії, наукові статті вітчизняних та зарубіжних вчених, авторські дослідження, а також офіційні інтернет-сайти тощо.

Практичне значення одержаних результатів: можуть бути використані як підґрунтя для розробки напрямів розвитку глемпінгу. Робота спрямована на розширення знань та розуміння глемпінгу. Це дослідження має на меті детально розглянути засади розвитку глемпінгу.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. Повний обсяг роботи становить 75 сторінок друкованого тексту, який містить 17 таблиці, 14 рисунків, список використаних джерел з 34 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ГЛЕМПІНГУ

1.1. Умови виникнення та етапи розвитку глемпінгу

Глемпінг (англ. glamping, поєднання слів glamorous + camping) розглядається як форма туризму, що поєднує в собі комфорт та розкіш готельного життя з незабутнім досвідом ночівлі на природі, зазвичай в наметах або інших нетрадиційних місцях проживання, таких як будиночки на деревах, вагончики, куполи тощо. Глемпінг може бути організований у різних екологічно чистих локаціях, таких як ліси, гори, пустелі, пляжі тощо, та зазвичай пропонується як альтернатива класичному кемпінгу або готельному відпочинку. Цей вид туризму вважається відносно новим та зростає в популярності з кожним роком, приваблюючи тих, хто шукає нові способи відпочинку та бажає насолоджуватись природою, не відмовляючись від комфорту. Насправді ж історія глемпінгу сягає ще до 10 тис років до нашої ери (таблиця 1.1).

Найпершим прототипом глемпінгу можна вважати поселення «Тірі», який є традиційним способом життя корінних народів Великих рівнин та канадських прерій у Північній Америці. Житло являє собою конусоподібні намети, що складаються з дерев'яних стовпів і покриті шкірою бізонів або інших тварин. Найдавніші «Тірі» датуються приблизно десятою тисячею років до нашої ери. «Тірі» були легкими та мобільними, що дозволяло корінним народам швидко пересуватися у пошуках їжі та полювання. Крім того, вони були відмінними засобами терморегуляції, зберігаючи тепло взимку та захищаючи від спеки влітку [6].

У тринадцятому столітті з'явилися Гери (також відомі, як юрти) – традиційне житло монгольських народів. Гер має круглу форму і зазвичай складається з дерев'яної рами, що підтримує дерев'яні жердини, на які натягнута вузька і гнучка тканина з вовни або коноплі. В центрі геру зазвичай розміщується піч, яка забезпечує опалення і приготування їжі, а також надає стабільності всій конструкції. У вході зазвичай є двері або заслінка, а також вентиляційний отвір

для регулювання температури та вентиляції [7].

Таблиця 1.1 – Важливі історичні етапи розвитку глемпінгу

Дата	Подія
10 тис. роки до н. е.	Поява перших поселень тіпі на території Північної Америки.
XIII століття	Поява «герів» на території Монгольської Імперії.
XVI століття	Проведення першого розкішного кемпінгу у Великобританії.
1520 р.	Проведення дипломатичного саміту "Champ du Clod d'Or" у Франції.
Початок XX століття	Африканське сафарі стало популярним видом відпочинку для заможних американських і британських мандрівників.
1990 роки	Світова фінансова криза призвела до обмежень у закордонних подорожах.
2007 р.	Почалось зростання інтересу до терміну «глемпінг».
2013 р.	Глемпінг став дуже популярним у Великобританії.
2014 р.	Глемпінг почав набирати популярність у США.
2016 р.	Термін «глемпінг» був офіційно включений до словника.
Квітень 2018 року	Початок роботи Американської асоціації глемпінгу.
Листопад 2018 року	Створення «Glampsource» в Монреалі.

Джерело: складено автором на основі [1, 2, 6, 7].

Чингісхан, знаменитий правитель Монгольської імперії, володів величезним гером, але через географічну протяжність його імперії, гер ніколи не розбирали повністю. Натомість, його просто грузили на віз і буксировали за допомогою волів з одного місця до наступного. Цей неординарний підхід дозволяв Чингісхану швидко пересуватися разом із своїми прибічниками, забезпечуючи йому мобільність під час завойовницьких походів та військових операцій.

Розширення Монгольської імперії відіграло значну роль у поширенні популярності юрт – традиційних монгольських наметів. Цей вплив поширився й на інші регіони, зокрема на країни Східної Європи, такі як Туреччина, Угорщина та Румунія – там теж будувались та використовувались юрти. Згідно з National Geographic (одного з найбільших наукових та освітніх географічних організацій США), до 1960–1970-х років юрти були популярними в Туреччині, а залишки їх можна знайти в окремих селах Угорщини [3].

В XVI столітті, Джон Стюарт, 3-й граф Атолл, створив історично значуще місце – перший розкішний кемпінг у Великобританії. Він заснував цей кемпінг

спеціально для короля Якова V і його матері на Шотландському нагір'ї. Цей кемпінг був унікальним, оскільки надавав королю та його матері можливість насолоджуватись комфортом і розкішшю під час їхніх подорожей та відпочинку в природі. Для цього кемпінгу Джон Стюарт облаштував намети зі спеціальними інтер'єрами, де використовувалися розкішні меблі та прикраси, що були взяті з його власного палацу.

Розвиток організації такого виду розміщення та відпочинку було відзначено у 1520 р. під час проведення дипломатичного саміту "Champ du Clod d'Or", який відбувся в містечку Балінгем (Франція) у період з 7 по 24 червня.

Захід проводився з метою покращення дружніх відносин між королем Англії Генріхом VIII та королем Франції Франциском I. На цьому розмаїтому і розкішному саміті було встановлено близько 2800 наметів і капітелей, які були розташовані в чудовому середовищі, оточеному фонтанами з червоним вином, що створювало атмосферу ще більшої розкоші [2].

Згідно з наданою інформацією від сайту турецької культури TurkishCulture.org, турецькі османи використовували розкішні намети під час різних подій. Намети встановлювалися з різними цілями, включаючи військові походи, церемонії, святкування та екскурсії султанів та їх підданих. З історичних джерел відомо, що під час походів османські султани користувалися особливо розкішними наметами, які можна було назвати мобільними палацами, призначеними для проживання султана у похідних умовах.

Султан мав два таких намети. Коли він перебував у одному з них, другий намет уже був готовий до встановлення на наступному місці. Це дозволяло забезпечити швидку та зручну зміну місця проживання султана та його придворних. Французький археолог Антуан Галлан, наприкінці XVII століття підкреслив, що султанські намети були настільки великими, що для їх перенесення потрібно було шістсот верблюдів [4].

На початку 20 століття африканське сафарі стало популярним видом відпочинку для заможних американських і британських мандрівників. Ці подорожі приваблювали тих, хто бажав випробувати свої навички в полюванні

на диких тварин, зокрема «Велику п'ятірку» – левів, леопардів, носорогів, слонів і буйволів. Описи таких пригод можна знайти в оповіданнях Ернеста Хемінгуея та інших письменників того періоду. Мандрівники, незважаючи на бажання насолодитися природою та полюванням, не хотіли відмовлятися від комфорту, який вони звикли мати у своєму домашньому середовищі. Тому намети, в яких вони зупинялися під час сафари, були розкішно обладнані, і мали всі зручності, починаючи від електрогенераторів для енергопостачання, аж до розкладних ванн і ящиків для шампанського. Намети створювалися спеціально для забезпечення мандрівникам комфортної та розкішної обстановки в експедиції.

На думку фахівців Британської асоціації глемпінгів, розвиток глемпінгу можна пояснити тим, що наприкінці 1990–х років і до міжнародної фінансової кризи, яка призвела до обмежень у закордонних подорожах, з'явилася тенденція до пошуку альтернативних форм відпочинку та проживання. Це змусило людей шукати нові, доступні способи проведення відпустки [2].

За відсутності значного досвіду кемпінгу, але з великим досвідом перебування в готелях, люди випадково відкрили новий спосіб подорожувати – глемпінг. Глемпінг поєднує комфорт та розкіш готелю з природним середовищем кемпінгу. Це унікальний досвід, де люди можуть насолоджуватися природою, зупиняючись у розкішних наметах, будиночках або інших нетрадиційних місцях проживання.

Таким чином, глемпінг став популярним як альтернативний спосіб відпочинку, який поєднує зручності готелю з пригодами кемпінгу, і виник у результаті пошуку нових форм подорожей та відпочинку.

За інформацією, що надана у сервісі Google Trends, з 2007 року почалось зростання інтересу до терміну «глемпінг», і більшість пошукових запитів було зроблено з Ірландії та Великобританії. Протягом наступних років популярність глемпінгу постійно зростала: з 2010 року вона почала швидко збільшуватися, з 2013 року глемпінг став дуже популярним у Великобританії, і з 2014 – почав набирати популярність у США, а у 2016 році термін «глемпінг» був офіційно включений до словника.

Початок роботи Американської асоціації глемпінгу в квітні 2018 року та створення «Glampsource» в листопаді 2018 року в Монреалі додали поштовх до зростання популярності глемпінгу в Сполучених Штатах Америки та Канаді. Такі ініціативи сприяли просуванню глемпінгу як туристичної форми відпочинку та надали цьому сегменту ринку більшу популярність та визнання. Це збільшило вибір глемпінгових закладів та послуг і сприяло залученню більшої кількості людей до цього виду відпочинку та подорожей [1].

Отже, історія глемпінгу сягає віддалених часів, що свідчить про його коріння в пошуку нових форм подорожей і відпочинку. За останні роки глемпінг набув значного популярності, ставши альтернативою для тих, хто бажає поєднати комфорт та пригоди. Глемпінг вирізняється своєю унікальністю та можливістю проживати в незвичних умовах, що створює нові можливості для туристичної галузі. Цей тип туризму сприяє зростанню економіки регіонів, де розташовані глемпінги, та створює нові робочі місця. Зацікавленість гостей у глемпінгу продовжує зростати, що свідчить про його успіх як популярної туристичної альтернативи.

1.2. Особливості функціонування глемпінгу як нового формату відпочинку

Концепція глемпінгу виникла з кемпінгу, але відрізняється від нього за двома основними аспектами. По-перше, глемпінг прагне забезпечити максимальний комфорт для відпочиваючих, у той час як кемпінг може бути більш примітивним і простим. Глемпінг надає можливість насолоджуватися природним оточенням, не відмовляючись від зручностей і комфорту.

По-друге, глемпінг має мінімальний вплив на навколишнє середовище, і будівництво та функціонування глемпінгів здійснюється з урахуванням екологічних аспектів. Це означає, що організація даного виду відпочинку спрямована на зменшення негативного впливу на природу і має більш екологічно-свідомий підхід [20].

Таким чином, глемпінг може бути класифікований як один із видів

розміщення гостей та екологічного туризму, оскільки спрямований на збереження природного середовища та наближення людей до природи з мінімальним впливом на неї.

Інші види екологічного туризму включають екологічні тури з використанням екозасобів пересування, сафарі-тури для спостереження за тваринами та рослинним світом в межах природоохоронних територій, а також відпочинок в агросадибах [10].

Глемпінг можна віднести до зеленої діяльності з низьким рівнем впливу на довкілля з наступних причин:

1. Глемпери знаходяться близько до природи і активно взаємодіють з навколишнім середовищем.
2. Використання екологічно чистих матеріалів для житла у глемпінгу сприяє зменшенню негативного впливу на довкілля.
3. Глемпінг допомагає зменшити необхідність у повітряному транспорті для подорожей, що сприяє зменшенню шкідливого озонowego забруднення.
4. Глемпери мають можливість зменшити використання упакованих продуктів, віддаючи перевагу місцевим фермерським продуктам, що сприяє зменшенню сміття та підтримці місцевої економіки.
5. Глемпери прагнуть зберігати природу чистою, ніколи не залишаючи сміття на місцях відпочинку і активно прибираючи його.
6. Глемпінгове спорядження використовується повторно, зменшуючи споживання матеріалів і відмовляючись від одноразових виробів.
7. Глемпінгові підприємства використовують екологічно чисті засоби та використовують відновлювану енергію для своїх послуг.
8. Підприємства глемпінгу активно залучаються до природоохоронних заходів через характер їхньої діяльності [11].

Основним типом проживання, що використовується у глемпінгу є глемп. Він представляє собою без фундаментну каркасну конструкцію, що складається з чотирьох основних елементів: дерева, металу, тканини і полівінілхлориду. Глемп може мати різні форми, такі як намет, шатер, бунгало, півсфера або юрта

та ін. Ця конструкція забезпечує захист від вітру та опадів, а завдяки використанню якісних матеріалів для зовнішніх стін не нагрівається протягом дня, створюючи стабільний мікроклімат всередині, незалежно від погодних умов [25]. Особливість цієї конструкції полягає в тому, що вона не потребує складних будівельних робіт і може бути встановлена всього за кілька годин, що зменшує час і витрати, необхідні для відкриття глемпінгу – будівлі на новому місці. Крім того, завдяки легкості конструкцій, вони практично не залишають слідів після демонтажу і зберігають навколишнє середовище в його первісному стані, не завдаючи шкоди екології.

Завдяки невеликій вазі і об'єму у розібраному стані, глемпи легко транспортуються і зберігаються протягом міжсезоння без значних витрат. Крім того, їх розташування може бути змінено в залежності від попиту на туристичні напрямки, що дає підприємствам гнучкість в експлуатації та розвитку [9].

В даний час глемпінг є популярним видом туризму як в Україні, так і у всьому світі. Існує розмаїття типів глемпів, які пропонують унікальні враження і досвід для туристів. Сьогодні найбільш поширеними типами глемпінгів в Україні та світі є шатри та юрти; куполоподібні споруди; дерев'яні будиночки; плаваючі глемпінги; еко-готелі; пустельні глемпінги (рис. 1.1).

Основні типи глемпінгу, що функціонують в Україні та світі, можна охарактеризувати таким чином:

- Шатри та юрти – традиційні намети, які використовуються для створення екзотичного та затишного проживання в природному середовищі. Вони часто встановлюються в гірських районах або на природних заповідниках.

- Куполоподібні споруди являють собою сучасні архітектурні споруди і нагадують куполи або інші геометричні форми, які зазвичай виготовлені з екологічно чистих матеріалів, таких як дерево або стійкі до погодних умов тканини.



Рисунок 1.1 – Основні типи глемпінгу в Україні та світі

Джерело: складено автором на основі [14].

– Дерев'яні будиночки є стильним та комфортабельним житлом, що розташовується серед лісу або природних ландшафтів. Дерев'яні будиночки забезпечують зручності та затишок, одночасно зберігаючи зв'язок з природою.

– Плавучі глемпінги – це спеціально призначені намети або будівлі розташовані на воді, тобто на річках, озерах або морських узбережжях. Вони надають можливість насолоджуватися природою та спостерігати за водними пейзажами.

– Еко-готелі є засобами розміщення, що пропонують стильне та комфортабельне проживання, використовуючи екологічно чисті технології та матеріали. Ці готелі зазвичай розташовані в природних ландшафтах і пропонують різноманітні екологічні послуги.

– Пустельні глемпінги представляють собою спеціально створені для

проживання споруди в пустелях або пустельних районах, які надають можливість туристам досліджувати та насолоджуватися унікальними пустельними пейзажами [8].

Глемпи можуть мати різні форми і розміри, відповідно до потреб та вимог споживачів. У деяких глемпів внутрішній простір обладнаний власним санвузлом, який може включати туалет, душ, ванну або навіть джакузі. Деякі преміальні номери можуть мати власний басейн для комфортного відпочинку гостей.

Всі номери глемпів забезпечені широким та зручним ліжком, що гарантує комфортний сон гостей. Також вони мають доступ до електромережі та інтернету, що дозволяє забезпечити зручності сучасного життя, навіть у віддаленому природному середовищі. Деякі глемпи оснащені обігрівачами, пічками або камінами, що дозволяє подорожувати та проживати в них протягом всього року, забезпечуючи комфортну температуру навіть в холодну пору.

Також варто відзначити, що окремі санвузли можуть бути розташовані у вигляді окремих блоків, що забезпечує більше простору та приватності для відпочиваючих.

Місця розташування глемпінгів обираються з огляду на декілька факторів. Перш за все, важливий стан навколишнього природного середовища, а також його атрактивність, незвичність і привабливість ландшафту. Саме через це деякі глемпінги розташовуються у важкодоступних для звичайних видів транспорту місцях, і для транспортування відвідувачів використовуються вертольоти, упряжки, джипи, водні судна та інші засоби. Місце розташування глемпінгу визначає потенційну пропозицію додаткових послуг, а також можливості для розваг та рекреаційних занять. Часто такі заняття пов'язані з природним оточенням, проте організатори глемпінгів завжди демонструють широку фантазію. Серед рекреаційних занять можна знайти трекінг, кінні прогулянки, велосипедні маршрути, фотографічні екскурсії, екологічні прогулянки з гідом, рафтинг, сплави на байдарках, відвідування печер, тури на квадроциклах, снігоходах, уроки скелелазіння, парашанеризм, скай-серфінг, спостереження за

дикими тваринами та птахами, підводне плавання, риболовлю, збирання дикорослих рослин, вивчення етнографічних традицій та участь у місцевих святкуваннях, майстер–класи і традиційні екскурсії [18].

На сучасному етапі спостерігається глобальна тенденція до збереження природних ресурсів у світі, оскільки їх обмеженість та вичерпність стають все більш очевидними. В цьому контексті розвиток екоготельної індустрії, зокрема глемпінгів, які спрямовані на збереження природних ресурсів, стає не тільки екологічною необхідністю, але й високоприбутковим бізнесом. Такий тип готелю має потенціал зробити значний внесок у зростання валового внутрішнього продукту за відносно низьких витрат і коротких термінів окупності.

У порівнянні з іншими видами туризму, екологічний туризм, в якому глемпінг відіграє важливу роль, має виразну соціально–економічну спрямованість. Він може зайняти вагоме місце в економіці будь–якого регіону та надати як природним територіям, так і місцевому населенню, зайнятому у цій сфері, нові економічні можливості. Екоготелі забезпечують не тільки приємне перебування гостей у природному середовищі, але й створюють позитивні соціокультурні та економічні наслідки для всієї громади [19].

Отже, глемпінг, як нова концепція, що виникла з кемпінгу, відрізняється від нього за кількома ключовими аспектами. По–перше, глемпінг ставить на перше місце комфорт і затишок для своїх гостей, у той час як кемпінг може бути більш примітивним та простим, а по–друге, глемпінг активно дбає про екологічний аспект, здійснюючи будівництво та функціонування з урахуванням збереження навколишнього середовища. Це робить його екологічно чистою та стійкою формою розвитку туризму. Глемпінг розширює можливості для вибагливих туристів, пропонуючи різноманітні типи розміщення, включаючи трейлери, каюти, куби, куполи, сафарі– та белл–тенти, будиночки на деревах, будинки на скелях чи вершинах гір, юрти.

1.3. Становлення та фактори розвитку глемпінгу в Україні та інших країнах світу

Країни Європи привертають мільйони туристів щороку своїм багатством культурної спадщини, природними красотами та різноманітними формами відпочинку. Проте, у світлі зростаючого інтересу до екологічного туризму та потреби у відновленні зв'язку з природою, глемпінг виявився ідеальним варіантом для подорожуючих, які шукають особливий досвід проживання у зручних та екологічних умовах.

Глемпінг в країнах Європи вирізняється своєю різноманітністю та багатством пропозицій. Кожна країна пропонує свої унікальні глемпінгові майданчики, що поєднують елементи місцевої культури, архітектури та природних краєвидів. Від глемпінгу в гірських хижинках Швейцарії до наметів у середньовічних замках Німеччини – кожен майданчик має свою унікальну історію та атмосферу.

У 2022 році глобальний ринок глемпінгу оцінювався в 2,73 мільярда доларів США, і за прогнозами, з 2023 до 2030 року він зростатиме на 10,2% у середньому на рік [12].

Глемпінг, який активно розвивається в багатьох європейських країнах, таких як Франція, Німеччина, Словенія, уже на протязі 10 років став популярним видом екотуризму. Перші випадки глемпінгу зареєстровані в США і Великобританії. На сьогоднішній день глемпінг-готелі є невід'ємною та прибутковою складовою галузі гостинності цих країн.

Будівництво повноцінних готелів у місцях, де туристичний сезон є короткотривалим, не завжди є доцільним. Крім того, у заповідниках або природних парках це навіть заборонено. У таких випадках глемпінг стає ідеальним рішенням для всіх цих проблем. Цей новий вид екотуризму пропонує своєрідну концепцію «all-inclusive» на природі, де забезпечується комфортний сафарі-тент замість спального мішка, надаються зручні меблі, повноцінна кухня, душ з гарячою водою та санвузол. Такий заклад розміщення є зручним і цивілізованим, а відпочивати в ньому дуже приємно. Розглянутий підхід до

організації відпочинку може стати перспективною бізнес-ідеєю щодо розміщення гостей в природному середовищі.

У році 2021 Європа зайняла провідну позицію на ринку глемпінгу. Розширення цього виду бізнесу пояснюється присутністю в цьому регіоні сильних гравців на ринку, які прагнуть надати глемпінгу нових форм, що забезпечать гостям розкіш готелю в природному середовищі. Очікується, що протягом періоду з 2021 по 2027 роки ринок глемпінгу буде щороку зростати на 17,2%. Це свідчить про потенційні перспективи розвитку глемпінгу в Європі та збільшення інтересу як у гравців ринку, так і у споживачів [13].

На європейському ринку глемпінгу нині лідирує Німеччина, за прогнозами, до 2027 року ринкова вартість активів підприємств цього виду діяльності сягне 54,4 мільйона доларів США. Також, у Великобританії з 2021 по 2027 рр. очікується щорічний приріст даного ринку послуг у середньому на 17,2%, а у Франції – на 19,8% на рік протягом зазначеного періоду [13].

У Європі перше місце за кількістю глемпінгових майданчиків посідає Великобританія, у якій налічується 830 таких об'єктів. У Німеччині, де спостерігається швидкий розвиток ринку глемпінгових послуг, кількість таких об'єктів становить 582. Іспанія хоча і має меншу площу ніж Україна, але характеризується наявністю більш ніж 355 глемпінг-містечок, де 75% відпочивальників це внутрішні туристи. Франція, хоча має менш теплий клімат та обмежену берегову лінію з пляжами порівняно з Іспанією, має 369 глемпінгів і їх кількість стрімко зростає. Італія, з багатою культурною спадщиною та вражаючою природою, має 243 глемпінги. Словенія, хоча має невелику площу, розміщує близько 100 глемпінгів. Це може бути зв'язано з привабливою природою країни та зусиллями її туристичної галузі для привернення відпочиваючих.

Загалом, за даними проєкту Glamping Hub, на шість провідних країн Європи припадає понад 75% усіх глемпінгів у Європі. Це свідчить про те, що глемпінги стають важливим елементом туристичної інфраструктури та отримують значну популярність серед подорожуючих, які бажають поєднати

комфорт та занурення в природу.

Ці дані свідчать про значну популярність та швидкий розвиток цього бізнесу в даному регіоні (рис. 1.2) [14].

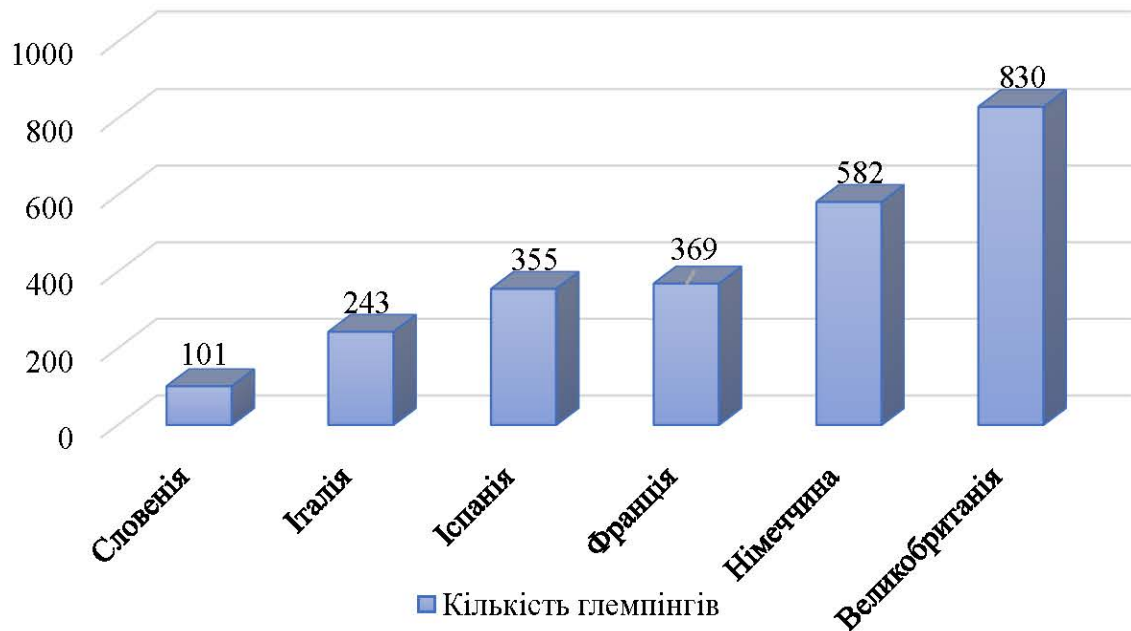


Рисунок 1.2 – Кількість глемпінгів у країнах Європи.

Джерело: складено автором на основі [14]

Специфіка глемпінгу в Україні обумовлена низкою факторів, що роблять його привабливим для споживачів та підприємців:

1. Значна кількість унікальних природних ландшафтів. Україна має розмаїття природних ландшафтів, які ще не були повністю освоєні для масового туризму. Глемпінгові майданчики можуть бути розташовані у горах, лісах, біля озер або річок, надаючи можливість туристам насолоджуватися неперевершеною красою природи.

2. Низький розвиток внутрішнього туризму. В Україні попит на внутрішній туризм зростає, але рівень розвитку глемпінгу ще не досяг ступеня повного використання наявного потенціалу, що надає змогу підприємцям для розширення присутності глемпінгів на внутрішньому ринку та створення умов для задоволення попиту на альтернативні форми відпочинку.

3. Низька насиченість ринку послуг глемпінгів. Незважаючи на темпи

розвитку глемпінгу в Україні, ринок даного виду послуг залишається не насичений подібними майданчиками. Такий стан ринкового середовища створює можливість для розвитку нових глемпінгових проєктів та формування конкурентних відносин, що сприятимуть підвищенню якості обслуговування і розширенню вибору для туристів.

4. Швидка окупність та запуск бізнесу. Однією з переваг глемпінгу в Україні є швидка окупність інвестицій та можливість запуску бізнесу протягом короткого періоду. За оцінками аналітиків, інвестиції в проєкти глемпінгу можуть бути окуплені протягом 2–3 сезонів, а мінімальний термін впровадження проєкту становить 3 місяці.

5. Простота оформлення бізнесу. Україна має сприятливі умови для здійснення бізнесу, включаючи простоту процедуру оформлення та регулювання. Це робить глемпінг доступним для підприємців, які бажають вкласти свої кошти у туристичну галузь та розвивати цей новий формат відпочинку (рис. 1.3) [15].

З огляду на зростаючу кількість глемпінгів у світі, з'являються й розвиваються спеціалізовані платформи, які об'єднують різноманітні пропозиції проживання в цих закладах розміщення. Такі агрегатори надають можливість знайти і порівняти різні варіанти глемпінгу в одному місці. Одним з таких проєктів є Glamping Hub, який оперує в різних країнах світу. Ця платформа пропонує широкий вибір розміщень в глемпінгу, включаючи різноманітні типи та стилі, по всьому світу. Крім того, Glamping.com є ще одним відомим агрегатором пропозицій послуг глемпінгу, який надає зручний пошук та бронювання глемпінг-об'єктів.

Україна також має свою власну платформу Glamping UA, яка об'єднує глемпінги в країні та допомагає туристам знайти ідеальне місце для відпочинку. Ці спеціалізовані площадки забезпечують зручність і доступність для тих, хто бажає спробувати відпочити у глемпінгу та знайти найкращі варіанти проживання в цьому форматі [15].

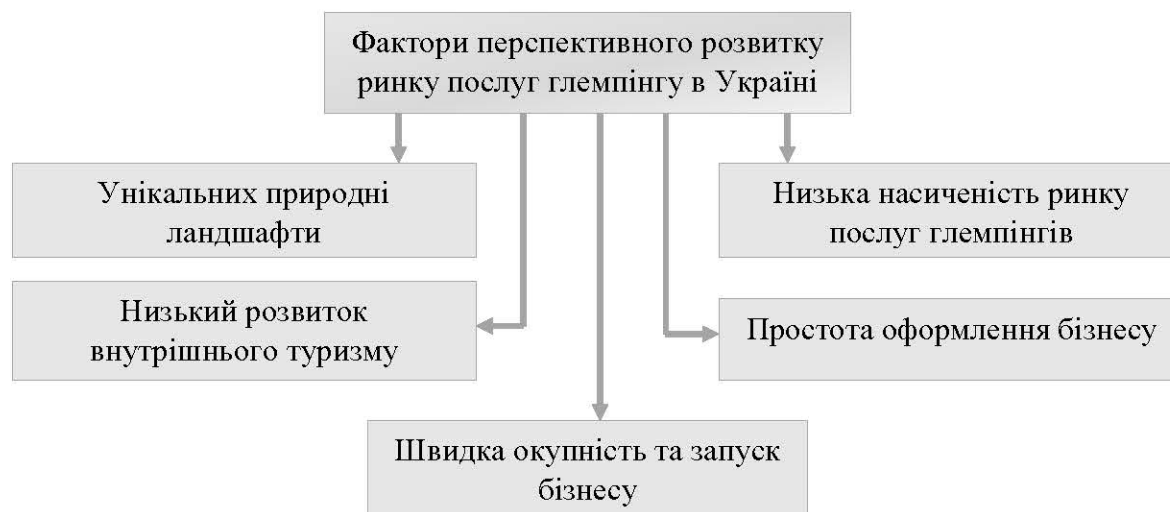


Рисунок 1.3 – Фактори перспективного розвитку ринку послуг глемпінгу в Україні.

Джерело: сформовано автором на основі [15]

Отже, Європа стала провідним регіоном у сфері глемпінгу в 2021 році. За прогнозами на період 2021–2027 років, середньорічне зростання глемпінгу в Європі складатиме 17,2%. Серед найпопулярніших країн для глемпінгу в Європі виділяються Великобританія, Німеччина, Франція, Іспанія, Італія та Словенія. Проект Glamping Hub, який агрегує дані про проживання в глемпінгах по всьому світу, підтверджує, що ці шість провідних країн в Європі налічують понад 1649 локацій, що становить понад 75% усіх глемпінгів у Європі. У 2022 році глобальний ринок глемпінгу оцінювався в 2,73 мільярда доларів США, і прогнозується, що з 2023 по 2030 рік він буде зростати в середньому на 10,2% щорічно. Це свідчить про значний потенціал розвитку глемпінгу як сектору туризму. Зростання інтересу до глемпінгу свідчить про зростання попиту на унікальні туристичні послуги, які поєднують комфорт із зв'язком з природою. Зростання глобального ринку глемпінгу вказує на його потенційну вагомую роль у туристичній і готельній індустрії у найближчі роки.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

При вивченні теоретичних аспектів функціонування глэмпінгу, визначено, що етапи його розвитку зв'язані з подіями, які істотно вплинули на цей процес і поділяються наступним чином: 10 тис. роки до н. е. – поява перших поселень «тіпі» на території Північної Америки; XIII століття – виникнення «герів» на території Монгольської Імперії; XVI століття – створення першого розкішного кемпінгу у Великобританії; початок XX століття – розвиток африканського сафарі; 1990 роки – обмеження закордонних подорожей через світову фінансову кризу; 2007 – 2014 рр. – поширення глэмпінгу у країнах Західної Європи та США; 2016 р. – офіційне включення терміну «глэмпінг» до словника; 2018 р. – початок роботи Американської асоціації глэмпінгу, створення «Glampsource» в Монреалі.

Охарактеризовані основні особливості та концепція глэмпінгу як нового формату відпочинку, яка полягає у забезпеченні максимального комфорту відпочиваючим на природі при мінімальному впливі на навколишнє середовище. Отже, глэмпінг розглядається як вид розміщення та екологічного туризму, спрямований на збереження навколишнього середовища та мінімальний вплив людини на нього. Визначено, що найбільш поширеними типами глэмпінгів в Україні та світі є шатри та юрти; куполоподібні споруди; дерев'яні будиночки; плаваючі глэмпінги; еко-готелі; пустельні глэмпінги.

В ході дослідження встановлено, що розмір ринку глэмпінгу у 2020 році становив 2,3 мільярда доларів США, а до 2028 року прогнозується зростання до 5,9 мільярда доларів США, з середнім щорічним зростанням на рівні 13,3% протягом періоду з 2021 по 2028 рік. Визначено фактори, які описують специфіку діяльності глэмпінгу і характеризуються такими привабливими аспектами: значна кількість унікальних природних ландшафтів; низький розвиток внутрішнього туризму; низька насиченість ринку послуг глэмпінгів; швидка окупність та запуск бізнесу; простота оформлення бізнесу

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО РИНКУ ПОСЛУГ ГЛЕМПІНГУ

2.1. Сучасні та проблемні аспекти розвитку глемпінгу

Сучасний світ туризму постійно еволюціонує, відповідаючи на змінні потреби туристів й їх бажання. У цьому контексті такий новий формат відпочинку як глемпінг, стає все більш популярним та привабливим для подорожуючих. Глемпінг, поєднуючи зручності туристичного кемпінгу та комфорт готелю, знаходиться на перетині приголомшливої природи та сучасних житлових вигід. Цей новий формат відпочинку з'явився як відповідь на прагнення людей насолоджуватися природою, не відмовляючись від комфорту та естетичного задоволення.

Розвиток ринку послуг глемпінгу в останні роки викликав значний інтерес як у туристичній спільноті, так і у власників та інвесторів. Цей формат відпочинку перейшов від концептуальних ідеалів до реальності, створюючи унікальні простори для відпочинку, відновлення фізичних сил та емоційно-психологічного стану. Проте, існують деякі проблеми, які негативно впливають на діяльність глемпінгів (рис. 2.1)

– Регуляторні обмеження є однією з проблем розвитку глемпінгу і можуть відрізнитися в залежності від країни, регіону або місцевих правил.

– Для розміщення глемпінгового майданчика потрібно мати доступ до відповідної земельної ділянки. Отримання дозволу на використання землі може бути складним процесом через правила та обмеження щодо комерційного використання природних територій або конфлікти з власниками землі. В деяких місцевостях вимагається дотримання правил зонування, які обмежують розміщення туристичних споруд або встановлюють певні вимоги щодо їх розміру, масштабу, кількості або дизайну. Крім того, можуть бути потрібні ліцензії або дозволи для здійснення туристичної діяльності.

– В деяких місцях глемпінгові майданчики можуть знаходитися в областях з охороною культурної спадщини. Це може призводити до додаткових обмежень

та вимог щодо збереження історичних або культурних аспектів при будівництві та експлуатації майданчика. Деякі регіони встановлюють суворі екологічні вимоги для глемпінгу, оскільки його розвиток може впливати на природне середовище. Таке регулювання стосується процесів відведення води, управління відходами, енергоефективності та збереження природних ресурсів та ін.



Рисунок 2.1– Основні проблеми розвитку глемпінгу

Джерело сформовано автором на основі [10]

– Оскільки глемпінг спирається на природне середовище, важливо забезпечити його екологічну стійкість. Глемпінг набуває все більшої популярності як вид відпочинку, і сприяє збільшенню кількості відвідувачів на глемпінгових майданчиках. Це може створити проблеми зі збереженням природних ресурсів та дестабілізацією екосистем. Зростання відвідувачів також може сприяти збільшенню відходів та негативного впливу на природне середовище.

– Глемпінгові майданчики потребують певних ресурсів, таких як водопостачання, енергопостачання та будівельні матеріали. Якщо ці ресурси використовуються неефективно або невідповідально, це може призвести до надмірного споживання та виснаження природних ресурсів. Неправильне

управління відходами та недостатнє дотримання екологічних стандартів можуть призвести до забруднення природного середовища. Неправильне сміттєзвалище, викиди водних стічних матеріалів та інші форми забруднення можуть шкодити флорі та фауні, забруднювати водні джерела та псувати естетичний вигляд навколишнього середовища.

– Також постійне збільшення глемпінгових майданчиків може надавати вплив на біорізноманіття регіону та зміни ландшафту. Зведення будівель та зміни використання землі можуть призвести до втрати природних місць мешкання тварин і руйнування їх середовища, а, отже, спричинити зменшення популяцій рідкісних видів та порушення екологічного балансу.

– Проблема сезонності також є важливим аспектом, що впливає на розвиток глемпінгу. Ця проблема полягає у тому, що глемпінгові майданчики зазвичай можуть працювати лише певну частину року, залежно від кліматичних умов і популярності даного регіону як туристичного напрямку.

– Глемпінгові майданчики зазвичай розташовані на вулиці і залежать від кліматичних умов. Наприклад, через холодну або дощову погоду попит на глемпінг зменшується, що призводить до обмеження роботи закладу протягом певних періодів.

Конкуренція з іншими формами рекреації є важливим аспектом розвитку глемпінгу і, хоча глемпінг набуває популярності, існує кілька інших форм рекреації, з якими глемпінг конкурує:

– традиційний кемпінг: традиційний кемпінг займає значну частку ринку рекреаційних послуг. Цей напрям відпочинку включає проживання в палатках, караванах або автодомах. Основною перевагою традиційного кемпінгу є низька вартість та можливість маневрування між різними майданчиками. Однак, глемпінг пропонує більш комфортабельні та стильні умови проживання, що приваблює людей, які шукають більш розкішне досвід;

– готельний відпочинок: готельний відпочинок є популярним видом рекреації, особливо серед туристів, які шукають комфорт і послуги. Хоча глемпінг не може конкурувати зі стандартними готелями у справі надання

широкого спектру послуг та інфраструктури, він пропонує унікальний зв'язок з природою і ближчий контакт з оточуючим середовищем;

- альтернативні форми рекреації: разом з глемпінгом існує також інше розмаїття альтернативних форм рекреації, таких як глампінг на воді (наприклад, плаваючі глемпінгові платформи), портативні місця проживання, екотуристичні проекти тощо. Ці інноваційні форми можуть привернути увагу тих, хто шукає новаторські варіанти рекреації та унікальний досвід.

Відпочинок у глемпінгу – це новий формат рекреації, який поєднує комфорт та зручності готельного проживання з незабутнім досвідом знаходження в природі. Глемпінгові майданчики набувають все більшої популярності у туристів, які бажають насолоджуватися природними краєвидами, не відмовляючись від комфорту. Але, як у кожній формі відпочинку, глемпінг також має свої позитивні та негативні аспекти, які варто врахувати (рис. 2.2, табл. 2.1).

На діяльність глемпінгу та її розвиток негативно впливають наступні фактори:

- Одним з недоліків є високі ціни. Глемпінг-відпочинок може бути дорожчим у порівнянні з традиційними формами рекреації, оскільки забезпечує комфортні умови проживання та надає розкішні меблі та зручні ліжка. Це може стати обмеженням для деяких туристів, особливо тих, хто шукає бюджетні варіанти відпочинку.

- Ще одним недоліком є екологічні проблеми. Неконтрольоване розміщення глемпінгових споруд може мати негативний вплив на природне середовище. Правильне планування і розташування глемпінгових майданчиків є важливим, щоб забезпечити збереження та охорону навколишньої природи.

- Деякі глемпінгові майданчики можуть бути обмежені сезонністю через особливі кліматичні умови. Наприклад, деякі регіони можуть мати непридатні умови для глемпінгу під час зимового сезону. Це може вплинути на доступність та привабливість глемпінгових послуг для туристів.



Рисунок 2.2 – Позитивні та негативні фактори розвитку глемпінгу
Джерело сформовано автором

Таблиця 2.1 – Позитивні та негативні фактори розвитку глемпінгу

Негативні	Позитивні
Високі ціни. Глемпінг може бути дорожчим у порівнянні з традиційними формами рекреації	Унікальний досвід відпочинку. Глемпінг надає можливість перебувати на природі в унікальних місцях, знаходячись в комфортабельних умовах
Екологічні виклики. Неконтрольоване розміщення глемпінгових споруд може негативно впливати на навколишнє середовище	Екологічна стійкість. Глемпінг може пропонувати екологічно чисті способи проживання та розваги
Сезонність. Деякі глемпінгові майданчики можуть працювати обмежений період часу через кліматичні умови	Розширення туристичного потенціалу. Глемпінг може привернути нових туристів та розширити ринки готельно–ресторанних та туристичних послуг
Конкуренція з іншими формами рекреації. Глемпінг змагається з іншими альтернативами відпочинку	Новаторський підхід. Глемпінг пропонує унікальні концепції та формати відпочинку
Регуляторні обмеження. Наявність обмежень та нормативів може ускладнити розвиток глемпінгу	Культурний та соціальний вплив. Глемпінг сприяє взаємодії між людьми, спільнотою та культурному обміну

Джерело сформовано автором

– Глемпінг також змагається з іншими формами рекреації і туризму. Конкуренція з іншими альтернативами відпочинку, такими як готелі, кемпінги або аренда приватних житлових приміщень, може вплинути на популярність глемпінгу і його успішність на ринку.

– Нарешті, розвиток глемпінгу може ускладнюватися регуляторними обмеженнями і нормативами. У деяких регіонах можуть існувати правила щодо будівництва та функціонування глемпінгових споруд, які можуть вимагати спеціальних дозволів або відповідності екологічним стандартам. Це може стати викликом для власників глемпінгів і затяжити процес розвитку цієї галузі.

Однак, глемпінг має й деякі позитивні аспекти (фактори) розвитку, які варто відзначити:

– Глемпінг надає унікальний досвід, дозволяючи насолоджуватися природою, не відмовляючись від комфортабельних умов проживання. Це поєднання пригоди та розкіші робить глемпінг привабливим для туристів.

– Глемпінг сприяє екологічній стійкості. Багато глемпінгових майданчиків пропонують екологічно чисті способи проживання та розваги. Використання енергоефективних технологій, утилізація відходів і використання сталі ресурсів допомагають знизити негативний вплив на довкілля.

– Глемпінг може сприяти розширенню туристичного потенціалу. Нові туристичні пропозиції у вигляді глемпінгових майданчиків можуть привернути нових туристів та розширити туристичні ринки. Вони створюють можливості для відкриття нових туристичних місць та розвитку інфраструктури.

– Глемпінг відзначається новаторським підходом до відпочинку. Цей вид туризму пропонує унікальні концепції та формати відпочинку, які відрізняються від традиційних. Він може задовольнити потреби туристів, які шукають нестандартний досвід і оригінальність.

– Глемпінг сприяє культурній та соціальній взаємодії. Він створює можливості для спілкування, обміну досвідом та культурного обміну між людьми. Глемпінгові майданчики можуть стати місцем зустрічей та співпраці між різними спільнотами.

Усі ці позитивні аспекти глемпінгу свідчать про його потенціал як цікавої туристичної форми, що поєднує комфорт та пригоду, екологічну стійкість та інновації, а також сприяє соціокультурному розвитку.

Отже, глемпінг має потенціал стати важливим сегментом туристичної індустрії, пропонуючи унікальні туристичні послуги та сприяючи розвитку готельно–ресторанного та туристичного бізнесу. Проте, для забезпечення успішної перспективної діяльності глемпінгу потрібно збалансувати його позитивні сторони з мінімізацією негативних впливів на навколишнє середовище та створити умови доступності для широкого кола туристів.

2.2. Аналіз ринку послуг глемпінгу в світі та в Україні

За даними аналізу ринку послуг глемпінгу, проведеного компанією Grand View Research у 2018 році, темпи приросту цього виду діяльності склали близько 2,6% на рік, і за прогнозами фахівців до 2025 року оборот у сфері глемпінгових послуг становитиме близько 4,8 млрд. доларів. В Україні ці показники знаходяться на значно нижчому рівні. Однак наявність усіх необхідних умов та можливостей у країні забезпечують кращі перспективи розвитку цього бізнесу, у тому числі за рахунок залучення іноземних туристів.

За даними компанії Booking.com найбільш популярними та затребуваними у західних країнах стали глемпінги, що забезпечують вимоги класу «суперлюкс» та «люкс», а в Україні – середній та вищий за середній. В результаті дослідження встановлено, що клієнти готові доплачувати не тільки за умови комфорту, але і за можливість відпочинку в унікальному місці, перебуваючи в повному контакті з природою.

У світі шкала цін за проживання у глемпінгу за добу має чималий розмах. До факторів, що впливають на цей показник, відносяться:

- країна, в якій надаються послуги глемпінгу;
- рівень обслуговування;
- рівень комфорту у номері.

Згідно інформації на сайті glamping.com найнижча ціна на добу на глемпінг у вигляді «хіжини» склала 25 \$ у В'єтнамі. Цей глемпінг не відрізнявся високим рівнем комфорту, проте розташовувався в місці з шикарним виглядом. Найбільш висока ціна була зафіксована в глемпінгу, що знаходиться на острові в Тайланді, і склала 3166 \$ за ніч. Середня вартість розміщення у закладі цього виду складає 200–500 \$ за ніч. На ринку послуг глемпінгу в Україні мінімальний рівень вартості на добу становив 21 \$ [17].

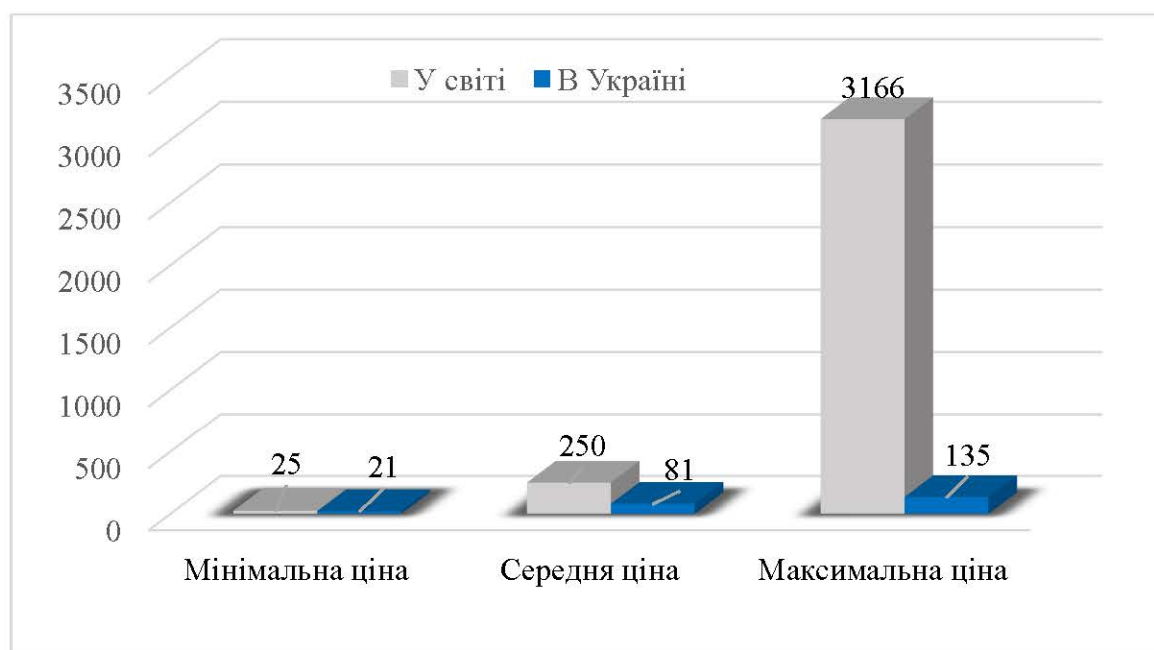


Рисунок 2.3 – Цінові пропозиції на ринку послуг глемпінгу в світі та в Україні
Джерело сформовано автором

Аналіз цільового сегменту ринку послуг глемпінгу показав, що гостями та потенційними споживачами у цьому сегменті є сім'ї з дітьми, чоловіки та жінки за різними віковими категоріями.

Відпочинок сім'єю в глемпінгу воліють пари, які кілька років перебувають у шлюбі, і мають дохід середній та вище середнього. Як правило, вони відпочивають з дітьми, активно користуються майданчиками для пікніків, беруть напрокат велосипеди та човни. Ця категорія споживачів характеризується високими вимогами до якості послуг, і розподіляється за віком наступним чином (рис. 2.4):

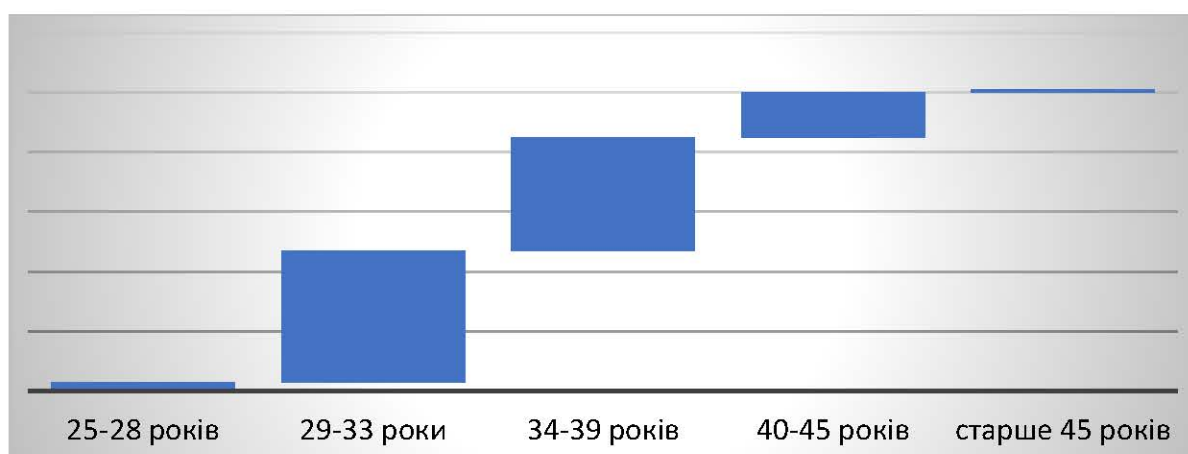


Рисунок 2.4– Вікова структура сімейних пар – споживачів ринку послуг глемпінгу

Джерело сформовано автором

Згідно з даними діаграми, можна відмітити певні особливості, що характеризують споживачів ринку послуг глемпінгу за різними віковими групами.

Найбільшою групою споживачів є сімейні пари віком 29–33 роки, які становлять 43% цього ринкового сегменту. Це свідчить про те, що цей віковий діапазон має високий інтерес до глемпінгу і можливо вважає його привабливою формою відпочинку для своїх сімей. Другою за розміром групою є пари віком 34–39 років, які складають 38% споживачів цих послуг. Ця вікова група також проявляє значний інтерес до глемпінгу, хоча трохи менше, ніж попередня група. Відсоток пар віком 40–45 років на цьому ринку дорівнює 15. Це свідчить про те, що ця вікова група також виявляє інтерес до глемпінгу, хоча у меншій мірі. Молоді пари віком 25–28 років складають лише 3% ринку. Ця група споживачів може не виявляти такого високого інтересу до глемпінгу, можливо з причини фінансових обмежень або інших упереджень. Найменшу частку ринку, всього 1%, складають пари старше 45 років. Це може бути пов'язано з тим, що ці пари менше схильні до нових туристичних трендів і мають інші вподобання щодо форм відпочинку.

До категорії чоловіків, які найчастіше висловлюють бажання скористатися послугами глемпінгу та з комфортом відпочити на природі відносяться заможні

молоді люди, які займають високі та відповідальні посади. Як правило, вони активно займаються спортом, тому готові взяти в оренду велосипед, вудки, човен (рис. 2.5).

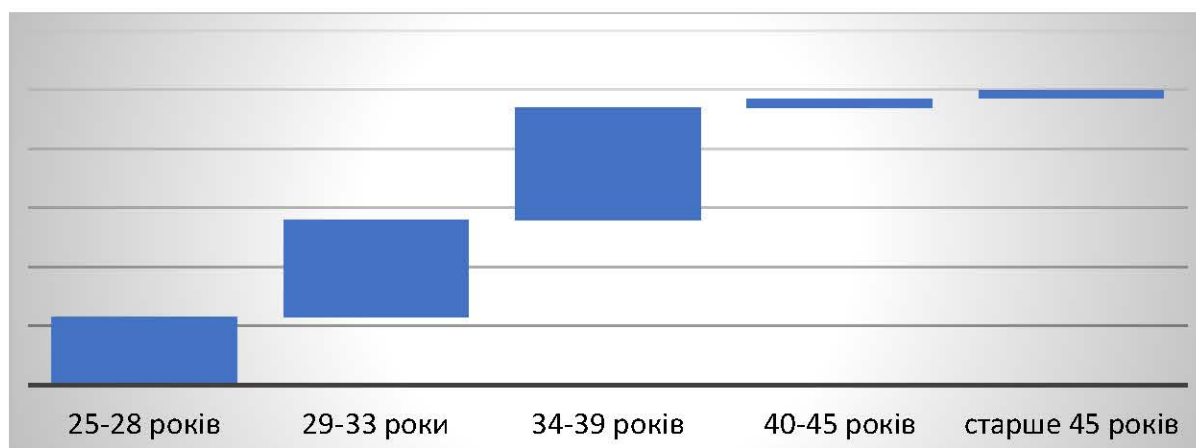


Рисунок 2.5– Вікова структура чоловіків – споживачів ринку послуг глемпінгу
Джерело сформовано автором

Згідно аналізу найбільшою групою серед чоловіків є особи, віком 34–39 років, які складають 38% споживачів ринку глемпінгу. Вони виявляють найбільший інтерес до глемпінгу та становлять значну частку ринку. Чоловіки віком 29–33 років складають 33% споживачів ринку глемпінгу серед чоловіків. Дана група також проявляє певний інтерес до глемпінгу, але трохи менший, ніж представники попередньої групи. 23% ринку глемпінгу у цьому сегменті займають чоловіки віком 25–28 років. Ця категорія споживачі може не виявляти такого великого інтересу до глемпінгу порівняно з іншими віковими групами. Чоловіки віком 40–45 років і чоловіки старше 45 років займають по 3% ринку глемпінгу. Це може бути пов'язано з тим, що чоловіки цих вікових груп можуть мати інші вподобання щодо форм відпочинку або менше зацікавлені в глемпінгу.

Сьогодні існує велика кількість жінок, які прагнуть виїхати на природу та мати всі необхідні зручності під час відпочинку. В основному це компанії молодих дівчат або більш зрілих жінок, які вважають за краще об'єднуватися за інтересами. Вікова структура жінок, що користуються послугами глемпінгу, наведена на рис. 2.6. Найбільшим сегментом серед жінок є особи, віком 29–33 роки, які складають 41% споживачів ринку глемпінгу.

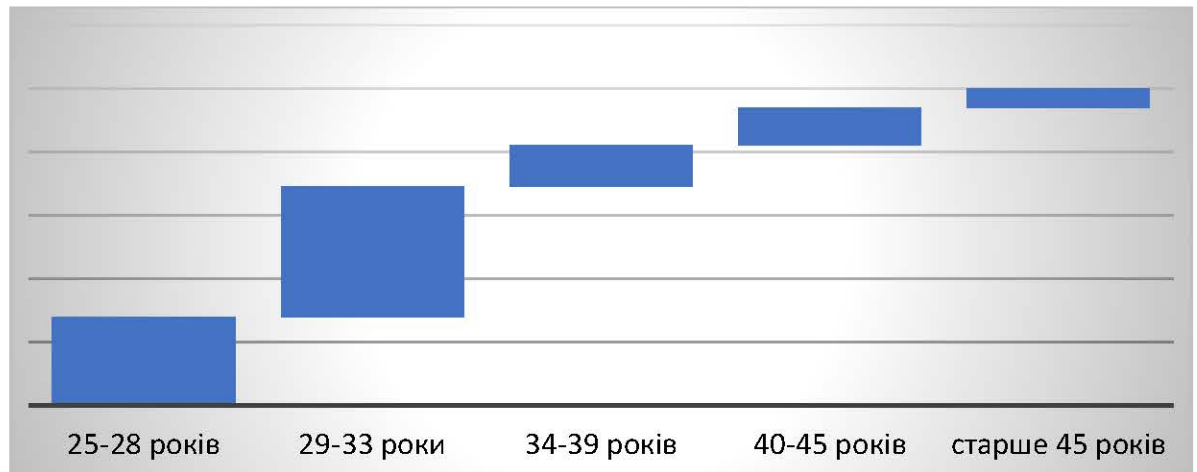


Рисунок 2.6– Вікова структура жінок – споживачів ринку послуг глемпінгу

Джерело сформовано автором

Ця вікова група жінок проявляє найбільший інтерес до глемпінгу. 28% жіночої частини споживачів послуг глемпінгу відносяться до вікової групи 25–28 років. Жінки віком 34–39 року становлять 13% цього ринку, а у віці 40–45 років – 12%. Ця група може мати свої власні вподобання та потреби щодо відпочинку, що впливає на їхній інтерес до глемпінгу. Жінки старше 45 років становлять всього 6% ринку глемпінгу. Це може бути пов'язано зі змінами у вподобаннях та можливостях жінок цієї вікової групи. В Україні ринок послуг глемпінгу знаходиться на стадії формування і тому характеризується низьким рівнем конкуренції. Згідно зі статистикою виживає близько 90% закладів такого типу, а причиною їх закриття, в основному, є неправильний вибір локації. В даний час в Україні працює невелика кількість глемпінгів, кожен заклад має свої особливості та пропонує унікальні послуги (рис. 2.7).

Поширеними та затребуваними є глемпінги, що мають локацію поблизу морів або річок. Їхніми послугами користуються любителі активного відпочинку на воді.

До другої категорії належать глемпінги, що знаходяться в гірських районах та, серед інших послуг, пропонують програми відпочинку, пов'язані з гірськими видами спорту.



Рисунок 2.7– Поширені категорії глемпінгу в Україні

Джерело: складено автором

До третього виду належать тематичні глемпінги, які розташовуються в місцях з багатою історією, що включає і унікальні природні пам'ятники.

Четверту групу складають оздоровчі глемпінги. Діяльність їх спрямована на надання рекреаційних послуг, що включають курс відновлювального масажу, заняття йогою та медитацією та ін.

В Україні глемпінги стали з'являтися нещодавно, на сьогодні їх налічується понад 20, проведений аналіз інформації туристичних сайтів показав, що у ТОП-5 глемпінгів в Україні входять (дод. А):

- Глемпінг «Mandra Zatoka» знаходиться на узбережжі Чорного моря.
- Глемпінг «Шатро» розташований поблизу Києва, у якому пропонуються континентальний та вегетаріанський сніданок.
- Глемпінг «Luxury» – глемпінг юрта з обслуговуванням класу «люкс», знаходиться на приблизно однаковій відстані від м. Ужгород та м. Мукачево, має сучасне технічне облаштування, панорамні вікна, і надає можливість приготування їжі з екологічно чистих продуктів та води з гірських джерел. Гостям пропонується американський сніданок.
- Глемпінг «Gm Eco Bubble» представляє собою напівпрозорі сфери, облаштовані комфортними меблями та зручними технічними засобами. Глемпінг розташований в осередку Карпат недалеко від Яблуниці та Буковеля.
- Глемпінг «Sfera 365». – унікальна споруда у вигляді прозорої сфери, яка

обладнана телескопом.

Отже, глемпінг в Україні має достатньо високий потенціал розвитку. Гостями та потенційними споживачами глемпінгу є різноманітні групи людей, зокрема сім'ї з дітьми, чоловіки та жінки різних вікових категорій. За даними аналізу, значну частку серед сімейних пар складають пари віком 29–33 роки. Серед чоловіків, найбільшу групу становлять особи віком 34–39 років, а серед жінок – особи віком 29–33 роки. Данні аналізу характеризують склад і структуру цільових споживачів та напрями розвитку глемпінгу в світі та Україні.

2.3. Аналіз умов діяльності глемпінгу «Зелений гай» на підставі SWOT – аналізу

У селі з назвою «Зелений гай», що знаходиться в Дніпропетровській області, знаходиться унікальний комплекс, який включає екоферму, сироварню та глемпінг. Цей об'єкт, також відомий як «Зелений гай», пропонує унікальні можливості для відпочинку та оздоровлення на природі, які забезпечують компенсаційний та стабілізуючий ефект, спрямований на стимулювання психологічного стану людини, звільнення від фізичної та психічної втоми, отримання позитивних емоцій.

Глемпінг «Зелений гай» має високу транспортну доступність та необхідну інфраструктуру. Тому споживачі послуг комплексу можуть дістатися до місця призначення декількома способами. Перш за все, можна скористатися власним транспортом, оскільки глемпінг має зручний під'їзний шлях та безкоштовну парковку для автомобілів гостей. Це надає їм велику свободу руху і можливість самостійно планувати свій час. Також, для споживачів, які не мають власного транспорту або бажають уникнути водіння, існує зручна альтернативна поїздка на автобусі. Громадський транспорт відправляється з міста Дніпро до с. «Зелений гай» із зупинкою біля комплексу щогодини. Час поїздки залежить від руху та дорожніх умов, але зазвичай займає близько 40–50 хвилин.

У комплексі «Зелений гай» гості мають можливість контакту з

різноманітними тваринами, які утримуються на фермі. Цей суб'єкт господарювання також виконує важливу роль у рятунок та охороні тварин. У 2022 році ферма «Зелений гай» перетворилася на притулок для тварин, які були вимушені залишити свої домівки в результаті початку війни. Зусиллями працівників ферми було забезпечено безпеку та добробут тварин, де їм надають не тільки притулок, але й необхідну медичну допомогу та догляд. В даний час на фермі утримуються різні види домашніх тварин, птахів з різних регіонів світу, що впливає на розширення обсягу додаткових послуг.

Взаємодія з тваринами, які мають доброзичливе ставлення до людей, надає терапевтичний ефект і позитивно впливає на емоційний стан дітей та дорослих, забезпечує їхнє психологічне розвантаження. Відчуття спокою, розслаблення та позитивних емоцій, що виникають під час спілкування з тваринами, можуть сприяти загальному покращенню самопочуття та психологічному благополуччю гостей комплексу «Зелений гай».

Сироварня також є важливим елементом комплексу «Зелений гай». Вона спеціалізується на виробництві натуральних сирів із свіжого молока з екоферми, які відрізняються особливим смаком та вишуканістю.

Але найбільш унікальною частиною комплексу є глемпінг. Заклад «Зелений гай» пропонує своїм гостям комфортабельні й стильні житлові намети, розташовані у затишному природному середовищі на березі річки Мокра Сура. Цей глемпінг створює унікальну атмосферу, де гості можуть розслабитися і відновити свої сили серед спокійних пейзажів природи. У комплексі «Зелений гай» пропонується унікальний вид проживання в наметах «Тірі», які відрізняються від звичайних кемперських наметів тим, що мають особливу трикутну форму з незвичайним зовнішнім виглядом. Під поняттям «Тірі» розуміють тип традиційного переносного житла кочових індіанців, а також гірських племен Далекого Заходу.

Внутрішнє облаштування наметів «Тірі» глемпінгу «Зелений гай» дозволяє гостям відпочивати в комфортних умовах. Намети обладнані зручним двоспальним ліжком, що забезпечує комфортний сон та відпочинок. Крім того,

намети оснащені системами енерго– і водопостачання, автономного опалення, Wi-Fi, що дозволяє гостям залишатися зв'язаними зі світом та насолоджуватися необхідними зручностями Інтернету та інших благ цивілізації.

Проживання в наметах «Тірі» в комплексі «Зелений гай» надає гостям унікальний досвід контакту з природою, не відмовляючись від комфорту і сучасних технологій. Таке поєднання природи та сучасного зручного проживання створює атмосферу гармонії та спокою, де гості можуть насолоджуватися красою навколишнього середовища, а водночас мати доступ до необхідних зручностей.

У комплексу «Зелений гай» гостям пропонуються різноманітні послуги, які виконують компенсаційну, стабілізуючу та оздоровчу функції у процесі відпочинку на природі. Однією з особливих додаткових послуг є ознайомчі й пізнавальні екскурсії, у межах яких передбачається відвідування екоферми, проведення конкурсів, пов'язаних з особливостями тваринного світу, флори та фауни. Гості мають унікальну можливість познайомитися з органічним сільським господарством та дізнатися більше про рослинництво та тваринництво. Вони можуть долучитися до роботи на фермі – доглядати за тваринами і навіть спробувати свіжий фермерський продукт, продегустувати 6 видів сирів та 5 видів ягідного вина (з білої та червоної смородини, чорної смородини, з малини, полуниці та з горобини) власного виготовлення. Однією з унікальних рекреаційних послуг є йога з тваринами та катання на конях у екологічно чистому природному середовищі. Це не лише сприятиме розслабленню та гармонізації, а також створює особливий зв'язок з природою, який допомагає покращити емоційно–психологічний стан людини.

Крім того, глемпінг «Зелений гай» пропонує різноманітні розваги та види активного відпочинку на відкритому повітрі, зокрема, надається така послуга як сплав на каяках по річці або плавання на човнах по озеру. Також гостям надається можливість прогулянок у лісі або в саду з мальовничими краєвидами, організації пікніків біля води, спостерігати за птахами та дикими тваринами. На території є обладнаний пляж з пісочним покриттям та альтанками.

Такі унікальні умови для відпочинку забезпечують конкурентні переваги комплексу «Зелений гай» та перспективи для подальшого розвитку, що, своєю чергою, потребує визначення положення даного закладу на ринку послуг глемпінгу.

Виявлення слабких та сильних сторін, потенціалу розвитку комплексу проводиться за допомогою SWOT-аналізу, який надає можливість комплексного вивчення стану закладу, визначення його конкурентоспроможності й важливих аспектів бізнес-процесів для забезпечення стратегічного планування діяльності глемпінгу і підвищення якості обслуговування гостей (табл. 2.2).

Таблиця 2.2 – SWOT-аналіз діяльності глемпінгу «Зелений Гай»

Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Вигідне місцезнаходження. Правильно обрана локація: біля річки, в екологічно чистій природній мальовничій зоні. 2. Унікальний формат проживання у комфортних наметах «Тірі» з підведеними комунікаціями (водо-, електропостачання, мережі Інтернет, Wi-Fi), наявністю санітарно-гігієнічного комплексу тощо. 3. Різноманітність додаткових послуг: відвідування ферми; розважальні конкурси; взаємодія з тваринами; сплави на каяках; катання на конях; йога з тваринами та інші активності; дегустація екологічно чистих продуктів власного виробництва карбонової ферми та сироварні. 4. Низький рівень конкуренції. 5. Можливість швидкої зміни концепції	1. Обмежена кількість місць для проживання через обмежену кількість наметів «Тірі». 2. Обмеження потоку потенційних споживачів. 3. Нестача місць під час сезону відпочинку. 4. Відсутність організованих послуг харчування безпосередньо на території глемпінгу. Гости «Зеленого гаю» повинні самостійно забезпечувати себе їжею.
Можливості	Загрози
1. Розвиток інфраструктури: розширення інфраструктури за рахунок відкриття кафе або ресторану, побудови спортивних майданчиків 2. Встановлення додаткового глемпінгу «Тірі». 3. Збільшення кількості споживачів послуг глемпінгу, підвищення якості обслуговування. 4. Розширення номенклатури додаткових послуг: харчування, спортивно-розважальних, по дієвих. 5. Організація Event-заходів, заходів вихідного дня. 6. Встановлення партнерства з місцевими туристичними агентствами для просування своїх послуг, привертання потенційних споживачів, проведення спільних маркетингових акцій, формування пакетних пропозицій, отримання рекомендації від агентств	1. Посилення конкуренції на ринку послуг глемпінгу: відкриття нових закладів з подібними послугами та умовами перебування споживачів. 2. Залежність завантаженості закладу та реалізації заходів, зокрема спортивно-розважальних, event-заходів та ін., від погодних умов

Джерело: розроблено автором

За результатами аналізу встановлено, що глемпінг «Зелений гай» має декілька ключових переваг. По–перше, правильно обране місце розташування в екологічно чистій зоні біля річки та еко–ферми надає можливість гостям поринути в атмосферу природи, встановити гармонію між відпочинком та екологічною чистотою навколишнього середовища, а також забезпечує поєднання пізнавального, рекреаційного і екологічного видів туризму, позитивно впливає на стан здоров'я гостей.

По–друге, унікальний формат проживання в комфортних наметах типу «Тірі» з підведеними комунікаціями надає гостям зручності, які зазвичай не зустрічаються в звичайних кемперських наметах. Це дозволяє поєднати пригоду проживання на природі з комфортом і зручностями, які притаманні мегаполісу. Подібний формат несе в собі рекреаційну та реабілітаційну користь.

По–третє, комплекс «Зелений гай» пропонує різноманітність додаткових послуг для гостей. Крім проживання, тут можна відвідати ферму, взаємодіяти з тваринами, брати участь у сплавах на каяках, кататись на конях, займатись йогою, тощо. Також гостям пропонуються екологічно чисті та фірмові продукти власного виробництва, такі як сири та ягідне вино з карбонової ферми та сироварні.

Аналіз показав, що комплекс «Зелений гай» займає високу конкурентну позицію на ринку послуг глемпінгу у цьому регіоні, й даний фактор може сприяти залученню більшої кількості споживачів та створенню стабільної клієнтської бази закладу.

Нарешті, важливою перевагою комплексу «Зелений гай» є можливість швидкої зміни концепції. Це означає, що господарі можуть легко адаптувати свою пропозицію та відповідати на потреби, які швидко змінюються, та смаки гостей, що забезпечує гнучкість та конкурентоспроможність бізнесу.

До основних проблем в роботі комплексу «Зелений гай» відносяться відсутність організованого харчування для гостей та обмеженість місць для проживання. Ці негативні фактори знижують рівень комфорту та якості обслуговування споживачів послуг глемпінгу.

Фактор відсутності послуг харчування створює незручності для гостей та негативно впливає на ступінь задоволення їхніх потреб. Недостатня кількість наметів «Тірі» викликає обмеженість місць для проживання в глемпінгу, а отже, і кількості гостей, особливо під час «пікових» періодів у сезон відпочинку або відпусток. Споживачі можуть зазнавати труднощів з бронюванням місць у глемпінгу, що також змушує їх шукати альтернативні варіанти проживання.

Аналіз діяльності закладу «Зелений гай» показав, що існують певні можливості для удосконалення процесу обслуговування гостей. Одним із важливих напрямів розвитку потенціалу комплексу є розширення його інфраструктури шляхом спорудження додаткових наметів та створення функціонального структурного підрозділу з надання послуг харчування гостям глемпінгу, а також обслуговування різноманітних заходів, зокрема «вік ендів». Такий підхід до розвитку об'єкту дослідження передбачає облаштування кухні в приміщенні закладу, встановлення намету «паті-тент» для кафе на 20 місць та чотиримісного модуля «Тірі» з каркасом, площею 50 м². Удосконалення роботи даного суб'єкта господарювання за рахунок розширення інфраструктури, обсягів й асортименту послуг сприятиме привертанню більшої кількості споживачів, підвищенню якості обслуговування, а, отже, збільшенню доходу комплексу «Зелений гай».

Наступним напрямом (можливістю) із забезпечення розвитку діяльності комплексу є встановлення партнерства з місцевими туристичними агентствами. Такий підхід дозволяє встановлювати взаємовигідні зв'язки, поширювати канали інформації й просування послуг закладу, додатково привертати споживачів цього сегменту ринку.

Потенційною загрозою глемпінгу «Зелений гай» є конкуренція з іншими закладами з подібними формами проживання, які існують, а також можуть бути створені в цьому регіоні.

Конкуруючі заклади можуть пропонувати подібні послуги та привабливі умови проживання, а, отже, збільшувати пропозицію і знижувати попит на такі види послуг. Тому, для посилення конкурентоспроможності, комплексу

«Зелений гай» слід зосередитися на розвитку своїх унікальних пропозицій та можливостей, вводити інші види додаткових послуг і підвищувати якість обслуговування для привертання та утримання гостей.

Отже, до загроз у роботі глемпінгу «Зелений гай» відноситься залежність його діяльності від погодних умов. Оскільки гостьовий досвід глемпінгу багато в чому пов'язаний з активними заняттями у відкритому просторі, наприклад, сплавами на каяках, прогулянками на конях та іншими видами відпочинку, погіршення погоди може обмежити доступність цих заходів та знизити ступінь задоволення потреб гостей. Тому для задоволення потреб споживачів незалежно від погодних умов заклад розміщення має розробляти додаткові варіанти розважальних заходів та послуг, зокрема таких, які проводяться під навісами або тентами.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

Згідно проведеного аналізу сучасного стану ринку послуг глемпінгу визначено основні проблеми його розвитку до яких належать: регуляторні обмеження; відсутність відповідної земельної ділянки; обмеження історичних та культурних об'єктів; сезонні обмеження, вплив кліматичних умов; негативний вплив на навколишнє середовище; відсутність комунікаційних споруд або порушення правил їх використання; негативний вплив на біорізноманіття та ландшафт регіону. Визначено негативні та позитивні фактори розвитку глемпінгу, перші включають високі ціни, екологічні виклики, сезонність, конкуренція з іншими формами рекреації, регуляторні обмеження, до другої групи відносяться такі фактори, як унікальний досвід, екологічна стійкість, розширення туристичного потенціалу, новаторський підхід, культурний та соціальний вплив.

Проведений аналіз цільового сегменту ринку послуг глемпінгу показав, що гостями та потенційними споживачами у цьому сегменті є сім'ї з дітьми, значну частку серед сімейних пар складають пари віком 29–33 роки. Серед чоловіків,

найбільшу групу становлять особи віком 34–39 років, а серед жінок – особи віком 29–33 роки. Також найбільш поширеними категоріями глемпінгу в Україні є: глемпінги, розташовані біля водойм; тематичні глемпінги, розташовані в історичних місцях; оздоровчі глемпінги; глемпінги, розташовані в гірських районах. Крім того, визначено, що в Україні глемпінги з'явилися нещодавно, на сьогодні їх налічується понад 20. Згідно аналізу інформації туристичних сайтів у ТОП–5 глемпінгів в Україні входять: глемпінг «Mandra Zatoka» на узбережжі Чорного моря; глемпінг «Шатро» розташований поблизу Києва; глемпінг «Luxury» у вигляді юрти з обслуговуванням класу «люкс», знаходиться в західній Україні; глемпінг «Gm Eco Bubble», розташований в Карпатах; глемпінг «Sfera 365», обладнаний телескопом.

У межах дослідження розглянуто особливості функціонування глемпінгу «Зелений гай», який пропонує унікальний досвід відпочинку в екологічно–свідомому середовищі і забезпечує комфортні умови проживання. Важливим аспектом глемпінгу «Зелений гай» є його екологічна орієнтація.

Згідно проведеному SWOT–аналізу встановлено, що до сильних сторін планованого нового кафе відносяться: вигідне місцезнаходження, унікальний формат проживання у комфортних наметах; різноманітність додаткових послуг; низький рівень конкуренції; можливість швидкої зміни концепції. Сбкі сторони глемпінгу полягають у обмеженій кількості місць для проживання через обмежену кількість наметів «Тірі», обмеження потоку потенційних споживачів, нестача місць під час сезону відпочинку, відсутність організованих послуг харчування на території глемпінгу.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГЛЕМПІНГУ «ЗЕЛЕНИЙ ГАЙ»

3.1. Напрями вдосконалення діяльності та матеріально-технічного забезпечення глемпінгу «Зелений гай»

Глемпінг «Зелений гай» є привабливим місцем для відпочинку, але його розвиток і функціонування значною мірою залежить від сезонних факторів. Сезонність впливає на рівень популярності та відвідуваність глемпінгу, а також на доступність деяких послуг та можливість проведення активних заходів для гостей.

Протягом літнього сезону, зазвичай з травня по вересень, глемпінг «Зелений гай» знаходиться на «піки» популярності. В цей період, коли більше людей шукають відпочинок на природі, насолоджуючись спокоєм, зеленим оточенням, і чистим повітрям. В даний період глемпінг має велику кількість відвідувачів, що дозволяє розвивати та забезпечувати широкий спектр послуг і активних заходів, таких як екскурсії, сплави на каяках, йога з тваринами та інші.

Однією з проблем, яка виникає у роботі даного закладу, є відсутність організованого харчування для гостей. Ця проблема може суттєво вплинути на загальний розвиток та привабливість комплексу «Зелений гай».

Відсутність організованого харчування змушує гостей самотійно забезпечувати себе їжею під час перебування в глемпінгу. Така ситуація може представляти труднощі для багатьох людей, які шукають комфорт та зручність під час відпочинку, оскільки перебування поза межами міста створює деякі проблеми з покупкою продуктів, їх зберіганням та приготуванням.

Відсутність послуг харчування обмежує можливості гостей у вживанні різноманітної кулінарної продукції, вибору страв із професійно розробленого меню під час перебування у глемпінгу, і в цьому випадку, гості змушені самотійно займатися організацією харчування, що знижує загальний рівень комфорту та задоволення гостей від перебування у цьому закладі.

Для деяких гостей такі умови проживання є не зручними або навіть

проблематичними, особливо якщо вони не мають необхідних навичок або обладнання для приготування їжі. Відсутність можливості отримати готових страв у місці тимчасового перебування, створює нестачу комфорту та викликає невдоволення у гостей від відсутності повноцінного та різноманітного харчування.

Також в глемпінгу «Зелений гай» існує проблема, що зв'язана з обмеженою кількістю місць для проживання. Сьогодні у цьому закладі доступні лише два намети, і це означає, що одночасно в ньому можуть проживати від 4-х до 6-ти осіб (із залученням додаткових місць). Це знижує ймовірність бронювання місць в глемпінгу, особливо в популярний період для відпочинку і/або під час відпусток.

Обмежена кількість місць може призвести до того, що споживчі не зможуть отримати доступ до проживання в бажаний час і їм доведеться шукати альтернативні варіанти. З іншого боку, цей фактор створює ексклюзивну та приватну атмосферу для відпочиваючих. Завдяки невеликій кількості мешканців, глемпінг забезпечує спокій і тишу, а також більш особистий та індивідуальний підхід до обслуговування гостей.

У будь-якому випадку фактор обмеженості місць негативно впливає на задоволення попиту на послуги глемпінгу, збільшення кількості споживачів та підвищення прибутку даного закладу. Тому важливим напрямком удосконалення діяльності та економічного розвитку глемпінгу «Зелений гай» є встановлення додаткового глемпу.

Важливим напрямом підвищення рівня задоволення потреб споживачів та якості обслуговування у глемпінгу є надання послуг харчування на високому професійному рівні безпосередньо на території закладу. Вирішення цього питання викликає необхідність в організації діяльності власної кухні та створення спеціального майданчику для приймання їжі.

Функціональний підрозділ з виготовлення кулінарної продукції створює можливість для виготовлення різноманітних страви та напоїв, які відповідають вимогам гостей і враховують їхні побажання та обмеження.

Такий підхід дозволить задовільнити потреби гостей у харчуванні, збільшити кількість додаткових послуг, підвищити якість обслуговування та привернути більшу кількість гостей до цього закладу.

Задля забезпечення роботи кухні глемпінгу «Зелений гай», яка розташовується у будинку комплексу, потрібно придбати певний інвентар та устаткування.

Таким чином, для укомплектування функціонального підрозділу з надання послуг харчування на території глемпінгу «Зелений гай» необхідні наступні техніка, обладнання та інструменти:

- Столовий та скляний посуд для обслуговування споживачів в торговельному залі, посуд та інвентар для кухні, кухонні прилади тощо. Наявність мінімальної кількості посуду регулюється нормативним документом «Норми оснащення закладів ресторанного господарства посудом, столовими наборами, меблями і кухонним інвентарем».

- Кухонне обладнання: газова плита, електричний гриль або барбекю, тостер, кавоварка, чайник, блендер, міксер, електричний чайник, холодильник або холодильна камера, змішувач для води, раковина для миття посуду та інші кухонні пристрої, які необхідні для приготування страв та зберігання продуктів.

- Кухонні аксесуари: кухонні інструменти, зокрема дерев'яні дошки для різання, кухонні рукавички, шумівки, сита, шпателі, кухонні ганчірки, кухонні ваги, тертки, бутильові відкривачки, консервні ножиці, таймери та інші аксесуари, що забезпечують зручність та безпеку під час приготування їжі.

- Система очищення води: встановлення системи фільтрації та очищення води для забезпечення гостей і персоналу безпечної та якісної питною водою.

Перелік обладнання, яке необхідно для матеріально-технічного забезпечення власної кухні та торговельного залу кафе комплексу «Зелений гай» наведені в табл. 3.1.

Таблиця 3.1 – Матеріально-технічне забезпечення функціонального підрозділу з надання послуг харчування у глемпінгу «Зелений гай»

Обладнання	Кількість	Ціна за шт., грн	Всього, грн.
Кухонні меблі			
Стіл виробничий	2	2 000	4 000
Мийка	2	4 000	8 000
Стелаж	2	5 000	10 000
Посуд для приготування їжі			
Набір каструль різного розміру	1	2 300	2 300
Набір сковорідок	1	3 000	3 000
Набір ножів	2	900	1 800
Форми для випікання	1	2 000	2 000
Дошки для нарізання	1	400	400
Щипці та кухонні ножиці	2	350	700
Лопатки та вінчики	2	250	500
Набір гастростійкостей та контейнери для зберігання продуктів	1	1 300	1 300
Посуд та столові прибори для сервірування та обслуговування гостей в залі			
Набір тарілок обідніх та десертних для 6 осіб	4	1 000	4 000
Набір склянок на 6 осіб	4	300	1 200
Набір столових приборів на 6 осіб	4	500	2 000
Набір чашок для чаю на 6 осіб	4	700	2 800
Набір чашок для кави на 6 осіб	4	700	2 800
Піднос	8	200	1 600
Набір для спецій	8	130	1 040
Серветниця	8	100	800
Кухонна техніка			
Гриль багатофункціональний	1	14 000	14 000
Плита газова	1	15 000	15 000
Шашличниця	3	3 500	10 500
Блендер	1	1800	1800
Міксер	1	1000	1000
М'ясорубка електрична	1	3500	3500
Овочерізка ручна	1	900	900
Соковижималка електрична	1	3600	3600
Холодильна камера	1	14000	14000
Бойлер	1	5 200	5 200
Чайник електричний	1	850	850
Всього			120 590

Джерело: розроблено автором

З урахуванням концепції функціонального підрозділу з надання послуг харчування, що базується на використанні органічних, екологічно чистих продуктів, що виробляються на власній еко-фермі та сироварні, гостям пропонується певний асортимент страв і кулінарної продукції (рис. 3.2) та відповідне меню (дод. Б).

Таблиця 3.2 – Асортимент страв та кулінарної продукції, що пропонується для глемпінгу «Зелений гай»

Страва	Вага, г	Ціна, грн
Салат зі свіжими овочами, морквою та зеленню, заправлений оливковою олією.	250	90
Салат з міксом салату та сочевицею	230	115
Веганський овочевий шашлик із сиром	400	130
Овочі гриль	450	110
Курча «тапака»	350	300
Курине філе з грибним соусом	250	205
Перзола	150	140
Стейк зі свинини на грилі з медово-гірчичним соусом	210	260
Шашлик зі свинини з овочами	100 г	150
Сирна тарілка з сирами власного виробництва	150	200
Сир у клярі	200	120
Лаваш з бринзою та зеленню	200	90
Млинці з сиром та вишневим соусом	150	110
Сирники	150	90
Соки в асортименті	250	50
Чай (чорний, зелений, каркаде)	300	50
Кава в асортименті	75–200	35–60

Джерело: розроблено автором

Пропозиція щодо встановлення додаткового глемпінгу «Тірі» та тентів для кафе дозволяє вирішити проблему обмеженості місць, створює умови для збільшення кількості проживаючих у глемпах, проведення розважальних та подієвих заходів з організацією послуг харчування та забезпечення гостей даним видом послуг.

Встановлення додаткового глемпінгу дозволить збільшити завантаженість закладу розміщення, розширити коло споживачів, які зможуть насолоджуватись

комфортним проживанням в природному середовищі, а, отже, забезпечить підвищення доходу даного комплексу. Крім того, для забезпечення приватності та зручність проживання гостей є можливість розташування додаткового глемпінгу на певній відстані від основного.

Установка тентів для кафе створює умови для проведення святкових, розважальних заходів або майстер–класів із наданням послуг харчування та додаткового простору для відпочинку. Це дасть можливість гостям насолоджуватись затишними обідами та вечереми під відкритим небом. Крім того, тенти можуть бути використані для організації розважальних заходів, таких як вечірки, концерти, лекції, майстер класи тощо, роблячи глемпінг «Зелений гай» ще більш привабливим місцем для різноманітних подій.

Матеріально–технічне оснащення заходів щодо встановлення додаткового глемпінгу «Тірі» та тентів для кафе потребує придбання необхідного обладнання та меблів (табл. 3.3, 3.4).

Таблиця 3.3 – Матеріально–технічне оснащення додаткового глемпінгу

Оснащення	Кількість	Ціна, грн.	Загальна вартість, грн
Модуль «Тірі» з каркасом, площа 50 м ² , місткістю 4+	1	110 000	110 000
Ліжко односпальні 80*190 см	4	3 000	12 000
Крісло	2	2 500	5 000
Журнальний столик	1	1 500	1 500
Шафа для зберігання речей	1	4 500	4 500
Декор, текстиль	1	4 000	4 000
Всього:			137 000

Таблиця 3.4 – Матеріально–технічне оснащення кафе

Оснащення	Кількість	Ціна за шт., грн.	Загальна вартість, грн
Намет «паті–тент» для кафе та бару на подіумі, місткістю: на 20 осіб	1	38000	38 000
Набір: стіл обідній, 4 стільця	5	5 000	25 000
Всього:			63 000

Джерело: розроблено автором

Отже, сума витрат на матеріально–технічне забезпечення функціонального

підрозділу з надання послуг харчування у глемпінгу «Зелений гай» становила – 120 590 грн, вартість встановлення намету «паті-тент» для кафе на подіумі, місткістю 20 осіб та його оснащення складає – 63 000 грн, витрати на встановлення та оснащення глемпінгу дорівнюють – 92 000 грн.

Отже, загальна сума витрат на матеріально-технічне оснащення за такими напрями розвитку діяльності, як відкриття функціонального підрозділу щодо надання послуг харчування та встановлення додаткового глемпінгу «Тірі» в комплексі «Зелений гай» складає 275 590 грн.

3.2. Організаційно-управлінські засади удосконалення процесу функціонування глемпінгу «Зелений гай»

Організаційно-управлінська діяльність є необхідною умовою побудови та дотримання порядку виконання бізнес-процесів з урахуванням змін зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства, а також умов розвитку професійної сфери. Організація діяльності закладу починається з вибору організаційно-правової форми і виду економічної діяльності згідно з КВЕД (класифікатор видів економічної діяльності). Комплекс «Зелений гай» є приватним підприємством, з організаційною формою ФОП (фізична особа – підприємець). Відповідно до державних статистичних довідників КВЕД-2010 і КВЕД-2005 економічна діяльність комплексу визначається класом 55.30 – надання місць для проживання в кемпінгах, наметових містечках, трейлерних парках, містечках для відпочинку, а також мисливських або рибальських угіддях для короткострокового розміщення відвідувачів і гостей, а також діяльність ресторанів. Крім того, для ведення цього бізнесу потрібно підтвердження права володіння на земельну ділянку, тобто отримання державного акту на право власності на земельну ділянку і відповідного кадастрового номеру (табл. 3.5)

Отже, до основних документів, що регулюють функціонування глемпінгу «Зелений гай» на законодавчому рівні відносяться:

Таблиця 3.5 – Організаційно–правова основа діяльності глемпінгу «Зелений гай»

Назва документа	Опис
КВЕД–2010: Клас 55.30	включає діяльність, пов'язану з наданням місць для проживання у різних типах об'єктів, таких як кемпінги, наметові містечка, трейлерні парки, а також мисливські або рибальські угіддя для короткострокового розміщення відвідувачів і гостей
КВЕД–2005: Клас 55.30	включає продаж готової їжі та напоїв, зазвичай призначених для споживання на місці, іноді супроводжується розважальними програмами. Ця послуга надається в різних закладах ресторанного господарства, зокрема в ресторанах, ресторанах та кафе самообслуговування, закладах швидкого харчування, тощо
Державний акт на право власності на земельну ділянку	документ, що видається компетентним органом держави, який підтверджує індивідуальне право громадянина на володіння певною земельною ділянкою. Містить інформацію про власника земельної ділянки та підстави, за якими встановлено його право власності на цю земельну ділянку
Кадастровий номер земельної ділянки	унікальна послідовність цифр та знаків, яка призначається конкретній земельній ділянці під час її державної реєстрації і залишається присвоєною їй протягом всього періоду її існування

Джерело: сформовано автором на основі [27, 28]

– Державний акт на володіння земельною ділянкою. Глемпінгове підприємство повинно мати правове підтвердження володіння або оренди земельної ділянки, на якій розташовані споруди та інфраструктура глемпінгу.

– Витяг з Реєстру платників єдиного податку за певними видами господарської діяльності, що визначені згідно з Національним класифікатором України (КВЕД).

– Ліцензія на надання послуг готельного розміщення для забезпечення проживання в глемпінгових спорудах.

– Ліцензія на ресторанний бізнес.

Комплекс «Зелений гай» функціонує з 2019 р., зокрема за даними видами економічної діяльності, має всі необхідні документи, які встановлені законодавством України, і не потребує їх додаткового оформлення для розширення діяльності за цими напрямками.

Це означає, що комплекс «Зелений гай» вже пройшов процедуру

легалізації і отримав всі дозволи і документи, які підтверджують його статус легального суб'єкта господарювання. Серед цих документів є свідоцтво про державну реєстрацію підприємства, ліцензії на здійснення певних видів діяльності, тощо.

Отже, документи та дозволи підтверджують, що комплекс «Зелений гай» відповідає вимогам законодавства та регуляторних органів і має право на здійснення зареєстрованих видів діяльності, що сприяє створенню довіри серед споживачів та партнерів комплексу і гарантує їм законність та якість наданих послуг.

Персонал в сфері обслуговування також відіграє ключову роль у забезпеченні ефективної роботи закладу і створенні його позитивного іміджу. Від їхніх навичок, умінь, професіоналізму, кваліфікації, комунікативних здібностей залежить якість та культура обслуговування, задоволення гостей від перебування у цьому закладі, їхнє бажання повернутися ще раз і рекомендувати глемпінг іншим потенційним споживачам.

Організаційно–управлінська діяльність також спрямована на формування організаційної структури комплексу «Зелений гай» (рис. 3.1) та функціональних обов'язків персоналу структурних підрозділів, встановлення їх взаємозв'язків.

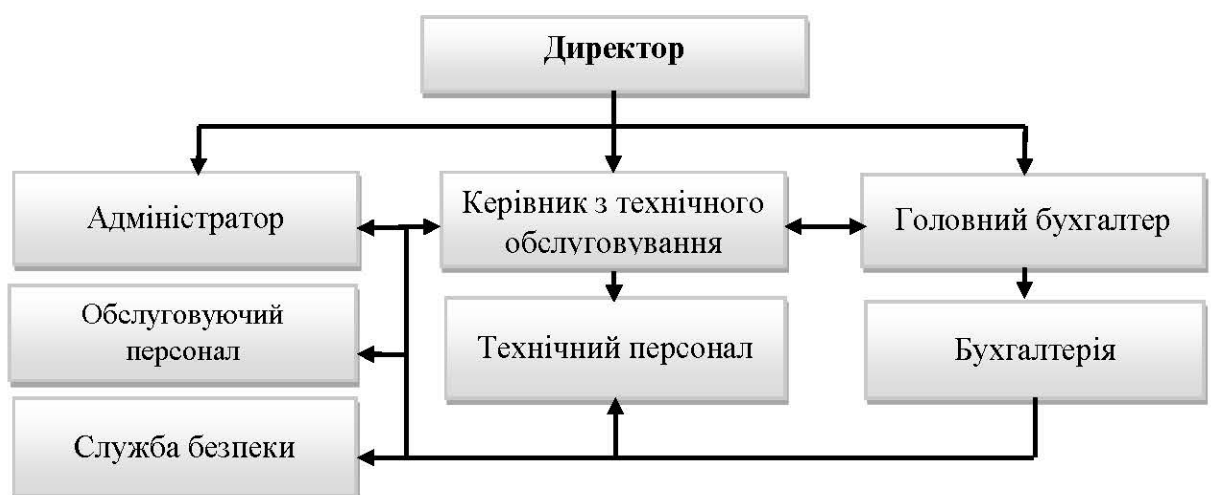


Рисунок 3.1– Організаційна структура глемпінгу «Зелений гай»

Джерело: розроблено автором

Для функціонування комплексу «Зелений гай» згідно з запропонованими змінами, потрібно розширити штат працівників, а саме збільшити кількість покоївок, найняти додатково кухарів та офіціантів.

Склад та кількість працівників залежить від способу розподілу обов'язків.

Ефективність роботи функціональних підрозділів залежить від рівня професійної підготовки, досвіду роботи працівників та виконання їми посадових інструкцій. Згідно зі встановленими посадовими обов'язками кухарі повинні: організовувати технологічні процеси, здійснювати контроль за роботою кухні, готувати страви за запитами гостей, розробляти технологічні карти страв, виконувати калькуляцію кулінарних виробів та ціни на них; визначати потреби в продуктах харчування на основі меню; забезпечувати контроль за санітарно-гігієнічним станом кухні. Кухарі відповідають за роботу кухні, приготування страв, напівфабрикатів, напоїв. Вони несуть матеріальну відповідальність та зобов'язані стежити за збереженням кухонного обладнання, відповідають за списання продуктів та складання заявок на їх закупівлю.

Офіціанти кафе за посадовою інструкцією зобов'язані: приймати замовлення від споживачів, подавати приготовані страви та напої; консультувати споживачів; дотримуватися стандартів якості обслуговування споживачів; прибирати обслуговувані столи; дотримуватися норм санітарії та гігієни.

В обов'язки покоївки входить: прибирання приміщень глемпінгів в суворій відповідності з технологією прибирання; утримання у чистоті житлових приміщень, санвузлів та душових кабін; заміна постільної білизни, рушників та гігієнічних засобів; контроль за справністю санітарно-технічного й іншого обладнання в приміщеннях глемпінгу та санвузлах; прийняття номерів від проживаючих при від'їзді. Покоївки допомагають гостям розташуватися в глемпінгу, готують номери до в'їзду. При оренді паті-тенту або проведенні ресторанних заходів для великої кількості гостей, покоївки допомагають в обслуговуванні відвідувачів.

Персонал глемпінгу повинен мати високий рівень професіоналізму, комунікативність та емпатію, вищу або середню спеціальну професійно-

технічну освіту, досвід роботи у ресторанній та готельній сфері. Крім цього, персонал повинен знати про особливості діяльності закладу та послуги, що надаються в глемпінгу, щоб бути в змозі інформувати гостей, надавати консультацію та рекомендації.

Таким чином, з урахуванням запропонованих заходів щодо організації роботи функціонального підрозділу з надання послуг харчування та збільшення кількості місць у глемпінгу можливо сформувати відповідну організаційну структуру комплексу «Зелений гай» (рис. 3.2)

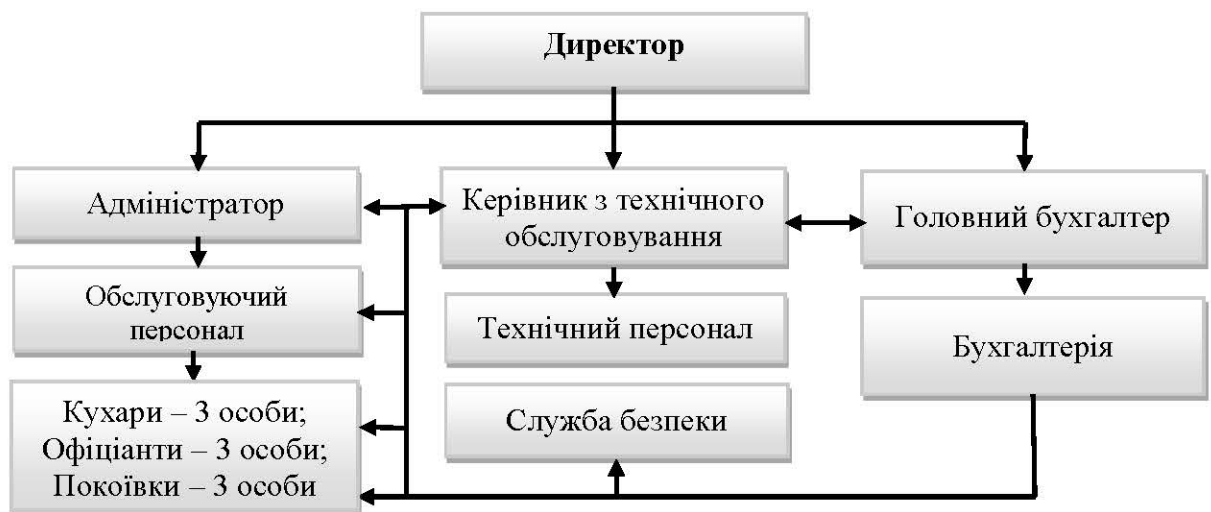


Рисунок 3.2– Організаційна структура глемпінгу «Зелений гай» з урахуванням збільшення видів та кількості послуг

Джерело: розроблено автором

На підставі побудованої організаційної структури закладу з урахуванням збільшення видів та кількості послуг та розширення штату на 9 осіб, складено графіки роботи персоналу глемпінгу і кафе (табл. 3.6, 3.7, 3.8).

Графік роботи кафе враховує режим роботи, потреби глемпінгу та відповідає вимогам Кодексу законів про працю України.

За планом кафе функціонує щодня з 9:30 ранку до 21:00 вечора. Тому тривалість робочого дня трьох штатних кухарів, офіціантів, покоївок у двозмінному режимі становить 11 годин і 30 хвилин, з яких 30 хвилин відводяться на перерву. У місяць, враховуючи загальну кількість робочих та вихідних днів, кожен співробітник матиме 20 робочих днів і 10 вихідних. Отже,

якщо робітник працює по 7 годин на день, загальна кількість робочих годин для кожного працівника складатиме 140 годин на місяць. Що в розподілі на тиждень становитиме 35 годин на тиждень.

Таблиця 3.6 – Графік роботи кухарів

П.І.Б	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
Робочий графік															
Кухар 1	x	x			x	x	x	x			x	x	x	x	
		x	x	x	x			x	x	x	x			x	x
Кухар 2	x	x	x	x			x	x	x	x			x	x	x
	x			x	x	x	x			x	x	x	x		
Кухар 3			x	x	x	x			x	x	x	x			x
	x	x	x			x	x	x	x			x	x	x	x

Джерело: розроблено автором

Для забезпечення ефективної роботи кухні глемпінгу, кухари працюють у двозмінному режимі. У першу зміну кухари працюють з 8.00 до 15.00. Друга зміна починається з 13.00 і закінчується о 20.00. Кухар починає роботу за півтори години до відкриття закладу, а під час обіднього періоду, коли завантаженість кафе значно зростає, працюють обидва кухари для забезпечення швидкого та якісного приготування страв.

Згідно складеному графіку і з урахуванням посадових інструкцій офіціанти також працюють у дві зміни: перша зміна триває з 9.00 до 15.00, друга – з 14.00 до 21.00.

Покоївки розпочинають роботу о 10 ранку і працюють до 6 вечора, забезпечуючи чистоту та охайність приміщень.

Така організація робочого процесу забезпечує безперебійну та ефективну діяльність глемпінгу, дозволяючи надати належний рівень обслуговування гостям у різні періоди дня.

Таблиця 3.7 – Графік роботи офіціантів

П.І.Б	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
Робочий графік															
Офіціант 1	x	x			x	x	x	x			x	x	x	x	
		x	x	x	x			x	x	x	x			x	x
Офіціант 2	x	x	x	x			x	x	x	x			x	x	x
	x			x	x	x	x			x	x	x	x		
Офіціант 3			x	x	x	x			x	x	x	x			x
	x	x	x			x	x	x	x			x	x	x	x

Джерело: розроблено автором

Таблиця 3.8 – Графік роботи покоївок

П.І.Б	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
Робочий графік															
Покоївка 1	x	x			x	x	x	x			x	x	x	x	
		x	x	x	x			x	x	x	x			x	x
Покоївка 2	x	x	x	x			x	x	x	x			x	x	x
	x			x	x	x	x			x	x	x	x		
Покоївка 3			x	x	x	x			x	x	x	x			x
	x	x	x			x	x	x	x			x	x	x	x

Джерело: розроблено автором

Побудовані графіки є основою для формування фонду оплати праці, сума якого враховується у визначенні ефективності запропонованих заходів щодо економічного розвитку глемпінгу «Зелений гай».

3.3. Економічне обґрунтування напрямів розвитку глемпінгу «Зелений гай»

Структура виручки глемпінгу «Зелений гай» залежить від різних джерел доходів і сезонного фактору. Приблизно 60% виручки планується отримувати від

проживання гостей у глемпінгах, що є основним джерелом прибутку, тобто більша частка прибутку закладу прямопропорційно залежить від кількості гостей, які будуть розміщуватися у глемпах.

Згідно плану 35% виручки надходить від роботи кафе, торговельна зала якого знаходиться в окремому опалювальному куполі, а кухня в приміщенні будинку комплексу. Це означає, що кафе глемпінгу є додатковим джерелом доходу і може привертати як гостей глемпінгу, так і зовнішніх відвідувачів, які отримують тільки послуги харчування.

Також, невелику частку (більше 7%) виручки планується отримувати від інших видів діяльності, які не були конкретизовані, і можуть включати додаткові послуги, такі як організація екскурсій, оренда спортивного обладнання або проведення розважальних заходів тощо (рис. 3.3).

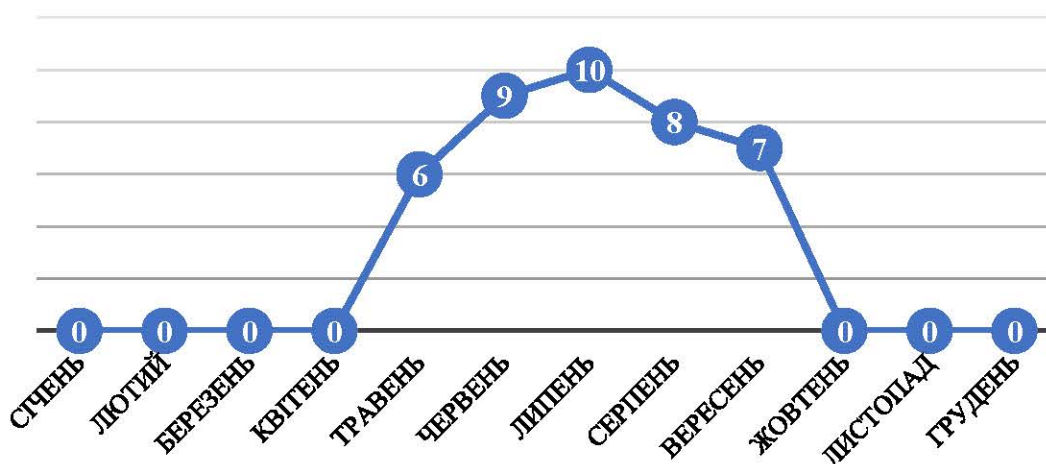


Рисунок 3.3—Завантаженість глемпінгу «Зелений гай» протягом року

Джерело: розроблено автором

Також слід зазначити, що глемпінг «Зелений гай» працює цілодобово без вихідних, за винятком певних місяців, а саме з жовтня по травень (рис 3.3), коли заклад не працює через несприятливі кліматичні умови. В цей період виручка може значно зменшуватись або відсутня зовсім.

На літній період, при завантаженні не менше 80%, глемпінг «Зелений гай» має наступну структуру щомісячних витрат. Основні складові цих витрат включають заробітну плату співробітників, закупівлю товару і комунальні

платежі.

Більша частина витрат, а саме 38% виділяється на заробітну плату персоналу, 25% витрачається на закупівлю товарів та засобів, 20% іде на комунальні послуги. На амортизацію виділяється 12%. 3% займають неочікувані витрати і 2% витрати на рекламу (рис 3.4), (табл. 3.9, 3.10).



Рисунок 3.4–Структура поточних витрат глемпінгу «Зелений Гай»

Джерело: розроблено автором

Таблиця 3.9 – Витрати на заробітну плату

Посада	Кількість працівників	Заробітна плата, грн	Сума, грн	Нарахування на заробітну плату, грн.
Кухар	3	15 000	45 000	36 900
Офіціант	3	12 000	36 000	29 520
Покоївка	3	12 000	36 000	29 520
Всього			117 000	95 940

Джерело: розроблено автором

Розрахунок чистого доходу, витрат та прибутку функціонального підрозділу щодо надання послуг харчування у глемпінгу «Зелений гай» надано в табл. 3.11. Цей підрозділ включає як основне обслуговування ресторану, так і надання послуг харчування гостям глемпінгу.

Таким чином, сума загальних витрат кафе за місяць дорівнює 168 988 грн., за рік – 844 940 грн.; постійних – 6 450 грн., 32 250 грн.; змінних – 162 538 грн.,

812 690 грн., відповідно. Витрати для функціонування кафе та забезпечення послуг харчування глемпінгу розподіляються за допомогою пропорції, де за 100% взято кількість людей, яких підрозділ щодо надання послуг харчування обслуговує щодня, а саме 18 осіб:

$$\frac{18}{10} = \frac{100\%}{55\%},$$

Таблиця 3.10 – Змінні та постійні витрати глемпінгу «Зелений гай» за місяць.

Змінні витрати, грн		Постійні витрати, грн	
Кафе			
Закупка продукції	81 538	Оплата за комунальні послуги	3 500
Оплата праці	81 000	Амортизація	950
—		Послуги з реклами	2 000
Всього		168 988	
Глемпінг			
Забезпечення витратними матеріалами	10 000	Оплата за комунальні послуги	5 000
Оплата праці	36 000	Амортизація	1 500
—		Послуги з реклами	3 000
Всього		55 000	

Джерело: розроблено автором

Таблиця 3.11 – Розрахунок доходу, витрат та прибутку функціонального підрозділу щодо надання послуг харчування за місяць

Послуги харчування глемпінгу					
Вартість харчування, грн	Завантаженість, осіб	Кількість робочих днів	Дохід, грн	Витрати, грн	Прибуток, грн
500	8	30	120 000	76 044	43 956
Кафе					
Середній чек з людини, грн/день	Завантаженість, осіб	Кількість робочих днів	Дохід	Витрати, грн	Прибуток, грн
500	10	30	150 000	92 944	57 056
Всього дохід, грн		Витрати, грн		Прибуток, грн	
270 000		168 988		101 012	

Джерело: розроблено автором

Отже, згідно розрахунку, витрати розподіляються наступним чином: забезпечення послуг харчування глемпінгу – 45%, функціонування кафе – 55%.

Витрати на обслуговування глемпінгу становлять – 76 044 грн., за рік – 380 220 грн. З них змінні витрати складають – 2 903 грн., постійні – 73 142 грн. На функціонування кафе планується витратити – 92 944 грн., 464 720 грн. Змінні витрати для кафе – 3 547 грн., постійні – 89 396 грн.

Також, за розрахунками планованого обсягу продажів сума середнього чеку кафе складає 500 грн., ціна за обслуговування одного глемпінгу за день – 500 грн., середня виручка за день – 5000 грн, 4 000 грн., за місяць – 150 000 грн., 120 000 грн. Загальний дохід становить 270 тис. грн. за місяць, з яких витрат – 168 988 грн, і прибуток відповідно 101 012 грн.

Таблиця 3.12 – Розрахунок чистого доходу, витрат та прибутку додаткового глемпінгу

Основний глемпінг					
Вартість проживання в глемпі за 2 місяця, грн	Завантаженість, осіб	Кількість робочих днів	Дохід, грн	Витрати, грн	Прибуток, грн
2 000	4	30	120 000	27 500	92 500
Додатковий глемпінг					
Вартість проживання за 4 місяця, грн	Завантаженість, осіб	Кількість робочих днів	Дохід	Витрати, грн	Прибуток, грн
4 000	4	30	120 000	27 500	92 500

Джерело: розроблено автором

Таким чином, сума загальних витрат глемпінгу за місяць дорівнює 55 000 грн., за рік – 275 000 грн.; постійних – 9 500 грн., 47 500 грн.; змінних – 46 000 грн., 230 000 грн., відповідно. Витрати для функціонування додаткового глемпу рахуються окремо від двох основних наметів. За 100% взято кількість людей, що може проживати в глемпінгу одночасно, а саме 8 осіб.

$$\frac{8}{4} = \frac{100\%}{50\%},$$

Витрати для функціонування додаткового глемпінгу, в якому можуть проживати 4 людини, становлять 50% від усіх витрат глемпінгу, а саме 27 750 грн. на місяць, 137 000 грн. за сезон. З них змінних витрат – 23 тис. грн., постійних – 4 750 грн.

При розрахунку прибутку глемпінгу взято до уваги, що вартість за проживання в стандартном наметі «Тірі», що розрахований на двох осіб, встановлена 2 000 грн за один глемп на добу, а в додатковому глемпінгу, що розрахований на чотирьох осіб – 4 000 грн. Тож, за розрахунками середня виручка за день – 4 000 грн, 4 000 грн., за місяць – 120 000 грн., 120 000 грн. Загальний дохід становить 240 000 тис. грн. за місяць, з яких витрат – 54 410 грн, і прибуток відповідно 185 680 грн.

Керуючись розрахунками, визначено, що впровадження послуги харчування та збільшення кількості місць для проживання вплине на значне збільшення доходів від глемпінгу.

Для того, щоб розрахувати коефіцієнт терміну окупності використовують дану формулу:

$$P_p = \frac{I_B}{\Pi_p}, \quad (3.1)$$

де P_p – строк окупності, місяці;

I_B – інвестиційні вкладення, грн;

Π_p – прибуток за період функціонування, грн/місяць.

$$P_p = \frac{120\,590}{43\,956} = 2,7$$

Отже строк окупності обладнання кухні для функціонування підрозділу з надання харчування складатиме 2,7 місяця.

Строк окупності обладнання кафе дорівнює 1,1 місяця:

$$P_p = \frac{63\,000}{57\,056} = 1,1$$

Строк окупності додаткового глемпінгу за розрахунком становить 1,5 місяця:

$$P_p = \frac{137\,000}{92\,500} = 1,5$$

Користуючись даними таблиці 3.11 та таблиці 3.12 визначається валовий прибуток кафе та глемпінгу.

Валовий прибуток визначається шляхом віднімання собівартості реалізованої продукції від чистого доходу, отриманого від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг). Цей показник є важливим для оцінки фінансової ефективності підприємства і вказує на рівень прибутковості його діяльності:

$$\text{ВП} = \text{ЧД} - \text{СП}, \quad (3.2)$$

де ВП – валовий прибуток, грн;

ЧД – чистий дохід, грн;

СП – собівартість реалізованої продукції, грн.

Згідно розрахунку валовий прибуток за місяць функціонування підрозділу щодо надання послуг харчування, який дорівнює 43 956 грн:

$$\text{ВП} = 120\,000 - 76\,044 = 43\,956 \text{ (грн)}$$

Також розраховано валовий прибуток від функціонування кафе, який становить 57 056 грн за місяць.

$$\text{ВП} = 150\,000 - 92\,944 = 57\,056 \text{ грн}$$

Валовий прибуток додаткового глемпінгу дорівнює 92 500 грн.:

$$\text{ВП} = 120\,000 - 27\,500 = 92\,500 \text{ грн}$$

Маржинальний прибуток підприємства розраховується з метою визначення додаткового прибутку, який отримується від збільшення обсягу послуг, що надаються. Цей вид прибутку відображає зміну загального прибутку при зміні обсягу виробництва або продажу на одиницю і визначається як різниця між загальним прибутком, отриманим від додаткового обсягу продажу, і загальними змінними витратами, які змінюються відповідно до зміни обсягу:

$$\text{П}_\text{М} = \text{П}_\text{З} - \text{ЗВ}_\text{З} \quad (3.3)$$

де $\text{П}_\text{М}$ – маржинальний прибуток, грн;

Π_3 – загальний прибуток, грн;

$ЗВ_3$ – загальні змінні витрати, грн.

Отже, маржинальний прибуток підрозділу щодо надання послуг харчування дорівнює 45 312 грн:

$$\Pi_M = 120\,000 - 73\,142 = 45\,312 \text{ грн}$$

Маржинальний прибуток від діяльності кафе становить 60 604 грн:

$$\Pi_M = 150\,000 - 89\,396 = 60\,604 \text{ грн}$$

Таким чином, маржинальний прибуток від встановлення додаткового глемпінгу складатиме 106 250 грн:

$$\Pi_M = 120\,000 - 13\,750 = 106\,250 \text{ грн}$$

Отримані показники дозволяють оцінити ефективність діяльності кафе шляхом розрахунку критичного обсягу продажів. Критичний обсяг продажів (точка беззбитковості) визначає мінімальний обсяг продукції (послуг), при реалізації якого доходи від продажу покривають сукупні витрати на її виробництво та збут, забезпечуючи цим нульовий прибуток.

Коефіцієнт граничного прибутку визначає, яку зміну прибутку приносить додаткова одиниця продукції (товару, послуги) і є важливим індикатором для прийняття рішень щодо розширення або скорочення виробництва.

Формула для розрахунку коефіцієнта граничного прибутку має наступний вираз:

$$K_{ГП} = \frac{ВП}{ЧД} \quad (3.4)$$

де $K_{ГП}$ – коефіцієнт граничного прибутку;

ВП – валовий прибуток, грн;

ЧД – чистий дохід, грн.

Отже, за проведеними розрахунками отримуємо:

$$K_{\text{ГП}} = \frac{43\,956}{120\,000} = 0,4$$

Визначено, що коефіцієнт граничного прибутку становить 0,4

Коефіцієнт граничного прибутку кафе становить 0,4:

$$K_{\text{ГП}} = \frac{57\,056}{150\,000} = 0,4$$

Коефіцієнт граничного прибутку додаткового глемпінгу становить 0,8

$$K_{\text{ГП}} = \frac{92\,500}{120\,000} = 0,8$$

Критичний обсяг продажів визначається як мінімальний обсяг продажів, необхідний для того, щоб підприємство змогло покрити всі свої витрати і досягти точки беззбитковості (де прибуток дорівнює нулю). Цей показник характеризує фінансову стійкість та життєздатність підприємства.

Для розрахунку критичного обсягу реалізації в грошовому виразі (OP_K), застосовується формула:

$$B_{\text{КР}} = \frac{ПВ}{(1 - \frac{ЗВ}{В})} \quad (3.5)$$

де $B_{\text{КР}}$ – критичний обсяг продажів у вартісному вираженні;

$В$ – обсяг продажів у вартісному вираженні (виручка);

$ПВ$ – постійні витрати;

$ЗВ$ – змінні витрати.

Отже критичний обсяг реалізації функціонального підрозділу з надання послуг харчування – 7 257,5 грн відповідно до розрахунку:

$$B_{\text{КР}} = \frac{2\,903}{(1 - \frac{73\,142}{120\,000})} = \frac{2\,903}{0,4} = 7\,257,5$$

Критичний обсяг реалізації діяльності кафе дорівнює 8 651,2 грн:

$$B_{\text{кр}} = \frac{3\,547}{\left(1 - \frac{89\,396}{150\,000}\right)} = \frac{3\,547}{0,41} = 8\,651,2 \text{ грн}$$

Критичний обсяг реалізації додаткового глемпінгу становить 5 937,5 грн:

$$B_{\text{кр}} = \frac{4\,750}{\left(1 - \frac{23\,000}{120\,000}\right)} = \frac{4\,750}{0,8} = 5\,937,5 \text{ грн}$$

Таким чином за проведеними розрахунками встановлено наступні фінансово–економічні показники розвитку глемпінгу «Зелений гай» (табл.3.7).

Таблиця 3.13 – Фінансово–економічні показники розвитку глемпінгу «Зелений гай»

Показник	Послуги харчування глемпінгу	Кафе	Додатковий глемпінг
Чистий прибуток, грн	120 000	150 000	120 000
Валовий прибуток, грн	43 956	57 056	92 500
Маржинальний прибуток, грн	45 312	60 604	106 250
Коефіцієнт граничного прибутку	0,4	0,4	0,8
Критичний обсяг продажів, грн	7 257,5	8 651,2	5 937,5

Джерело: розроблено автором

Показники додаткового доходу та терміну окупності запропонованих напрямів розвитку та удосконалення функціонування глемпінгу «Зелений гай» наведено в табл. 3.14.

Таблиця 3.14 – Показники додаткового доходу та терміну окупності заходів, щодо покращення глемпінгу «Зелений гай»

Показник	Послуги харчування глемпінгу	Кафе	Додатковий глемпінг
Чистий дохід, грн	120 000	150 000	120 000
прибуток, грн	43 956	57 056	92 500
Термін окупності, місяців	2,7	1,1	1,5

Джерело: розроблено автором

Оскільки встановлена сума середнього чеку в кафе становить 500 гривень, а вартість обслуговування одного глемпінгу на день також дорівнює 500 гривень, функціональний підрозділ з організації харчування для гостей глемпінгу, забезпечує прибуток у розмірі 43 956 грн на місяць, що сприяє строку окупності в 2,7 місяців. Кафе генерує прибуток у розмірі 57 056 грн і має строк окупності – 1,1 місяців.

Додатковий глемпінг, який може приймати одночасно до 4 осіб, забезпечує прибуток у розмірі 92 500 гривень на місяць і характеризується строком окупності в 1,5 місяця. Результати економічного обґрунтування напрямів розвитку і розширення діяльності свідчать про фінансову результативність кожного з цих бізнес-сегментів і демонструють перспективи швидкої окупності.

Отже, проведеними розрахунками обґрунтовано рекомендовані напрями розвитку глемпінгу «Зелений гай» з фінансово-економічної перспективами. Одне з рекомендованих покращень – збільшення місць шляхом встановлення додаткового глемпу та відкриття нового функціонального підрозділу з надання послуг харчування не тільки відвідувачам глемпінгу, а й забезпечення організації святкових, подієвих або розважальних заходів. Запропоновані напрями розвитку глемпінгу дозволить залучити більше клієнтів і збільшити прибуток від послуг харчування та додаткового розміщення гостей. Запровадження таких змін може мати швидку окупність, оскільки попит на глемпінг та пов'язані з розміщенням послуги стабільно зростає. Крім того, це дасть можливості для подальшого розвитку бізнесу і розширення його діяльності глемпінгу «Зелений гай».

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

У межах визначення напрямів вдосконалення діяльності глемпінгу «Зелений гай» встановлено, що основними проблемами у функціонуванні даного закладу є відсутність організованого харчування для гостей та обмежена кількість місць для проживання, що суттєво впливає на загальний розвиток та привабливість комплексу. Встановлено, що важливим напрямом підвищення

рівня задоволення потреб споживачів та якості обслуговування у глемпінгу є надання послуг харчування на високому професійному рівні на території закладу. Вирішення цього питання потребує організації діяльності власної кухні та створення спеціального майданчику для приймання їжі. Крім того, важливим напрямом удосконалення діяльності та економічного розвитку глемпінгу «Зелений гай» є встановлення додаткового глемпу, що дозволить збільшити кількість споживачів, а отже прибуток закладу.

Проведено розрахунки матеріально-технічного оснащення додаткового глемпінгу та функціонального підрозділу з надання послуг харчування (кафе) у глемпінгу «Зелений гай», а саме, встановлення модулю «Тірі», намету «паті-тент» для кафе, оснащення меблями, технікою та інвентарем глемпінгу, кухні, торговельного залу. Сформовано асортимент страв, розроблено спеціальне меню з урахування виробництва власної продукції комплексу, здійснено розрахунок кількості й вартості сировина для страв.

Визначено організаційно-управлінські заходи щодо удосконалення процесу функціонування глемпінгу «Зелений гай», у межах яких сформовано організаційну структуру та складено графіки роботи персоналу глемпінгу і кафе з урахуванням запропонованих заходів щодо організації роботи функціонального підрозділу з надання послуг харчування, збільшення кількості місць проживання та розширення штату

Здійснено фінансово-економічне обґрунтування запропонованих заходів щодо розширення напрямів діяльності глемпінгу, і на основі економічних розрахунків встановлена їх висока ефективність.

ВИСНОВКИ

За результатами проведеного дослідження отримано наступні висновки.

1. При вивченні теоретичних аспектів функціонування глемпінгу розглянуто основні етапи його розвитку, визначено, що історія глемпінгу сягає віддалених часів, ще до 10 000 років до нашої ери, коли були створені перші поселення з наметів «Тірі». Пізніше, у 13 столітті до нашої ери, з'явилися перші юрти, які поширилися разом з Монгольською імперією. Згодом глемпінг став популярним у країнах Східної Європи, Шотландії, Франції, Туреччині та інших регіонах. Наприкінці 1920-х років, африканські сафарі вплинули на поширення комфортних і розкішних глемпів серед багатих туристів.

2. Визначено, що основними особливостями функціонування глемпінгу є: забезпечення комфорту і зручностей відпочинку на природі; екологічна спрямованість у функціонуванні закладу; різноманітність типів розміщення, включаючи трейлери, каюти, куби, куполи, сафарі- та белл-тенти, будиночки на деревах, будинки на скелях чи вершинах гір, юрти. Встановлено, що важливими факторами специфіки діяльності та розвитку глемпінгу є значна кількість унікальних природних ландшафтів; низький розвиток внутрішнього туризму; низька насиченість ринку послуг глемпінгів; простота оформлення бізнесу тощо.

3. Згідно проведеного аналізу сучасного стану ринку послуг глемпінгу визначено основні проблеми його розвитку до яких належать: регуляторні обмеження; відсутність відповідної земельної ділянки; обмеження історичних та культурних об'єктів; сезонні обмеження, вплив кліматичних умов; негативний вплив на навколишнє середовище; відсутність комунікаційних споруд або порушення правил їх використання; негативний вплив на біорізноманіття та ландшафт регіону. Визначено негативні та позитивні фактори розвитку глемпінгу, перші включають високі ціни, екологічні виклики, сезонність, конкуренція з іншими формами рекреації, регуляторні обмеження, до другої групи відносяться такі фактори, як унікальний досвід, екологічна стійкість, розширення туристичного потенціалу, новаторський підхід, культурний та

соціальний вплив.

4. На основі SWOT-аналізу даного закладу встановлено, що до сильних сторін планованого нового кафе відносяться: вигідне місцезнаходження, унікальний формат проживання у комфортних наметах; різноманітність додаткових послуг; низький рівень конкуренції; можливість швидкої зміни концепції. Слабкі сторони глемпінгу полягають у обмеженій кількості місць для проживання через обмежену кількість наметів «Тірі», обмеження потоку потенційних споживачів, нестача місць під час сезону відпочинку, відсутність організованих послуг харчування на території глемпінгу.

5. Визначено напрями вдосконалення діяльності глемпінгу «Зелений гай», які включають встановлення додаткового глемпу та організація роботи функціонального підрозділу з надання послуг харчування. Такий підхід дозволить задовільнити потреби гостей у харчуванні, збільшити кількість додаткових послуг, підвищити якість обслуговування та привернути більшу кількість гостей до цього закладу.

6. У межах обґрунтування організаційно-управлінських заходів розвитку глемпінгу розроблено його організаційну структуру згідно зі складеним штатним розкладом та режимом роботи кафе, охарактеризовано функціональні обов'язки працівників. Сформовано графік роботи обслуговуючого персоналу кафе, кухні та глемпів, які включають посади директора, кухарів, офіціантів та покоївок.

7. На основі проведеного економічного обґрунтування функціонування підрозділу з надання послуг харчування доведено, що організація харчування для гостей глемпінгу, забезпечує прибуток у сумі 43 956 гривень на місяць, який сприяє строку окупності в 2,7 місяця. Функціонування кафе генерує прибуток у розмірі 57 056 гривень, строк окупності витрат на його відкриття дорівнює 1,1 місяців. Побудова додаткового глемпінгу, який може приймати одночасно до 4 осіб, забезпечує прибуток у розмірі 92 500 гривень на місяць і має строк окупності в 1,5 місяця. Наведені дані свідчать про високу фінансову результативність кожного з цих бізнес-сегментів і демонструють перспективи швидкої окупності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. L'histoire Du Glamping : Les Premières Racines Du Camping De Luxe Et Sa Tendence Moderne URL : https://www.lifeintents.com/fr/blogs/the-list-history-of-glamping-luxury-camping?srsId=AfmBOop7lrr-cj9EaSv7hMxAXEgAViEmIivCeDacYzKWPPYEUa_h5fo
2. Thomas E. The rise of Glamping ^market evolution &Trends. URL: <https://www.americaoutdoors.org/rise-of-glamping-market-evolution-trends/>
3. Глемпінг в Україні як бізнес-ідея в Україні: основні переваги. URL: <https://glamping.ua/glemping-yak-biznes-ideya-v-ukrayini-osnovni-perevagy/>
4. Vrtodušić Hrgović Ana-Marija, Cvelić-Bonifacic J., Licul I.. Glamping – new outdoor accommodation. URL: https://www.researchgate.net/publication/344202665_GLAMPING_NEW_OUTDOOR_ACCOMMODATION
5. North American glamping report. 2019. 24 p. URL: <https://koa.com/content/pdf/2019-koa-north-american-glamping-report.pdf>
6. Orlian L. The History Behind Teepee Dwellings URL: <https://blog.teepeejoy.com/teepee-history/>
7. Yurt. National Geographic: website. URL: <https://education.nationalgeographic.org/resource/yurt>
8. Типи глемпінгів URL: <https://www.glamping.com/accommodations/>
9. Зарихта Д.О., Стойко І.І. Глемпінг: перспективи розвитку в Україні. веб-сайт. Матеріали IV Міжнародної студентської науково-технічної конференції «Природничі та гуманітарні науки. Актуальні питання», м. Тернопіль, Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, 28–29 квітня 2021 р. Тернопіль, 2021. С.251–252.
10. Давиденко І.В. Глемпінг як перспективна форма розвитку екотуризму. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2017. Вип. 26. С. 10–13.
11. Sustainable Glamping: A New Way To Experience Nature URL:

<https://ecobnb.com/blog/2022/08/sustainable-glamping-experience-nature/>

12. Glamping Market Size, Share&Trends Analysis Report. URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/glamping-market>

13. Europe Glamping Market By Type (Cabins & Pods, Tents, Yurts, Treehouses, and Others), By Application (18–32 years, 33–50 years, 51 – 65 years and Above 65 years), By Country, Growth Potential, Industry Analysis Report and Forecast, 2021 – 2027. URL: <https://www.kbvresearch.com/europe-glamping-market/>

14. Glamping Hub: website. URL: <http://surl.li/dibew>

15. Олійник О.В., Мостенська Т.Л., Тарасюк Г.М., Чагайда А.О. Перспективи розвитку готелів у стилі глемпінг в Україні. *Економіка, управління та адміністрування*. 2019. № 4 (90). С. 38–46.

16. Glamping Market Size Worth \$4.8 Billionby 2025. URL: <https://www.prnewswire.co.uk/news-releases/glamping-market-size-worth-4-8-billion-by-2025-cagr-12-5-grand-view-research-inc-814496746.html>

17. Glamping ricein Vietnam URL: <https://www.glamping.com/destinations/asia/vietnam/?type=huts+%26+cottages>

18. Покоłodна М.М., Полчанінова І.Л., Рябев А.А. Глемпінг як перспективний різновид туризму та готельного бізнесу. *Бізнес Інформ*. 2021. № 6. С. 157–169.

19. Бойко В.О. Глемпінг – новий тренд індустрії гостинності. *Таврійський науковий вісник*. Серія: Економіка. 2021. Вип. 8. С.22–28.

20. Glamping As a Trend: Businessand Technological Perspective. URL: <https://www.altexsoft.com/blog/glamping/>

21. Сайт «Зеленого гаю» URL: <https://www.zelenyygay.com/>

22. SWOT-аналіз і PEST-аналіз. URL: <https://teletype.in/@smrnk/rkeoQ2Qmr>

23. Глемпінг. Що потрібно знати про глемпінги. ТОП-5 глемпінгів в Україні. URL: <https://vidpochivai.com.ua/uk/blogs/glempling-shho-potribno-znati-pro-glemplingi-top-5-glemplingov-v-ukraini/>

24. Що таке глемпінг? | GLAMPING UA. URL:
<https://glamping.ua/shho-take-glemping-glamping-ua/>
25. Craig CA. Camping, glamping, and coronavirus in the United States. Ann Tour Res. 2020 Oct 15. URL:
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7561296/>
26. Готелі: основні нормативні вимоги. URL:
<https://ips.ligazakon.net/document/BZ012910>
27. КВЕД–2005: Розділ 55. URL:
https://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2005/55/30/KVED05_55_30.html
28. КВЕД–2010: Клас 55.30. URL:
https://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/55/KVED10_55.html
29. Бойко В.О., Драгота І.П. Глемпінг – ексклюзивний туристичний продукт сьогодення. I International science conference on multidisciplinary research. Abstracts of I International scientific and practical conference (19–21 січня 2021 р.). Berlin, Germany, 2021. P. 208–210.
30. Поврознюк І. М., Нещадим Л. М. Перспективи розвитку глемпінгу для регіональної індустрії гостинності. *Економіка та суспільство*. Вип. 37. 2022. URL:
<https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream/123456789/14593/1/1187-Текст%20статті-1142-1-10-20220420.pdf>
31. 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. URL: http://bses.in.ua/journals/2020/55_2_2020.pdf
32. Cvelić–Bonifačić, I. Milohnić, Z. Cerović. Glamping – creative accommodation in camping resorts: insights and opportunities. ToSEE –Tourism in Southern and Eastern Europe. 2017 Vol. 4. P. 101–114.
33. Glamping.ua – офіційний сайт виробника глемпів в Україні. URL:
<https://glamping.com.ua>
34. ROYAL glamping: веб-сайт. URL: <https://royalglamping.com.ua>

ДОДАТКИ

Додаток А



Глемпінг «Шатро»



Глемпінг «Mandra Zatoka»



Глемпінг «Gm Eco Bubble»



Глемпінг «Luxury»



Глемпінг «Sfera 365»

Рисунок А.1 – ТОП-5 глемпінгів в Україні

Додаток Б

Меню кафе комплексу «Зелений гай»

Страва	Вага, г	Ціна, грн
Холодні закуски		
Салат зі свіжими овочами, морквою та зеленню, заправлений оливковою олією. (огірки, помідори, морква, мікс салатів, зелень, оливкова олія)	250	90
Салат з міксом салату та сочевицею (помідор, мікс салатів, сочевиця, сир фета)	230	115
Сирна тарілка з сирами власного виробництва (Белпер кнолле, Качотта за травами і томатом, Монтерей Джек)	150	200
Гарячі страви		
Веганський овочевий шашлик із сиром (помідори, кабачок, цибуля, адигейський сир, солодкий перець)	400	130
Овочі гриль (кабачок, баклажан, солодкий перець, помідори, гриби, часник)	450	110
Курча «тапака» (курча, листя салату, часник)	400	300
Курине філе з грибним соусом (філе куряче, гриби, вершки)	250	205
Перзола (курячі гомілки, лаваш тонкий, помідори)	150	140
Шашлик зі свинини з овочами (свинина, цибуля, помідори, гриби, листя салату)	100 г	150
Сир у клярі	200	120
Лаваш з бринзою та зеленню	200	90
Десерти		
Млинці з сиром та вишневим соусом	160	110
Сирники	180	90
Фруктове асорті (груша, абрикоси, виноград, банани)	200	100
Холодні напої		
Соки в асортименті (апельсиновий, яблучний, томатний, вишневий)	250	50
Гарячі напої		
Чай чорний	150	50
Чай зелений	150	50
Чай пакетований	150	45
Еспресо	35	35
Американо	125	50
Лате	200	75

Додаток В

Програма закупівлі сировини та продуктів для кафе комплексу «Зелений гай»
на сезон

Вид сировини	Ціна за 1 кг, грн	Програма на сезон			
		Місяць		Сезон	
		В нат. вираж., кг	Сума, грн	В нат. вираж., кг	Сума, грн
Овочі					
Огірки	50,0	20	1 000	100	5 000
Помідори	63,0	23	1 449	115	7 245
Морква	60,0	15	900	75	4 500
Часник	90,0	1	90	5	450
Сочевиця	75,0	7	525	35	2 625
Кабачок	40,0	17	680	85	3 400
Баклажан	85,0	15	1 275	75	6 375
Цибуля	45,0	14	630	70	3 150
Гриби	78,0	16	1 248	80	6 240
Перець солодкий	175,0	15	2 625	75	13 125
Мікс салатів	300,0	13	2500	65	12 500
Фрукти					
Виноград	160	18	2 880	90	14 400
Банани	50	15	750	75	3 750
Груша	50	15	750	75	3 750
Абрикоси	100	12	1 200	60	6 000
Вишня без кісточки с/м	90	12	1 080	60	5 400
М'ясні продукти					
Курине філе	150	90	13 500	450	67 000
Курячі гомілки	80	120	9 600	600	48 000
Курча «тапака»	85	120	10 200	600	51 000
Свинячий ошийок	250	100	25 000	500	125 000
Інше					
Сіль	18	2	36	10	180
Перець	200	0,5	100	2,5	500
Гірчиця	100	0,5	50	2,5	250
Цукор	36	15	540	75	2 700
Борошно	25	20	500	100	2 500
Яйця	112	15	1 680	75	8 400
Оливкова олія	300	5	1 500	25	7 500
Всього			81 538		407 690

Додаток Г

Програма закупівлі інвентарю, хімічних та миючих засобів для глемпінгу
«Зелений гай»

Витратні матеріали	Ціна за шт., грн	Програма на сезон			
		Місяць		Сезон	
		Кількість, шт.	Сума, грн	Кількість, шт.	Сума, грн
Засоби для прибирання					
Засіб для миття підлоги, 5 л	180	1	180	5	900
Засіб очищувач для гладких поверхонь 0,5 л	120	2	240	10	1 200
Ганчірки, 3 шт/уп	35	4	140	20	700
Набір: швабра, відро	290	3	870		
Засоби гігієни					
Мило, 15 г	3	300	900	1 500	4 500
Шампунь, 30 мл	5	300	1 500	1 500	7 500
Туалетний папір 24 шт/уп.	220	10	2 200	50	11 000
Інше					
Капці кімнатні одноразові	24	50	1 200	250	6 000
Вогнегасник	925	3	2 775	3	8 400
Всього			10 005		44 550