

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ

ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ ТА МУЗЕЙНО-
ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
Кафедра туристичного бізнесу

ДИПЛОМНА РОБОТА

на тему:

**ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГЛЕМПІНГУ ЯК НОВОГО ТРЕНДУ
ПОДОРОЖЕЙ В УКРАЇНІ**

здобувача вищої освіти
першого (бакалаврського) рівня
зі спеціальності 242 «Туризм»
освітньо-професійної програми «Туризмознавство»

ЗОЛОТАРЕВСЬКОЇ МАРИНИ

Допущено до захисту:
завідувач кафедри:
доктор культурології, доцент

Божко
Любов
Дмитрівна

Науковий керівник:
канд.пед.наук, доцент

Аніщенко
Алла
Петрівна

Харків - 2023

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК СКОРОЧЕНЬ.....	4
ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ ГЛЕМПІНГІВ ЯК НОВОГО ТРЕНДУ ПОДОРОЖЕЙ.....	7
1.1. Визначення поняття екотуризм та його зв'язок із поняттям глемпінг.....	7
1.2. Історія виникнення та розвитку глемпінгу як перспективної форми організації екотуризму в світі.....	11
1.3. Практика застосування глемпінгу в Україні.....	17
Висновки до Розділу 1.....	21
РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА ТА ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОЄКТУ СТВОРЕННЯ ТА ОБЛАШТУВАННЯ САДИБИ ПІД ГЛЕМПІНГ "COZY CHALET IN THE CARPATHIANS".....	23
2.1. Теоретичне обґрунтування проєкту створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians".....	23
2.2. Рекламна кампанія для реалізації проєкту створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians".....	29
2.3. Методичні рекомендації щодо впровадження проєкту створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians".....	39
Висновки до Розділу 2.....	41
ВИСНОВКИ.....	43
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	45
ДОДАТКИ.....	50

ПЕРЕЛІК СКОРОЧЕНЬ

США - Сполучені Штати Америки.

Р. - рік.

Млрд. - мільярд.

Рр. - роки.

Грн. - гривні.

Рис. - рисунок.

SWOT-аналіз - аналіз переваг, недоліків, перспектив та ризиків.

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Туризм - це одна з найважливіших ланок тому, що він добре впливає на розвиток економіки країни. З кожним роком попит на подорожі збільшується, актуальною стоїть тема збереження природних ландшафтів на територіях масового туризму, тому особливо стали привертати увагу екологічні тури та відпочинки. У зв'язку із війною на території України, людей все більше зацікавлює відпочинок на природі, де вони зможуть хоч трішки розслабити моральний та фізичний стан від страшних подій, де можна якнайбільше відволіктись та перезагрузитись. Наразі, саме відпочинок на природоохоронних територіях із використанням глемпінгу набирає все більшої популярності.

Поява нового тренду подорожей приділяє досить велику увагу у вирішенні проблем з екологічною ситуацією в країні, регіоні, окремій місцевості, а також є актуальною у збереженні нашої біосфери. Новий напрям екотуризму із використанням глемпінгів стає все більш трендовою течією та надає великі перспективи в майбутньому тому, що має чимало плюсів, таких як демократичність цін, мобільність, гарний рівень рентабельності бізнесу в сегменті глемпінгів. Важливо те, що Україна має всі потрібні ресурси для розвитку даного напрямку туризму: природні умови, різноманітні паркові комплекси та місця, які майже не займані людиною, де можна відпочити, то ж глемпінг має всі можливості, щоб стати перспективним та популярним напрямком подорожей в країні.

Питаннями та аналізом розвитку нових напрямів у туристичній сфері, а саме глемпінгів, займались О. В. Олійник, Г. М. Тарасюк, В. О. Бойко, І.В. Давиденко та інші. Проте, зважаючи на тему стрімкого перспективного розвитку глемпінгу в країні, з'являється необхідність та потреба в більш поглинутому та чіткішому дослідженні цієї форми туризму в Карпатах, тому обрана тема "Перспективи розвитку глемпінгу як нового тренду подорожей в Україні".

Об'єкт – екологічний туризм.

Предмет - перспективи розвитку глемпінгу як нового тренду подорожей в Україні.

Мета - розробити проєкт створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians".

Завдання:

1. Розкрити поняття екотуризм та його зв'язок із поняттям глемпінг.
2. Розглянути історію виникнення та розвиток глемпінгу як перспективної форми організації екотуризму в світі.
3. Проаналізувати практику застосування глемпінгового бізнесу в Україні.
4. Теоретично обґрунтувати проєкт створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians".
5. Розробити рекламну кампанію для реалізації проєкту створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians".
6. Визначити та надати методичні рекомендації щодо впровадження проєкту створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians".

Методи дослідження - аналіз літературних джерел, метод теоретичного аналізу, класифікація, синтез та метод узагальнення.

Практична значимість роботи: розроблений проєкт створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians" стане підґрунтям для розвитку глемпінгів в Україні, а особливо в Карпатах.

Структура роботи: вступ, 2 розділи, висновків до розділів, загальний висновок, 1 список переліку скорочень, список використаних джерел із 35 найменувань. Загальний обсяг роботи 51 сторінка.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ ГЛЕМПІНГІВ ЯК НОВОГО ТРЕНДУ ПОДороЖЕЙ

1.1. Визначення поняття екотуризм та його зв'язок із поняттям глемпінг

За останні кілька десятиліть туризм став однією з галузей економіки, що найбільше розвивається. Однак, разом із зростанням туристичного потоку, збільшується й негативний вплив на довкілля та біорізноманіття. У такій ситуації, екотуризм стає альтернативним видом туризму, який забезпечує можливість насолоджуватися природою, при цьому не завдаючи шкоди довкіллю.

За даними Міжнародної асоціації екотуризму (TIES), екотуризм можна визначити як «відповідальні подорожі до природних зон, які захищають навколишнє середовище та покращують добробут місцевих жителів» [23]. Іншими словами, екотуризм - це форма туризму, що орієнтується на збереження природного середовища та сприяння його охороні. Він передбачає подорожі до природних та культурних місць, з метою вивчення, насолоди та захисту природного довкілля. Еко туристи зазвичай обирають природні та екологічно чисті місця, де можна насолоджуватися дикою природою та спостерігати за тваринним світом без шкоди для довкілля. Вони також намагаються допомогти місцевим спільнотам, підтримуючи місцеву економіку та культуру.

Міжнародна асоціація екотуризму визначає найбільш справжній екотуризм як екотуризм, який відповідає певним принципам.

Принципи екотуризму:

- Зведення до мінімуму негативного впливу на навколишнє середовище та громади.

- Виховання поваги та усвідомлення, включаючи навколишнє середовище та культуру.
- Розвинений позитивний досвід для туристів та місцевих жителів.
- Створення економічних вигод, які використовуються безпосередньо для захисту довкілля.
- Гарантований доступ до фінансових ресурсів та сприяння участі у прийнятті рішень громадою.
- Підвищена чутливість до політичного, екологічного та соціального клімату відвіданих місць.
- Підтримка загальних прав людини та місцеве трудове законодавство та положення [23].

Основною метою екотуризму є збереження природних ресурсів та біорізноманіття, а також забезпечення розвитку місцевих економік. Екотуризм пропонує туристам можливість пізнати та насолодитися природними красотами регіону, не завдаючи шкоди навколишньому середовищу та місцевим громадам. Окрім цього, екотуризм сприяє залученню фінансових ресурсів для захисту природних ресурсів та розвитку місцевих економік, що в свою чергу сприяє підвищенню рівня життя місцевих жителів та збільшенню соціально-економічної стабільності регіону. Також він сприяє підвищенню усвідомленості та поваги до природи та культурної спадщини, що дозволяє зберегти їх для майбутніх поколінь та сприяє розвитку екологічної свідомості і залученню уваги до проблем екології та зміни клімату. Екотуризм є важливим інструментом для збагачення життя туристів не тільки новими пригодами, але й життєво важливими знаннями. Він також допомагає у емоційному оздоровленні, позбавляючи від міського стресу. Крім того, цей вид туризму сприяє формуванню толерантного ставлення до незнайомих культур та етносів, і розвитку спеціальної освіти, спрямованої на придбання туристських і природоохоронних професій.

Глемпінг є одним з напрямків екотуризму, оскільки під час проживання в глемпінгу намагаються мінімізувати вплив на навколишнє середовище. Глемпінг (glamping) - це похідне слово від «гламур» і «кемпінг» - гламурний кемпінг, або розкішний кемпінг, що має комфортні умови готелю високого рівня і при цьому зберігає відчуття проживання наодинці з природою, без необхідності штучно від неї відгороджуватися для збереження природного середовища [10]. Багато таких локацій пропонують екологічні будівлі з використанням відновлюваних джерел енергії та ресурсів, а також пропонують екологічно чисті продукти харчування, зменшуючи кількість відходів. Глемпінг також сприяє збереженню природних ландшафтів, оскільки місцеві власники часто взаємодіють з місцевими організаціями та охоронними агентствами, щоб забезпечити збереження навколишнього середовища та його біорізноманітності. Таким чином, глемпінг може бути одним зі способів популяризації екотуризму та збереження природних ресурсів.

Основні цілі розвитку глемпінгу можуть включати:

1. Забезпечення унікального досвіду для туристів: глемпінг відкриває нові можливості для туристів, які хочуть насолоджуватися природою, але не бажають жертвувати комфортом. Він надає можливість насолоджуватися зоряним небом, свіжим повітрям і звуками природи з комфортом та зручністю, що робить його неперевершеним відпочинком.
2. Захист природи: він сприяє збереженню природи, оскільки туристи, які проживають у глемпах, часто поведуться більш екологічно свідомо, а також дозволяють залишити менші сліди на природі, ніж в традиційних готелях.
3. Розвиток туризму в регіонах з низьким рівнем розвитку: такий вид кемпінгу стає цікавим варіантом для туризму в регіонах з низьким рівнем розвитку, де відсутні готелі та інші типи проживання. Це сприяє залученню нових туристів і підвищенню економічного рівня в цих регіонах.

4. Підвищення свідомості про екологічні проблеми: глемпінг допомагає підвищити свідомість про екологічні проблеми серед туристів, які дізнаються про можливість насолоджуватися природою, не завдаючи їй шкоди.

Основні причини, чому глемпінг є зеленою діяльністю з низьким рівнем негативного впливу:

1. Глемпери знаходяться близько до зовнішнього середовища та ніжно взаємодіють з природою навколо них.
2. Для житла часто використовуються екологічно чисті матеріали з незначним опаленням або без нього, що не має серйозних наслідків для навколишнього середовища.
3. Зменшується потреба туристів летіти до місця призначення, тим самим допомагаючи зменшити шкідливе озонове забруднення, яке потрапляє в навколишнє середовище.
4. Залежно від типу глемпінг-бізнесу, є можливість зменшення використання споживачем попередньо упакованих і оброблених харчових продуктів, при цьому зменшивши сміття, яке вони утворюють та надаючи доступ до фермерських чи невеликих місцевих магазинів тощо.
5. Коли сміття весь час знаходиться в навколишньому середовищі, воно виглядає ще більш недоречним, ніж зазвичай, тому глемперів заохочують виносити все, що вони бачать, у відро для сміття та ніколи не смітити самостійно.
6. Залежно від типу глемпінгу, кемпінгове спорядження буде використовуватися знову і знову. Це означає, що ретельно підібрані предмети матимуть багаторазове використання, а тому для їх виготовлення буде використано менше матеріалів. Це може включати відмову від одноразових контейнерів і вибір натомість контейнерів для багаторазового використання.
7. Глемпінговий бізнес може легко використовувати продукти, які сприяють екологічній обізнаності, у своїх повсякденних послугах, наприклад, екологічно чисті миючі засоби, сонячну та вітрову енергію тощо.

8. Підприємства, які займаються кемпінгами та глемпінгами більш схильні брати участь у природоохоронній діяльності через характер їхнього бізнесу [10].

Отже, зв'язок між екотуризмом і глемпінгом полягає в тому, що глемпінг є одним із варіантів розширення екотуристичної пропозиції. Обидва концепти спрямовані на сприяння відпочинку та взаємодії з природним середовищем, але з використанням різних підходів. Глемпінг можна розглядати як форму екотуризму, яка сприяє збереженню природи шляхом пропаганди екологічно відповідних практик та створенням зручних умов для туристів у гармонії з природою. Так, зв'язок між екотуризмом і глемпінгом полягає в тому, що обидва підходи спрямовані на створення збалансованого та екологічно чистого туристичного досвіду, який підтримує збереження природи та взаємодію з місцевими спільнотами.

1.2. Історія виникнення та розвитку глемпінгу як перспективної форми організації екотуризму в світі

Історія виникнення глемпінгів пов'язана з розвитком екотуризму та прагненням людей жити ближче до природи. Це не зовсім нова ідея, але саме слово відносно молоде. Його придумали близько 2007 року, коли було поєднано два слова - "гламур" та "кемпінг". Але вишуканий кемпінг, який ми знаємо сьогодні, існує вже тисячі років. В давні часи царі та правителі використовували розкішні намети, щоб забезпечити себе та своїх груп комфортним житлом під час подорожей. Ці величезні намети були оснащені предметами розкоші, які були доступні на той час, і забезпечували еліті всі зручності, що відповідали їхньому статусу. Кочові племена та народи, які мандрували протягом століть, проводили все своє життя у ретельно продуманому переносному житлі, що забезпечувало їм всі зручності постійних будинків. Простолюдини також користувалися компактнішими варіантами житла, від азіатських юрт до простих американських вігвамів. Ці

будівлі забезпечували цілим сім'ям зручне та практичне житло, а також сприяли здоровому способу життя [4].

Прототип глемпінгу був створений шотландським графом Атоллом у XVI столітті для проживання короля Джеймса V та його матері. Він зробив розкішні намети і наповнив їх меблями зі свого палацу. Приблизно через 400 років, у 1920-х роках, африканське сафарі стало дуже модним серед заможних європейців та американців. Заможні мандрівники, які шукали пригод, не хотіли жертвувати комфортом. Тоді з'явилися сафарі тенти [4].

Слово "глемпінг" швидко стало популярним в Україні, але це не було нічим несподіваним, адже так само відбулося в багатьох інших країнах. В 2016 році це слово було включено до Оксфордського словника, що підтвердило його важливість та актуальність. Перший Grandper з'явився на музичному фестивалі в Англії 15 років тому, коли відвідувачам не вистачало комфорту в наметових таборах. Організатор вирішив цю проблему, встановивши просторий намет з ліжком і електрикою, щоб гості могли насолоджуватися атмосферою заходу [4].

Деякі з основних причин виникнення глемпінгу включають:

1. Зростання попиту на екологічно чистий туризм: багато людей шукають відпочинок у місцях з чистим повітрям, водою і природою. Глемпінг забезпечує можливість насолоджуватися всіма перевагами надзвичайної природи, не втрачаючи комфорту і розкоші.
2. Розвиток нових технологій: з'явилися нові матеріали та технології, що дозволяють створювати комфортні житлові умови в різних умовах.
3. Популяризація багатофункціональних пристроїв: глемпінг-проживання включає в себе зручності, які можуть забезпечити портативні пристрої, такі як газові плити, електричні генератори і сонячні батареї.
4. Відхід від масового туризму: люди все більше зацікавлені в індивідуальних мандрівках, де можуть відкривати нові місця і переживання. Глемпінг дозволяє мандрівникам насолоджуватися найкращими місцями для кемпінгу, не потрапляючи в центр туристичних мас.

5. Розвиток інфраструктури: розширення кемпінгів з новими зручностями, такими як ліжка, туалети, душові та інші умови, зробили глемпінг доступним для більш широкої аудиторії.

Зараз глемпінг набуває все більшої популярності в багатьох країнах, зокрема в США, Великобританії, Австралії та інших. Згідно зі звітом Grand View Research, глобальний ринок глемпінгу оцінювався в \$2,65 млрд. у 2020 р. і, за прогнозами, досягне \$5,4 млрд. до 2026 р., збільшившись у середньому на 12,5 % у період з 2019 по 2025 рр. Компанія «World of Glamping» заснувала та щорічно проводить премію W.G. Awards, яка присуджується найкращим об'єктам глемпінгу на міжнародному рівні. Також компанія планує проводити роботу, спрямовану на об'єднання найкращих центрів глемпінгу у різних країнах світу в глемпінгову мережу [30].

Одним із яскравих прикладів історії досвіду розвитку глемпінгу є США. Спочатку це були місця, куди люди могли приїжджати на кілька днів або навіть на тиждень, тобто муніципальні кемпінги, потім створена Національна служба парків США забезпечувала захист природних ландшафтів, щоб був доступ до кемпінгу в національних парках, а також з'явилися перші кемпінги з комфортними умовами: електрика, вода та комфортабельні місця для готування їжі. Зовсім скоро такий вид відпочинку став популярним серед молоді та сімей з дітьми, які шукали відпочинок від міського шумного середовища та спосіб провести час разом в природі. Тому в цей період почали з'являтися фестивалі кемпінгу, де люди збиралися, щоб слухати музику та спілкуватися, а також розташування в зручних таборах, де були заняття для дітей та спортивні заходи для дорослих. Далі глемпінги ставали більш комерційними та екологічно орієнтованими, тому почали з'являтися їх великі ланцюги і зростала тенденція до створення кемпінгів з екологічно чистими технологіями та засобами енергетичної ефективності.

Сьогодні таке місце відпочинку є дуже популярним видом відпочинку в США, з більш ніж 40 мільйонами людей. З'явилися нові технології, такі як мобільні додатки та сайти, які допомагають знайти найближчий глемпінг та

забронювати місце. Прогнозується, що цей ринок в США буде зростати із значною швидкістю на протязі наступних років завдяки збільшенню доходів населення, модернізації і розширенню інфраструктури країни. Ці тенденції створюють нові можливості для розвитку глемпінгових підприємств та приваблюють більше клієнтів, які шукають незвичайний та комфортний відпочинок в природному середовищі. Нові форми рекреації та послуги в цій галузі стають доступнішими та привабливішими для відвідувачів, тому очікується, що в перспективі це стане ще більш конкурентним та перспективним для інвестицій.

Розмір світового ринку глемпінгу оцінювався в 2,73 мільярда доларів США в 2022 році, і очікується, що сукупний річний темп зростання (CAGR) збільшуватиметься на 10,2% у період з 2023 по 2030 рік. Також прогнозується, що зростаючий вплив соціальних мереж серед споживачів підвищить проінформованість про цей тип відпочинку та його переваги. Крім того, великі знижки, а також привабливі святкові пакети, які пропонують різні туристичні сайти, позитивно вплинуть на галузь. Нині ринок США домінує у Північній Америці та досягне ринкової вартості 124,5 мільйонів доларів США до 2027 року. Канадський ринок зростатиме на 20,3% у річному обчисленні протягом 2021-2017 років, а ринок Мексики – на 19,2%. Це підтверджує Північно-американський глемпінговий звіт, де зазначається, що 30% північноамериканських мандрівників відвідували глемпінг протягом останніх двох років [30].

Основні особливості розвитку глемпінгу в США:

- Багато споживачів, які успішні в житті, завжди в пошуку нових вражень та унікальних подорожей. Їхнє прагнення отримати незабутні враження під час кемпінгу стимулює ринок глемпінгу в США.
- Розвиток більш портативних та компактних пристроїв дозволив покращити комфорт під час відпочинку, завдяки включенню серйозних технологій та наданню необхідних засобів споживачам під час їхнього перебування в глушині.

- Значне зростання популярності музичних фестивалів з кінця 2000-х років, які тривають від вихідних до кількох днів в заповідних місцях викликало попит на кемпінги.
- Ринок глемпінгу насичений сторонніми постачальниками, такими як Tentrr, який діє в кількох місцях по всій території США та пропонує унікальні сільські досвіди.
- Нинішні покоління, що керують цією нішою в Сполучених Штатах, - це міленіали та бебі-бумери. Міленіали шукають поїздки, щоб тріхи відсторонитися від технологій та повсякденного життя, у той час як бебі-бумери тягнуться до природи та розважальних заходів загалом. Все це сприяє збільшенню популярності глемпінгу в США.

Виходячи з географічного аналізу можна зазначити, що найбільша частка ринку глемпінгу в США припадає на західний регіон завдяки наявності найбільшої кількості кемпінгів в цьому регіоні. Розвиток індустрії гостинності та туризму, велика кількість кемпінгів та зростання державних витрат на їх розвиток - ось ті фактори, які сприяють зростанню ринку у західному регіоні. У південному регіоні зростання ринку глемпінгу сприяє збільшенню річного доходу домогосподарств та великої чисельності населення. Техас багатий природними красотами та різноманітними ландшафтами, такими як пустелі, соснові ліси та великі охоронювані території, що створюють прекрасні умови для відпочинку в глемпінгу.

Ще одним чудовим зразком історії перспективного розвитку глемпінгу стала Європа. За останні кілька років у багатьох країнах Європи з'явилися нові глемпінг-майданчики, а деякі з них вже отримали міжнародну популярність. Багато з них пропонують різноманітні види житла, від традиційних наметів до розкішних з усіма зручностями та навіть будинки на деревах. Велика кількість також розташована в природних заповідниках або на прибережних лініях, що дозволяє гостям насолоджуватися естетикою природних пейзажів та відчувати спокій і релакс.

Передбачається, що ринок глемпінгу в Європі за виручкою зростатиме в середньому на понад 11% протягом періоду 2019-2025 років. Великобританія була видатним ринком зростання в Західній Європі з 2011 по 2016 рік, збільшившись у середньому на 7,3% на рік, тоді як решта регіону зростала на 0,4% на рік. У Франції можна знайти велику різноманітність ландшафтів, кухонь та культур. Загалом, країна пропонує майже 9000 кемпінгів, які представляють різні види відпочинку - від міських прогулянок до відпочинку в диких лісах та на прибережних зонах. Із клієнтів більше двох третин становлять місцеві жителі, а решта - іноземні туристи, які переважно прибувають на західне та північне узбережжя країни. Проте, південь також має багато кемпінгів, які мають високий попит на глемпінг. Італія славиться безліччю визначних пам'яток, які можна знайти у містах, таких як Венеція, Рим, Флоренція, Неаполь або Верона. Кемпінги в Північній Італії вздовж Середземного та Адріатичного морів та у Тоскані є найбільш відвідуваними місцями глемпінгу. Хоча у літні місяці липня та серпня є топовими періодами для туризму, все більше молоді звертає увагу на країну як на цілорічний напрямок та на глемпінг. Проте, порівняно з Великобританією, глемпінг у Італії перебуває у зародковому стані [33].

Ознаки розвитку ринку глемпінгу в Європі:

- Різноманітність форматів: такий тип відпочинку може бути представлений у різних форматах, таких як підвісні намети, дерев'яні будиночки, куполи, замки та інші нестандартні способи проживання.
- Розташування в природних місцях: багато майданчиків знаходяться в красивих природних місцях, таких як гірські масиви, ліси, національні парки та інші місця з чистим повітрям та чистою водою.
- Екологічний підхід: достатньо велика кількість підприємств використовують екологічні матеріали, сонячні батареї для електрики, воду з дощових стоків та інші екологічні рішення, тому глемпінг може бути відповідальним екологічним видом туризму.

- Відсутність масовості: в Європі такі зони відпочинку часто мають обмежену кількість місць для проживання, тому вони забезпечують більш індивідуальний та приватний відпочинок в порівнянні з більш масовими формами туризму. Відсутність масовості також сприяє збереженню екології та природних ресурсів.

Отже, ідея комфортного кемпінгу виникла багато років тому і була еволюційним процесом, який допоміг створити сучасний формат глемпінгу. Такі розвинені країни з історією перспективного розвитку глемпінгу як США та Європа можуть стати прекрасним прикладом для становлення більшої популяризації цього виду кемпінгу. З їх досвіду можна зрозуміти, які формати та стандарти можуть бути ефективними для приваблення туристів, а також вони є лідерами у розробці технологій та інновацій. Це може застосовуватися і у глемпінгу, де використання екологічних матеріалів, сонячної енергії, енергоефективних систем та інших новітніх рішень може покращити комфорт та сталість глемпінгових споруд.

1.3. Практика застосування глемпінгу в Україні

На сьогоднішній день, глемпінг, як форма відпочинку, набуває все більшої популярності в Україні в останні роки. Це не дивно, адже глемпінг дає можливість насолоджуватися природою, відчувати її близькість та наснагу, отримати нові враження та відкриття, які неможливо знайти в міському середовищі. Можемо зазначити, що внутрішній туризм в Україні ще тільки розвивається, тож і попит на глемпи ще буде рости.

Першим запровадили відпочинок у стилі «еко» з розвитком глемпінгів, у карпатському регіоні. Головною перевагою такої організації була відсутність необхідності у дозвільній документації для будівництва споруд для проживання, адже достатньо мати земельну ділянку для розміщення наметового містечка. Підприємцві потрібні були кошти на придбання спеціалізованого обладнання, такого як комфортні намети-шатри, туристичні

меблі (столи, стільці, крісла, ліжка). Хоч і простий намет може бути встановлений лише на певний термін, але також необхідно подбати про приємний інтер'єр та забезпечення комфортного температурного режиму.

Першопрохідцями в цій сфері стали Андрій Родкін і Олександр Коновалов, вони вирішили запустити власне виробництво глемпів та в 2018 році створили компанію Glamping UA. В даний час, глемпінгові комплекси цієї компанії розташовані у найпрестижніших готельних зонах. За даними компанії станом на 2020 рік, інтерес до глемпінгового відпочинку зріс у два рази, зацікавивши 1,7 мільйонів потенційних клієнтів. Андрій Родкін наголошує на тому, що глемпінг може бути привабливим для бізнесу, інвестиції у створення такого об'єкту займають близько 10 тижнів, а окупність інвестицій можлива за 2-3 роки. Для готельного бізнесу це досить швидко. Вартість створення глемпінгу може починатися від \$ 75 тисяч, залежно від розміру об'єкта і необхідних витрат на будівництво, монтаж, інженерію та організацію комфортного побуту для людей. Додаткові витрати включають маркетинг, розміщення інформації на сайтах оренди житла, та SMM-маркетинг. Підприємець підтверджує, що один глемпінг здатний забезпечити дохід у розмірі \$ 7-10 тисяч за сезон [9].

На сьогоднішній день, ринок глемпінгу в Україні є дуже перспективним тому, що кінцевим споживачем виступає турист. В нас досить не широко розвинена інфраструктура для подібних форм відпочинку, а популяризація внутрішнього туризму країни змушує людей звертати увагу на глемпи, тим більше їх можна встановлювати на віддалених територіях, що тішить наразі більшість туристів.

Проаналізувавши ринок цієї форми відпочинку, в таблиці розглянемо приклади найпопулярніших глемпінгів на території України [5]:

Таблиця 1.1

Назва	Місцезнаходження	Ціна	Характеристика
MNMLST Glamping	Нова Дофінівка (Одеська область)	Від € 103 на добу.	Містить усього три куполи на двох, мають такий вигляд ніби знаходяться на воді. У кожному куполі є королівське ліжко, повністю устаткована кухня та комфортний санвузол.
SeaLandia	Вапнярка (Одеська область)	2100 грн (€ 66) у будні, 2500 грн (€ 78) – у п'ятницю та суботу.	Знаходиться на крутому березі моря, більш схожий на кемпінг. Є просторий намет з душем і біотуалетом, терасою та гамаком. Поруч можна знайти кілька гарних пляжів.
Mandra	Затока (Одеська область), Канів (Черкаська область), Нова Каховка (Херсонська область).	Від 2050 грн (€ 64) у будні, від 3500 грн (€ 110) у вихідні.	Має кілька локацій по Україні. Якщо шукаєте відпочинку біля моря - вирушайте до Затоки, якщо хочеться заховатися у тихому лісі на березі водосховища - до Канева. У кожній локації стоїть кілька симпатичних наметів, а ще є різні розваги: наприклад, баня, басейн або літній кінотеатр.
Глемпінг «Шатро»	Уляники (Київська область)	4000 грн (€ 125) за великий намет для 6 людей.	Тут можна відпочити від галасу міста й відчути справжню лісову насолоду. Із бонусів цього місця - готовий сніданок, приємна тераса й власна комфортна ванна кімната.

Stodola Camp	Долинівка (Львівська область)	5000 грн (€ 156) за добу за весь комплекс (вігвам та будиночок, загалом на 6 осіб).	Це величезний намет-вігвам у Карпатах. Окрім нього, тут є повноцінний будинок, який теж доступний для бронювання, а також приємні спільні зони для відпочинку на майже гектарі території. Поряд із глемпінгом тече гірська річка, у якій можна освіжитися в спеку, до лісу - 10 хвилин пішки.
Shalash Glamping	Царівка (Житомирська область)	2500 грн (€ 78).	Комплекс наметів розташований на території готелю «Царів Хутір», тож тут буде спокійно тим, для кого відпочинок у наметі посеред лісу - занадто тривожний досвід. Крім того, можна не готувати їжу самостійно, а харчуватися в ресторані готелю (до речі, сніданок входить у вартість намету), а також відвідувати готельний басейн. Ще одна фішка цього місця - літній кінотеатр просто неба.

Отже, Україна дає величезний потенціал для популяризації та створенню глемпінгів, так як має розмаїття природних ландшафтів, то ж це створює великий потенціал для розташування глемпінгових місць, де туристи можуть насолоджуватися красою природи. До того ж, свідомість про охорону довкілля та прагнення проводити відпочинок екологічно чисто зростає серед українських туристів. Глемпінг може сприяти розвитку регіонального

туризму, особливо у віддалених та менш відвідуваних районах. Це може стимулювати економічний розвиток місцевих громад, залучення інвестицій та створення нових робочих місць.

Висновки до Розділу 1

Зв'язок між екотуризмом та глемпінгом полягає в тому, що глемпінг можна вважати одним з видів екотуризму. Екотуризм - це форма туризму, що спрямована на максимальне збереження природного середовища та мінімізацію негативного впливу на природу, з метою пізнання природних та культурних цінностей регіону. Це означає, що в екотуризмі приділяється увага екологічній чистоті, сталому використанню ресурсів, збереженню біорізноманіття та співробітництву з місцевими спільнотами. Глемпінг - це незвичайний спосіб відпочинку в природному середовищі, коли туристи перебувають в спеціальних наметах або інших нестандартних місцях проживання, то ж він відповідає принципам екотуризму. Так, обидва підходи спрямовані на створення збалансованого та екологічно чистого туристичного досвіду, який підтримує збереження природи та взаємодію з місцевими спільнотами.

Історія виникнення глемпінгу свідчить про те, що цей вид відпочинку став дедалі популярнішим в останні роки, особливо серед тих, хто хоче відпочити від міського шуму та насолодитися природними красотами. Він виник як реакція на зростаючу популярність екотуризму та бажання туристів відпочивати в природних умовах, без шкоди довкіллю. Історія перспективного розвитку глемпінгу в таких розвинених країнах, як США та Європа дає зрозуміти, які формати та стандарти можуть бути ефективними для приваблення туристів та свідчить про те, що люди все більше усвідомлюють важливість охорони природи та шукають способи відпочинку, які б відповідали цим принципам.

Щодо практики застосування глемпінгу в Україні можемо зробити висновок, що вона є перспективною та актуальною. З багатством природних ресурсів, зростанням популярності екотуризму, розвитком туристичної інфраструктури та популярністю нових форм відпочинку, Україна має потенціал стати привабливим місцем для глемпінгового відпочинку. Глемпінг може забезпечити унікальний туристичний досвід, поєднуючи комфорт з близькістю до природи. Його реалізація може сприяти розвитку туризму в Україні та повертанню як внутрішніх, так і закордонних туристів, що сприятиме розвитку регіональної економіки та збереженню природного середовища. Також країна просуває вже присутні різноманітні глемпінг-майданчики, що пропонують розкішне проживання в наметах, бунгало або інших нестандартних місцях. Це дозволяє гостям насолоджуватися природою, не відмовляючи собі в комфорті.

РОЗДІЛ 2

РОЗРОБКА ТА ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОЄКТУ СТВОРЕННЯ ТА ОБЛАШТУВАННЯ САДИБИ ПІД ГЛЕМПІНГ "COZY CHALET IN THE CARPATHIANS"

2.1. Теоретичне обґрунтування проєкту створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians"

Причиною створення туристичного проєкту створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians" передувала проблема: відсутність комфортного та безпечного місця для відпочинку на природі в селі Сухий Потік, Стрийського району, Львівської області, саме там, де заплановано розробити проєкт створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians" (див. Додаток 1). Ця місцевість має готель-садибу зі звичайними будиночками, але на ринку туристичних послуг зростає запит на нетрадиційний відпочинок із незвичайним місцем для проживання. Саме глемпінг надає можливість облаштувати відпочинок на природі в комфортних умовах та безпосередньо насолоджуватись природою. Не зважаючи на те, що ділянка знаходиться на території Національного природного парку "Сколівські Бескиди", де приділяється увага розвитку туризму в регіоні, створено 8 екологічних стежок, 13 туристичних маршрутів, розвиток туризму в цій місцевості потребує нових форм туристичних послуг та місць для перебування. Згідно з даними Міністерства культури та туризму України, Карпати є одним з найбільш відвідуваних регіонів країни, проте багато туристів стикається з проблемою вибору комфортного та екологічного місця для проживання, яке відповідатиме всім вимогам тому, що часто відсутні зручності, які були б необхідні для зручного перебування на природі, наприклад, душі, туалети, кухні тощо, і не завжди забезпечується відповідний рівень безпеки [16].

Доцільність розробки проєкту створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians" доводить SWOT-аналіз, який дає змогу об'єктивно оцінити переваги та розробити ефективні заходи щодо упередження можливих проблем. Розгляд сильних аспектів дає змогу визначити потенційні можливості глемпінгу в регіоні та розробити ефективну стратегію розвитку.

Таблиця 2.1

SWOT-аналіз доцільності проєкту створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians" в селі Сухий Потік

Сильні сторони	Слабкі сторони
<p>1) Привабливе місце розташування в Карпатах, де попит на відпочинок в природі є великим.</p> <p>2) Можливість співпраці з місцевими жителями та постачальниками продуктів харчування, що підвищує автентичність відпочинку.</p> <p>3) Різноманіття розважальних можливостей у природному середовищі, такі як піші прогулянки, катання на велосипеді та інші види активного відпочинку.</p>	<p>1) Невелика віддаленість від транспортних вузлів та складнощі з доїздом до села для туристів, які не мають власного транспорту.</p> <p>2) Залежність від погодних умов, які можуть вплинути на кількість клієнтів та прибуток.</p> <p>3) Потреба в інвестиціях для будівництва та облаштування садиби, а також для її просування та приваблення клієнтів.</p>
Можливості	Загрози
<p>1) Підвищення популярності: можливість привернення більшої кількості клієнтів завдяки рекламним кампаніям, розвитку веб-сайту та соціальних медіа, а також співпраці з туристичними агентствами та туроператорами.</p> <p>2) Природні красоти: розташування садиби в Карпатах дозволяє насолоджуватися неперевершеною красою гірських пейзажів та природи, що є значною конкурентною перевагою.</p> <p>3) Розвиток інфраструктури: створення садиби з глемпінгом може стати поштовхом для розвитку інфраструктури в регіоні, що зробить його більш доступним і зручним для відвідувачів.</p> <p>4) Залучення інвестицій та партнерів для розвитку та розширення бізнесу.</p>	<p>1) Неприятливі погодні умови, такі як сильні дощі, снігопади та інші природні лиха, можуть перешкодити відвідуванню садиби з глемпінгом та спричинити збитки.</p> <p>2) Поява нових конкурентів в цьому сегменті ринку може зменшити кількість клієнтів та збити плани на розвиток бізнесу.</p>

Мета проєкту створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians" - організація екологічного відпочинку на природі в комфортних умовах шляхом розбудови садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians" в селі Сухий Потік Стрийського району Львівської області.

Переваги проєкту створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians" в селі Сухий Потік: створення умов насолодитися природою та красою карпатських лісів та гірських потоків, більш близько познайомитись із традиціями та культурою місцевих жителів, а також відпочити від шумного міського життя. При цьому, їхній відпочинок є повністю безпечним для довкілля, оскільки глемпінг є екологічно чистим видом туризму. Залучення інвестицій у розвиток глемпінгу в регіоні також сприяє залученню інвестицій в регіон, створення нових робочих місць для місцевих жителів, стає стимулом для розвитку місцевої економіки.

Завдання проєкту створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians":

- 1) Провести проєктні роботи на території земельної ділянки під глемпінг в селі Сухий Потік протягом першого місяця.
- 2) Облаштувати територію садиби протягом другого місяця проєкту.
- 3) Підібрати та підготувати обслуговуючий персонал протягом двох тижнів.
- 4) Здійснити рекламну кампанію протягом наступних двох тижнів.
- 5) Розпочати прийом гостей з наступного місяця.

Методи для виконання кожного з цих завдань:

- 1) Обстеження території садиби з метою визначення її особливостей та можливостей для розміщення глемпінгу; використання інструментів для вимірювання площі та дослідження рельєфу території; проведення аналізу географічних даних з метою визначення потенціалу території та залучення ландшафтного дизайнера.
- 2) Вибір постачальників обладнання; укладання договорів з ними; закупівля необхідного обладнання та матеріалів; проведення будівельних робіт та контроль за їх виконанням; створення маркетингового плану для просування

проєкту створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians".

- 3) Підготовка обслуговуючого персоналу.
- 4) Рекламування через соціальні мережі та інтернет-ресурси; розміщення оголошень на сайтах туристичних компаній та порталах.
- 5) Забезпечення ефективної діяльності садиби, включаючи забезпечення комфортного перебування гостей, підтримку інфраструктури та надання якісних послуг.

План-графік реалізації проєкту створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians":

- 1) Перші 3 дні проаналізувати садибу під глемпінг в селі Сухий Потік.
- 2) Наступні 4 дні визначити потенціал ділянки та її площу.
- 3) Протягом тижня обрати постачальників та укласти договори з ними.
- 4) Упродовж місяця закупити глемпінг-хатинки та зробити їх монтаж.
- 5) За 2 тижні налагодити систему комунікацій, такі як водопостачання та електрика.
- 6) Наступні 2 тижні розмістити рекламу в соціальних мережах та на сайтах туристичних компаній.
- 7) З 17 липня розпочати діяльність глемпінгу та прийом гостей.

Ресурси, необхідні для реалізації проєкту створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians" (людські, фінансові, матеріальні, інформаційні): спонсори для фінансування; проєктний менеджер.

Статті витрат бюджету для розбудови проєкту створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians":

- 1) Закупівля землі або оренда: вартість придбання земельної ділянки або плата за оренду землі.
- 2) Будівництво та придбання наметів: шале, санітарних споруд, кухні, рецепції, пральні, електропостачання, системи водопостачання, системи опалення та кондиціонування повітря, системи безпеки тощо.

- 3) Ландшафтний дизайн та екстер'єр: включає озеленення території, створення прогулянкових доріжок, облаштування садових меблів, створення оздоблювальних елементів, створення зон відпочинку та рекреації.
- 4) Інтер'єр та обладнання: вартість меблів, постільної білизни, освітлення, декору, кухонного обладнання, сантехніки, Wi-Fi, технічних пристроїв тощо.
- 5) Маркетинг та реклама: розробка логотипу, створення веб-сайту, рекламні матеріали, маркетингові кампанії, бронювання та брокерські послуги, просування через соціальні мережі та інші види реклами.
- 6) Ліцензування та дозволи: вартість отримання необхідних ліцензій, дозволів та інших регуляторних вимог.
- 7) Персонал: зарплати та інші витрати на найм персоналу, такі як: адміністратори, господарський персонал, покоївки, обслуговуючий персонал, технічний персонал тощо.
- 8) Постачання та інвентар: витрати на постачання харчування, питної води, приладдя для кухні, постільна білизна, рушники, косметичні засоби, приладдя для ванних кімнат, предмети гігієни, технічне обладнання та інші необхідні матеріали
- 9) Управління та адміністрація: витрати на бухгалтерію, програми управління готелем, страхування, юридичні послуги, комунальні платежі, податки, організаційні витрати та інші адміністративні витрати.
- 10) Можливі затрати на реконструкцію та покращення: якщо потрібно виконати будь-які ремонтні роботи або покращення, такі як модернізація будівель, додаткові зручності, енергоефективність тощо.

Результати після реалізації проєкту створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians": облаштована садиба під глемпінг з шістьма глемпінг-хатинками з усіма зручностями, які вміщують до 4 осіб та два поверхи - унікальний дизайн, який обожають діти. Kids-friendly архітектура гарантує повну безпеку для відпочинку сімей із дітьми. Збільшилась привабливість регіону для туристів, що допомогло залучити нових відвідувачів, а це сприяє розвитку інших форм туризму, таких як

екотуризм чи сільський туризм. Реалізація проєкту також призвела до підвищення популярності регіону та покращення інфраструктури в селі Сухий Потік, такої як дороги, водопостачання, електрика, інтернет тощо, що є корисним не тільки для глемпінгу, але й для місцевого населення. Крім того, створені нові робочі місця для місцевого населення стали корисними для збільшення економічної активності та підвищення рівня життя в регіоні.

Для реалізації проєкту створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians" обрано постійно діючий конкурс "Mercy Corps", який оголошує прийом заявок для підтримки українського бізнесу в розмірі 20 000 доларів США. Це глобальна команда гуманітаріїв, які працюють разом на передовій найбільших криз сучасності, створюючи майбутнє можливостей задля суспільного процвітання. "Mercy Corps" реагує на надзвичайну ситуацію в Україні з початку повномасштабного вторгнення у лютому 2022 року. Вони надають екстрену грошову допомогу біженцям у сусідніх країнах та людям, переміщеним усередині України, щоб вони могли задовольнити свої основні потреби у виживанні. Також команда фінансує місцеві організації, які найкраще знають свої громади та ефективно працюють над вирішеннями їхніх найнагальніших потреб. Додатково до цих заходів екстреного реагування, "Mercy Corps" розпочинає нову програму з відновлення, яка сприятиме стабілізації джерел існування та підвищенню здатності внутрішньо переміщених осіб (ВПО) та осіб, які постраждали внаслідок бойових дій, протистояти несприятливим соціальним та економічним умовам [33].

Отже, актуальність туристичного проєкту створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians" в селі Сухий Потік полягає в наданні унікального способу відпочинку, злагодженого з природою, що відповідає прагненням сучасних людей до екологічно чистого та комфортного відпочинку. Крім того, він сприяє розвитку місцевої туристичної інфраструктури та підтримці економіки.

2.2. Рекламна кампанія для реалізації проєкту створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians"

Проєкт створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians" має сильні сторони, які привертають увагу та зацікавлюють потенційних клієнтів. Основні переваги і привабливість проєкту включають:

- 1) Унікальне розташування: садиба знаходиться в живописному районі Карпат, а саме в селі Сухий Потік, що є однією з найкрасивіших гірських місцевостей в регіоні на території Національного природного парку "Сколівські Бескиди". Наявний доступ до чарівної природи, гірських озер, водоспадів і мальовничих маршрутів для активного відпочинку.
- 2) Екологічний підхід: проєкт створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians" базується на принципах екологічного глемпінгу, що дозволяє гостям насолоджуватися комфортним перебуванням у природному середовищі без шкоди для навколишнього середовища. Садиба працює над збереженням природних ресурсів і пропагує екологічність серед гостей.
- 3) Проживання: 6 глемпінг-хатинок, які вміщують до 4х осіб, тому глемпінг пропонує комфортне житло зі зручностями, чудовий дизайн та унікальну атмосферу, яка дозволить гостям насолоджуватися затишком і комфортом серед природи (див. Додаток 2).
- 4) Розмаїття активностей: щоб зробити перебування туристів незабутнім та цікавим, проєкт створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians" пропонує додаткові заняття, які зацікавлюють різних категорій гостей, від екскурсій і піших прогулянок до велосипедизму.
- 5) Гостинний персонал: команда складається з професіоналів, які надають високоякісне обслуговування та забезпечують задоволення потреб гостей. Розуміння важливості особистого підходу та дружньої атмосфери обов'язково зробить перебування туриста комфортним.

Ці фактори в сукупності створюють силу і привабливість, що зацікавить потенційних туристів. Проєкт створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians" - це не просто місце для відпочинку, але і неповторний досвід, який об'єднує зв'язок з природою, комфорт та розваги.

В рамках рекламної кампанії акцент робиться на перевагах, такі як розташування, екологічний підхід, комфортне проживання, розмаїття активностей та гостинний персонал. Також вона спрямована на підкреслення унікальності та привабливості проєкту, розкриваючи всі переваги і особливості.

Ціль рекламної кампанії проєкту створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians":

- Підвищити рівень усвідомленості серед цільової аудиторії, щоб більше людей знали про проєкт створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians" та його переваги.
- Привернути увагу тих, хто активно шукає унікальний та комфортний відпочинок в природному середовищі. Рекламна кампанія зацікавить та залучить цільову аудиторію, яка цінує зв'язок з природою та комфорт. На меті привернути увагу як активних туристів, так і сімей з дітьми, пар та інших людей, які прагнуть насолоджуватися природою Карпат.
- Збільшити кількість бронювань та продажів глемпінгу, тобто переконати потенційних клієнтів в унікальності, високій якості послуг та особливому досвіді.
- Підвищити репутацію та створити базу лояльних клієнтів, а саме те, щоб клієнти не лише бронювали глемпінг, але і рекомендували своїм знайомим та родині. Для досягнення цього, діяльність садиби надає високу якість обслуговування, персонал, який дбає про комфорт гостей, та створює незабутній досвід відпочинку, щоб кожен клієнт залишався задоволений та бажав повернутися знову.

Рекламна кампанія спрямована на досягнення цих цілей шляхом створення привабливого та інформативного контенту, який висвітлює унікальність глемпінгу, пропоновані послуги, зручності та розваги. Завдяки цілеспрямованій рекламній кампанії, проєкт створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians" прагне залучити нових клієнтів, збільшити обсяг бронювань та продажів і створити міцну репутацію на ринку глемпінгу в Карпатах.

Зважаючи на специфіку проєкту створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians", рекламна кампанія має таку цільову аудиторію:

- 1) Вік: 25-45 років. В цьому віковому діапазоні зазвичай знаходяться люди, які активно шукають нові пригоди та цікаві місця для відпочинку.
- 2) Стать: можливою цільовою аудиторією є як чоловіки, так і жінки. Зацікавленість у глемпінгу та активному відпочинку є рівною для обох статей.
- 3) Сімейний стан: аудиторія складається з різних сімейних статусів, включаючи самотніх осіб, пари без дітей або молоді сім'ї з однією або двома дітьми.
- 4) Дохід: люди з середнім та високим рівнем доходу, оскільки це буде впливати на їх готовність та можливість сплатити за проживання.

Ця цільова аудиторія також є любителями природи та активного відпочинку, вони цінують навколишнє середовище і прагнуть активно проводити час та зацікавлені у відкритих просторах, пішохідних маршрутах, екологічних екскурсіях та іншій діяльності на свіжому повітрі. Любителі унікальних та нестандартних досвідів також стають цільовою аудиторією, тобто це ті люди, які постійно шукають нові та незвичайні враження. Вони зацікавлені у відпочинку в нетипових місцях, де отримують особливий досвід проживання під час подорожі.

При виборі каналів просування реклами для проєкту створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians"

враховуємо різноманітні канали зв'язку, які ефективно досягають цільову аудиторію. Основним завданням на цьому етапі є визначення найбільш підходящих каналів для досягнення цілей. Ось декілька потенційних каналів просування реклами:

1) Інтернет-маркетинг: реклама в Інтернеті є одним з найпоширеніших та ефективних каналів просування. Потрібно розмістити рекламу у вигляді афіші та рекламного звернення з усією інформацією щодо проживання на туристичних веб-сайтах, а саме туристичні агентства Карпат "КарпатиTravel", "Золото Карпат" та "Еко-Тур".

2) Соціальні медіа: реклама в соціальних медіа має великий потенціал для досягнення цільової аудиторії. Потрібно запуснути рекламу на популярних соціальних мережах, таких як Facebook та Instagram у вигляді поста і невеликого рекламного звернення, що буде активно взаємодіяти зі спільнотою.

3) Прямий маркетинг: розсилання електронних листівок на туристичні спільноти "Карпати.інфо", "Спілка сільського зеленого туризму України" та на обрані туристичні агентства, вказані вище, також є ефективним способом привернути увагу до проєкту створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians".

Рекламні звернення, які розроблені для кожного потенційного каналу просування проєкту виглядають так:

1) Інтернет-маркетинг: використовуємо афішу (рис. 2.1), а також рекламне звернення з усією інформацією.



Рис. 2.1. Афіша для туристичних агентств

Хочете зануритися у пригоди та одночасно насолодитися комфортом? Наш глемпінг - саме те, що вам потрібно! Розташований серед заповідної природи Карпат, пропонує незабутній відпочинок у затишному середовищі.

Що робить нас особливими? По-перше, наші глемпінг-хатинки - це просторі та затишні апартаменти, які вміщують до 4 осіб. Кожна хатинка має всі зручності, включаючи і власну ванну кімнату. По-друге, наш глемпінг забезпечує незабутні пригоди та розваги. Ви зможете насолодитися прогулянками панорамними маршрутами, покататися на велосипедах чи відвідати неподалік розташовані туристичні атракції. По-третє, ми також забезпечуємо повну безпеку та комфорт, екологічну систему водопостачання та електрики, а також 24/7 службу охорони та дружній персонал, готовий задовольнити всі ваші потреби.

Тож, якщо ви мрієте про відпочинок у середовищі природи, не відмовляючи собі у комфорті, наш глемпінг - ідеальний вибір!

Ціна: 2250 грн/добу.

Місцезнаходження: село Сухий Потік, Стрийський район, Львівська область.

Контакти: +380665906077

2) Соціальні медіа: створюємо пост у вигляді афіші (рис. 2.2) з невеликим рекламним текстом для Instagram та Facebook.



Cozy Chalet in the Carpathians

Glamping

Відпочинок
серед краси
природи:
глемпінг в
Карпатах.





☎ 0665906077

📍 с.Сухий Потік, Львівська
область

Рис. 2.2 Афіша для Instagram та Facebook

Відпочинок у гармонії з природою!

Хочете втекти від міського шуму та насолодитися спокоєм природи? Запрошуємо вас відкрити двері до нашого унікального глемпінгу, де відчуете справжню гармонію з навколишнім середовищем.

- Зануртесь в природу: наш глемпінг відкриває двері до неймовірної краси Карпат.
- Комфорт у середині природи: наші затишні глемпінг-хатинки забезпечать вам всю необхідну зручність та комфорт.
- Відпочинок, що зміцнює: відчуйте вплив природи на ваше тіло та розум.

Подаруйте собі незабутній відпочинок, що злагоджується з природою.

Резервуйте свою пригоду в нашому глемпінгу вже сьогодні!

3) Прямий маркетинг: створюємо та розсилаємо електронну листівку (рис. 2.3) в туристичні спільноти.



Рис. 2.3. Електронна листівка

При створенні логотипу (рис. 2.4) проєкту створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians" враховано наступні елементи, які відображають унікальність та атмосферу бренду:

1. Гірський будиночок: Ілюстрація та контур традиційного гірського будиночка підкреслює характеристики об'єкта проживання і викликає асоціації з комфортом та затишком.
2. Природа та рослинність: Використання елементів лісової рослинності підкреслює зв'язок з природним середовищем Карпат і надає логотипу відчуття екологічності.
3. Індивідуальність та унікальність: Підкреслення унікальності глемпінгу втілено через стилізований образ будівлі, символічні елементи та унікальний шрифт.



Рис. 2.4. Логотип для глемпінгу

Маркетингова кампанія для проєкту створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians" включає такі компоненти:

- Вивчення цільової аудиторії: встановлення ключових характеристик та інтересів, таких як віковий спектр, рівень доходу, захоплення, пріоритети, ціль подорожі та інші;
- Створення неповторного туристичного продукту: виявлення основних переваг глемпінгу у порівнянні з конкурентами та розробка привабливих пропозицій, що привернуть цільову аудиторію;
- Онлайн-присутність: розробка привабливого інформаційного веб-сайту, де можна ознайомитися з послугами, переглянути фотографії, детальний опис, тарифи, контактні дані та здійснити бронювання;
- Реклама: використання цифрових каналів для просування проєкту, таких як контекстна реклама, соціальні мережі, блогінг, електронна розсилка та інші;
- Взаємодія зі спільнотою: комунікація з місцевими мешканцями, туристичними організаціями та іншими зацікавленими сторонами, які можуть сприяти просуванню;
- Огляди та рекомендації: прохання гостей залишати відгуки та оцінки про своє перебування в глемпінгу на платформах, таких як TripAdvisor, Booking.com, Airbnb та інші;
- Моніторинг результатів та аналіз: систематичне спостереження за конкурентами та оцінка результатів маркетингових заходів, вимірювання обсягу бронювань, джерела трафіку, рівня задоволеності гостей та інших показників ефективності.

Отже, можна зазначити, рекламна кампанія проєкту створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians" є важливим і ефективним інструментом для просування глемпінгу та привертання уваги потенційних клієнтів. Ця кампанія допоможе збільшити обізнаність про проєкт, зацікавити цільову аудиторію та залучити більше клієнтів.

2.3. Методичні рекомендації щодо впровадження проєкту створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians"

При розробці проєкту створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians" слід звернути увагу на такі рекомендації та поради, щоб покращити діяльність та привернути увагу якомога більшої кількості аудиторії:

- 1) Юридичні аспекти. Проєкт створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians" відповідає усім необхідним правовим вимогам та нормативам, включаючи будівельні дозволи, земельні права, екологічні та санітарні вимоги.
- 2) Екологічна сталість. Крім мінімізації споживання енергії та води, впровадити роздільний збір сміття, тим самим сприяти збереженню природних ресурсів.
- 3) Безпека. Цей крок є досить важливим перед реалізацією проєкту створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians", встановлено необхідне обладнання для попередження пожежі, планування евакуації та надайте інструкції гостям щодо безпечного перебування. Глемпінг також потребує більшої уваги до охорони, адже часто локація не передбачає парканів, і за можливості обладнайте територію камерами спостереження.
- 4) Розширення послуг та активностей. Так як ділянка знаходиться на території Національного природного парку "Сколівські Бескиди", гостям запропонується безліч екологічних стежок, наприклад "До джерел мінеральної води", "Павлів потік-Водоспад Кам'янка", "Старовікові ліси" та інші. Всі ці екостежки мають різну тривалість проходження, від 1 години до 3-4, та містять на кожному шляху цікаві об'єкти, такі як: природне джерело «залізної» води, малий водоспад - місце круглорічного

купання місцевих жителів та відвідувачів парку, недоторканий ліс, який розвивається під впливом природи, має високу життєздатність, стійкий проти несприятливих впливів, лісова галявина на якій ранньою весною зростає Червонокнижний Шафран Гейфеля (крокус) та інші. Також на території парку є багато туристичних маршрутів від 3 годин проходження до 6-7. На цих маршрутах ви можете відвідати безліч вершин, водоспади, місця німецьких поселень за часів австро-угорщини, навколишні краєвиди в ур. «Цюхів», висотою 942 м над рівнем моря, унікальні криволісся та інші (див. Додаток 3).

5) Керування резерваціями та гостьовими відгуками. Розробка ефективної системи керування резерваціями спростить процес бронювання та забезпечить задоволення гостей. Сприяння активному збору гостьових відгуків та рекомендацій, інтерактивно взаємодіючи зі своїми клієнтами, використання цих відгуків може бути як засіб для поліпшення послуг та просування проєкту створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians".

6) Планування ризиків. Аналіз потенційних ризиків є важливим етапом, щоб розробити стратегії їх управління. Обов'язково визначено план дій у випадку непередбачуваних обставин, наприклад погіршення погодних умов або змін в туристичній сфері.

7) Співпраця з місцевою спільнотою. Підтримка місцевих жителів та місцевої економіки, залучення місцевих постачальників продуктів, ремісників та екскурсоводів для проведення досліджувальних екскурсій та майстер-класів для гостей глемпінгу, все це сприяє сільському розвитку та збереженню місцевої культури та природи.

8) Забезпечення поваги та підтримки місцевої культури. Гостям пропонуються можливості ознайомитися з традиціями, мистецтвом та ремеслами місцевого населення.

9) Управління персоналом та підвищення його якості. Навчання кваліфікованих співробітників, які мають відповідні навички та вміння в

галузі гостинності, а також увага на те, як ефективно спілкуватися з гостями, бути уважними до їх потреб і бажань. Мотиваційна система, яка стимулюватиме персонал до високої продуктивності та забезпечує їхню задоволеність роботою. Постійне спілкування зі співробітниками, створення командного духу та сприяння розвитку їхніх професійних навичок.

10) Стеження за трендами та інноваціями. Ознайомлення з новими трендами та інноваціями в галузі такої форми туризму як глемпінг. Використання екологічних технологій, таких як сонячні панелі, використання відновлювальних матеріалів та енергоефективність. Впровадження нових технологій для поліпшення процесів бронювання, обслуговування та взаємодії з гостями.

Таким чином, застосування цих методичних рекомендацій допоможе покращити діяльність проєкту створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians", залучити більше клієнтів, забезпечити їх задоволеність та створити унікальний та незабутній досвід відпочинку і функціонування діяльності садиби.

Висновки до Розділу 2

Таким чином, теоретично обґрунтований проєкт створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians" звернув увагу на головні моменти, а саме в ньому було зазначено мету у вигляді організації екологічного відпочинку на природі в комфортних умовах шляхом розбудови глемпінгу, також завдяки SWOT аналізу визначено доцільність розробки цього проєкту. Зазначені завдання, які будуть направлені на потенційну цільову аудиторію, методи їх виконання, ресурси та статті витрат, а також переваги проєкту створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians".

Охарактеризована та розроблена рекламна кампанія висвітлила основні переваги та привабливість проекту створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians", а саме: унікальне розташування, екологічний підхід, проживання, розмаїття активностей та гостинний персонал. Прописані цілі рекламної кампанії у вигляді збільшення бронювань та підвищення усвідомленості про садибу "Cozy Chalet in the Carpathians" для цільової аудиторії, якою є люди, що люблять природу та активний відпочинок, а також нестандартний досвід проживання. Проаналізовані канали просування та розроблені рекламні звернення для кожного з них збільшать обізнаність про глемпінг та цільову аудиторію.

Надані методичні рекомендації щодо впровадження проекту створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians" надали основну пораду звернути увагу на такі моменти: юридичні аспекти, екологічна сталість, безпека, розширення послуг та активностей, керування резерваціями, планування ризиків, співпраця з місцевим населенням, повага та підтримка місцевої культури, управління персоналом та стеження за інноваціями і трендами.

ВИСНОВКИ

1. Зв'язок між екотуризмом та глемпінгом полягає в тому, що глемпінг можна вважати одним з видів екотуризму. Екотуризм - це форма туризму, що спрямована на максимальне збереження природного середовища та мінімізацію негативного впливу на природу, з метою пізнання природних та культурних цінностей регіону. Глемпінг - це незвичайний спосіб відпочинку в природному середовищі, коли туристи перебувають в спеціальних наметах або інших нестандартних місцях проживання, то ж він відповідає принципам екотуризму.
2. Історія виникнення глемпінгу свідчить про те, що цей вид відпочинку став дедалі популярнішим в останні роки, особливо серед тих, хто хоче відпочити від міського шуму та насолодитися природними красотами. Він виник як реакція на зростаючу популярність екотуризму та бажання туристів відпочивати в природних умовах, без шкоди довкіллю. Історія перспективного розвитку глемпінгу в таких розвинених країнах, як США та Європа дає зрозуміти, які формати та стандарти можуть бути ефективними для приваблення туристів та свідчить про те, що люди все більше усвідомлюють важливість охорони природи та шукають способи відпочинку, які б відповідали цим принципам.
3. З практики застосування глемпінгу в Україні можемо зробити висновок, що країна має великий потенціал для розвитку цього формату туризму завдяки своїм природним красотам, а також просуває вже присутні різноманітні глемпінг-майданчики, що пропонують розкішне проживання в наметах, бунгало або інших нестандартних місцях. Це дозволяє гостям насолоджуватися природою, не відмовляючи собі в комфорті.
4. Теоретичне обґрунтування проєкту створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians" висвітлило нам головні моменти, а саме: мету, яка полягає в організації екологічного відпочинку на природі в комфортних умовах шляхом розбудови глемпінгу. Завдяки SWOT аналізу ми

визначили доцільність розробки цього проєкту. Також описані завдання, які будуть направлені на потенційну цільову аудиторію, методи їх виконання, ресурси та статті витрат, а також переваги проєкту створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians".

5. Охарактеризована та розроблена рекламна кампанія висвітлила основні переваги та привабливість проєкту створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians", а саме: унікальне розташування, екологічний підхід, проживання, розмаїття активностей та гостинний персонал. Крім цього, прописані цілі рекламної кампанії у вигляді збільшення бронювань та підвищення усвідомленості про проєкт створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians" для цільової аудиторії, якою є люди, що люблять природу та активний відпочинок, а також нестандартний досвід проживання. Проаналізовані канали просування та розроблені рекламні звернення для кожного з них дадуть змогу залучити туристів та забезпечити стабільний потік гостей.

6. Методичні рекомендації щодо впровадження проєкту створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians" надали можливість звернути увагу на такі моменти: юридичні аспекти, екологічна сталість, безпека, розширення послуг та активностей, керування резерваціями, планування ризиків, співпраця з місцевим населенням, повага та підтримка місцевої культури, управління персоналом та стеження за інноваціями і трендами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 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. (дата звернення: 10.02.2023).
2. Покоłodна М.М., Полчанінова І.Л., Рябєв А.А. Глемпінг як перспективний різновид туризму та готельного бізнесу. Бізнес Інформ. 2021. № 6. С. 157–169. (дата звернення: 07.02.2023).
3. Все про глемпінги в Україні та світі // glamping.org.ua [Веб-сайт]. URL: <https://glamping.org.ua/ua> (дата звернення: 14.04.2023).
4. Глемпінг - від історії до сьогодення // tourlib.net [Веб-сайт]. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/lalov.htm (дата звернення: 06.03.2023).
5. Глемпінг в Україні: куди поїхати? // 34travel.me [Веб-сайт]. URL: <https://34travel.me/gotoukraine/post/glamping-ua> (дата звернення: 01.05.2023).
6. Глемпінг як бізнес-ідея в Україні: основні переваги - Glamping UA. Glamping UA [Веб-сайт]. URL: <https://glamping.ua/glempling-yak-biznes-ideya-v-ukrayini-osnovni-perevagy/> (дата звернення: 01.05.2023).
7. Глемпінг як перспективна форма розвитку екотуризму // tourlib.net [Веб-сайт]. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/davydenko9.htm (дата звернення: 11.04.2023).
8. Глемпінг, або гламурний кемпінг: що це таке і для чого він українцям // zahid.espreso.tv [Веб-сайт]. URL: https://zahid.espreso.tv/article/2020/12/10/glempling_abo_glamurnyyu_kemping_scho_ce_take_i_dlya_chogo_vin_ukrayincyam (дата звернення: 11.04.2023).
9. Глемпінг: в Україні з'явився новий бізнес, що генерує прибуток [derevo.ua]. Українська спільнота деревообробників [Derevo.ua]. URL: <https://derevo.ua/publication/glempling-v-ukraine-royavilsya-novuj-biznes-generir-2262> (дата звернення: 03.05.2023).

10. Гняда Д.Б. Глемпінг-туризм: світовий досвід для України [Електронний ресурс] / Гняда Д.Б. // Матеріали дипломної роботи Національного авіаційного університету. - 2022. - Режим доступу до ресурсу: https://dspace.nau.edu.ua/bitstream/NAU/56846/1/ФМВ_2022_242_М_Гняда_Д.pdf (дата звернення: 14.04.2023).
11. Давиденко І. В. Глемпінг як перспективна форма розвитку екотуризму. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: «Економіка і менеджмент». 2017. Вип. 26. Ч. 1. С. 10–13. URL: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2017/26-1-2017/4.pdf> (дата звернення: 11.04.2023).
12. Етапи розробки рекламної компанії // Pidru4niki [Веб-сайт]. URL: https://pidru4niki.com/82309/marketing/etapi_rozrobki_reklamnoyi_kompaniyi (дата звернення: 15.05.2023).
13. Зарихта Д. ГЛЕМПІНГ: ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ. GLEMPING: DEVELOPMENT PROSPECTS IN UKRAINE. URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/36130/2/MSNTK_2021_Zarykhta_D-Glemping_development_prospects_251-252.pdf (дата звернення: 01.05.2023).
14. Золото карпат - офіційна сторінка : сайт. URL: <https://zlotokarpat.in.ua> (дата звернення: 17.05.2023).
15. Мережа шляхів активного екологічного туризму НПП «Сколівські Бескиди» - Національний природний парк "Сколівські Бескиди": офіційний сайт. URL: <https://skole.org.ua/marshrut.html> (дата звернення: 18.05.2023).
16. Міністерство культури та інформаційної політики України - офіційна сторінка : сайт. URL: <https://mkp.gov.ua> (дата звернення: 15.05.2023).
17. Перспективи розвитку індустрії гостинності в стилі глемпінг // tourlib.net [Веб-сайт]. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/ostrovska3.htm (дата звернення: 14.04.2023).
18. Поврознюк І. М., Нещадим Л. М. Перспективи розвитку глемпінгу для регіональної індустрії гостинності. Економіка та суспільство. Випуск №

37. 2022. URL: <https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream/123456789/14593/1/1187-Текст%20статті-1142-1-10-20220420.pdf> (дата звернення: 15.02.2023).
19. Співпраця – відпочинок в карпатах – КАРПАТИ.INFO / про нас. Відпочинок в Карпатах – КАРПАТИ.INFO.: URL: <https://www.karpaty.info/ua/aboutus/cooperation/> (дата звернення: 17.05.2023).
20. Стрийський район – сухий потік. Відпочинок в Карпатах – КАРПАТИ.INFO.: URL: <https://www.karpaty.info/ua/uk/lv/st/sukhy.potik/> (дата звернення: 13.05.2023).
21. Турагенція Еко-тур - офіційна сторінка : сайт. URL: <https://ekotur.com.ua> (дата звернення: 17.05.2023).
22. Турагенція Карпати travel - офіційна сторінка : сайт. URL: <https://karpatytravel.net> (дата звернення: 17.05.2023).
23. Чому геокупольний глемпінг - це вигідно? Перспективи розвитку в Україні. Геокупол - це ECOPOD Україна | Глемпінг - Івенти - Відпочинок. URL: <https://ecopod.ua/blog/glamping-business> (дата звернення: 14.04.2023).
24. Що таке екотуризм: особливості та значення. Renovables Verdes [Веб-сайт]. URL: https://www.renovablesverdes.com/uk/що-таке-екотуризм/#Que_es_el_ecoturismo (дата звернення: 14.04.2023).
25. Як відкрити глемпінг? Воркшоп - Glamping UA. Glamping UA [Веб-сайт]. URL: <https://glamping.ua/workshop1/> (дата звернення: 14.04.2023).
26. Яцюта А.Д. СУЧАСНИЙ СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ [Електронний ресурс] / Яцюта А.Д. // Матеріали випускної кваліфікаційної роботи Національного університету фізичного виховання і спорту України. - 2021. - Режим доступу до ресурсу: <https://reposit.unisport.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/787878787/3621/Яцюта%20Аліна.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: 10.03.2023).
27. EKODOME Geodesic Domes and Kits. URL: <https://ekodome.com> (дата звернення: 14.04.2023).

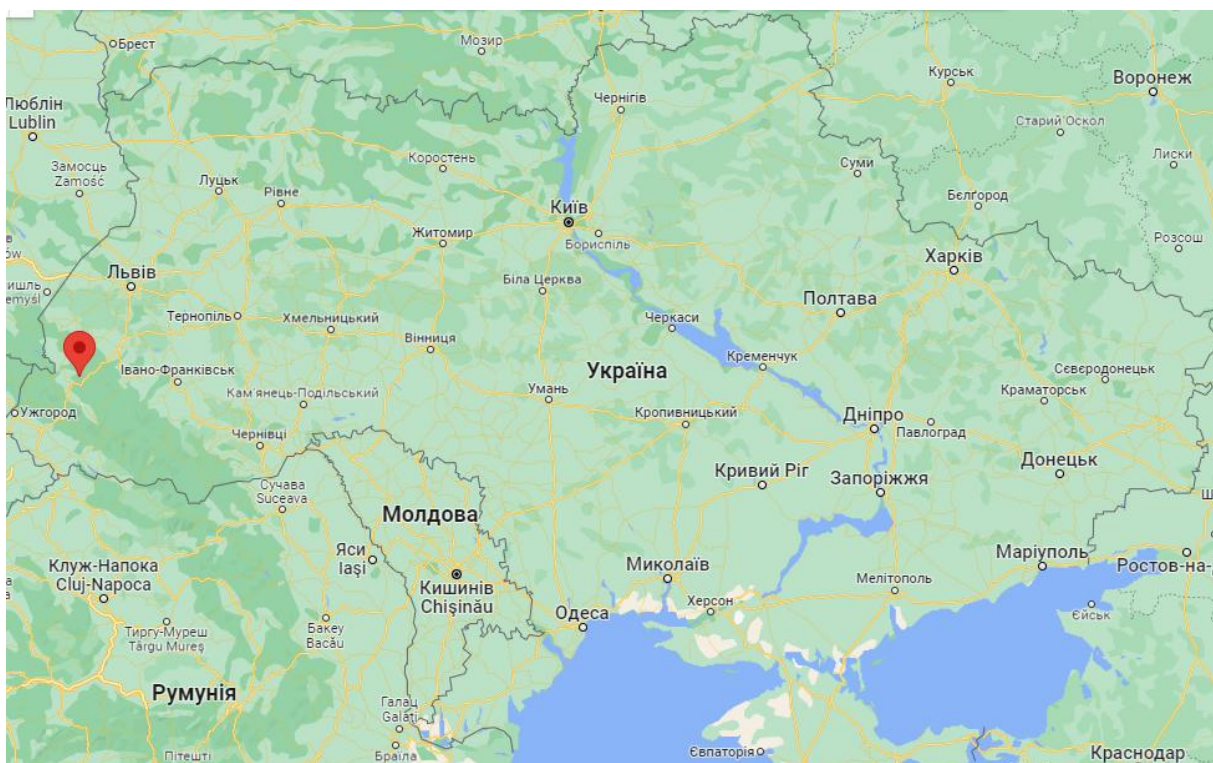
28. Family 24 - glamping UA. Glamping UA [Веб-сайт]. URL: <https://glamping.ua/shop/family/family-24/> (дата звернення: 13.05.2023).
29. Glamping as a trend: business and technological perspective. AltexSoft. URL: https://www-altexsoft-com.translate.google.com/blog/glamping/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=ru&_x_tr_hl=ru&_x_tr_pto=sc (дата звернення: 14.04.2023).
30. Glamping Market in Europe (2020 to 2025) - Development of Plug-And-Play Structures Presents Opportunities // businesswire.com [Веб-сайт]. URL: https://www.businesswire.com/news/home/20200219005700/en/Glamping-Market-in-Europe-2020-to-2025---Development-of-Plug-And-Play-Structures-Presents-Opportunities---ResearchAndMarkets.com?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=ru&_x_tr_hl=ru&_x_tr_pto=sc (дата звернення: 17.04.2023).
31. Glamping market size, share, trends & growth report, 2030. Market Research Reports & Consulting / Grand View Research, Inc. URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/glamping-market> (дата звернення: 17.04.2023).
32. GreenTour. Спілка сільського зеленого туризму України. URL: https://www.greentour.com.ua/en/farmstead/eko_karpati (дата звернення: 17.05.2023).
33. Mercy Corps - офіційна сторінка : сайт. URL: <https://uerp.mercycorps.org> (дата звернення: 28.05.2023).
34. Research and Markets. United states glamping market report 2021-2026 with in-depth analysis and data-driven insights on the impact of COVID-19. GlobeNewswire News Room. URL: <https://www.globenewswire.com/en/news-release/2022/01/12/2365499/28124/en/United-States-Glamping-Market-Report-2021-2026-with-In-depth-Analysis-and-Data-driven-Insights-on-the-Impact-of-COVID-19.html> (дата звернення: 14.04.2023).
35. The Business Evolution of Glamping / articles & publications / News / PKF hospitality group. URL: <https://www-pkfhospitality->

com.translate.google/news/articles-publications/the-business-evolution-of-glamping/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=ru&_x_tr_hl=ru&_x_tr_pto=sc
(дата звернення: 14.04.2023).

ДОДАТКИ



с. Сухий Потік, Стрийський район, Львівська область



с. Сухий Потік, Стрийський район, Львівська область на карті України

Додаток 2



Глемп-хатинка для проекту створення та облаштування садиби під глемпінг "Cozy Chalet in the Carpathians"

Додаток 3

Мережа шляхів активного екологічного туризму НПП «Сколівські Бескиди»

Екологічні стежки

Назви екологічних стежок	Пункти початку/закінчення шляху	Тривалість проходження, год	Цікаві об'єкти на шляху
«До джерел мінеральної води»	ур. «Павлів Потік»/верхнє сірководневе джерело	2	Природне джерело «залізної» води; Каскади гірського потоку; Крупномірні дерева ялиці; Джерело сірководневої води; Можливість подорожі на велосипеді.
«Бучина»	ур. «Павлів Потік»/поляна поблизу Кичери	1	Малий водоспад – місце круглорічного купання місцевих жителів та відвідувачів парку; Йорданські водохреща; Фітнес прогулянки, оздоровчий тренінг, чисте, свіже повітря наповнене ялицевими фітонцидами.
«Павлів потік-Водоспад Кам'янка»	ур. «Павлів Потік»/біополяна поблизу інформаційного центру Кам'янки	2-3	Пам'ятка дохристиянського періоду – святилище IX-X століть. Річка Опір популярна серед туристів, які займаються рафтингом; Ялицеві ліси, ландшафтна галявина.
«Старовікові ліси»	ур. «Павлів Потік»/в районі міського озера	3-4	Недоторканий ліс, який розвивається під впливом природи, має високу життєздатність, стійкий проти несприятливих впливів; Лісова галявина на якій ранньою весною зростає Червонокнижний Шафран Гейфеля (крокус).
«Долиною річки Кам'янка»	Вказівний знак до Кам'янецького водоспаду на трасі Київ-Чоп/озеро Журавлине	2	Природне джерело мінеральної сірководневої питної води; Водоспад найвідоміший у Сколівських Бескидах, природня гідроаеріонізація, унікальна фотозона; Озеро Журавлине – єдине місце на Сколівщині зростання журавлини болотної в природних умовах та росички круглолистої (рослина яка живиться комахами).
«Альтана»	653 км. міжнародної траси Київ-Чоп/могила героям ОУН та УПА	до 1 год.	Могила героям ОУН та УПА 250 полеглих вояків, які загинули в нашому регіоні; Пішохідна серпантинна доріжка (хресна дорога), що символізує короткий тернистий шлях повстанця.

«Селища»	с.Завадка/верхове болото	1,5-2	Унікальне верхове болото 650м. над рівнем моря, єдине місце у парку, де природно проростає лохина (буяхи); Водиться регіонально рідкісний вид – бобер.
«Стежками легендарної Тустані»	інформаційно-контрольний пункт при вході у Тустань /цілюща криничка Оберіг	2,5	Пам'ятка археології національного значення IX –XVI століть «Городище літописного міста Тустань» (виходи ямненського пісковика на поверхню);

Туристичні маршрути

Назви туристичних маршрутів	Пункти початку/закінчення шляху	Тривалість проходження, год	Цікаві об'єкти на шляху
«На гору Лопата»	ур. «Павлів Потік»/вершина гори Лопата	6-7	Гірська вершина висотою 1210,9 метрів над рівнем моря, військовий бій 1944 року між УПА та об'єднаними німецько-угорськими військами; Природня панорама навколишніх гір та поселень. Чисті букові ліси, корінне смерекове насадження, гірські луки.
«Джершин Зелемінь Кудрявець Лопата»	– Ур. Джершин с. Гребенів / вершина гори Лопата	6-7	Три найвищі вершини Зелемінського хребта; Стратегічні висоти першої та другої світових війн; Панорами навколишніх хребтів, Боржави, Високий Верх, Тростян, Пікуй, хребет Парашки, долина р. Стрий, місто Сколе, Бубнища, Болехів, Станіславщина (Івано-Франківщина).
«Коростів-Красне-Парашка»	Ур. Красне/вершина гори Парашка	4	Найвища вершина в нацпарку (1268 м.н. р.м.); Унікальні криволісся; Прапороподібні смереки; Ареал оленя благородного, ведмедя бурого, рисі.
«Монастир Парашка»	– Статуя Покрови Пресвятої Богородиці / вершина гори Парашка	3	Статуя Покрови Пресвятої Богородиці, капличка Святого Івана Боско і монастир отців Селезіян УГКЦ та реколекційний будиночок. Найвища вершина в нацпарку (1268 м.н. р.м.); Санна дорога якою в давнину звозили сіно з

			полонини.
«Сколе-Парашка»	Ур. Дубравка/ вершина гори Парашка	4-5	Найвища вершина в нацпарку (1268 м.н. р.м.); Краєвиди, полонини, горобинові криволісся; Ареал ведмедя, рисі, оленя, kota лісового, глушця.
«Колодка-Перехресне»	Ур. Колодка/ ур. Перехресне	5	Колодка - Тухольківські ворота Сколівщини; Рекреаційна відпочинкова зона; Перехресне – місце де сходяться чотири природні хребти у вигляді хреста і ведуть до населених пунктів: м. Сколе Колодка, м. Сколе Демня, с. Коростів, с. Корчин.
«На Росохацькі полонини»	Садиба Приполонинного лісництва/ вершина гори Високий Верх	5	Гора Високий Верх церква Св. Пророка Іллі, що вважається найвищою точкою православ'я України 1176 метрів над рівнем моря; Джерело питної води на горі Високий Верх; Унікальна лучна рослинність полонин.
«Сколе-ур.Каменистий-водоспад Гуркало»	Ур. Колодка/ водосп. Гуркало	6-7	Каменистий» - маленька українська «Швейцарія»; Водоспад, відомий на Львівщині
«Сопітські мандри від водоспаду до полонини»	Церква в с. Сопіт / Сопітські полонини	3-4	Водоспад надзвичайно красивий, але мало відомий; Старовіковий ліс; Полонина з соковитими луговими травами та унікальним криволіссям;
«До бункеру головного осередку пропаганди ОУН-УПА»	Вказівний знак поблизу автобусної зупинки в с. Корчин / Бункер гора Кичера	4-5	Місце де був розташований Бункер Головного осередку пропаганди ОУН-УПА та Могила (місце загибелі) референта СБ ОУН УПА Івана Корчинського («Корчак», «Варяга»).
«Корчин-водоспад Гуркало-Парашка»	Авто зупинка в с. Корчин / вершина гори Парашка	5-6	Водоспад, відомий на Львівщині; Найвища вершина в нацпарку (1268 м.н. р.м.)
«Карпатські полонини Тустань»	Ур. Цюхів база відпочинку «Карпатські Полонини»/ інформаційно-контрольний пункт	3	Навколишні краєвиди в ур. «Цюхів», висотою 942 м над рівнем моря; Тустань – наскельне-місто фортеця, яке було збудоване на трьох

	входу Тустань		скельних групах біля села Урич.
«с. Майдан – Манмансталь»	с. Майдан садиба лісництва /кв. 43 польова лабораторія	2-3	Місця німецьких поселень за часів австро-угорщини; Костел 1938 р найдавніших у Східній Галичині; плавильня металу; Місце для підгодівлі зубрів у зимовий період