

ГЛЭМПИНГ КАК ТРЕНД СОВРЕМЕННОГО ТУРИЗМА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

GLAMPING AS A TREND OF MODERN TOURISM IN RUSSIA AND ABROAD

*Yu. Kireeva
E. Konovalova
L. Amozova
I. Okhotnikov*

Summary. This article is devoted to one of the actively developing worldwide placement format — glamping. The article examines the historical prerequisites for the emergence of this accommodation format in the world, its popularization from the moment of its appearance to the present, lists the main differences between glamping and camping.

The article emphasizes that a clear definition of the concept of “glamping” is not enshrined either in regulatory documents or in special literature. There is no uniform classification of glamping sites as accommodation facilities. This fact, on the one hand, complicates the development of glamping, and on the other hand, it is a powerful stimulus for its development. This format of accommodation attracts tourists traveling by car who want to combine outdoor activities without sacrificing comfort.

Analysis of various materials allowed the author to formulate a conclusion about the state of glamping in the Russian Federation, and also that this placement format is very promising for Russia, since will contribute to the development of tourism in the regions of the country.

Keywords: glamping, camping, tourism, boutique hotel, regions of Russia.

Киреева Юлия Александровна

*К.п.н., доцент, ФГБОУ ВО «Российский
государственный университет туризма и сервиса»
kireeva.ya@mail.ru*

Коновалова Елена Евгеньевна

*К.э.н., доцент, ФГБОУ ВО «Российский
государственный университет туризма и сервиса»
eekmgus@mail.ru*

Амозова Лариса Николаевна

*К.и.н., доцент, МГУ им М.В. Ломоносова
amozova.larisa@yandex.ru*

Охотников Илья Викторович

*К.э.н., доцент, Российский университет
транспорта (МИИТ), Москва
roat.miit@mail.ru*

Аннотация. Данная статья посвящена одному из активно развивающемуся во всем мире формату размещения — глэмпингу. В статье рассмотрены исторические предпосылки появления данного формата размещения в мире, его популяризация с момента его появления до настоящего времени, перечислены основные отличия глэмпинга от кемпинга.

В статье подчеркивается, что четкого определения понятия «глэмпинг» не закреплено ни в нормативно-правовых документах, ни в специальной литературе. Отсутствует и единая классификация глэмпингов как средств размещения. Данный факт с одной стороны затрудняет развитие глэмпинга, а с другой является мощным стимулом для его развития. Подобный формат размещения привлекает туристов, путешествующих на автомобиле, желающих совместить активный отдых на природе, не жертвуя при этом комфортом.

Анализ различных материалов позволил автору сформулировать вывод о состоянии глэмпинга в РФ, а также что данный формат размещения очень перспективен для России, т.к. будет способствовать развитию туризма в регионах страны.

Ключевые слова: глэмпинг, кемпинг, туризм, бутик-отель, регионы России.

Введение

Небезызвестно, что туризм является неотъемлемой частью жизни каждого человека. Он также является основным фактором развития многих стран, регионов и городов. Каждый субъект Российской Федерации с учётом своих индивидуальных особенностей имеет потенциал для становления и развития в области туризма и гостеприимства. Грамотное планирова-

ние и проектирование в данной отрасли способствует культурному обогащению не только граждан Российской Федерации, но и иностранных.

Также с точки зрения экономики необходимо планомерно внедрять «точки» рекреации в виде глэмпингов по территории Российской Федерации, это повысит ассортиментный ряд, так как климат и пейзажи везде особенные. Развитие данного направления будет спо-

способствовать созданию положительного образа российских регионов как благоприятных для внутреннего и въездного туризма территорий, привлечению внимания и популяризации внутреннего туризма среди россиян и иностранных граждан, стимулированию спроса на туристские услуги по приоритетным направлениям России, сохранению исторического, культурного и природного наследия регионов страны, созданию на территории Российской Федерации комфортной туристской среды [4].

Актуальность глэмпинга также обоснована современными реалиями, так как динамичность изменения потребностей людей крайне высокая, появляются все более продвинутое и прогрессивные покупатели, которые задают тенденции развития рынка предложений. В результате требование комфорта и удобства в сочетании с отдыхом в дикой природе вынуждают владельцев кемпингов и альтернативных средств размещения адаптироваться и создавать необычные территории отдыха. В перспективе у глэмпинга есть все шансы на выход в лидирующие позиции на рынке, так как развитие и использование эко-строительства, ресурсосбережения, эко-инжиниринга в сочетании с глэмпингом смогут соблюсти балансирующее положение интересов человека и природы, охватив тем самым новые сегменты потребителей [3].

Привлекательность данного направления обусловлена новизной, отсутствием жестких правил и требований, что позволяет потенциальным предпринимателям проявлять свободу мысли и создавать креативные проекты. Нет привязки к местоположению глэмпинга, даже лучше если он будет очень удален от «цивилизации», тем самым становясь более привлекательным для взыскательных любителей экотуризма и глэмпинга. Также, стоит отметить малое инвестирование в перспективные проекты, немодульные глэмпинги (например, тент-сафари) стоят достаточно бюджетно, а внутреннее оснащение также очень минимально на вложение (в зависимости от концепции). С научной точки зрения также понятие «глэмпинг» очень ново, отсутствует теоретическая база, точное определение, нет классификации, что создает перспективы для изучения данной темы в более обширном ключе. Одним из плюсов глэмпинга в том, что данное средство размещения динамично подстраивается под виды туризма, а именно его можно располагать в разных локациях и менять их (т.к. конструкции мобильны), в горах либо близ водных объектов, применять различные технологии, комбинировать виды глэмпинга на одной территории, привязать с событийным туризмом (например, проводить кинофестивали с использованием тент-сафари в летний период времени) или со спортивным (например, сплав по рекам) и т.п.

Обзор литературы

Для подготовки данной статьи были проанализированы нормативно-правовые документы, аналитические и статистические материалы, эмпирические материалы, взятые из опыта уже реализуемых проектов.

К нормативно-правовым источникам относятся [1, 2]:

1. Федеральный Закон Российской Федерации «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 № 132-ФЗ.
2. ГОСТ Р 58187–2018 «Туристские услуги. Кемпинги. Общие требования».

Для подготовки статьи анализировались труды следующих авторов: Кружалина В.И., где излагаются научные и теоретические основы туризма, основные определения и понятия, а также современные методы исследования, методы оценки туристско-рекреационного потенциала, проводится анализ формирования основных туристских потоков; Путрика Ю.С., в трудах которого раскрывается содержание этапов зарождения, становления и развития туризма; Квартальнова В.А., где освещаются характеристики терминов в сфере туризма, тенденции развития, а также раскрывается суть механизмов функционирования туристского бизнеса.

Основными источниками для сбора и анализа данных в разрезе поставленной темы послужили официальные сайты: Всемирной туристской организации ЮНВТО, Всемирного совета по туризму и путешествиям (World Travel & Tourism Council (WTTC)), Федерального агентства по туризму Министерства культуры РФ, Российского Союза Туриндустрии, Росстата. Также, для аналитических данных были использованы следующие интернет-порталы: Booking.com, World Travel & Tourism Council.com, Aritzon, Ask Your Target Market, Research and Markets, Яндекс.

Базисом для эмпирического материала послужили официальные сайты и социальные сети уже реализуемых Glamping на территории России, а также же запросы напрямую.

Методы

В данной статье использовались общенаучные теоретические методы исследования:

- ♦ анализ литературы по истории развития кемпингов и глэмпингов в мире и России;
- ♦ систематизация теоретических данных о глэмпинге как о новом формате отдыха;
- ♦ обобщение статистических данных туристских потоков;
- ♦ синтез, объединяющий позиции специалистов туризма в отношении глэмпинга.

Применение общенаучных теоретических методы с анализом актуальной проблемы позволило выявить ряд преимуществ и недостатков развития глэмпинга на территории России. Для сбора и изучения эмпирического материала применялся ряд методов, а именно: логический, исторический, системный.

Результаты и обсуждение

Слово «глэмпинг» произошло от фразы гламурный кемпинг (*glamorous camping*) [12].

Прообраз «глэмпинга» берет свое начало от шотландского графа Джона Стюарта Атолла, который в XVI веке для размещения короля Якова V и его матери разбил палатки и обставил их роскошной мебелью из своего дворца. Небезызвестно, что османские султаны также комфортабельно размещались в военных походах [10].

Считается, что первые кемпинги появились в США. В 1901 г. президент Теодор Рузвельт обратился к Конгрессу, он призвал создать свободные палаточные лагеря на федеральных землях. В основном маленькие кемпинги зарождались возле туристских дестинаций, а для автомобилистов правил практически не было, и появлялись они стихийно. Такой «хаос» негативно сказывался на репутации кемпинга. Ассоциация производителей автобусов-трейлеров при поддержке государства разработала и установила стандарты санитарии для кемпингов. Представители Ассоциации пропагандировали экономическую эффективность развития кемпингов, поддерживали появление новых. Так, с помощью усилий трейлерских компаний и ассоциации, количество палаточных лагерей в каталоге *Trailer Travel Magazine* для кемпингов удвоилось до 1650 к концу 1936 года. По отзывам туристам того времени, первые палаточные лагеря в США представляли собой большие специализированные поляны для групп туристов [10].

Уже в те времена при таком активном росте кемпингов изучали влияние такого туризма на окружающую среду. В послевоенные годы количество кемпингов в разы выросли, но они не имели инфраструктуры. Из-за динамично меняющихся потребностей и бурного технологического процесса рынок не успевал подстраиваться под требования туристов. На популярность кемпингов, что привело к их увеличению, способствовало развитие караванинга — путешествие на автодомах. В данном случае это пример того, что кемпинг стал сопутствующим элементом развития туризма и соответствующей инфраструктуры в США и Австралии. Сегодня, по данным статистики, в США и Австралии кемпинги ежегодно выбирают для проведения отпуска около 4,5 млн. туристов, из которых 4 млн. — гражда-

не страны. Средняя продолжительность пребывания в кемпинге — 11 ночей, что в сумме за год составляет 495 млн. ночей. Стоит упомянуть, что 60% путешествующих караванингом — это люди в возрасте от 25 лет с высоким уровнем дохода, путешествующие в группах [10].

Само понятие «глэмпинг» впервые появилось в 2005 году в Великобритании, с 2016 года внесен в Оксфордский словарь [8]. Основная причина популярности данного вида отдыха заключается не только в желании единения человека с природой, но и возможность отдыхать, не отказываясь от ежедневных и привычных вещей для современного человека. Стоит отметить, что также повлияли экономические кризисы и политическая нестабильность, все стрессовые факторы влияют «отталкивающе» на людей и вызывают желание уехать в глушь, подальше от источников стресса. Например, в Великобритании бум глэмпинг-отелей пришелся на период после Брексита. Ден Йейтс основатель интернет-сайта кемпинга и парковки для отдыха *Pitchup* отметил: «Brexit повысил количество отдыхающих, при этом рост бронирования на внутренние праздники вырос с 34% до 46%» [10].

На сегодняшний день глэмпинг на стадии формирования, изучения и внедрения в массы. Точного определения данного понятия не закреплено ни в российском законодательстве, ни в специализированной литературе [6]. Обычно глэмпинг характеризуют как отдых на природе со всеми удобствами и полноценным отельным обслуживанием. Мировая практика определяет важнейшее условие — он должен быть органичен, мобилен, не наносить вред природе [5]. Важным вопросом остается классификация глэмпинга. Компания *World of Glamping* вместе с Советом по туризму Словении и Министерством экономики и технологий классифицировала на 3 вида: *scouting, glamping, lodging*. Для каждого из этих видов существует «звездность» от 1 до 7 звезд, общее количество всех критериев составляет 150. Они в свою очередь распределены по 6 основным категориям [9]:

- ◆ уникальность,
- ◆ ландшафтная архитектура,
- ◆ политика развития устойчивого туризма,
- ◆ ассортимент предложений,
- ◆ индивидуальное размещение,
- ◆ сервис и сотрудники.

«Scouting» представляет уровень качества между кемпингом и глэмпингом. Не является фундаментальной постройкой, не включает в себя индивидуальную ванную комнату, роскошное оснащение и дополнительные специальные предложения и уровень обслуживания ниже. «Glamping» является синонимом экс-

клубизного бутик-отеля, где объекты разработаны с учетом экологичности, уникальной роскоши и гламура. Эта категория включает в себя палатки, домики на деревьях, юрты и многое другое с богатым ассортиментом предложений, а также с услугами и сервисом на уровне роскошных отелей, но при этом сохраняет непосредственный и прямой контакт с природой. «Lodging» спроектирован с учетом основных параметров экологичного жилья, т.к. объект на постоянной основе находится в естественной среде. Дополнительные предложения и уровень услуг, с точки зрения их объема и содержания, находятся на самом пике роскоши и гламура.

По мнению специалистов сферы туризма глэмпинг относится к специфическому виду размещения, т.к. это может быть не фундаментальный объект, а временный (т.е. его можно перемещать и видоизменять), он более органичен с природой. И в данном случае можно глэмпинг подразделяется на следующие типы [13]:

- ◆ глэмпинг с применением прозрачных материалов, обеспечивающих максимальный визуальный обзор на окружающую природу: купольная модель, «пузырь»;
- ◆ глэмпинг, смоделированный на основе национальных особенностей народов мира: иглу, юрты, типи, шатры;
- ◆ глэмпинг по месту расположения: дома на деревьях, в скалах, в земле и под ней, на воде;
- ◆ глэмпинг с максимальной изоляцией: на отдельных островах, лодки, маяки и т.п.;
- ◆ другой глэмпинг: Pods (деревянное полукруглое строение), Cabins (деревянные бунгало, как охотничий домик), Caboose (кабуз — специальный ж/д вагон со специальными характеристиками), фургоны и дома-прицепы (элементы от кемпинга), контейнера (более современный вариант дома на колесах).

Актуальность внедрения глэмпинга как стимул развития внутреннего и въездного туризма можно увидеть на опыте Швейцарии. Так, в компании «Touring Club Schweiz» анализировали не только спрос на классические кемпинги, но и тенденцию развития более комфортабельного средства размещения. В своем исследовании они зафиксировали факт, что владельцы кемпингов стали чаще и больше вкладывать в развитие глэмпингов. Также, в 2016 году было отмечено увеличение объема продаж этого сегмента на 4,1%, на 7% вырос уровень ночевков. Рост последнего показателя обуславливали притоком туристов из Германии, Франции и Нидерландов. Основная доля туристов — сами швейцарцы (75% от общей массы). [12]. Основной сложностью развития глэмпинга в Швейцарии является высокая стоимость на земельные участки, каждая

площадка должна быть подключена к коммуникациям (водопровод и канализация), высокий уровень конкуренции, а также сложивший высокий уровень качества кемпингов (в силу законодательства страны и культурного воспитания).

На территории Российской Федерации глэмпинг еще не набрал популярности, но этим направлением активно интересуются бизнесмены и предприниматели. В силу экономических обстоятельств, определенного мироощущения жители России (большая часть) не может более осознанно путешествовать, т.е. не оценивают последствия их отдыха, не стараются наносить меньший ущерб природе. Мировая тенденция экотуризма, а также осознанного потребления только входит в жизнь россиян. На сегодняшний день известно, что в 2018 году на территории России было создано 15 объектов глэмпинга, в 2019 году их 63.

Выделяются 3 ценовых сегмента: бюджетный, средний, эксклюзивный. Примером бюджетного глэмпинга является ретритный для йоги и экотуризма центр в Крыму «Горная обитель». Проживание в «белл-тентах» — это просторный шатер (14м²), с электричеством, персональным душем и туалетом, построенным по самым высоким стандартам и расположенным в 5-ти метрах от шатра. В «Горной Обители» 7 шатров и 7 санузлов. Это сезонный глэмпинг с мая по октябрь, весь комплекс на деревянных платформах, есть все коммуникации. Особенность — наличие огромного шатра для практики йоги и аюрведическая кухня на местных продуктах. Цена от 900 рублей за ночь при наборе группы из 14 человек [8].

В среднем ценовом диапазоне можно привести пример глэмпинга «Шикша» в Тверской области на острове Хачин. Состоит из 6 палаток вида «тент-сафари», завтраки и ужины, трансфер на катере, велосипеды, лодки, теннис, бадминтон, настольные игры включены в стоимость. Цена от 5000 за сутки [11]. В эксклюзивный сегмент можно отнести глэмпинг «Лес и море» на Алтае, состоит из 6 палаток, оснащенных по последним трендам. На территории есть «гостиная» с ресторанной зоной, костровая зона, кедровые купели. Есть тур на 8 дней и есть индивидуальный расчет. Тур на 8 дней стоит 150 тысяч рублей на человека, +40–60 тысяч нужно заложить на вертолет, на котором и доставляют в «Лес и море». В базовую стоимость входит: трансфер от аэропорта и до вертолетной площадки (и обратно), проживание, кухня от шеф-повара, медицинская страховка, ежедневные трекинг-экскурсии с профессиональным гидом-проводником.

Еще одним шагом к развитию и популяризации глэмпинга в России стало создание Ассоциации Глэмпингов в 2018 году. Участники — бизнесмены и предприниматели

ли, которые стояли у истоков формирования глэмпинга и продвижения его в массы. Их цель — обмен опытом и развитие внутреннего экологического туризма [7].

В мире глэмпинг достаточно узнаваемое явление, чего нельзя сказать о России. Проанализировав различные источники, были выявлены достоинства и недостатки глэмпинга.

Основные достоинства: мобильность, минимальные вложения по сравнению с остальными средствами размещения, возможность аренды земельного участка, возможность купить готовый проект, возможность расширения и дополнения, возможность всесезонного использования. Основные недостатки: на территории РФ не получится соорудить глэмпинги на любой территории, вид размещения не проходит под классификацию, не определен правовой статус глэмпингов. При возникновении спорных ситуаций будет трудно предъявить претензию, не имея стандартов и норм, также объект может сменить место локации. Преимуществ больше, для более уверенного позиционирования на рынке необходима нормативно-правовая база, но на опыте «хостелов» можно предположить, что со временем она сформируется.

Заключение

В заключении можно сформировать общий вывод по исследуемой проблеме. В зарубежной практике

достаточно опыта для систематизирования информации и формирования теоретической базы глэмпинга. На территории Российской Федерации также есть перспективы не только активного роста и распространения данного направления, но и создание сетей глэмпингов, ассоциаций и объединений. С учетом различного уровня объектов размещения есть возможность гибкого ценообразования, что сделает глэмпинги общедоступными для туристов с любым бюджетом.

В настоящее время глэмпинг очень актуален и востребованный формат размещения с экономической точки зрения: невысокий объем необходимых инвестиций (в сравнении с отелями и курортами); низкий уровень конкуренции на сегодняшний день, в зависимости от цен на услуги рынок клиентов глэмпингов гораздо шире, чем рынок клиентов отелей и курортов. Увеличение количества автомобилей также увеличивает число потенциальных клиентов глэмпингов, что ведет к увеличению туристских потоков в регионы и к развитию туризма в целом.

Объединение глэмпингов в сети, создание ассоциаций, тесное сотрудничество с туроператорами позволит в будущем формировать интересные программы обслуживания туристов, предлагать особое размещение на туристских маршрутах, развивать такие виды туризма как спортивный, экологический, событийный, деревенский.

ЛИТЕРАТУРА

1. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 № 132-ФЗ (с последними изменениями от 02.07.2021)
2. ГОСТ Р 58187–2018. Туристские услуги. Кемпинги. Общие требования
3. Киреева Ю.А. «Glamping» как альтернативное средство размещения туристов / Ю.А. Киреева, А.М. Малышев // Тенденции и проблемы развития индустрии туризма и гостеприимства: Материалы 6-й Межрегиональной научно-практической конференции с международным участием, Рязань, 22 октября 2019 года / Ответственный редактор Е.И. Мишнина. — Рязань: Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина, 2019. — С. 108–112.
4. Коновалова Е.Е. Рекомендации по совершенствованию качества, безопасности услуг и сервисной деятельности в сфере гостеприимства / Е.Е. Коновалова // Россия–Казахстан: приграничное сотрудничество, музейно-туристический потенциал, проекты и маршруты к событиям мирового уровня: сборник статей Международной научно-практической конференции, Самара, 09–11 декабря 2015 года. — Самара: Самарский государственный экономический университет, 2016. — С. 30.
5. Макарова Д.Д. Современные тенденции инновационной деятельности в гостиничном бизнесе / Д.Д. Макарова // Вестник Российского нового университета. Серия: Человек и общество. — 2020. — № 2. — С. 106–114. — DOI 10.25586/RNU.V9276.20.02.P.106.
6. Kireeva, Yu.A. Development of glamping in Russia and abroad / Yu.A. Kireeva // Laplage Em Revista. — 2021. — Vol. 7. — No Extra-B. — P. 553–560. — DOI 10.24115/S2446–622020217Extra-B970p.553–560.
7. Ассоциация Глэмпингов России провела первую встречу 6–7 ноября в загородном эко-отеле «Лепота» // Дикий дом [Электронный ресурс]. — Электрон. дан. — Москва, 2016–2019. — Режим доступа: https://dikiydom.com/articles/assotsiatsiya_glempingov_rossii_provela_pervuyu_vstrechu/ (дата обращения: 04.10.2021)
8. Что такое глэмпинг? // 34TRAVEL [Электронный ресурс]. — Электрон. дан. — Режим доступа: <https://34travel.me/post/glamping> (дата обращения 04.1.2021)
9. About World of Glamping // ISSUU [Электронный ресурс]. — Электрон. дан. — Режим доступа: https://issuu.com/parksmanagement1/docs/gb_iss_12_july_2018_online_v2

10. Glamping-история развития // Дикий дом [Электронный ресурс]. URL: <https://dikiydom.com/glamping/> (дата обращения: 04.10.2021)
11. Shiksha Glamping. Seliger Resort // Shiksha [Электронный ресурс]. — Электрон. дан. — Режим доступа: <http://shiksha.ru/#rec100580667> (дата обращения 04.10.2021)
12. The advantages of Glamping. [Электронный ресурс]. — Электрон. дан. — Режим доступа: <http://www.worldation.com/opinions/theadvantages-of-glamping/> (дата обращения 04.10.2021)
13. Types of Glamping // GlampingHub [Электронный ресурс]. — Электрон. дан. — Режим доступа: <https://glampinghub.com/types-of-glamping/> (дата обращения 04.10.2021)

© Киреева Юлия Александровна (kireeva.ya@mail.ru), Коновалова Елена Евгениевна (eeekmgus@mail.ru),
 Амозова Лариса Николаевна (amozova.larisa@yandex.ru), Охотников Илья Викторович (roat.miit@mail.ru).
 Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»



МИИТ