

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт физической культуры, спорта и туризма
Кафедра теоретических основ и менеджмента физической культуры и туризма

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

_____ Н.В. Соболева

« ____ » _____ 2022 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

43.03.02 Туризм

43.03.02.01 Технология и организация туроператорских и турагентских услуг

РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО РАЗВИТИЮ ГЛЭМПИНГА
В КРАСНОЯРСКОМ КРАЕ (НА ПРИМЕРЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ФИРМЫ
«ПОЛОНИЯ»)

Руководитель _____ канд.пед.наук, доцент Е.В. Шешегова

Выпускник _____ А.А. Гафарова

Нормоконтролер _____ О.Б. Сагды

Красноярск 2022

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа по теме «Разработка рекомендаций по развитию глэмпинга в Красноярском крае (на примере туристической фирмы «ПОЛОНИЯ»)» выполнена на 88 страницах, содержит 2 таблицы, 25 рисунков, 3 приложения, 55 использованных источников.

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ, ГЛЭМПИГ, РАЗВИТИЕ ГЛЭМПИГ

Актуальность. Популярность глэмпинга как средства размещения для экологического туризма и возможность его развития на территории Красноярского края, в том числе на базе отдыха «Балахтенька» туристической фирмы «Полония».

Цель исследования – изучение и разработка практических рекомендаций по развитию глэмпинга для туристической фирмы «Полония».

Объект исследования – глэмпинг как перспективное средство размещения для экологического туризма.

Предмет исследования – состояние глэмпинга на базе отдыха «Балахтенька» туристической фирмы «Полония».

В ходе исследования уточнено содержание понятий «экологический туризм» и «глэмпинг», основными характеристиками которых является отдых в природных местах с минимальным воздействием на окружающую среду. Установлено, что туристическая база «Балахтенька» имеет предпосылки создания на ее территории глэмпинга. Результаты анкетирования подтвердили осведомленность потребителей о глэмпинге и его востребованность среди жителей Сибирского Федерального округа. В связи с этим были разработаны практические рекомендации по развитию глэмпинга для туристической фирмы «Полония».

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
1 Теоретические аспекты глэмпинга.....	7
1.1 Сущность понятия экологический туризм, его особенности и виды.....	7
1.2 Глэмпинг – перспективное средство размещения для экологического туризма	11
1.3 Обзор мирового и российского опыта развития глэмпинга.....	19
2 Анализ деятельности туристической базы «Балахтенька».....	25
2.1 Краткая характеристика туристической фирмы «Полония».....	25
2.2 Анализ деятельности туристической базы «Балахтенька»	27
2.3 Организация и методы исследования.....	35
3 Разработка рекомендаций по развитию глэмпинга для туристической фирмы «Полония».....	39
3.1 Анализ состояния глэмпинга в Красноярском крае.....	39
3.2 Анализ заинтересованности потребителей в посещении глэмпингов в Красноярском крае	44
3.3 Практические рекомендации по развитию глэмпинга для туристической фирмы «Полония».....	60
Заключение	68
Список использованных источников	71
Приложения А-В	77-84

ВВЕДЕНИЕ

В условиях современных реалий, вызванных последствиями мировой пандемии коронавирусной инфекции, а также политической нестабильности, происходят изменения в разных отраслях экономики, в том числе и в туризме. В связи с этим важными становятся вопросы поиска ресурсов и возможностей для развития внутреннего туризма. Одним из наиболее динамично развивающихся направлений является экологический туризм, который способствует восстановлению физических и духовных сил, а также укреплению здоровья в условиях уединения с природой. Сегодня отдых в диких природных местах пользуется большим спросом, однако большинство людей не готово отказываться от благ и цивилизации. Следовательно, становится популярным глэмпинг как перспективное средство размещения для экологического туризма, который подразумевает отдых на природе со всеми удобствами: наличие комфортных условий проживания и отельного обслуживания.

Красноярский край – один из крупнейших субъектов Российской Федерации, обладающий большим количеством природных ресурсов. На территории региона множество туристических фирм, занимающихся развитием внутреннего туризма, не исключение фирма «Полония». На протяжении 26 лет данная туристическая фирма разрабатывает уникальные туры по Красноярскому краю, также имеет собственную инфраструктуру, в том числе базу отдыха на Красноярском водохранилище, которую планируется обновить и создать на ее территории глэмпинг. Именно поэтому, мы предполагаем, что разработанные нами рекомендации в вопросе развития глэмпинга, помогут фирме в осуществлении данного вида отдыха, привлечении клиентов и ее продвижении на туристском рынке, как нового представителя этого направления.

Таким образом, **актуальность** данной работы состоит в том, что глэмпинг является популярным средством размещения для экологического туризма, а также в возможности его развития на территории Красноярского края, в том числе на базе отдыха «Балахтенька» туристической фирмы «Полония».

Объектом исследования в работе является глэмпинг как перспективное средство размещения для экологического туризма.

Предметом исследования – состояние глэмпинга на базе отдыха «Балахтенька» туристической фирмы «Полония».

Цель исследования – изучение и разработка практических рекомендаций по развитию глэмпинга для туристической фирмы «Полония».

Для достижения заданной цели необходимо решить следующие **задачи**:

1. Рассмотреть теоретические аспекты понятия глэмпинг.
2. Выявить заинтересованность потребителей в посещении глэмпингов в Красноярском крае.
3. Дать характеристику состояния глэмпинга в Красноярском крае.
4. Проанализировать деятельность базы отдыха «Балахтенька» туристической фирмы «Полония».
5. Разработать практические рекомендации по развитию глэмпинга для туристической фирмы «Полония».

Методы исследования, применяемые в работе: анализ литературных, документальных и интернет источников; описание; интервьюирование (очная форма); анализ статистических данных; SWOT-анализ; метод сравнительного анализа; социологический опрос (анкетирование); обобщение и интерпретация полученных результатов.

Практическая значимость заключается в возможности внедрения практических рекомендаций туристической фирмой «Полония» на территории базы «Балахтенька» при ее обновлении и создании глэмпинга.

Данная работа состоит из введения, трех разделов, заключения, списка использованной литературы, приложения.

В первом разделе работы были рассмотрены теоретические аспекты глэмпинга: раскрыта сущность понятий «экологический туризм» и «глэмпинг», рассмотрены основные принципы и виды, изучен опыт развития глэмпинга в мире и в России.

Во втором разделе отражена характеристика туристической фирмы «Полония», проведены интервьюирование, анализ статистических данных, SWOT-анализ деятельности базы отдыха «Балахтенька», а также приведены организация и методы исследования, использованные в ходе работы.

В третьем разделе на основе социологического исследования, характеристики состояния глэмпинга в Красноярском крае, а также анализа базы отдыха «Балахтенька» были разработаны практические рекомендации по развитию глэмпинга для туристической фирмы «Полония».

1 Теоретические аспекты глэмпинга

1.1 Сущность понятия экологический туризм, его особенности и виды

В настоящее время термин «экологический туризм» или «экотуризм» не имеет точного и общепринятого определения, так как является относительно молодым. Многие авторы и разные международные организации трактуют его по-разному. Рассмотрим самые распространенные и точные определения данного понятия.

Впервые понятие «экологический туризм» было предложено мексиканским экономистом Г. Цебаллос-Ласкурейном в 1980 г. По мнению автора, экотуризм – это сочетание путешествия с чутким отношением к природе с возможностью наслаждения и восхищения образцами флоры и фауны, их изучения и защиты [47].

Обратимся к определению, данному А.Б. Лукичевым, согласно которому экологический туризм – это форма устойчивого туризма, сфокусированная на посещениях относительно нетронутых антропогенным воздействием природных территорий [12].

Другой автор Е.Л. Пименова «экотуризм» рассматривает как туризм, ориентированный на прямое использование более или менее «дикой» природы как среды обитания туристов и целей путешествия на основе внедрения экологических технологий во все компоненты тура [15]. То есть, в этом определении, в отличие от предыдущего, сделан акцент на цели данного путешествия.

Далее рассмотрим определение Международного Союза охраны природы (МСОП), которое под экотуризмом понимает путешествие с ответственностью перед окружающей средой по относительно ненарушенным природным территориям с целью изучения и наслаждения природой и культурными достопримечательностями, которое содействует охране природы, оказывает «мягкое» воздействие на окружающую среду, обеспечивает активное социально-

экономическое участие местных жителей и получение ими преимуществ от этой деятельности [46].

Кроме этого, также известно и широко распространено следующее понятие экологического туризма, определенное Международным обществом экотуризма: это ответственное путешествие в природные территории, которое содействует охране природы и улучшает благосостояние местного населения [49].

Более простую трактовку экотуризма дает Всемирный Фонд дикой природы. Он определяет данное понятие как природный туризм, способствующий охране природы [44].

ГОСТ Р 56642-2015 «Туристские услуги. Экологический туризм. Общие требования» под экологическим туризмом понимает деятельность по организации путешествий, включающую все формы природного туризма, при которых основной мотивацией туристов является наблюдение и приобщение к природе при стремлении к ее сохранению [1].

Рассмотрев разные трактовки понятия «экотуризм», можно выделить, что они отличаются друг от друга, однако по смысловой и содержательной нагрузке сводятся к следующему: экологический туризм – это отдых в рекреационно-привлекательных, мало нарушенных человеческой деятельностью регионах, сохранивших традиционный уклад жизни местного населения; обязательное условие посещения локаций дикой природы – экологически чуткое отношение к окружающей среде [22].

Отличительными особенностями экотуризма от обычных видов туризма являются преобладание в путешествии объектов природы и природных достопримечательностей; относительно слабое влияние на природную среду; участие туристов в социально-экономическом развитии территорий; наличие жестких правил поведения на природных территориях, что несет в себе устойчивое природопользование; экологическое просвещение туристов [4].

Кроме этого, концепция экотуризма представлена в виде принципов, которые применимы к любым видам туризма, связанным с природой. Обычно принципы экологического туризма представлены следующим образом: сведение

к минимуму негативных последствий экологического и социально-культурного характера, поддержание экологической устойчивости среды; содействие охране природы и местной социокультурной среды; экологическое образование и просвещение; участие местных жителей и получение ими доходов от туристической деятельности, что создает для них экономические стимулы к охране природы; экономическая эффективность и вклад в устойчивое развитие посещаемых регионов [37].

Существует большое количество направлений и видов экологического туризма. Далее нами рассмотрено несколько классификаций.

Согласно классификации А.В. Бабкина существует 4 разновидности экотуризма.

1. Научный туризм. Данные туры связаны с получением необходимой деловой и научной информации о редких животных и растениях, о природных явлениях и процессах, исторических памятниках и объектах природы. Как правило, туристскими дестинациями в научных турах являются особо охраняемые природные территории (ООПТ): заповедники, заказники, национальные парки, памятники природы. К данному направлению относятся научно-исследовательские экспедиции, полевые исследования и наблюдения, а также практики студентов естественнонаучных факультетов.

2. Туры истории природы. Объектами показа в этих турах, так же как и в предыдущем виде экотуризма являются ООПТ. В данные туры входят учебные, научно-культурные и туристские экскурсии.

3. Приключенческий туризм. Этот вид объединяет все путешествия и поездки, связанные с посещением природных мест путем использования разнообразных активностей и способов передвижения. К таким относятся следующие: альпинизм, скалолазание, спелеотуризм, горный и пешеходный туризм, водный, лыжный, горнолыжный, конный виды туризма, дайвинг и парапланеризм.

4. Путешествия в природные заповедники и резервации. Сюда относится посещение уникальных и экзотических природных объектов и явлений, которые расположены на территориях ООПТ [22].

По другой классификации экологические туры делятся по целям путешествия следующим образом:

- наблюдение и приобщение к «дикой» или «окультуренной» природе (с применением экологического образования и воспитания);
- отдых на природе с эмоциональными, эстетическими целями;
- лечение с применением или использованием природных факторов;
- экологические туры с приключенческими и спортивными целями.

По видам эко-туры бывают: ботанические, зоологические, геологические, эколого-этнографические, археологические, эколого-культурные, спелеологические, водные и горные туры, фауна и флористические туры и др. [1].

Кроме рассмотренных классификаций экологического туризма, выделяют и другие его виды и направления.

1. Спортивные туры. Данные туры связаны с преодолением разных естественных специфических препятствий, как на земной поверхности, так и на водной.

2. Рекреационный экотуризм. Этот вид туризма подразделяется на активный и пассивный. К активному относятся треккинг, горные, пешие и лыжные походы, дайвинг, альпинизм, сплавы по рекам, спелеотуризм, автмототуризм, водные, велосипедные и конные туры; к пассивному – пикники, прогулки, а также кемпинг [22].

3. Сельский туризм или агротуризм. Определяется как вид туризма, который предполагает временное размещение туристов в сельской местности с целью отдыха и (или) участия в сельскохозяйственных работах без извлечения туристом материальной выгоды [17].

4. Сафари. Это поездки на автомобилях или специальных автобусах по определенным природным территориям (заповедникам, лесам, паркам,

заказникам и иным объектам природы) с целью наблюдения за животными в естественных условиях их обитания [41].

5. Хардвортуризм. Это новое направление экотуризма, в переводе с английского языка «hard work» обозначает тяжелая работа. Содержанием туров данного вида является выполнение туристами тяжелой работы с применением физической силы [52].

6. Глэмпинг. Достаточно новое направление туризма, обозначающее уединенный отдых на природе вдали от города в комфортабельных, нетипичных для традиционного кемпинга, условиях [43].

7. Экофантуризм. Это понятие является молодым, так как стало использоваться относительно недавно. Туристов в данном случае называют фанатиками – то есть это туристы, посещающие с фанатичным постоянством одни и те же места природы, пользующиеся одним и тем же маршрутом и программой тура, в научных, познавательных, оздоровительных и иных целях [48].

Рассмотрев определения понятия «экологический туризм» разных авторов и организаций, его характерные особенности и виды, можно выделить, что данный вид туризма – это направление, которое обозначает путешествие в относительно нетронутые природные места с целью знакомства с данной территорией, ее местным и коренным населением, изучения природных объектов, их охраны и защиты.

1.2 Глэмпинг – перспективное средство размещения для экологического туризма

Понятие «глэмпинг» имеет английские корни, так как было образовано в результате соединения слов «glamorous» и «camping» и дословно обозначает гламурный кемпинг. Как явление глэмпинг возник еще в Средние века, когда руководители государств или крупные полководцы во время военных походов размещались в больших комфортабельных палатках и шатрах с роскошной

мебелью и убранством. Однако в своем окончательном виде глэмпинг появился только в 2005 году в Великобритании, и в 2016 году данное понятие было официально внесено в Оксфордский словарь [29]. Считается, что первыми так называемыми туристами гламурного кемпинга были фермеры, которые приезжая работать на пастбищах и привозя с собой семью, ставили большие палатки и организовывали в них необходимые для комфорта условия [33].

Несмотря на возникновение данного термина в начале XXI века, наибольший интерес и популярность он получил только в последние годы. По мнению экспертов, причина этому – увеличение количества желающих отдохнуть в условиях дикой природы, а также политическая нестабильность и экономические кризисы [14].

Кембриджский словарь термин «глэмпинг» определяет как тип кемпинга, предоставляющий комфорт и роскошь [26]. В научной литературе данное понятие характеризуется как организованный отдых на природе, в ходе которого используются особые виды объектов размещения со всеми удобствами и полноценным гостиничным сервисом. По мнению Ассоциации Глэмпинга, данный термин также называют шикарным кемпингом, бутик-кемпингом, роскошным кемпингом [53].

В научных статьях российских авторов отмечается, что глэмпинг является экологической формой туризма, так как основывается на ландшафте и природной среде. Главным условием его существования является мобильность и органичность с окружающей средой без нанесения ей вреда [3]. Также стоит подчеркнуть, что большинство материалов, используемых при сооружении объектов данного вида размещения – натуральны и экологичны; применяется дерево, ткани, металлоконструкции. Кроме этого, элементы интерьера, декора и всевозможные аксессуары гламурных кемпингов изготавливаются из вторичного сырья, что делает их производство экологичным и экономичным [38].

Рассмотрим понятия, которые непосредственно относятся к данному виду отдыха. Сегодня разные авторы выделяют такие термины как «глэмпинг-парк» и

«глэмп» или «глэмп-отель» [45]. Считается, что глэмпинг-парк – обустроенный лагерь для временного пребывания или туристический город, состоящий из нескольких объектов размещения (модульные дома, шатры, юрты, шале и другие), пунктов питания и дополнительной туристкой инфраструктуры. Глэмпом или глэмп-отелем называют жилую единицу глэмпинг-парка [11].

В одном из интервью руководителем Ассоциации глэмпингов России было отмечено, что глэмпинг – это туристическое снаряжение, которое сдается в аренду и может располагаться в разных природных местах [36]. Соответственно, отличительной особенностью глэмпов является то, что они не относятся к капитальным сооружениям, и в случае необходимости могут быть перенесены в другое место. Также стоит отметить, что на территориях глэмпингов для энергоснабжения используются бесшумные генераторы или солнечные батареи.

Все рассмотренные характеристики являются подтверждением того, что глэмпинг как новое направление туризма оказывает минимальную нагрузку на экологию, что является важной и неотъемлемой составляющей экологического туризма (26).

Стоит отметить, что глэмпинг как новый вид экотуризма имеет основные принципы, присущие только ему. К ним относятся:

1. «All Inclusive» – предполагает полный пакет необходимых для благоустроенного отдыха услуг: комфортное место проживания с дизайнерским интерьером, ванны и туалетные комнаты внутри номеров, современные системы жилищных коммуникаций;

2. Уникальность – комплексы глэмпингов чаще всего располагаются в отдаленных уникальных природных локациях;

3. Уединенность – глэмпинг-центры не принимают большие группы туристов, количество строений для размещения варьируется от 2 до 14 [13].

Исходя из принципов гламурного кемпинга, можно определить, что главной задачей данного вида отдыха является предоставление максимальных условий и обеспечение полноценного и комфортабельного отдыха в отдаленных местах, соединяющего человека с дикой природой [16].

Подчеркнем, что глэмпинг нередко сопоставляют с кемпингом, так как понятия являются довольно схожими. Однако, необходимо учитывать, что кемпинг – это вид туризма, который предполагает проживание в палатках, домиках на колесах или специально оборудованных легких домах [45]. Минимальный набор требований к существованию кемпингов следующий: наличие огороженной территории, доступ туристов к электросети, наличие душевых комнат и туалетов, а также площадки, необходимой для установки палаток. Функционирование кемпингов основано на самообслуживании [18].

Рассмотрим отличительные черты глэмпинга, которые определяют его особенности и подчеркивают разницу с кемпингами. Во-первых, это наличие в каждом глэмпе электричества, телефонной связи, оборудованного туалета и ванной комнаты с горячей водой, полноценной комфортабельной кровати с постельным бельем, а также необходимой для комфорта мебели: стулья, столы, кресла, комоды и шкафы для хранения вещей [6]. Во-вторых, гости в глэмпях круглосуточно обслуживаются высококвалифицированным персоналом, а также блюда для них готовятся специально приглашенными шеф-поварами [26].

Иными словами, глэмпинг как формат размещения, предполагает проживание на лоне дикой природы в максимально комфортных условиях: уютное жилище с мягкой кроватью вместо спального мешка и палатки, ванная комната и ресторанные блюда вместо купания в реке и еды, приготовленной на костре [6].

Данные черты глэмпингов показывают то, что данный вид отдыха является достаточно дорогостоящим. Соответственно, стоимость размещения в глэмпях зависит от его оснащения, набора предоставляемых услуг, а также дизайна глэмп-отеля и обустроенности прилегающей территории. По данным сайтов бронирования средняя стоимость за проживание в сутки варьируется от 50 евро и выше [38].

Стоит отметить, что большое значение при постройке глэмпов и их эксплуатации уделяется тематике и стилю. В разных странах и в разных природных местах акцент делается на национально-исторический колорит и

культуру, а также на уникальность и экзотичность той или иной территории. Таким образом, очень редко можно найти абсолютно одинаковые глэмпинги, так как каждый из них имеет свои отличительные черты и привлекательность [6].

Далее нами рассмотрены разные виды глэмпингов.

Так как глэмпинг – относительно новое и мало исследованное направление, единой и общепринятой классификации оно не имеет. Поэтому обратим внимание на разделение средств размещения данного отдыха, представленного в этой из научных статей. Согласно этой классификации, глэмпинги различают по географическому положению, типу размещения, материалу изготовления и форме эксплуатации.

1. В зависимости от географического положения глэмпинги бывают пляжные – на побережье океанов, морей, рек, водоемов и озер; горные – в горах или на отвесах гор; лесные – локация находится в лесных массивах и чащах; пустынные – размещение в шатрах посреди пустыни; полярные – находятся за Полярным кругом; а также природоохранные – комплексы располагаются на территории национальных парков и заповедников.

2. По типу размещения различают палаточные, построенные, геометрические и транспортные глэмпинги. Палаточные – предполагают размещение в переносных конструкциях: юртах, вигвамах, шатрах, куполах, индейских типи. Построенные – размещение в помещениях из кирпича, дерева, камня с полноценной жилищно-коммунальной системой (шале, коттеджи, хижины, избы, виллы). В геометрических глэмпингах места проживания представляют собой капсулы, кубы, купола, многоугольные фигуры. При отдыхе в транспортных глэмпингах туристов заселяют в действующие или вышедшие из эксплуатации транспортные средства: трейлеры и фургоны, борты самолетов и каюты кораблей.

3. По материалу изготовления выделяют глэмпинги из дерева, ткани и металлоконструкции, сафари-тенты, прозрачные, полупрозрачные и обычные сферы, деревянные и стеклянные дома.

4. По форме эксплуатации глэмпинги делятся на сезонные и круглогодичные объекты [40].

В другой научной статье отмечается, что глэмпинги также классифицируются по уровню комфорта. Компания World of Glamping вместе с Советом по туризму Словении и Министерством экономики и технологий разделяет данный вид отдыха 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: уникальность, ландшафтная архитектура, политика развития устойчивого туризма, ассортимент предложений, индивидуальное размещение, сервис и сотрудники [9].

Категория «*Scouting*» представляет уровень качества между кемпингом и глэмпингом. Глэмпинги данного вида не включают в себя индивидуальную ванную комнату, роскошное оснащение и дополнительные специальные предложения. «*Glamping*» эксклюзивный бутик-отель, где объекты разработаны с учетом экологичности и уникальной роскоши. Эта категория включает в себя палатки, домики на деревьях, юрты, а также предоставляет услуги и сервис на уровне роскошных отелей, но при этом сохраняет непосредственный контакт с природой. «*Lodging*» отличается наличием большого количества дополнительных услуг и высоким уровнем их предоставления и объема. Стоит отметить, что, несмотря на существование данного разделения глэмпов, на практике их владельцы очень редко присваивают им какой-либо тип и звездность [40].

Стоит подчеркнуть, что глэмпинги имеют большое количество разнообразных объектов размещения. Основными формами являются юрты, типи, иглу, контейнеры, кубы, сафари-тенты, дома из зеркал, дома на колесах, белл-тенты, тентовые палатки, хижины, кабины, модульные дома, комнаты-пузыри, вигвамы, шары, вагоны и купола [3].

Рассмотрим наиболее распространенные из них.

Первая форма – юрта. Представляет собой монгольское строение для зимовки, имеет широкое цилиндрическое основание и конусный верх. На основу натягивается тент и с внешней стороны обкладывается решетчатым деревянным каркасом. Типи (вигвам) – это круглая палатка, в основании которой находится конус, состоящий из деревянных шестов. Также достаточной популярностью пользуются иглу – куполообразные дома, построенные из блоков снега и утепленные шкурами животных. Купольные строения являются модернизированным вариантом палатки, конструкция которой комбинирует материалы: дерево, сталь, ткань. Данные сооружения являются уникальными, так как их можно устанавливать на любом ландшафте и территории без вреда природе. Следующая форма – хижина: сделана из природных материалов, камня, соломы, дерева, веток и пальмовых листьев. Также популярны у туристов комнаты-пузыри – это емкости из прозрачного пластика, их плюсами является система бесшумной вентиляции, воздухообмен, удаление газов и влаги. Также стоит отметить, сафари-тенты – одни из наиболее используемых в глэмпинге типы жилья. Представляют собой большие палатки, состоящие из деревянного высокого каркаса и натянутого тента. Преимуществом данного вида является то, что он может устанавливаться на любом ландшафте. Белл-тент – палатка-колокол, представляющая собой двухслойное покрытие, выполненное из комбинации материалов и закрепленное на центральном шесте, как основном несущем элементе [7].

Кроме этого, в настоящее время распространены дома на деревьях, большое количество которых находится за рубежом. Данные объекты размещения представлены в форме дома традиционной либо инновационной структуры, доступ в них осуществляется по веревочной лестнице. Также имеют популярность модульный дом – это сборная конструкция, состоящая из отдельных секций деревянного бруса или металла [3]. Таким образом, объектов и форм размещения глэмпингов большое количество, что является преимуществом для туристов при выборе того или иного.

Стоит отметить, что побудительными событиями при выборе данного вида отдыха являются: выход на пенсию, процесс воспитания детей, уклонение от повседневных обязанностей, потеря близких. Немаловажным пунктом, на который потребители обращают внимание, являются услуги, предлагаемые тем или иным глэмпингом. В мире это чаще всего набор услуг, направленный на оздоровление и расслабление. Это сауны, бани, массажи, бассейны, тренажеры, косметические процедуры, парикмахерские, йога-программы. В России глэмпинги предлагают туристам активный отдых. Сюда относятся велопогулки, рыбалка, охота, катание на квадроциклах [21].

Далее рассмотрим контингент потребителей глэмпинга. Основными представителями данного вида отдыха являются:

- туристы с высокими доходами;
- семейные пары со средними доходами и с детьми в возрасте до 18 лет;
- люди среднего возраста, отдыхающие без детей;
- молодожены, желающие провести свадьбу или медовый месяц на природе;
- туристы, ностальгирующие по детским временам отдыха в лагере;
- туристы, разделяющие принципы здорового образа жизни и имеющие продолжительные отпуска [11].

Также среди пользователей глэмпинга выделяют потребителей событийного туризма, пользующихся объектами данного вида размещения для проведения различных мероприятий и праздников на природе. Кроме этого, с каждым годом расширяется круг корпоративных потребителей глэмпинга, которые проводят различные выставки, шоу, а также съемки кино, используя мобильные объекты [14].

Таким образом, глэмпинг – это новое перспективное средство размещения для экологического туризма, которое сочетает в себе отдых на отдаленных территориях в условиях дикой природы с полноценным отельным обслуживанием, комфортабельными условиями и всеми необходимыми для привычной жизни удобствами. Данный вид отдыха предлагает большой спектр

различных объектов и форм размещения, имеет принципы и отличительные черты, которые делают его уникальным и привлекательным.

1.3 Обзор мирового и российского опыта развития глэмпинга

Сегодня направление глэмпинг имеет широкое распространение во всем мире. В настоящее время глэмпинги становятся популярными в разных городах, странах, на материках и континентах. Ежегодный рост и появление новых глэмпов различных форм и видов обусловлено несколькими причинами. Во-первых, большинство людей, проживая в крупных городах и мегаполисах и постоянно находясь в стремительном ритме жизни, предпочитает отдых на природе в разных точках мира, который бы смог обеспечить восстановление их сил и нормального самочувствия. Во-вторых, на протяжении многих лет важным и необходимым является вопрос защиты и охраны природы, и более этого, в последние годы у людей все больше возрастает уровень экологической осознанности и желание способствовать этому. В-третьих, глэмпинг – это достаточно новое направление, способное удовлетворить людей, которые выбирают отдых в диких отдаленных местах и при этом желают провести его в комфорте [8].

Согласно аналитическому отчету «Размеры международного рынка глэмпинга и перспективы его развития», проведенного компанией «Grand View Research», в период с 2019 по 2025 год прогнозируется увеличение доли глобального рынка в среднем на 12,5% и достижение им к 2026 году \$5,4 млрд., по сравнению с 2020 – \$2,65 млрд. [51]. То есть, глэмпинг с каждым годом набирает популярность и распространение в разных мировых точках.

Кроме этого, стоит подчеркнуть и тот факт, что с каждым годом на мировом рынке появляется все больше крупных компаний и организаций, которые активно развивают данное направление. К таким относятся: The Resort at Paws Up, Under Canvas, Collective Retreats, Tentrr, Eco Retreats, Nightfall Camp Pty Ltd, Tanja Lagoon Camp, Wildman Wilderness Lodge и Paper Bark Camp [51].

С распространением глэмпингов, возрастает и количество специализированных площадок с различными предложениями проживания в них. Самыми известными в мире являются Glamping Hub – проект США, в котором учувствует около 35 000 площадок, в том числе и Glamping.com. [5].

Также стоит отметить, что сейчас в мире создана Ассоциация и Клуб Глэмпинга, а также отдельная Американская Ассоциация Глэмпинга [53]. Данные организации призваны для объединения разных представителей общественности, расширения уже существующих предприятий и организаций с помощью взаимного обмена опытом, получения новых знаний [50]. То есть, они созданы для развития и продвижения данного бизнеса.

Рассмотрим распространение глэмпингов в мире.

Широкую популярность данный вид отдыха имеет в Северной Америке (США), Европе (Италия, Великобритания), Азиатско-Тихоокеанском регионе (Австралия, Новая Зеландия, Индия), Центральной и Южной Америке (Бразилия), на Ближнем Востоке и Африке. Распространение в указанных регионах связано с большим количеством в них природных ресурсов и достопримечательностей, а также объектов инфраструктуры, которые способствуют организации и развитию экотуризма и туризма в целом [54].

Согласно данным сайта Glamping.com на начало 2022 года в странах Северной Америки и Европы зафиксировано наибольшее количество объектов данного вида размещения – 199 и 168 глэмпов соответственно; далее выделяют страны Африки и Азии – 110 и 79; на регион Центральной Америки и Карибский бассейн приходится 54 глэмпинга; на страны Южной Америки – 41; в Австралии и Океании располагается 40 объектов глэмпинга [8].

Стоит отметить, что на сегодняшний день лидером мирового рынка глэмпингов является Великобритания, где в 2020 году появилось 500 новых объектов размещения данного вида отдыха, и в настоящий момент их насчитывается около 3500 [7]. То есть, в этой стране направление глэмпинг с каждым годом возрастает и набирает популярность, данное число является показательным за 20 лет развития индустрии.

В настоящий момент самыми уникальными и популярными среди туристов являются: тенты в Кении и Танзании, купольные капсулы и эко-шалы в Швейцарии, отель-кемпинг TheRitz-Carlton Ras Al Khaimah в ОАЭ, Cedar Point County Park в США, Merzouga Luxury Desert Camp в Марокко, Otro Mundo в Испании, Priory Bay Yurts в Великобритании, Canonici di San Marco в Италии и другие [23].

Далее рассмотрим состояние и развитие глэмпингов в России.

В настоящее время в нашей стране глэмпинг как новый вид экотуризма находится в состоянии формирования, однако, несмотря на это, объекты размещения данного вида набирают популярность, и с каждым годом их количество увеличивается.

Сегодня в России создана Ассоциация глэмпингов России. Это некоммерческая организация, которая функционирует с 2018 года. Ее главной задачей является поддержание и объединение предпринимателей в реализации глэмпинг-проектов, а также для обмена опытом, стимулирования возможностей роста и продвижения, выработки совместных и индивидуальных решений тех или иных задач, а также проведение различных форумов, связанных с вопросами строительства и функционирования глэмпингов [24].

Кроме всего вышеперечисленного, миссией Ассоциации является популяризация глэмпинг-бизнеса, привлечение специалистов из смежных индустрий для помощи в формировании продукта и проведение образовательных мероприятий. Так в 2021 году Ассоциацией было выпущено первое в России объемное методическое пособие с пошаговым планом по запуску глэмпинга, разработанное совместно с Департаментом «Дирекция по развитию природных территорий и экотуризма» и Фондом «Институт развития городов РТ», организован Акселератор для предпринимателей, в котором помогают запускать объекты отдыха, проведены выездные туры по глэмпингам с экспертами, выбраны ключевые фигуры Ассоциации глэмпингов, которые взяли на себя миссию распространять идеи и ценности глэмпинг-бизнеса, а также был проведен Ежегодный Форум Ассоциации глэмпингов [24].

Немаловажным моментом в деятельности данной организации является то, что в 2021 году ее рабочая группа закончила формирование ГОСТа для глэмпингов, который предположительно утвердят в 2022 году. Он будет носить рекомендательный характер [24]. Таким образом, Ассоциация глэмпингов России призвана развивать и формировать глэмпинг-рынок, а также способствовать появлению нормативно-правовой базы по данному вопросу, которая позволит определить требования к данному виду отдыха.

Стоит отметить, что партнерами Ассоциации глэмпингов России являются Федеральное агентство по туризму, Агентство стратегических инициатив (АСИ), Министерство природных ресурсов. В 2020 году Федеральным агентством по туризму было выделено 1,2 млрд рублей, 60% из которых было распределено на глэмпинги. АСИ занимается проведением семинаров и вебинаров по обучению предпринимателей глэмпинга, а также оказывает помощь в организации крупных онлайн-мероприятий. Что касается, Министерства природных ресурсов, то оно в настоящий момент разрабатывает регламент осуществления глэмпинг-бизнеса на территориях ООПТ, так как нормативной базы по данному вопросу нет [47].

Кроме этого, Федеральным агентством по туризму, Русским географическим обществом и туристической компанией «RussiaDiscovery» было подписано соглашение о развитии глэмпингов в регионах России, в том числе на Камчатке, Сахалине и в Чукотском автономном округе [30].

Все это является подтверждением того, что в последнее время в России большое внимание уделяется глэмпинг-бизнесу и его развитию.

Стоит отметить, что первый проект глэмпинга в России назывался «Гуляй-город» и был открыт в 2016 году в Тульской области, в настоящий момент объектов размещения этого направления насчитывается уже около 230, причем 53% из них – круглогодичные [24]. Согласно интервью президента Ассоциации глэмпингов России – Жанны Кира, данный бизнес ежегодно возрастает, и к концу 2022 года прогнозируется наличие на территории нашей страны около 300 глэмпингов. Также приводится статистика, по которой в 2019 году количество

глэмпов превысило 60, а к концу 2020 года их было уже 125, то есть это в 2 раза больше, чем в предыдущий год [47].

Причинами актуальности развития глэмпинга в России являются: наличие на территории страны большого количества уникальных природных объектов и явлений; небольшая насыщенность рынка и недостаток качественных предложений экотуризма без лишений в удобстве и комфорте; вхождение в данный бизнес требует достаточно небольших ресурсов (покупка и обустройство глэмпов, подходящий природный пейзаж); быстрая окупаемость по сравнению с отелями и гостиницами; отсутствие серьезных ограничений в организации и работе, но при этом организаторы должны следовать природоохранному законодательству и не нарушать экологию местности [31].

Также одной из причин развития глэмпинга в России является мировая пандемия COVID-19, в ходе которой в той или иной степени пострадали все отрасли экономики, в том числе и туризм. Из-за карантина, ряда ограничений въезда в другие страны, граждане вынуждены искать предложения и организовывать досуг в пределах территории своей страны. Именно поэтому, такие уникальные средства размещения для отдыха как глэмпы, все чаще становятся популярными и востребованными среди туристов [10].

Далее нами рассмотрены территории распространения глэмпингов и выделены самые известные из них.

Сегодня глэмпинги в нашей стране распространены в Подмосковье, Московской области, Краснодарском крае, Карелии, Алтае, Калининградской, Ленинградской и Тверской областях, на Камчатке, Байкале и в других регионах (34). Также стоит подчеркнуть тот факт, что в настоящий момент данные средства размещения существуют в 44 субъектах РФ, 69% которых – приходятся на 13 регионов [24].

Самыми известными являются: «Старый Сиг» в Тверской области, «ЛесОк» и «Hills&Hutsв» в Ленинградской области, «Лагуна» в Камчатском крае, «Palatka House» в Сочи, «Tipi Camp» в Крыму, «Мир Алтай» на Алтае, «Байкал» в Иркутской области, «Доброе» на острове Утриш, купольный

глэмпинг «Невероятный Север» на Кольском полуострове, «Хюгге Кэмп» в Карелии, «FamilyGlamp» в Московской области, «Polyana Glamping» в Калининградской области [20].

Стоит отметить, что туристический портал Skyscanner включил в 20-ку лучших глэмпингов в мире 5 российских: «Гуляй город» в Тульской области, «Лес и море» под Москвой, «Мишкина сказка» в Карелии, «Learpus» в Кабардино-Балкарии и «Чепош парк» на Алтае [54].

Проанализированная информация по состоянию глэмпинга в России на сегодняшний день, позволяет сделать вывод о том, что наша страна находится на стадии формирования и распространения данного сектора бизнеса, наличие организации по объединению заинтересованных предпринимателей и увеличение числа средств размещения данного отдыха подтверждает, что у данной индустрии есть перспективы для успешного функционирования и развития.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что сегодня глэмпинг – это уникальное в своем проявлении направление, которое широко распространено во всем мире, особенно в Европе и Америке, также этот вид отдыха набирает популярность среди наших соотечественников. Кроме этого, стоит отметить и то, что созданы и ведут активную работу организации по формированию, поддержке и продвижению глэмпингов как в мире, так и в нашей стране. Все это показывает, что у данного направления есть возможности и перспективы для дальнейшего развития.

2 Анализ деятельности туристической базы «Балахтенька»

2.1 Краткая характеристика туристической фирмы «Полония»

Туристическая фирма «Полония» являясь туроператором (номер в едином федеральном реестре туроператоров – 004286), предоставляет широкий ассортимент туристских услуг (внутренний и въездной туризм) и организовывает групповые и индивидуальные поездки. Фирма была создана в январе 1996 года. В настоящее время ее директором является Стрижова Наталья Григорьевна [28].

Полное фирменное наименование организации – общество с ограниченной ответственностью туристическая фирма «ПОЛОНИЯ», сокращенное – ООО «ПОЛОНИЯ». Юридический и фактический адрес организации – 660077, г. Красноярск, ул. 78 Добровольческой бригады, 14Б, пом. 77 [28].

Территориально офис туристической фирмы находится в микрорайоне Взлетка Советского района города Красноярска. Организация имеет собственное помещение, удобный подъезд.

Вид деятельности организации по ОКВЭД – 7912. Деятельность туроператоров, а именно деятельность по организации туров, которые могут включать: перевозку, размещение, питание, посещение музеев, исторических или культурных учреждений, театральных, музыкальных или спортивных мероприятий.

Туристическая фирма «Полония» осуществляет свою деятельность в двух направлениях: внутренний и въездной туризм, предлагая уникальные маршруты по Красноярскому краю. Ежегодно данный туроператор организует круизы по Енисею, которые предполагают посещение Красноярска, Норильска, Плато Путорана, Дудинки, Енисейска. Также «Полония» предлагает авторские туры: «Великие Озера Азии», «Красавицы – речки Енисея», «Мы были на Таймыре», «Ленин в Сибири», «Енисейский меридиан», «Легенды Енисея». Кроме этого, хотелось бы отметить, что туристическая фирма осуществляет маршруты в

Хакасию, Шушенское, Ергаки, на Байкал, а также групповые и индивидуальные туры в Енисейск [28].

Все предлагаемые данной фирмой направления имеют ярко выраженную сезонность и реализуются в период июнь-сентябрь. Стоит отметить, что «Полония» перед каждым новым сезоном подбирает конкретные даты маршрутов, которые осуществляются в любом случае, независимо от набранного количества участников группы. То есть, фактически туристическая фирма никогда не отменяет туры, что показывает ее надежность. Также подчеркнем и то, что при запуске той или иной программы, она обязательно тестируется сотрудниками фирмы, что в свою очередь является доказательством, что все маршруты данного туроператора безопасны и комфортабельны.

Туристическая фирма «Полония» сотрудничает со многими крупными и популярными турагентами и туроператорами. Парнерами являются: ООО «Туристгрупп», ООО «Миракль», ООО «Беладжио», ООО «РашаДискавери» (Москва), ООО «Сибирское Агентство Путешествий» (Новосибирск), ООО «Азимут», ООО «МТ-Вояж», ООО «Сим Сим» (Красноярск), ООО «Порт Байкал», ООО «Гранд Байкал» (Иркутск), ООО «Большая страна» (Пермь), ООО «Сибирский мир» (Кемерово), ООО «Кармин Тревел» (Санкт-Петербург) и другие [28].

С целью систематического обучения и совершенствования своих навыков в профессиональной сфере деятельности сотрудники туристической фирмы регулярно участвуют в тренингах, семинарах, вебинарах, а также в выставках и конференциях. Кроме этого, директор фирмы – Стрижова Наталья Григорьевна является организатором и спикером на вебинарах, проводимых для турагентов, так как главным фактором осуществления туроператорской деятельности является наличие слаженной и долгосрочной турагентской сети (приложение А).

Итак, нами рассмотрена туристическая фирма «Полония», которая за 26 лет осуществления туроператорской деятельности, имеет положительный

имидж, пользуется спросом у туристов и отличается высоким качеством предоставления услуг на туристском рынке.

Кроме всего вышеперечисленного, стоит отметить и тот факт, что данная фирма имеет собственную туристическую базу «Балахтенька», территорию которой планируется обновить и создать глэмпинг. Для того чтобы доказать, что база отдыха востребована и подходит под новое направление экотуризма, обратимся к анализу ее деятельности в следующем пункте.

2.2 Анализ деятельности туристической базы «Балахтенька»

Туристическая база «Балахтенька» находится в Балахтинском районе на берегу Сисимского залива Красноярского водохранилища. Изначально база отдыха позиционировалась на туристском рынке как кемпинг «Изумрудный», который был открыт в мае 1999 года. В первый год своей деятельности для размещения туристов использовались обычные палатки, в 2000 году по чертежам директора – Стрижовой Натальи Григорьевны были заказаны специальные кемпинговые – в количестве 50 штук для размещения 100 человек. В 2001 году из-за увеличения количества желающих посетить кемпинг, была произведена закупка еще 20 таких палаток.

Практически сразу после появления на рынке, кемпинг «Изумрудный» стал популярен. За сезон, который здесь начинался в июне и заканчивался в сентябре, осуществлялся прием 9-ти заездов по 140 человек, в основном это были корпоративные клиенты. Туристам предлагалось размещение, 3-х разовое питание, анимационные программы. Территория кемпинга была оснащена столовой, спортивной и танцевальной площадками, беседками.

Со временем рынок менялся, а с ним и потребности туристов также становились другими. С необходимостью повышения качества предоставляемых услуг, осенью 2013 года было принято решение создать базу отдыха и построить деревянные дома. Так, уже в июне 2014 года появилась туристическая база «Балахтенька».

База отдыха имеет обширную благоустроенную территорию, на которой располагается 16 летних деревянных домиков, баня, столовая, общая холодильная камера, бар, волейбольная и баскетбольная площадки, беседки с мангалами, детская площадка. Несмотря на обустроенность, единого стиля база не имеет, вся инфраструктура на ее территории разной цветовой гаммы и оформления.

К услугам туристов предлагается 3-х разовое питание, пользование лежаками и зонтами на пляже, дискотеки, прогулки в Сисимский залив, а также трансфер от поселка Приморск до базы по воде, так как она находится в отдаленном месте [27].

Целевой аудиторией туристической базы являются жители Красноярского края, в том числе города Красноярска и близлежащих районов, а также Хакасии. Это семейные пары с детьми, корпоративные клиенты, в том числе детские группы, молодежь и люди серебряного возраста.

Что касается размещения, то оно имеет несколько вариантов. На территории базы шесть 2-х, пять 4-х и пять 5-ти местных домов, а также возможен заезд в палаточный кемпинговый город. То есть, данное место отдыха может одновременно принимать около 100 человек: 58 – дома, 40 – палатки [27].

По благоустройству и удобствам можно отметить то, что в домах есть кровати, в зависимости от размещения – либо большие двухспальные, либо отдельные односпальные, зеркало, комод для хранения вещей, также каждому туристу выдается комплект постельного белья. Энергоснабжение на территории всей базы осуществляется с помощью генератора. Санузел представлен туалетами на улице возле домов. Также имеется баня, работающая бесплатно с 10:00 до 22:00. Телефонная связь есть, однако, только определенных операторов – Мегафон, Билайн и Yota, выход в Интернет практически невозможен [27].

По словам Стрижовой Натальи Григорьевны, с появлением базы отдыха все больше туристов склонны выбирать отдых не только в выходные дни: с пятницы по воскресенье, но и в будние, например, с понедельника по четверг. Так появилась необходимость градации стоимости: 3-х дневное пребывание на

базе отдыха «Балахтенька» составляет 5500 рублей с 1 человека, 4-х дневного – 7 000 рублей, 5-ти дневное – 9000 рублей и 7-ми дневное – 11000 рублей. Также Наталья Григорьевна отметила, что чаще всего туристы едут сразу на несколько дней, а не только на 1 сутки, так как, во-первых, база имеет хороший имидж и предлагает качественные услуги, во-вторых, имеет достаточно уединенное уникальное расположение (приложение А).

Сезон на базе начинается в июне и заканчивается в августе-сентябре в зависимости от погодных условий. Для того чтобы иметь представление о ежегодной посещаемости базы обратимся к графику (рисунок 1).

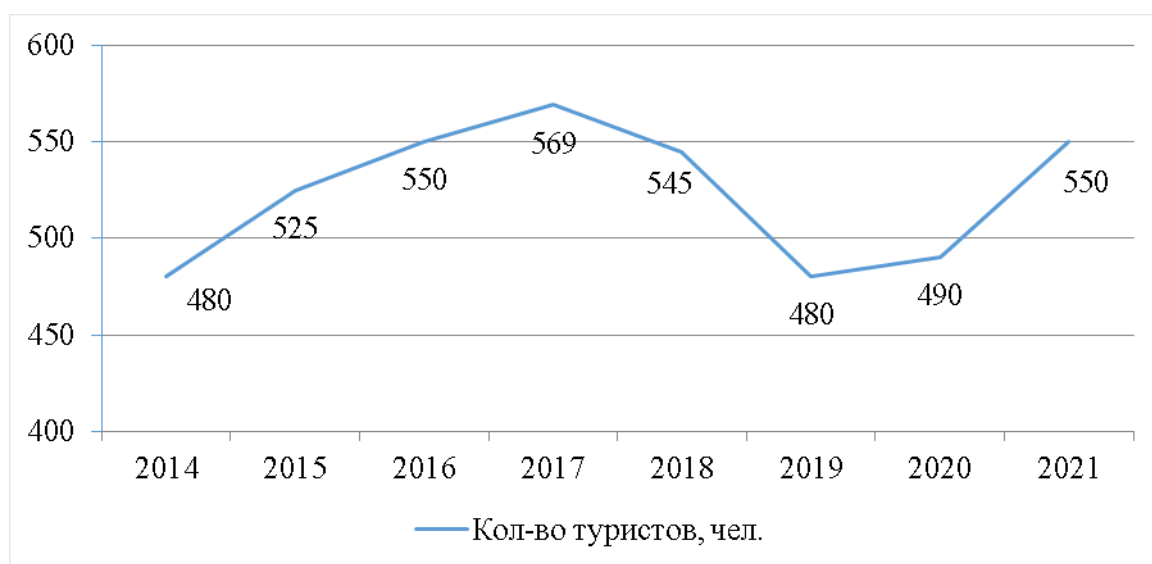


Рисунок 1 – Динамика туристического потока на туристической базе «Балахтенька»

На графике видно, что на протяжении 8 лет осуществления своей деятельности, туристическая база «Балахтенька» достаточно стабильна. Ежегодно ее посещаемость варьируется от 490 до 570 туристов за сезон, за исключением 2014 года – открытие базы и 2019 – мировая пандемия COVID-19, когда количество туристов достигало всего лишь 480 человек. Таким образом, это говорит о том, что данная база отдыха пользуется спросом у населения.

Итак, мы рассмотрели базу отдыха «Балахтенька». Для того, чтобы дать четкое и наглядное представление о ее положении на туристском рынке и указать

в каких направлениях, опираясь на сильные и минимизируя слабые стороны, необходимо двигаться, мы обратились к методу оценки внутренних и внешних факторов – SWOT-анализу (таблица 1).

Таблица 1 – SWOT-анализ туристической базы «Балахтенька»

Сильные стороны	Слабые стороны
1. Благоприятный имидж базы отдыха; 2. Уникальное местоположение; 3. Стабильная работа более 8 лет; 4. Высокий профессионализм сотрудников при обслуживании клиентов; 5. Пакетное предоставление услуг; 6. Наличие формы договора для корпоративных клиентов; 7. Наличие собственного сайта и социальных сетей	1. Труднодоступность территории базы; 2. Отсутствие стабильной телефонной связи и Интернета; 3. Отсутствие оборудованного туалета и ванной комнаты в каждом объекте размещения; 4. Сезонность работы
Возможности	Угрозы
1. Увеличение количества мест размещения; 2. Оснащение современными средствами связи; 3. Расширение ассортимента дополнительных услуг	1. Появление новых конкурентов; 2. Неблагоприятные погодные условия; 3. Низкая платежеспособность потребителей (нестабильная политическая и экономическая ситуация в стране)

Как можно видеть из представленной таблицы, мы выделили сильные и слабые стороны туристической базы, а также рассмотрели ее потенциальные возможности и угрозы.

Таким образом, составляющими успешной работы базы являются:

1. Благоприятный имидж, туристическая база известна как добросовестный поставщик услуг, имеет хорошие отзывы и оценки туристов, что положительно сказывается на увеличении количества желающих ее посетить.

2. Местоположение базы является уникальным, так как она находится в уединенном природном месте – на берегу водохранилища, окруженного лесом. Такой вариант расположения является привлекательным для туристов, желающих организовать свой отдых вдали от городской суеты.

3. Стабильная и бесперебойная работа на рынке более 8 лет показывает ее надежность и внушает доверие новым потребителям, так как при выборе того

или иного места отдыха туристы обращают внимание на срок и длительность функционирования.

4. Высокий профессионализм сотрудников – важная составляющая успешной деятельности туристского предприятия, именно поэтому персонал базы отдыха постоянно обучается и проходит курсы повышения квалификации. Таким образом, при продаже туристских путевок, а также при обслуживании на самой туристской базе работают профессионалы своего дела.

5. Услуги, предоставляемые на базе, являются пакетными – в стоимость включено размещение, трансфер, 3-х разовое питание, пользование баней, лежаками, детской и спортивной площадками. Так как большинству людей удобнее производить оплату один раз и отдыхать, не думая о дополнительных расходах, это является преимуществом для данной базы при выборе туристами места отдыха.

6. Наличие формы договора для корпоративных клиентов, что позволяет туристической базе принимать большие заезды туристов, что в свою очередь обеспечивает ее заполняемость и финансовую стабильность.

7. Наличие собственного официального сайта и ведение аккаунтов в социальных сетях – «Instagram» и «Telegram» обеспечивает постоянную связь с туристами, а также их информирование о предоставляемых услугах, стоимости и датах заездов.

Исходя из анализа сильных сторон, можно сделать вывод, что база отдыха «Балахтенька» имеет положительный имидж и является привлекательной для туристов, однако, несмотря на это, есть и слабые стороны, которые могут негативно сказываться на ее деятельности. К ним относятся:

1. Труднодоступность базы, добираться до нее необходимо сначала либо на автомобиле, либо на рейсовом автобусе до поселка Приморск, а затем на катере/теплоходе до самой территории места отдыха, что является не для всех туристов приемлемым, так как это занимает время и требуется немало усилий.

2. Отсутствие стабильной телефонной связи и сети Интернет, что в век информационных технологий является противоречивым, так как сейчас многие

люди работают удаленно, соответственно, они имеют потребность – постоянно находиться на связи. Поэтому для некоторых туристов важным критерием при выборе места отдыха является именно это, и в этом случае «Балахтенька» может уступать своим конкурентам.

3. Отсутствие туалета и ванной комнаты в объектах размещения также является слабой стороной базы, так как современный турист хочет отдыхать в комфортных условиях, в том числе имея оборудованный санузел.

4. Сезонность работы, которая начинается в июне и заканчивается в августе-сентябре, сдерживает туристский поток на базу в течение всего года.

Исходя из рассмотренных слабых сторон базы отдыха, стоит отметить, что сдерживающими фактором ее деятельности являются отсутствие удобств: санузла и телефонной связи, а также труднодоступность и сезонность.

Рассматривая возможности и угрозы для развития туристической базы, мы выделили следующее:

Возможности:

1. Увеличение количества мест размещения;
2. Оснащение современными средствами связи;
3. Расширение ассортимента дополнительных услуг;

Угрозы:

1. Появление новых конкурентов;
2. Неблагоприятные погодные условия;
3. Низкая платежеспособность потребителей из-за нестабильной политической и экономической ситуации в стране и мире.

Итак, исходя из проведенного SWOT-анализа, можно сделать несколько выводов о туристической базе «Балахтенька»:

Во-первых, данная база отдыха имеет устойчивое положение на рынке, осуществляя свою деятельность более 8 лет, опираясь на дружный коллектив высококвалифицированных сотрудников, корпоративных клиентов, уникальное местонахождение, сайт и аккаунты в социальных сетях, а также пакетное предоставление услуг.

Во-вторых, слабые стороны показывают, что база отдыха недостаточно благоустроена – отсутствие санитарных комнат в объектах размещения и устойчивой сети, а также отдаленность от городской среды и сезонный характер работы.

В-третьих, возможности базы в увеличении мест размещения позволят принимать больше туристов, в расширении спектра предлагаемых услуг – повысить привлекательность места отдыха и иметь дополнительный доход, а также в оснащении современными средствами связи, исходя из ее слабых сторон, удовлетворять потребности туристов.

В-четвертых, что касается угроз, можно отметить, что по большому счету, они связаны с сегодняшней ситуацией, как в стране, так и в мире, с возможностью появления новых туристических баз, которые смогли бы составить конкуренцию, а также с неблагоприятными для сезона погодными условиями.

Также, кроме всего вышеперечисленного, хотелось бы сделать вывод о соответствии туристической базы принципам глэмпинга на сегодняшний день:

1. «All Inclusive» – на базе предлагается пакет услуг, однако они отличаются от принятых в глэмпинге. Внутри номеров отсутствуют ванны и туалетные комнаты, а также стабильная телефонная связь и доступ в Интернет. Электричество есть в каждом объекте размещения – соответствие. Что касается обслуживания, то здесь оно производится круглосуточно высококвалифицированным персоналом, что также соответствует принципам глэмпинга [6]. Питание осуществляется в столовой, а по правилам глэмпинга должно – в ресторане, однако стоит отметить, что приготовлением блюд занимается специализированный повар. Также хотелось подчеркнуть, что гостям предлагается минимальный набор мебели – комод для вещей и зеркало, но при этом, в каждом доме есть полноценная кровать с постельным бельем, что также отвечает чертам глэмпов. Кроме этого, нами выявлено еще одно противоречие глэмпингу – отсутствие на базе единой тематики, что в свою очередь является

отражением национально-исторического колорита и культуры территории, а также показывает ее уникальность и экзотичность [13].

2. Уникальность – туристическая база полностью соответствует данному принципу, так как находится в отдаленном природном месте [6].

3. Уединенность – одновременно база отдыха может принять около 100 человек, что противоречит принципам экологического туризма, в том числе и глэмпингу [13].

Итак, имея представление о работе данной базы отдыха, а также о ее схожести и частичном соответствии принципам нового направления экотуризма, хотелось бы отметить, что ее территорию планируется обновить для того, чтобы создать глэмпинг.

По словам директора Стрижовой Натальи Григорьевны, в настоящее время туристическая фирма «Полония» принимает участие в грантовой программе поддержки туристического бизнеса в рамках национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» от Федерального агентства по туризму. Она отмечает, что в случае победы в конкурсе, планируется благоустройство туристической базы «Балахтенька». А именно, предполагается произвести закупку 4-х благоустроенных модульных домов, установить на территории базы устройство по обеспечению высокоскоростного доступа в Интернет, установить 4 оборудованные гигиенические комнаты для маломобильных граждан, а также солнечную станцию автономного энергоснабжения с использованием бесперебойного питания. Также в настоящее время на территории базы ведется строительство туристско-информационного центра с целью проведения мероприятий (мастер-классов, занятий с детскими группами и др.) и организации других активностей для туристов (приложение А).

Исходя из этого, можно сделать вывод, что туристическая база «Балахтенька» имеет предпосылки создания на ее территории глэмпинга, в том числе она уже начинает осуществлять свою деятельность в этом направлении.

2.3 Организация и методы исследования

Исследование в бакалаврской работе проводилось с целью разработки практических рекомендаций по развитию глэмпинга в Красноярском крае на примере базы отдыха «Балахтенька» туристической фирмы «Полония».

На подготовительном этапе была выбрана тема, определены предмет, объект, цель и задачи исследования. С научным руководителем был разработан и согласован план работы, а также определены основные исследовательские методы. Также нами был проведен анализ литературных, документальных и интернет источников, в которых раскрыты основные понятия и положения интересующей нас темы. В процессе поиска необходимой информации, было проанализировано 55 источников, на основе изучения которых, была сформирована теоретическая база исследования.

Затем мы изучили основные дефиниции понятия «экологический туризм», его виды и особенности, а также рассмотрели понятие «глэмпинг», выявили его отличительные черты и принципы, рассмотрели классификацию и формы. Кроме этого, мы ознакомились с международным и российским опытом развития глэмпинга, определили географию его распространения.

Основной этап предусматривал проведение маркетинговых исследований, включающих в себя: интервьюирование (очное), SWOT-анализ деятельности туристической базы «Балахтенька», анализ конъюнктуры рынка и социологический опрос (онлайн-анкетирование). Изначально для понимания, как осуществляется деятельность туристической базы «Балахтенька», нами была дана характеристика фирмы «Полония», проведено очное интервьюирование директора фирмы – Стрижовой Натальи Григорьевны, в результате, которого было выявлено, что территорию базы отдыха планируется обновить. С целью доказательства того, что «Балахтенька» востребована и подходит под глэмпинг, нами была представлена статистика туристского потока и проведен анализ ее внутренней и внешней среды. Так, нами было выяснено, что туристическая база

имеет предпосылки создания на ее территории глэмпинга, в том числе она уже начинает осуществлять свою деятельность в этом направлении.

Кроме этого, мы были заинтересованы в изучении вопроса предложений глэмпинга на туристском рынке, поэтому нами было проведено сравнение объектов данного вида отдыха в Красноярском крае. Благодаря анализу, выявлены особенности существующего глэмпинга и глэмпинг-проектов, а также установлено, что на территории региона данное направление находится на стадии зарождения, что является показателем того, что конкуренции на рынке нет.

Также для нас являлось важным выявление осведомленности туристов о глэмпинге и определение уровня интереса к нему, потребность в посещении данного вида отдыха в Красноярском крае. Для этого нами был проведен социологический опрос с 10 марта по 15 мая 2022 года посредством распространения в социальных сетях Google формы. В опросе приняло участие 384 человека в возрасте от 18 лет, которым было предложено ответить на 18 вопросов. В среднем прохождение анкеты занимало 3 минуты, однако, несмотря на это, среди жителей Сибирского Федерального округа отмечалась тенденция неохоты в содействии и выделении времени на ответы.

Выводами анализа полученных результатов стало то, что респонденты отметили глэмпинг как известное направление туризма, а также проявили желание отправиться в путешествие с его использованием. Кроме этого, жители Сибирского Федерального округа хотели бы организовать свой отдых на территории туристической базы «Балахтенька». Это дало нам обоснование на заключительном этапе разработать практические рекомендации по развитию глэмпинга для туристической фирмы «Полония».

В ходе работы были использованы следующие методы: анализ литературных, документальных и интернет источников; описание; интервьюирование (очная форма); анализ статистических данных; SWOT-анализ; метод сравнительного анализа; социологический опрос (анкетирование); обобщение и интерпретация полученных результатов.

В ходе проведенного исследования было проанализировано 55 источников. С целью раскрытия сущности понятия «экологический туризм» нами были изучены труды отечественных исследователей – А.Б. Лукичева [12], Е.Л. Пименовой [15], а также определения, данные международными организациями – Международным Союзом охраны природы (МСОП) [46], Международным обществом экотуризма [49], Всемирным Фондом дикой природы [44], а также изучен ГОСТ Р 56642-2015 «Туристские услуги. Экологический туризм. Общие требования» [1]. Для понимания термина «глэмпинг» были изучены статьи как российских, так и зарубежных авторов.

Метод описания был использован для фиксации основных характеристик исследуемого объекта. С помощью данного метода, мы определили отличительные особенности и принципы «глэмпинга», его классификацию и формы. Также при использовании метода было дано описание туристической фирмы «Полония», базы отдыха «Балахтенька» и предлагаемых на ее территории услуг.

Метод очного интервьюирования был использован для получения информации о деятельности туристической фирмы «Полония», деятельности базы отдыха «Балахтенька», в том числе о ее первостепенном статусе, туристском потоке и планах обновления ее территории (приложение А).

В ходе обработки и анализа статистических данных нами была определена динамика посещаемости базы отдыха «Балахтенька» (рисунок 1).

Благодаря методу SWOT-анализ нами были выделены сильные и слабые стороны деятельности туристической базы «Балахтенька», а также ее потенциальные возможности и угрозы (таблица 1). Исходя из полученных результатов, мы сформировали выводы, которые отражают, в каких направлениях необходимо двигаться базе отдыха, чтобы повысить свою привлекательность и привлечь большее количество туристов.

Метод сравнительного анализа был применен для сопоставления одного действующего на сегодняшний день глэмпинга в Красноярском крае с 4-мя

существующими проектами по развитию данного направления, а также с целью выявления их общих и различных черт и особенностей (приложение Б).

С целью выявления осведомленности потребителей о глэмпинге, выявления к нему интереса, а также определения потребности в посещении глэмпингов в Красноярском крае, нами был проведен социологический опрос среди жителей Сибирского Федерального округа (приложение В). Для получения наиболее точных результатов нами был использован сервис онлайн калькулятора выборки, который отражает, сколько респондентов надо опросить с приемлемой точностью, чтобы их мнение можно было экстраполировать на всю генеральную совокупность. В качестве доверительной вероятности результатов («точность») было выбрано 95%, а доверительного интервала («погрешность» \pm %) – 5%. Генеральная совокупность респондентов нашего опроса – 16 887 872 человека. Требуемый размер выборки по итогу расчета – 384.

И в заключении, такие методы, как обобщение и интерпретация полученных результатов легли в основу построения общих выводов нашей работы о глэмпинге и помогли при разработке практических рекомендаций по его развитию.

3 Разработка рекомендаций по развитию глэмпинга для туристической фирмы «Полония»

3.1 Анализ состояния глэмпинга в Красноярском крае

При формировании и дальнейшем развитии глэмпинга как перспективного средства размещения для экологического туризма, необходимо наличие природных ресурсов. Рассматривая территорию Красноярского края, стоит отметить, что это один из крупнейших субъектов РФ, обладающий большим количеством уникальных в своем проявлении природных объектов и явлений, которые привлекают туристов, как нашей страны, так и иностранных граждан.

В ходе исследования нами были изучены туристско-рекреационные ресурсы региона, которые способствуют развитию глэмпинга на его территории.

– Особо охраняемые природные территории. На территории Красноярского края находится 6 государственных заповедников – Большой Арктический, Путоранский, Саяно-Шушенский, Таймырский, Тунгусский, Центрально-Сибирский; 2 национальных парка – Красноярские Столбы и Шушенский Бор; 1 природный парк – Ергаки; а также 40 заказников регионального значения. Кроме этого, на территории края имеется 67 памятников природы регионального значения [2]. Данные ООПТ являются основой экологического туризма Красноярского края и призваны сохранять уникальные природные ландшафты, животный и растительный мир региона, а также охранять отдельные объекты природы и культуры [34].

– Рельеф. Благодаря географическому положению, рельеф Красноярского края представлен разнообразными формами – низменности, равнины, плоскогорья, горы различных высот и происхождений. На территории региона находится Западный Саян (самый известный хребет – Ергаки), Восточный Саян (в его пределах уникальное геологическое образование – Красноярские Столбы), Енисейский кряж и Плато Путорана.

– Климат. Для Красноярского края характерен резко континентальный климат с сильными колебаниями температуры в течение всего года. Среднегодовая температура варьируется от -36°C до $+20^{\circ}\text{C}$. Всего на территории региона выделяется 3 климатических пояса: арктический – на севере, субарктический – в центральной части и умеренный – на юге [34]. То есть, в зависимости от предпочтений климата и погодных условий того или иного туриста, организовать его отдых в виде глэмпинга на территории региона возможно.

– Водные ресурсы. Стоит отметить, что территория Красноярского края богата водными ресурсами. Имеет хорошее развитие речная сеть, к которой относятся Енисей – главная река края, Ангара, Чулым, Хатанга и другие. Суммарная протяженность 3590 рек края, длиной свыше 25 км составляет 238 048 км [35].

Кроме этого, территория Красноярского края богата озерами, которых здесь насчитывается около 2625 с площадью водного зеркала не менее 1 км^2 . Большинство озер расположены на юго-западе края – в Шарыповском районе, а также на юге – в Минусинской котловине. Также здесь есть 2 минеральных озера, обладающих лечебными свойствами [34].

Кроме рек и озер, на территории региона располагается 3 крупных водохранилища: Красноярское, Саяно-Шушенское и Курейское. А также здесь сосредоточено большое количество водопадов. Самыми известными из них являются Кинзелюкский в Курагинском районе, Тальниковый, Курейский, Большой Иркиндинский на территории Плато Путорана [32].

– Флора. Стоит подчеркнуть тот факт, что большая часть территории Красноярского края представлена лесным типом растительности. Около 70% является тайгой, представленной темнохвойными еловыми, пихтовыми таежными лесами и кедрачами. Возвышенные территории края представлены лиственничными лесами. Северная часть Красноярского края находится в поясе арктических пустынь. Также для территории края характерны степи, лесостепи и травяные леса [34].

– Фауна. Также в Красноярском крае многообразен и животный мир. В крае обитает около 90 видов млекопитающих, 400 видов птиц, 6 видов земноводных и пресмыкающихся, 50 видов рыб [34].

Итак, рассмотренные нами туристско-рекреационные ресурсы Красноярского края, доказывают то, что его территория имеет необходимые компоненты для развития глэмпинга – большое количество уникальных объектов природы, несколько климатических поясов, разнообразие ландшафтов, флоры и фауны.

В ходе работы над исследованием нами был проведен анализ уже существующих глэмпингов, а также разрабатываемых проектов по внедрению данного направления в Красноярском крае.

Существует только один действующий глэмпинг «Берег Кана», расположенный в закрытом административно-территориальном образовании – городе Зеленогорске [39, 19], и четыре проекта, находящиеся на стадии разработки: «Хижина» на Красноярском водохранилище, «Нералах» на Плато Путорана, «Чайка» в поселке Базаиха и «Rolly Polly» в Красноярске [18, 25, 42, 55].

Что касается формы эксплуатации, то функционирующий глэмпинг-парк «Берег Кана» оборудован для круглогодичного использования и приема туристов, в то время как два проекта: «Хижина» и «Нералах» планируют свою работу сезонно, соответственно, первый – с мая по сентябрь, второй – предполагает посещение и проживание только в рамках тура, запуск которого будет в сентябре 2022 года. Проект «Чайка» – круглогодично, у «ROLY POLY» данная информация отсутствует.

По формам объектов размещения, у «Берег Кана» это европейские юрты вместимостью 6-ти человек и сафари-тенты вместимостью не более 4-х человек. Одновременно данный глэмпинг может принять 50 человек. По проектам: у «Хижина» – это бунгало и деревянные избы, «Нералах» – коттеджи, у остальных проектов такие данные не представлены. Здесь также стоит подчеркнуть тот

факт, что проекты «Хижина» и «Чайка» – это план обновления уже существующих баз отдыха.

Далее, что касается обустройства объектов размещения. Глэмпинг «Берег Кана» имеет достаточно полный набор мебели и оборудования, также в глэмпках есть кухонный угол с техникой и приборами для приготовления еды, так как отдельной зоны для питания глэмпинг не предусматривает. Проект «Хижина» отличается тем, что планируется 2 варианта размещения: либо стандарт с предоставлением односпальных кроватей, обогревателя, постельных принадлежностей и wi-fi, либо полулюкс: тот же набор услуг и в дополнение к нему – мини-бар, чайник, фен. «Нералах» также как и «Хижина» будет иметь 2 варианта размещения: стандарт и Suite. Здесь в отличие от предыдущих глэмпингов будет оборудован санузел. По проектам «Чайка» и «ROLY POLY» – информации нет.

По используемым материалам хотелось бы отметить, что в рассматриваемых глэмпингах это дерево, ткани, металлоконструкции и керамика.

Стоимость размещения у действующего глэмпинга варьируется от 3500 до 7900 рублей в сутки в зависимости от формы и периода: в выходные дни цены выше, чем в будние. Также, стоит отметить, что «Берег Кана» в своем прайс-листе имеет перечень услуг, которые оплачиваются дополнительно. К ним относится пользование беседками и банным комплексом. Стоимость размещения в глэмпинге «Хижина» планируется следующая: 2500-3000 рублей с 1 человека за сутки, то есть по сравнению с «Берег Кана» это дешевле на 500-1000 рублей. Что касается глэмпинга «Нералах», то конкретной стоимости размещения на сайте туроператора нет, указывается только полная стоимость за тур. По ценообразованию у «Чайка» и «ROLY POLY» информация также отсутствует.

По оборудованию территории глэмпинга «Берег Кана» можно отметить то, что здесь есть детская площадка, мангальная зона и отдельно стоящий санузел с двумя кабинками. То есть, в каждом глэмпке санузла нет, но он имеется на общей территории и всегда доступен. Территорию «Хижина» планируется

благоустроить таким образом: гамаки, мангалы, террасы, детская площадка, шезлонги, биотуалеты и отдельный душ. В глэмпинге «Нералах» это только зона отдыха, в «Чайка» и «ROLY POLY» – детская площадка, мангальная зона. То есть, в целом у всех 5-ти глэмпингов это практически один и тот же вариант благоустройства территории.

Что касается предлагаемых услуг, то хочется отметить, что, несмотря на свое недавнее открытие – осень 2021 года, глэмпинг «Берег Кана» имеет достаточно обширный перечень. Сюда относятся фотосессии, конные прогулки, трансфер, анимационные программы, прокат зимнего оборудования. У глэмпинг-проекта «Хижина» набор услуг немного меньше, туристам предлагается банный комплекс, проведение банкетов и wi-fi. У глэмпинга «Нералах» набор услуг следующий: предоставление аудио и звуковой техники, а также спутникового телефона и wi-fi, проведение конференций и мероприятий и в том числе организация питания: либо шведский стол, либо ресторанное питание. У проекта «ROLY POLY» это также ресторанный комплекс и wi-fi, у «Чайка» – информации по данному вопросу нет.

Исходя из полученных данных анализа по состоянию глэмпинга в Красноярском крае (приложение Б), можно сделать несколько выводов:

1. В настоящее время на территории региона данный вид отдыха находится только на стадии зарождения, соответственно, ярко выраженной конкуренции на рынке нет.

2. Функционирующий глэмпинг частично соответствует принципам данного направления. В формах размещения отсутствует ванная и туалетная комната, отсутствует организация питания, одновременно глэмпинг может принять до 50 человек, что противоречит основам экологического туризма. Что касается принципа – уникальность, то можно подчеркнуть, что данный глэмпинг находится в закрытом городе, въезд в который осуществляется только по пропуску. То есть, не все черты направления присутствуют, но все же они есть.

3. Глэмпинги в регионе могут находиться как на территории города Красноярска и его окрестностей, так и в отдаленных природных участках – Плато Путорана.

4. Не все имеющиеся проекты глэмпингов имеют полную информацию о стоимости, услугах и самих формах объектов размещения – глэмпках, что затрудняет понимание их планов работы в целом.

5. Есть вариация размещения в глэмпингах только в составе определенного тура.

6. Существующие базы отдыха не перестраиваются заново, а обновляются и планируют создание глэмпинг-парков.

Таким образом, нами рассмотрено состояние глэмпинга на территории Красноярского края.

3.2 Анализ заинтересованности потребителей в посещении глэмпингов в Красноярском крае

С целью выявления осведомленности потребителей о глэмпинге, выявления к нему интереса, а также определения потребности в посещении глэмпингов в Красноярском крае, нами был проведен социологический опрос, в котором приняло участие 384 человека (приложение В). По результатам опроса были построены диаграммы, освещающие основные вопросы по исследуемой теме.

В опросе принимали участие, как мужчины, так и женщины. Однако более половины респондентов все же составляют женщины (65%), остальная часть – мужчины (35%) (рисунок 2).

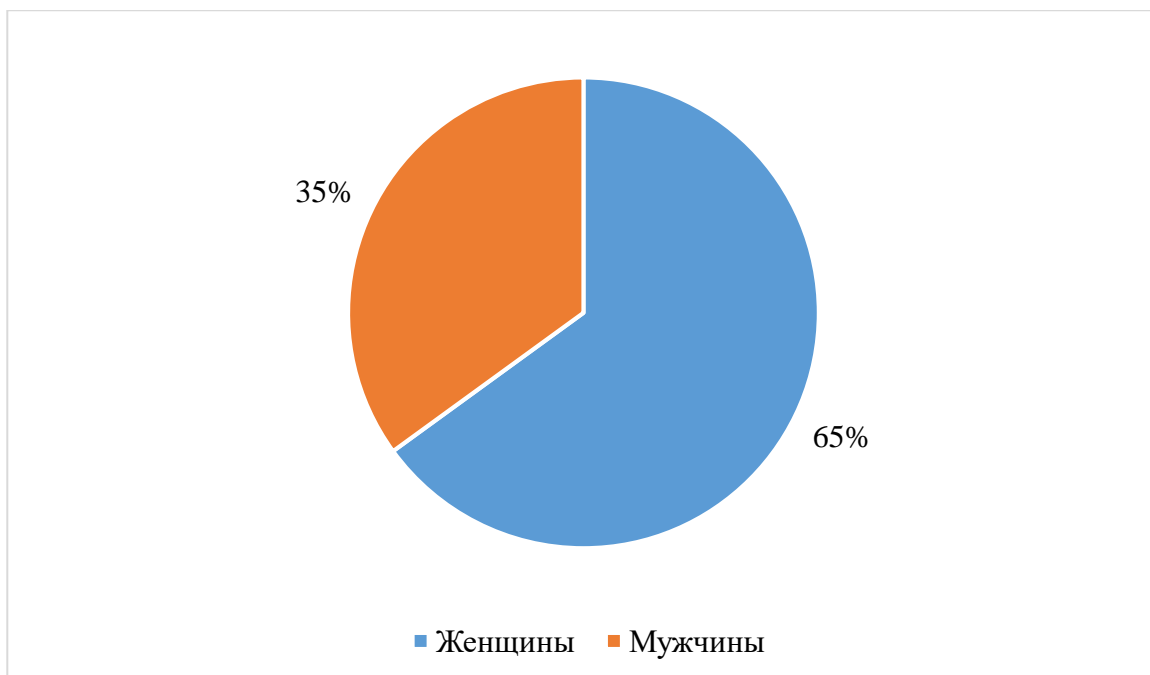


Рисунок 2 – Гендерное соотношение

По возрастному соотношению можно отметить, что почти половина опрошенных (46%) являются девушками и юношами от 18 до 25 лет, равное количество составляют респонденты возраста от 26 до 35 лет и от 36 до 44 лет – по 18,8%, люди от 45 до 64 лет составили 15% и люди старше 65 лет составили 1,4% от общего числа (рисунок 3).

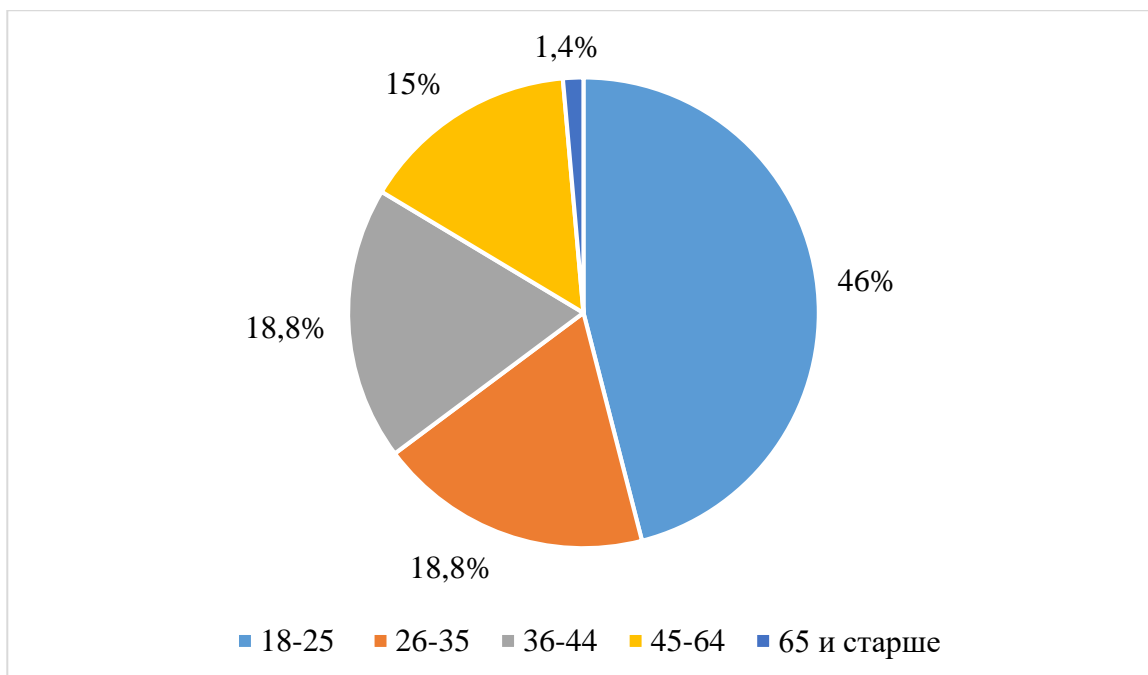


Рисунок 3 – Возрастное соотношение

Далее нами было выявлено, что большая часть респондентов (30,1%) – жители Красноярского края, жители Иркутской и Новосибирской областей составили по 16,5%, Томской области – 11%, Омской и Кемеровской областей – по 8%. В опросе приняли участие и респонденты, проживающие в Республике Хакасия – 5%, Республике Тыва – 2%, Республике Алтай – 1,9% и в Алтайском крае – 1% (рисунок 4).

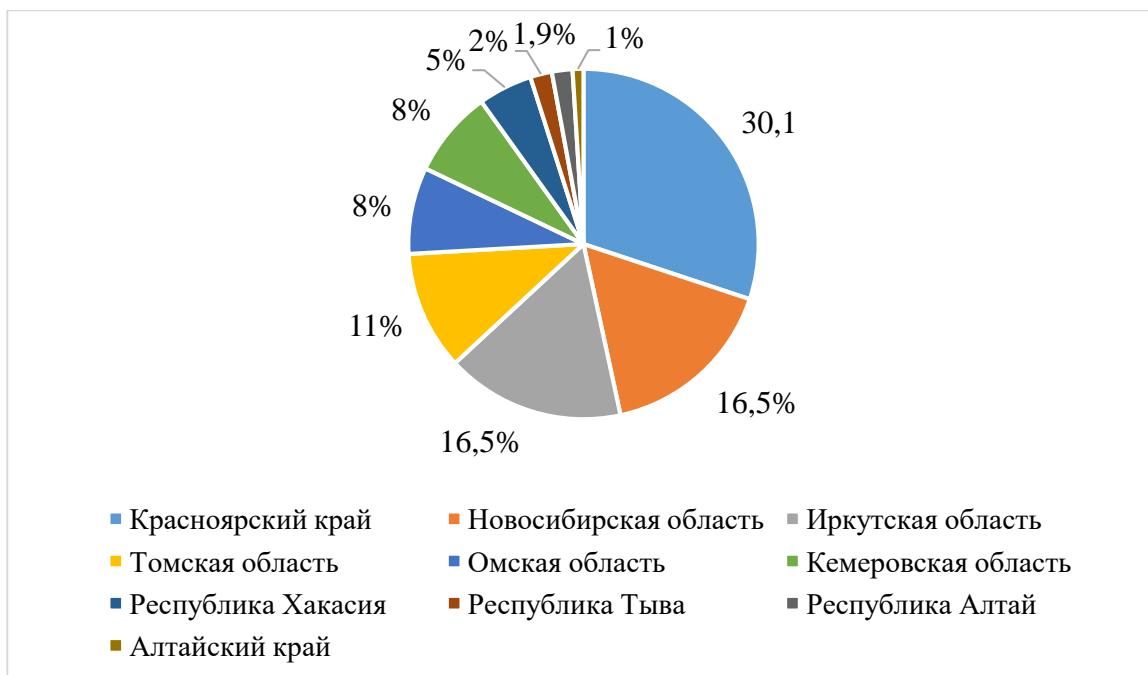


Рисунок 4 – Регионы проживания респондентов

Далее нами был задан вопрос об отношении респондентов к отдыху на природе и выявлено, что более половины опрошенных предпочитают отдыхать на природе, однако не всегда есть возможность выехать загород (55,1%), более 30% при любой возможности едут отдыхать в природные места (33,7%), менее 10% – не выбирают такой отдых (6,7%) и также есть те респонденты, которые затруднились ответить на данный вопрос (4,5%) (рисунок 5).



Рисунок 5 – Интерес респондентов к отдыху на природе

На вопрос «Знаете ли Вы что такое глэмпинг?» половина респондентов дала ответ «Да, я знаю, что означает это понятие» (54,3%), практически четверть слышала о существовании данного понятия, но не знала его значение (24,1%), и 21,6% респондентов вообще не знали об этом понятии (рисунок 6).

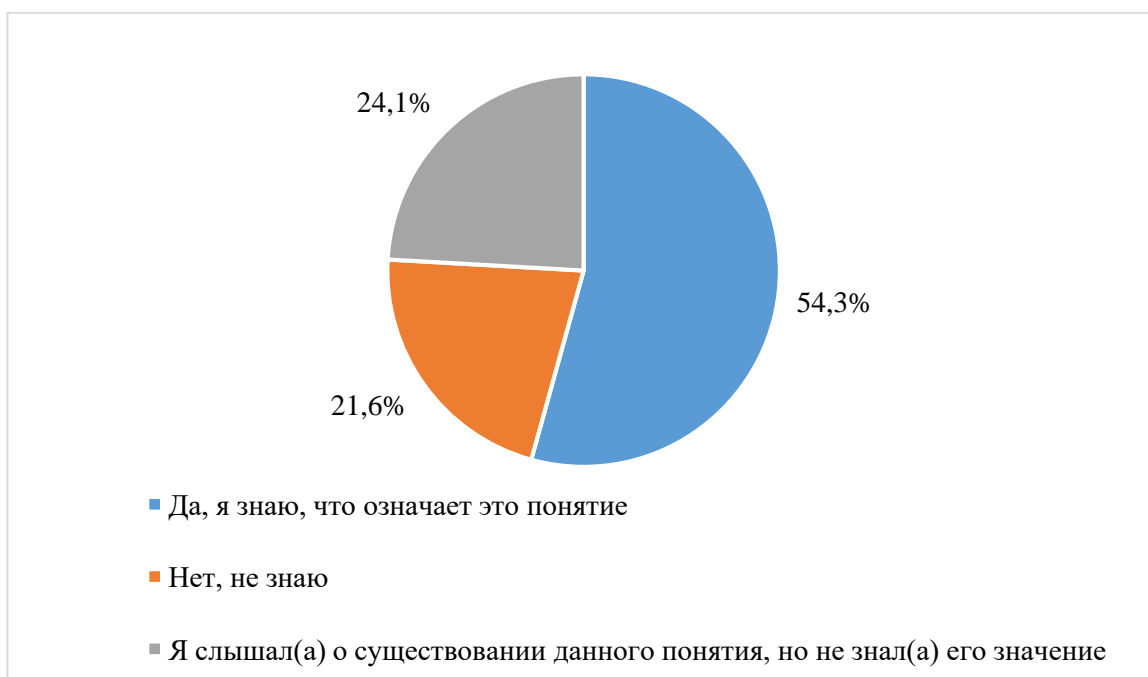


Рисунок 6 – Осведомленность респондентов о глэмпинге

Далее нами был выявлен интерес респондентов к данному виду отдыха, таким образом, большинство опрошенных интересуется этим направлением (75,1%), менее 20% – затруднились с ответом (15,5%), и всего 9,4% не интересно данное направление туризма (рисунок 7).

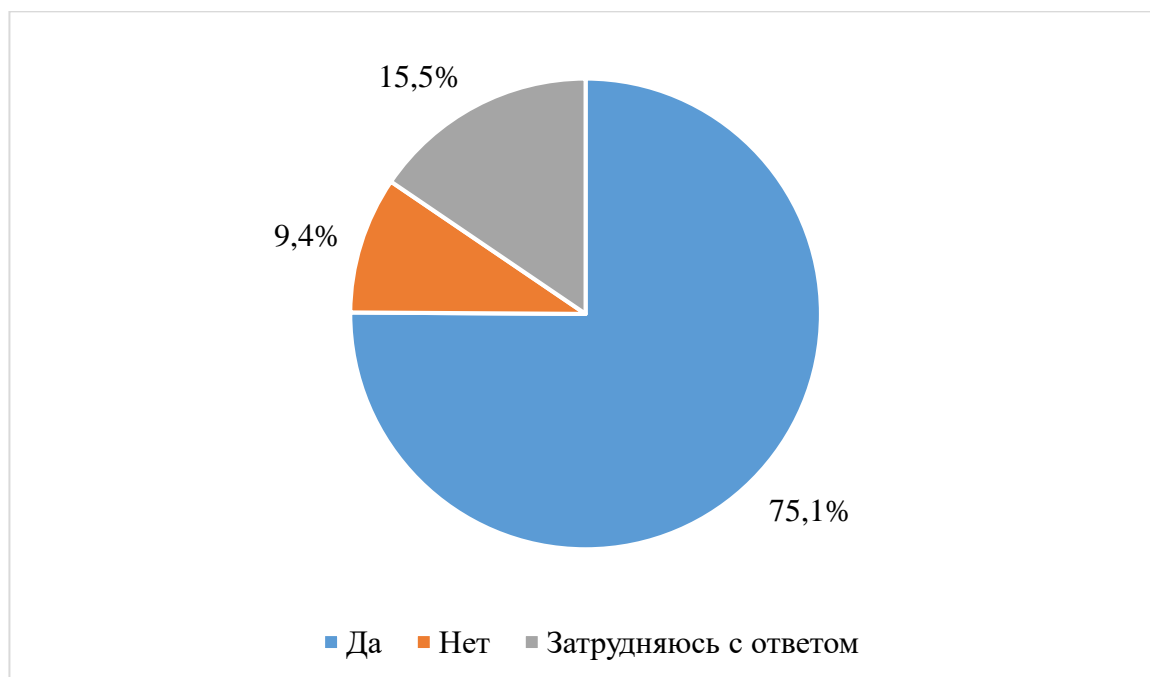


Рисунок 7 – Интерес к глэмпингу

Также в ходе опроса стало известно, что больше половины респондентов никогда не путешествовали, используя данный вид отдыха, но очень бы хотели (62,8%), более четверти опрошенных (28,1%) путешествовали, используя глэмпинг, и остальные респонденты не интересуются данным направлением туризма (9,1%) (рисунок 8).

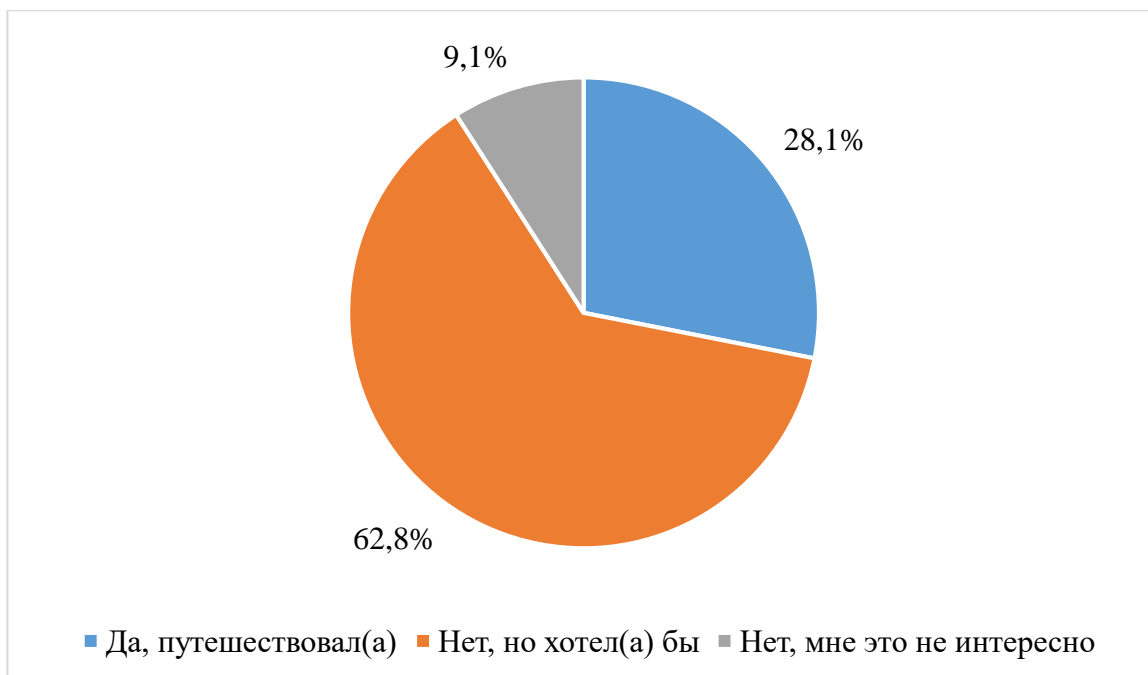


Рисунок 8 – Путешествия с использованием глэмпинга

Также в ходе опроса мы выяснили, что 71,1% респондентов посещали Красноярский край, остальная часть – 28,9% не были в данном субъекте России (рисунок 9).

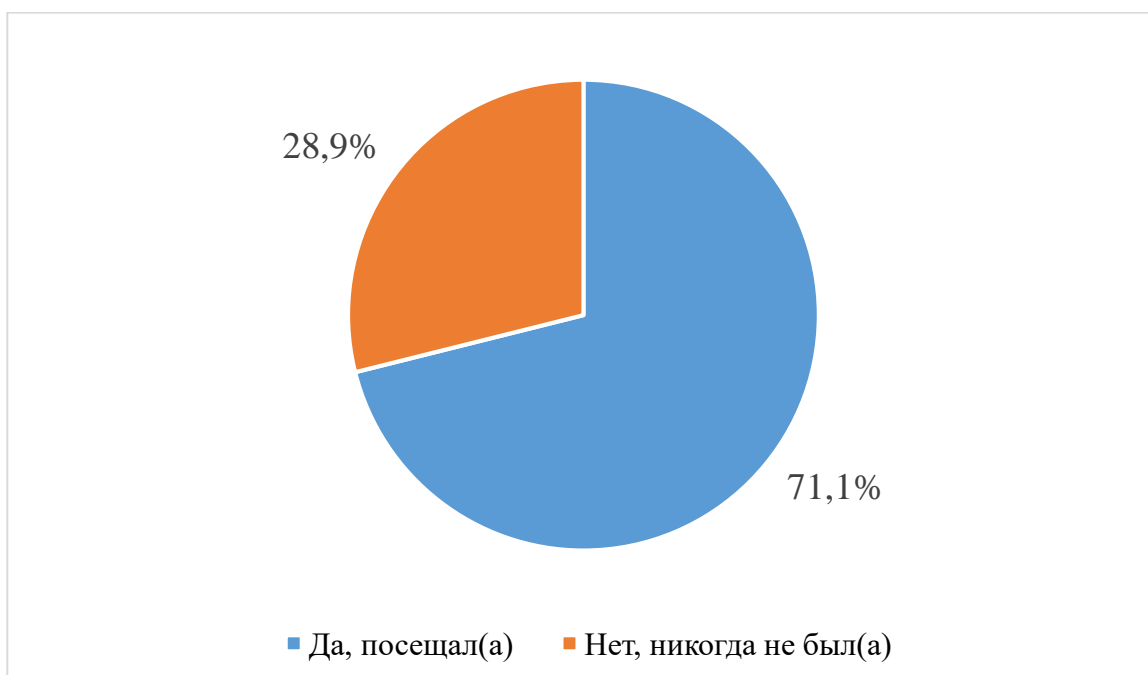


Рисунок 9 – Посещение Красноярского края

Также, в ходе опроса стало понятно, что большая часть опрошенных (79,6%) хотела бы посетить глэмпинг в Красноярском крае, около 12% (11,8%) – затруднились ответить и 8,6% респондентов не хотят воспользоваться данным видом отдыха в крае (рисунок 10).

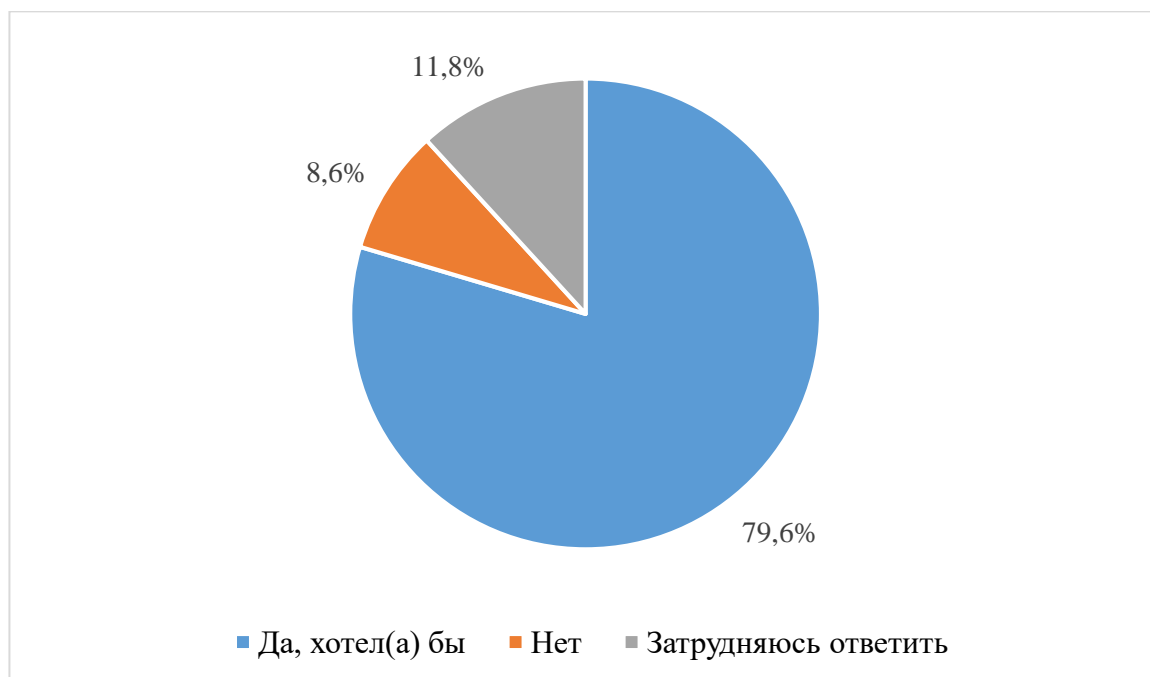


Рисунок 10 – Желание респондентов посетить глэмпинг в Красноярском крае

Следующий вопрос, заданный респондентам, был – «Знаете ли Вы о туристической базе «Балахтенька?». Так, более 60% никогда не слышали о такой базе отдыха – 68,8% и 31,2% – знают о ее существовании (рисунок 11).



Рисунок 11 – Осведомленность респондентов о базе отдыха «Балахтенька»

Также в ходе анкетирования мы выяснили, что более 90% респондентов не посещали данную туристическую базу – 90,6%, и менее 10% отдыхали на ее территории – 9,4% (рисунок 12).

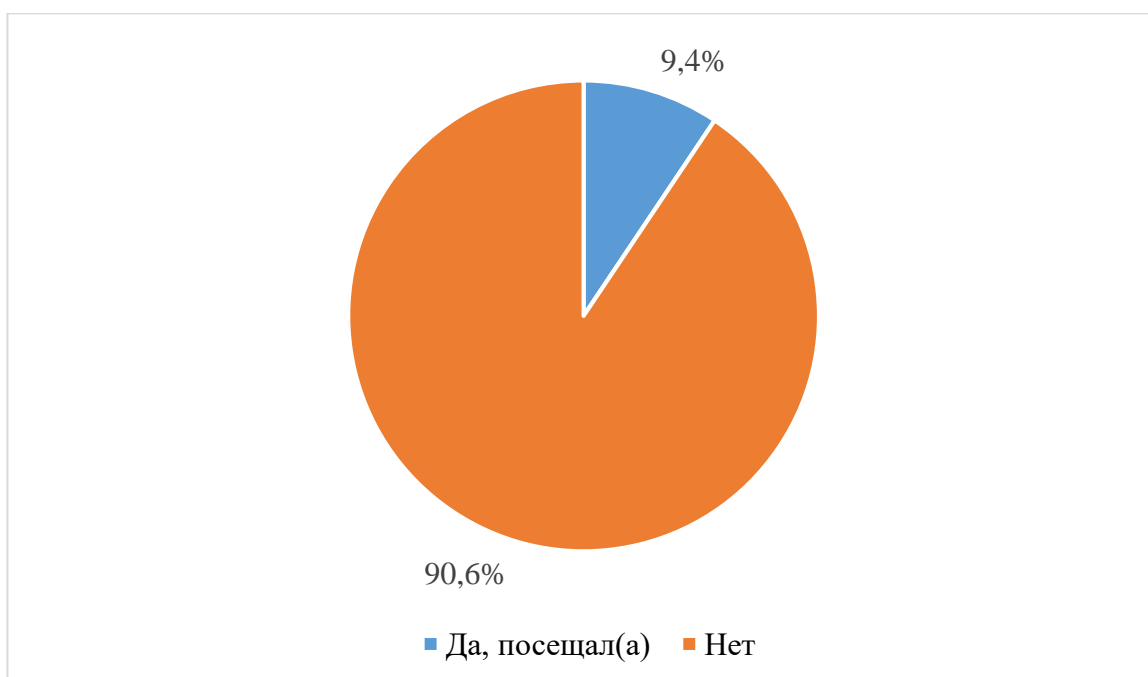


Рисунок 12 – Посещение туристической базы «Балахтенька»

Кроме этого, мы узнали, что более половины респондентов, которые не посещали данную базу отдыха, хотели провести свой отдых, используя ее – 51,6%, также были и те, кто на вопрос «Хотели бы Вы ее посетить», ответили: «Скорее да, чем нет» – 38,7%, менее 10% – 9,7% не хотели бы поехать в это место отдыха (рисунок 13).

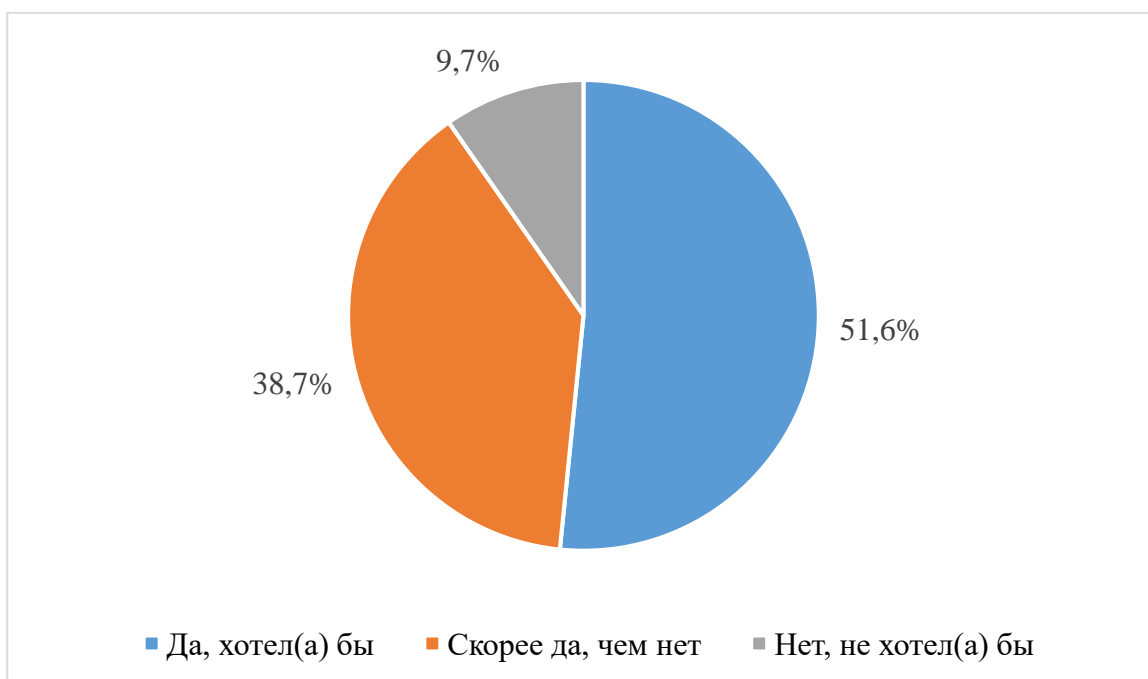


Рисунок 13 – Желание респондентов посетить базу отдыха «Балахтенка»

Следующим вопросом был – «Какой вид отдыха Вам был бы интересен?». Исходя из полученных ответов, можно отметить, что более 50% предпочитает активный отдых (58,8%), пассивный – 30,5% и оставшаяся часть респондентов не смогла определиться (10,7%) (рисунок 14).

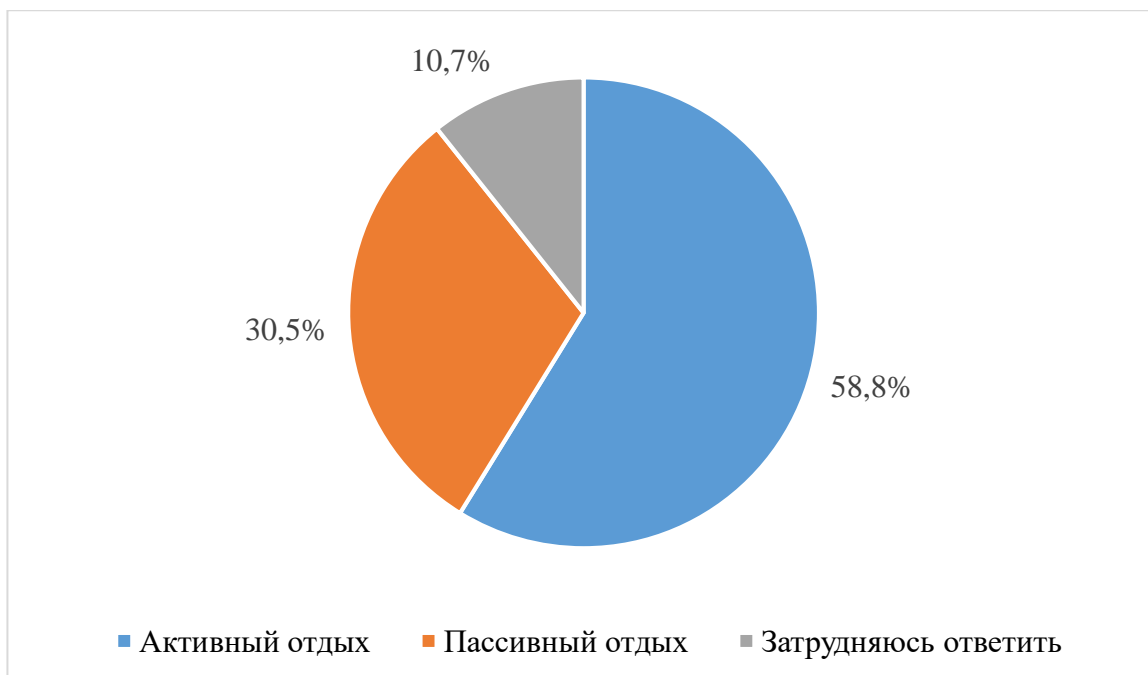


Рисунок 14 – Отдых, предпочитаемый респондентами

Оптимальным количеством дней нахождения в глэмпинге респонденты посчитали продолжительность от 3 до 5 дней (56%), почти четверть считает, что лучше всего использовать этот вид отдыха от 6 до 10 дней (24,5%) и около 20% поехали бы в глэмпинг менее чем на 3 дня (19,5%) (рисунок 15).

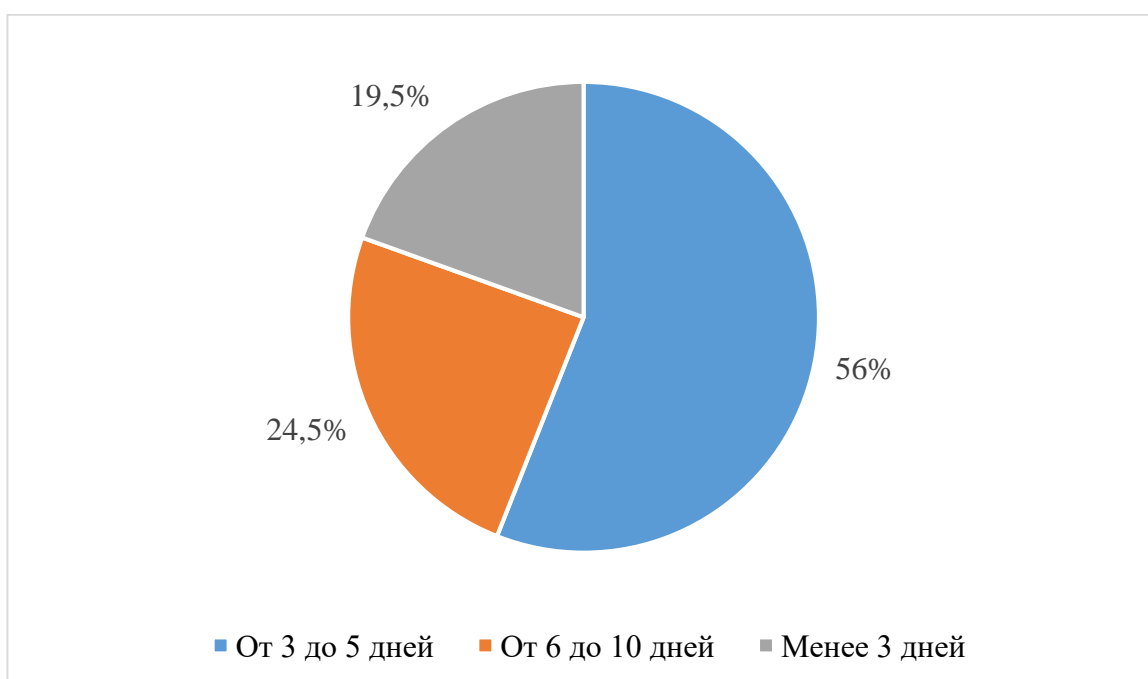


Рисунок 15 – Оптимальная продолжительность отдыха, с использованием глэмпинга

Далее из нашего анкетирования стало известно, что респонденты предпочли бы посетить глэмпинг в Красноярском крае с друзьями – 41,4%, с семьей – 27,7%, в паре – 15,5%. Провести свой отдых индивидуально предпочитает 15,4% опрошенных (рисунок 16).

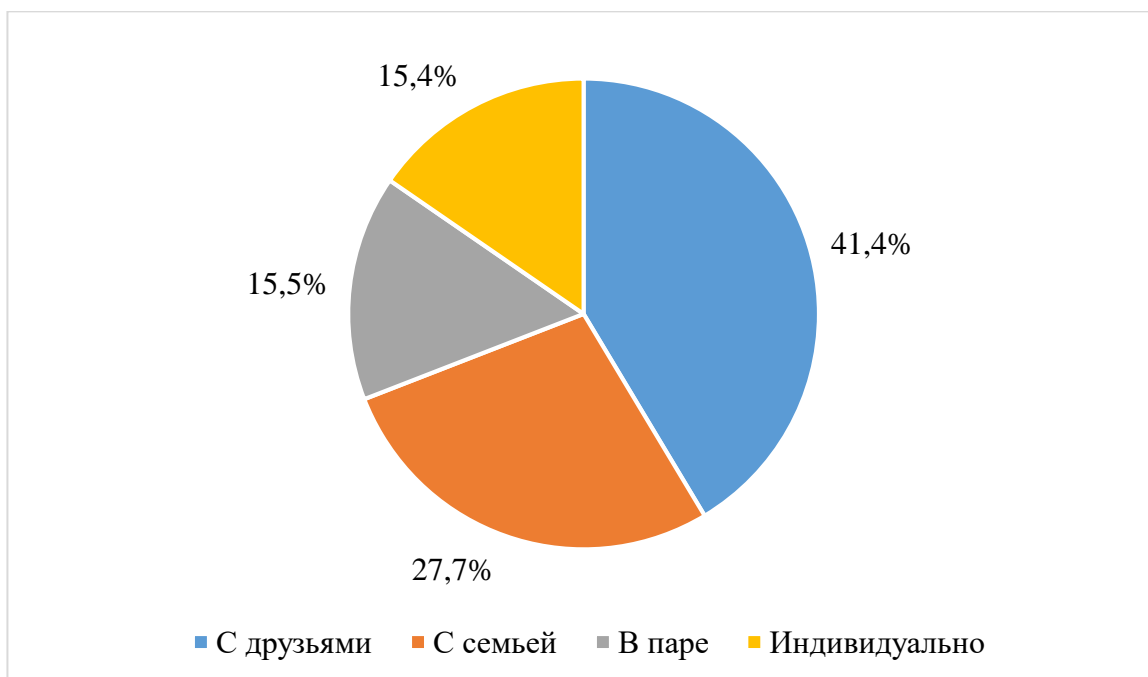


Рисунок 16 – Предпочитаемый состав посещения глэмпинга в Красноярском крае

Далее нами было выяснено, какие услуги, по мнению респондентов, должны быть обязательно включены в глэмпинг (можно было выбрать несколько услуг). Так, самым необходимым стало наличие туалета и ванной комнаты (63,9%), второй по популярности услугой стала телефонная связь (63,4%), далее электричество (62,3%), услуги бани, сауны и бассейна выбрало 42,2% респондентов, далее был выбран бесплатный wi-fi (32,6%). Не менее важным в глэмпинге является предоставление современной мебели (26,7%), и самой неважной услугой респонденты отметили ресторан и блюда от шеф-повара (24,3%) (рисунок 17).



Рисунок 17 – Выявление обязательных услуг глэмпинга в Красноярском крае

Также в ходе анкетирования был задан вопрос «Что по Вашему мнению, является главным критерием при выборе глэмпинга в Красноярском крае?» (можно было выбрать несколько критериев). Таким образом, самым популярным ответом стало природное место (72,7%), далее респонденты отметили цену за проживание (63,6%), также более 50% опрошенных ответили уединенность и уникальность глэмпинга (52,1%), более 30% выделили – наличие квалифицированного персонала (32,6%), более четверти опрошенных – широкий спектр услуг (28,6%) и менее 20% отметили проведение развлекательной программы (19%) (рисунок 18).

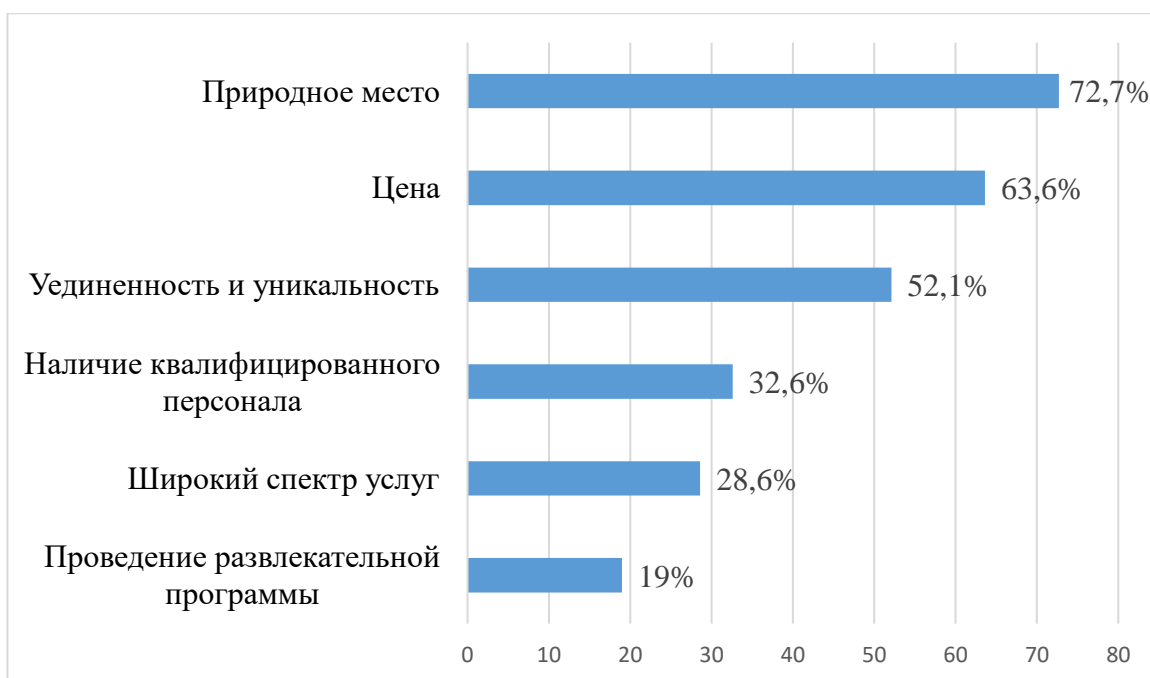


Рисунок 18 – Критерии при выборе глэмпинга в Красноярском крае

Кроме всего вышеперечисленного, нами также была определена оптимальная цена, которую респонденты готовы на путешествие за одни сутки, используя глэмпинг. Так, большая часть готова потратить от 3 000 до 5 000 рублей с 1 человека – 46,5%, одинаковое количество респондентов рассчитывают потратить за сутки до 3 000 рублей и от 5 000 до 7 000 рублей с 1 человека – по 23,5%, остальные готовы потратить от 7 000 рублей и более с 1 человека – 6,5% (рисунок 19).

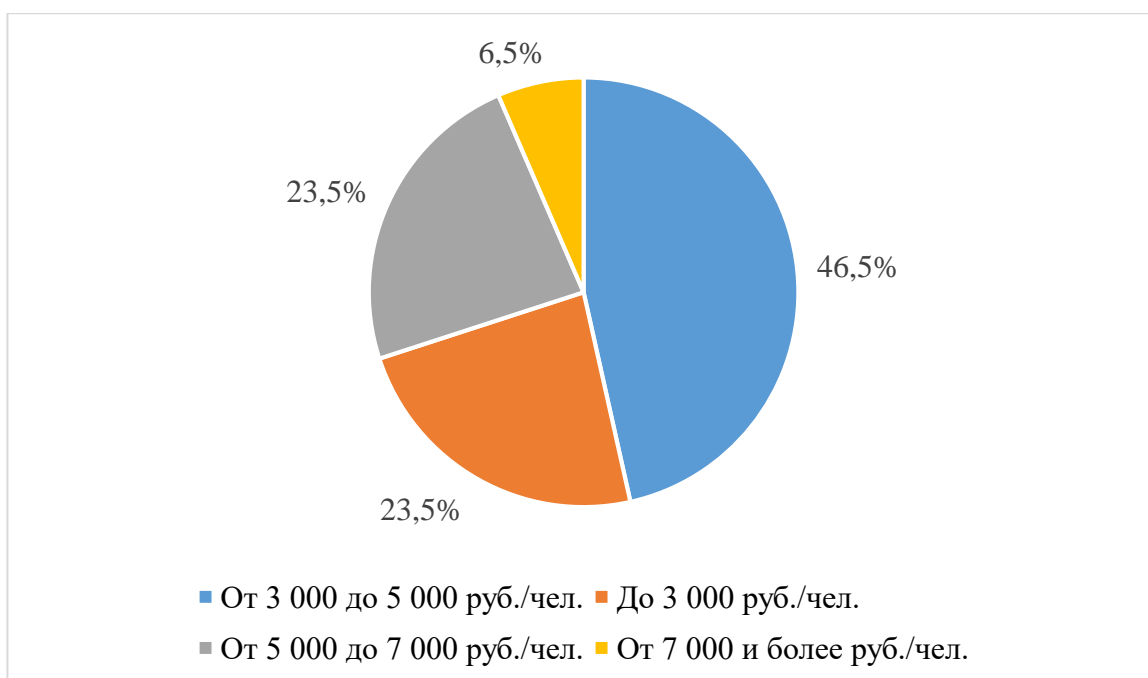


Рисунок 19 – Оптимальная цена нахождения в глэмпинге за одни сутки

Итак, мы провели социологический опрос, который отразил уровень осведомленности о направлении глэмпинг и показал заинтересованность потребителей в его посещении на территории субъекта России – Красноярского края.

Большинство опрошенных респондентов являются женщины возраста 18-25 лет. Также, стоит отметить, что все респонденты – жители Сибирского Федерального округа, преимущественно Красноярского края, Иркутской и Новосибирской областей, которым нравится отдых на природе, однако не всегда есть возможность это реализовать. Несмотря на проживание в крупных городах и постоянную занятость, среди респондентов есть и те, кто всегда находит время, чтобы выехать за пределы городской среды.

Также стоит подчеркнуть, что большинству респондентов известно средство размещения для экотуризма – глэмпинг. Более того, многие участники анкетирования заинтересованы данным видом отдыха, хотя больше половины из них никогда не путешествовали, используя средства размещения на лоне дикой природы со всеми комфортабельными условиями и отельным обслуживанием.

Кроме этого, подавляющая часть респондентов, хотя бы раз в жизни, посещала территорию Красноярского края и хотела бы открыть для себя направление глэмпинг в данном регионе.

Хотелось бы отметить, что большая часть респондентов не владеет информацией о туристической базе «Балахтенька» и никогда ее не посещала, однако при возможности хотела бы организовать свой отдых в данном месте.

Также стоит подчеркнуть, что многие респонденты желают путешествовать, используя глэмпинг, не индивидуально, а в групповом составе – с друзьями, семьей или же в паре. Также большая часть участников исследования при выборе проведения досуга отдает предпочтение активным видам отдыха с максимальной физической активностью, однако есть и те, кто хочет посетить глэмпинг и при этом отдыхать пассивно.

Оптимальным временем нахождения в глэмпинге респонденты считают продолжительность от 3 до 5 дней. Немаловажным являются характеристики и критерии при выборе того или иного средства размещения данного направления. Так, для респондентов на первом месте по значимости выступает природное место, которое в целом может определить, каким будет данный отдых. Далее выделяют цену за нахождение в глэмпинге за одни сутки, диапазон которой, по мнению респондентов, должен составлять от 3 000 до 5 000 рублей с 1 человека. Однако, есть доля тех, кто способен заплатить 7 000 рублей и выше. Респонденты обращают особое внимание на уединенность территории и уникальность глэмпов, а также на наличие квалифицированного персонала. Самым неважным критерием является проведение развлекательной программы и анимации. Это связано с тем, что в глэмпинги в первую очередь едут для уединения и спокойствия, поэтому наличию развлечений уделяется мало внимания.

Что касается набора услуг при выборе глэмпинга, основным для такого отдыха, респонденты считают наличие туалета и ванной комнаты, телефонной связи, так как в настоящее время, в век информационных технологий, без мобильной сети люди чувствуют себя вне цивилизации и современного мира. Также важным является наличие электричества. Менее всего респондентов

интересует наличие ресторана и блюд от шеф-повара, это показывает то, что большинство привыкло готовить еду самостоятельно. Соответственно, поэтому, даже выбирая комфортный отдых, люди берут ответственность за вопросы и организацию питания на себя.

Таким образом, исходя из всего вышеперечисленного, можно сделать вывод о том, что данное исследование в виде опроса, показало, что глэмпинг является известным направлением туризма среди жителей разных регионов страны, а именно Сибирского Федерального округа. К данному виду отдыха вызван интерес, есть большое количество желающих отправиться в путешествие с его использованием, в том числе на территорию Красноярского края. Также можно выделить и то, что туристическую базу «Балахтенка» большинство не посещало, однако она находит внимание среди населения, которое хотело бы организовать отдых на ее территории.

3.3 Практические рекомендации по развитию глэмпинга для туристической фирмы «Полония»

Обобщив полученные результаты в первом, втором и третьем разделах работы, нами были разработаны практические рекомендации по развитию глэмпинга для туристической фирмы «Полония», представленные в таблице 2.

Таблица 2 – Практические рекомендации по развитию глэмпинга для туристической фирмы «Полония»

Проблема	Рекомендация	Возможный результат
1 Отсутствие стабильной телефонной связи и Интернет	– Установить станцию сотовой связи по обеспечению бесперебойной работы сети, а также оборудование для wi-fi (усилитель) для выхода в Интернет	Наличие на территории базы высокоскоростного доступа в Интернет, что позволит туристам всегда быть на связи и при необходимости выполнять работу удаленно, при этом находясь в отдаленном

Продолжение таблицы 2

Проблема	Рекомендация	Возможный результат
2 Отсутствие оборудованных ванных комнат и туалетов в домах размещения	<ul style="list-style-type: none"> – Внедрить модульные дома, предполагающие наличие отдельного комфортабельного санузла; – Обустроить отдельно стоящие душевые кабины и туалетные комнаты 	<p>природном месте отдыха</p> <p>Соответствие основным принципам глэмпинга и удовлетворение потребностей туристов в комфорте и удобстве</p>
3 Узкий спектр предлагаемых услуг	<ul style="list-style-type: none"> – Разработать и внедрить экскурсионные программы по Сисимскому заливу; – Организовывать фотосессии; – Расширить банный комплекс, в том числе предлагать его в аренду по часам; – Выдавать напрокат снаряжения для плавания: надувные матрасы, водные 튼тинги, ласты; – Организовывать групповые прогулки с целью сбора грибов и ягод; – Расположить на территории базы качели 	<p>Увеличение перечня услуг базы отдыха позволит привлечь большее количество туристов, а также сделать их отдых более разнообразным и запоминающимся</p>
4 Осуществление питания в столовой	<ul style="list-style-type: none"> – Создать разнообразное меню с возможностью выбора блюд 	<p>Соответствие принципам глэмпинга, организация питания с учетом предпочтений туристов</p>
5 Недостаточно качественное обустройство зоны отдыха	<ul style="list-style-type: none"> – Закупить и расположить в строящемся туристко-информационном центре современную необходимую для комфорта и работы мебель: столы, стулья, стеллажи, а также технику: телевизор, системные блоки, мониторы – Обустроить каждый дом предметами декора: пледы, рамки для фото, фонари 	<p>Улучшение условий отдыха и создание умиротворенной обстановки положительно скажется на впечатлениях туристов о базе и желании посетить ее в будущем</p>
6 Отсутствие единой тематики на всей территории базы	<ul style="list-style-type: none"> – Продумать единую концепцию оформления объектов размещения, столовой, бани 	<p>Узнаваемость территории базы отдыха, повышение ее привлекательности</p>
7 Отсутствие выдачи комплектов косметических принадлежностей	<ul style="list-style-type: none"> – Закупить стандартный набор косметических принадлежностей: мыло, 	<p>Улучшение качества предоставляемых услуг, внимание к каждому</p>

Окончание таблицы 2

Проблема	Рекомендация	Возможный результат
	шампунь, зубной набор (зубная щетка и зубная паста), гель и шапочка для душа, а также тапочки, халаты и наборы полотенец	туристу, которое способствует его высокой оценки базы отдыха

Во время интервьюирования совместно с директором ООО «Полония» – Стрижовой Натальей Григорьевной для внедрения данных рекомендаций нами были выбраны организации, благодаря услугам которых, возможно обновление базы отдыха, а также согласована стоимость их реализации.

Во-первых, для обеспечения на территории базы стабильной сотовой связи и сети-Интернет, нами была выбрана организация ООО «Сателайт» в г. Красноярске, которая произведет установку вышки и усилителя сигнала сотовой связи. Общая стоимость данной конструкции составит около 200 000 рублей.

Во-вторых, для создания комфортабельных условий проживания был выбран вариант модульного дома, предложенный компанией «КрасмодульФМ». Площадь данного объекта размещения составляет 12 м². Дом оборудован функциональным санузлом, миниатюрной кухней и спальным местом. В модульном доме имеется электричество, в нем есть выключатели, розетки, светильники, также кондиционер с функцией обогрева. Что касается санузла, то он включает в себя наличие раковины, унитаза, фильтра для очистки воды, водонагревателя, отдельной душевой кабины и зеркала с подсветкой. Спальное место характеризуется либо 2-мя односпальными кроватями, либо одной двуспальной. Кухня оборудована гарнитуром, раковиной и минимальным набором посуды. Также стоит подчеркнуть, что модульный дом имеет современный интерьер, выполненный в пастельных тонах, и гармоничный фасад, отделанный профлистом цвета серый графит. Стоимость одного такого средства размещения – 1 490 000 рублей с учетом установки. Планируемое количество на территории базы – 4, соответственно это составит 5 960 000

рублей. Планировка и вид модульного дома представлены на рисунках 20, 21 и 22.

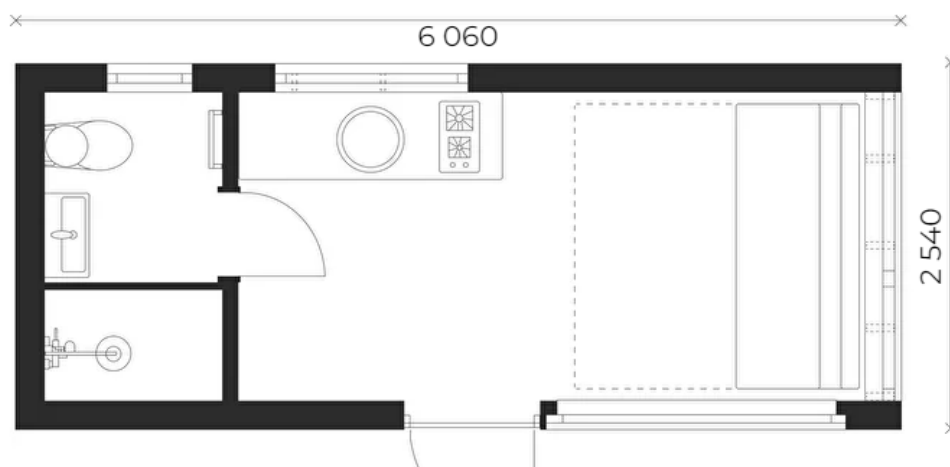


Рисунок 20 – Планировка модульного дома



Рисунок 21 – Внешний вид модульного дома



Рисунок 22 – Внутренний вид модульного дома

Также для оборудования отдельно стоящих туалетов и душевых кабин на территории базы, нами была выбрана компания «Дачные конструкции». Организация предлагает модульный дом с комплектацией душа с подогревом воды и туалета (рисунок 23). Цвет данной конструкции будет подобран в соответствии с цветовой гаммой представленного выше модульного дома. Стоимость постройки и установки данной конструкции составляет 75 000 рублей. Планируемое количество – 4, общая стоимость – 300 000 рублей.



Рисунок 23 – Душевая кабина и туалет

В-третьих, для организации фотосессий необходимо воспользоваться услугами фотографа, средняя стоимость которого по Красноярскому краю составляет 3 000 рублей в час. Для расширения банного комплекса мы предлагаем установить банный чан, вместимостью 4-6 человек, на 1650 литров (рисунок 24). Данным вопросом будет заниматься компания «Банбочка», которая занимается изготовлением изделий из дерева и является известной на рынке. Примерная стоимость составит 296 900 рублей. В дальнейшем на территории базы планируется ввести в дополнительные услуги аренду данного чана – 1 300 рублей в час с компании. Далее для покупки туристического снаряжения для плавания нами выбран магазин «Спортмастер». Средняя стоимость надувного матраса составляет 2 000 рублей (планируемое количество – 5, общая стоимость – 10 000 рублей), водного тубинга – 3 000 рублей (планируемое количество – 4, общая стоимость – 12 000 рублей), ластов – 1 500 рублей (планируемое количество – 6 пар, общая стоимость – 9 000 рублей). Установка 2 качелей будет производиться компанией «ДачаМебель», стоимость составит около 58 128 рублей (рисунок 25). Общая стоимость приобретения по данным рекомендации – 389 028 рублей.



Рисунок 24 – Банный чан



Рисунок 25 – Деревянная качель

В-четвертых, для создания разнообразного меню с возможностью выбора блюд, предполагается приглашение шеф-повара. Разработка 15 планируемых блюд составит 37 500 рублей (1 блюдо – 2 500 рублей).

В-пятых, для создания комфортной обстановки, как для отдыха, так и для работы, на территории базы осуществляется строительство туристско-информационного центра. Нами предложено его оснащение следующим образом: 2 компьютерных стола, стоимостью 18 000 рублей, 2 стеллажа, стоимостью 12 000 рублей, 4 стула – 6 000 рублей, телевизор – 90 000 рублей, системный блок – 25 000 рублей, 2 монитора – 40 000 рублей. Общая стоимость обустройства центра составит около 191 000 рублей. Компания – ООО «МВМ».

Также для обустройства модульных домов мы рекомендуем приобрести пледы в количестве 8 штук, средняя стоимость которых составит 4 000 рублей, рамки в количестве 4 штук, стоимостью 1 600 рублей и 4 фонаря для создания уютной атмосферы на базе – 8 000 рублей. Примерная общая стоимость составит 13 600 рублей. Предполагается, что данные покупки будут осуществляться в торговом центре METRO.

В-шестых, мы считаем, что при покупке и установке вышеперечисленных объектов на базе отдыха, будет достигнута единая тематика данного места.

И, в-седьмых, для внедрения последней рекомендации необходимо произвести закупку в Saspack – наборы для гостиниц. Так, покупка мыла будет составлять 1 600 рублей, шампуня – 2 000 рублей, геля и шапочек для душа – 3 300 рублей, тапочек – 4 500 рублей, халатов – 10 000 рублей, наборов полотенец – 2 000 рублей, наборов зубной щетки и зубной пасты – 3 000 рублей. Общая стоимость – 26 400 рублей.

Общая приблизительная стоимость внедрения данных практических рекомендаций для туристической фирмы «Полония» на территории базы отдыха «Балахтенька» составит $200\,000 + 5\,960\,000 + 300\,000 + 389\,028 + 37\,500 + 191\,000 + 13\,600 + 26\,400 = 7\,117\,528$ рублей.

Таким образом, нами разработаны практические рекомендации по развитию глэмпинга для туристической фирмы «Полония». Мы считаем, что они способны решить ряд проблем базы отдыха «Балахтенька», связанных с отсутствием телефонной связи и сети Интернет, ванных комнат и туалетов, единой тематики территории места отдыха и выдачи комплектов косметических принадлежностей, обустройством зоны отдыха, узким спектром услуг, организацией питания. По нашему мнению, результатами использования данных рекомендаций будут являться улучшение качества предоставляемых туристам услуг, узнаваемость территории и повышение уровня ее привлекательности, а также соответствие принципам глэмпинга, что является немаловажным для его организации. Кроме этого, рекомендации будут способствовать увеличению туристского потока на базу отдыха, а также продвижению ООО «Полония» на рынке, как нового представителя глэмпинга.

Стоит отметить, что директор туристической фирмы «Полония» – Стрижова Наталья Григорьевна ознакомлена с предложенными рекомендациями и готова их внедрить на территории базы при ее обновлении и создании глэмпинга. Также немаловажным является и то, что совместно с ней, были выбраны и одобрены конкретные организации, которые в будущем могут являться поставщиками предложенных услуг. Показателем этого является акт внедрения, приложенный к данной работе.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На основании проделанной работы мы можем сделать несколько выводов:

1) Во-первых, глэмпинг – это новое, перспективное средство размещения для экологического туризма, которое имеет широкое распространение в мире, а именно в Северной Америке, Европе и Африке. На территории нашей страны данный вид отдыха находится только на стадии формирования, однако, несмотря на это, его объекты размещения набирают популярность, и с каждым годом их количество увеличивается. Данная тенденция объясняется потребностью туристов в комфортном отдыхе на природе, а также необходимостью наших соотечественников организовывать свой отдых на территории регионов России в силу ряда ограничений на въезд в другие страны впоследствии мировой пандемии COVID-19.

Также в ходе нашей работы мы выяснили, что термин «экологический туризм», имеет большое количество определений, данных как российскими и зарубежными авторами, так и международными организациями, однако все они сводятся к тому, что это вид туризма, преимущественно в природные места с целью знакомства с территорией, без нанесения ей вреда. Кроме этого, нами изучено понятие «глэмпинг», которое обозначает отдых в диких природных местах в комфортабельных условиях с минимальным воздействием на окружающую среду.

Рассмотрены принципы глэмпинга: предоставление туристам широкого спектра услуг высококвалифицированным персоналом, уникальность и уединенность природной территории. Также изучены классификации, формы и отличительные черты данного отдыха, которые доказывают его соответствие экотуризму. К ним относятся: использование натуральных материалов при конструировании средств размещения и их мобильность, использование бесшумных генераторов или солнечных батарей при проведении электроэнергии, размещение минимального количества туристов на своей территории.

2) Во-вторых, для выявления осведомленности потребителей о глэмпинге, выявления к нему интереса, а также определения потребности в посещении глэмпингов в Красноярском крае, нами был проведен социологический опрос среди жителей Сибирского Федерального округа. В анкетировании приняло участие 384 человека в возрасте от 18 лет. В результате опроса было выявлено, что глэмпинг как направление туризма является известным, а также то, что у респондентов есть желание отправиться в путешествие с его использованием, в том числе организовать свой отдых на территории туристической базы «Балахтенька».

3) В-третьих, в ходе работы была дана характеристика состояния глэмпинга в Красноярском крае. На сегодняшний день в регионе действует всего один глэмпинг и существует четыре проекта по внедрению этого направления. Проведя исследование, мы выявили, что функционирующий глэмпинг частично соответствует принципам данного отдыха, а проекты практически не имеют полной и исчерпывающей информации о своей работе, что приводит к непониманию их целей и планов. Все это говорит о том, что глэмпинг как перспективное средство размещения для экологического туризма в Красноярском крае только зарождается, а это соответственно, говорит об отсутствии на туристском рынке конкуренции.

4) В-четвертых, нами была проанализирована деятельность базы отдыха «Балахтенька» туристической фирмы «Полония». Дана характеристика фирмы как туроператора в целом, а также рассмотрена территория базы отдыха и услуги, которые она предлагает туристам, проведено интервьюирование, изучена статистика туристского потока и проведен анализ ее внутренней среды – сильных и слабых сторон и внешней – возможностей и угроз. В результате чего было выяснено, что данная туристическая база имеет благоприятный имидж и предпосылки создания на ее территории глэмпинга, в том числе она уже начинает осуществлять свою деятельность в этом направлении.

5) В-пятых, на основе полученных ответов жителей Сибирского Федерального округа, характеристики рынка глэмпинга в Красноярском крае и

анализа базы отдыха «Балахтенька», были разработаны практические рекомендации по развитию глэмпинга для туристической фирмы «Полония», представленные в виде таблицы, и, по нашему мнению, способные решить ряд проблем при ее обновлении и создании на ее территории глэмпинга.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. ГОСТ Р 56642-2015 Туристские услуги. Экологический туризм. Общие требования : национальный стандарт Российской Федерации: издание официальное : утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 14 октября 2015 г. № 1562-ст: введен впервые : дата введения 2016-07-01 / разработан Открытым акционерным обществом «Всероссийский научно-исследовательский институт сертификации» (ОАО «ВНИИС») при участии Департамента туризма и региональной политики Министерства культуры Российской Федерации. – Москва : Стандартинформ, 2020. – VIII, 9 с.

2. Об утверждении Перечня особо охраняемых природных территорий краевого и местного значения Красноярского края по состоянию на 1 января 2021 года [Электронный ресурс] : приказ Министерство экологии и рационального природопользования Красноярского края от от 19 января 2021 года № 77-61-од // Красноярский край. Официальный интернет портал правовой информации. – Режим доступа: <http://www.zakon.krskstate.ru/> (дата обращения: 16.04.2022)

3. Безрукова, Н. Л. Глэмпинг: понятие, виды и перспективы развития в России / Н. Л. Безрукова // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2020. – № 2. – С. 28-37.

4. Богатырева, Д. С. Экологический туризм: компаративный анализ определений / Д. С. Богатырева // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2015. – № 3. – С. 78-83.

5. Вершинин, В. П. Особенности и перспективы развития глэмпинга в России / В. П. Вершинин // Наука и бизнес: пути развития. – 2021. – № 3. – С. 92-95.

6. Дедок, В. М. Современное состояние и перспективы развития глэмпинга в мировой индустрии гостеприимства / В. М. Дедок // Современные тенденции развития туризма в мире. – 2018. – № 4. – С. 32-38.

7. Драчева, Е. Л. Глэмпинг как новая концепция отдыха и перспективы его развития в России / Е. Л. Драчева // Российские регионы: взгляд на будущее. – 2021. – № 2. – С. 69-83.
8. Иващенко, А. А. Особенности развития глэмпинг индустрии / А. А. Иващенко // Вестник индустрии гостеприимства. – 2021. – № 2. – С. 114-118.
9. Киреева, Ю. А. Глэмпинг как тренд современного туризма в России и за рубежом / Ю.А Киреева, Е.В. Коновалова, Л.Н. Амозова, И.В. Охотников // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. – 2021. – № 11. – С. 44-49
10. Кравченко, Н. В. Комфортный отдых на природе / Н. В. Кравченко // Стратегии и современные тренды развития предприятий туристского и гостиничного бизнеса. – 2021. – № 5. – С. 301-307.
11. Лебедева, Т. Е. Глэмпинг: мировой опыт, перспективы развития в России / Т. Е. Лебедева // Московский экономический журнал. – 2020. – № 4. – С. 680-686.
12. Лукичев, А. Б. Сущность устойчивого и экологического туризма / А. Б. Лукичев // Российский журнал экотуризма. – 2011. – № 1. – С. 3-6.
13. Мирошничко, П. Н. Глэмпинг как сегмент туристского рынка / П. Н. Мирошничко // Сетевой научный журнал. – 2020. – № 2. – С. 24-30.
14. Нгуен, Х. И. Современное состояние и перспективы развития глэмпинга в России / Х. И. Нгуен // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2020. – № 2. – С. 100-106.
15. Пименова, Е. Л. Экологический туризм : учеб-метод. пособие / Е. Л. Пименова. – Ижевск : Удмуртский университет», 2012. – 78 с.
16. Солдаткина, М. А. Этнографический глэмпинг как элемент популяризации традиций гостеприимства народов Российской Федерации / М. А. Солдаткина, Э. Р. Шарипова // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2019. – № 2. – С. 182-188.

17. Шмыткова А. В. Сельский туризм : учебное пособие / А. В. Шмыткова. – Ростов-на-Дону : Издательство Южного федерального университета, 2019. – 116 с. – ISBN 978-5-9275-3166-0.
18. Базу отдыха «Чайка» могут превратить в глэмпинг // NewsLab: [сайт]. – URL: <https://newslab.ru/news/1064589> (дата обращения: 14.05.2022)
19. Берег Кана // Instagram: [сайт]. – URL: <https://www.instagram.com/beregkana/> (дата обращения: 21.04.2022)
20. Бизнес 2022 // Headliner: [сайт]. – URL: <https://award.headliner.ru/nominations/business/2572/> (дата обращения: 26.02.2022)
21. Бизнес на глэмпингах: 5 необычных концепций из-за рубежа // Бизнес 2021: [сайт]. – URL: <https://www.1000ideas.ru/article/biznes/turizm-i-sport/gostinica-biz/glamping/> (дата обращения: 18.03.2022)
22. Виды экотуризма // Glonass Travel: [сайт]. – URL: <https://glonasstravel.com/destination/vidy-turizma/ekoturizm/> (дата обращения: 13.02.2022)
23. Главная страница // Jewelberry: [сайт]. – URL: <https://jb.camp/ru> (дата обращения: 17.04.2022)
24. Главная страница // Ассоциация глэмпингов России: [сайт]. – URL: <https://glamping-association.ru/> (дата обращения: 11.02.2022)
25. Главная страница // Глэмпинг Хижина: [сайт]. – URL: <http://glampingkrsk.tilda.ws/> (дата обращения: 20.04.2022)
26. Главная страница // Глэмпинг.рф: [сайт]. – URL: <https://глэмпинг.рф/blog/glamping/> (дата обращения: 28.01.2022)
27. Главная страница // Туристическая база «Балахтенка»: [сайт]. – URL: <https://balahtenka.ru/> (дата обращения: 30.04.2022)
28. Главная страница // Туристическая фирма «Полония»: [сайт]. – URL: <http://poloniya.ru/> (дата обращения: 02.05.2022)
29. Глэмпинг – премиум отдых на природе со всеми удобствами // Дикий дом: [сайт]. – URL: <https://dikiydom.ru/articles/glamping/> (дата обращения: 21.03.2022)

30. Глэмпинги в России: экспертное мнение о перспективах формата // Magazine: [сайт]. – URL: <https://www.horeca-magazine.ru/article/7320/> (дата обращения: 05.03.2022)

31. Даниленко, Д. В России удвоилось количество глэмпингов / Д. Даниленко // TourDom.ru : [сайт]. – 2020. – 22 сент. – URL: <https://www.tourdom.ru/news/v-rossii-udvoilos-kolichestvo-glempingov.html> (дата обращения: 09.01.2022)

32. Достопримечательности: Красноярский край, Водопады // Сибирский туристический справочник: [сайт]. – URL: <https://sib-guide.ru/siberia/dt/7/6> (дата обращения: 10.05.2022)

33. Корк, Б. Глэмпинг как оксюморон: комфорт вдали от цивилизации / Б. Корк // Эксперт : [сайт]. – 2020. – 14 сент. – URL: <https://expert.ru/expert/2020/38/glemping-kak-oksyumoron-komfort-vdali-ot-tsivilizatsii/> (дата обращения: 14.04.2022)

34. Красноярский край // Министерство природных ресурсов и экологии Российской Федерации: [сайт]. – URL: https://www.mnr.gov.ru/activity/regions/krasnoyarskiy_kray/ (дата обращения: 12.03.2022)

35. Красноярский край // Экотуризм в России: [сайт]. – URL: <https://naturerussia.travel/regions/krasnoyarskiy-kray/> (дата обращения: 13.03.2022)

36. Митюков, М. Жанна Кира, Ассоциация глэмпингов России: «По документам мы туристическое снаряжение, которое сдают в аренду» / М. Митюков // Think Travel Tech : [сайт]. – 2021. – 13 июня. – URL: <https://thinktraveltech.com/news/Interview/zhanna-kira-glampings> (дата обращения: 25.04.2022)

37. Определение туризма и особенности экологического туризма // Vuzlit: [сайт]. – URL: https://vuzlit.ru/1413277/opredelenie_turizma_osobennosti_ekologicheskogo_turizma (дата обращения: 25.01.2022)

38. Отдых на природе или комфорт: что выбрать? // Freedom: [сайт]. – URL: https://freedome.pro/glamping_business/ (дата обращения: 01.02.2022)
39. Проекты // Федеральное агентство по туризму: [сайт]. – URL: <https://1619.tourism.gov.ru/public/application/item?id=5b7a76c4-60e6-42aa-b78f-5041be696cd8> (дата обращения: 19.04.2022)
40. Самые красивые глэмпинги в мире // Total Escape Magazine: [сайт]. – URL: <https://escapemgz.com/2019/05/20/9-glampings-2019/> (дата обращения: 01.02.2022)
41. Сафари // Journey – Assist: [сайт]. – URL: <https://journey-assist.com/target/safari/> (дата обращения: 29.03.2022)
42. Туры на плато Путорана // Туроператор Панарктик Стар: [сайт]. – URL: <https://panarcticstar.ru/> (дата обращения: 22.04.2022)
43. Что такое глэмпинг // Biletix.blog: [сайт]. – URL: <https://biletix.ru/blog/posts/glamping-in-russia/> (дата обращения: 22.04.2022)
44. Что такое кемпинг // Service nature: [сайт]. – URL: <https://nowifi.ru/vyzhivanie-v-dikoю-prirode/363-что-такое-kemping.html> (дата обращения: 19.02.2022)
45. Что такое кемпинг. О видах и особенностях // Спорт Марафон: [сайт]. – URL: <https://sport-marafon.ru/article/kemping/что-такое-kemping-o-vidakh-i-osobennostyakh/> (дата обращения: 13.02.2022)
46. Что такое экотуризм? Современная концепция экологического туризма // Фонд развития экотуризма: [сайт]. – URL: <https://ecotours.ru/blog/novosti-zapovednyh-turov1/что-такое-ekoturizm-sovremennaya-konceptsiya-ekologicheskogo-turizma> (дата обращения: 18.01.2022)
47. Экологический туризм в России // Рязанская областная универсальная научная библиотека имени Горького: [сайт]. – URL: https://rounb.ru/news/ekologicheskij-turizm-v-rossii_ (дата обращения: 15.02.2022)
48. Экологический туризм, цели, виды, направления экотуризма // Cleanbin: [сайт]. – URL: <https://cleanbin.ru/terms/ecological-tourism> (дата обращения: 08.02.2022)

49. Экотуризм: анализ существующего международного опыта // Все о туризме. Туристическая библиотека: [сайт]. – URL: https://tourlib.net/statti_tourism/bochkareva.htm (дата обращения: 03.04.2022)

50. About // American Glamping Association: [сайт]. – URL: <https://americanglampingassociation.net/membershipbenefits> (дата обращения: 08.04.2022)

51. Glamping Market Size And Forecast // Verified Market Reserch: [сайт]. – URL: <https://www.verifiedmarketresearch.com/product/glamping-market/> (дата обращения: 07.04.2022)

52. Home // The International Ecotourism Society: [сайт]. – URL: <https://ecotourism.org/> (дата обращения: 15.02.2022)

53. HomeAbout us // The Glamping Association: [сайт]. – URL: <https://www.glampingassociation.co.uk/> (дата обращения: 18.03.2022)

54. Iford, L. Палатка лордов. Лучшие места для глэмпинга в России и за границей / L. Iford // Skyscanner : [сайт]. – 2019. – 19 апр. – URL: <https://www.skyscanner.ru/news/glemping-v-rossii-i-za-granitsei> (дата обращения: 16.03.2022)

55. ROLY POLY – Глэмпинг в Красноярске // Вконтакте: [сайт]. – URL: <https://vk.com/glampingkrsk> (дата обращения: 25.04.2022)

ПРИЛОЖЕНИЕ А

СОКРАЩЕННАЯ ЗАПИСЬ ОЧНОГО ИНТЕРВЬЮИРОВАНИЯ

ФИО: Стрижова Наталья Григорьевна

Должность: директор ООО туристическая фирма «ПОЛОНИЯ»

Интервьюер: Гафарова Анастасия Александровна

Форма проведения: очная форма (интервью)

Текст опроса приводится в сокращенной форме

1. Проходят ли сотрудники фирмы какие-либо обучения, и принимает ли организация участие в мероприятиях?

Да, конечно, все сотрудники «Полония» регулярно учувствуют в тренингах, семинарах, а также в выставках и конференциях. Я и сама провожу вебинары для турагентов, делюсь полезной информацией и опытом, так как главным фактором осуществления туроператорской деятельности является наличие слаженной и долгосрочной турагентской сети.

2. Туристическая база «Балахтенька» всегда имела статус базы отдыха?

Нет, изначально это был кемпинг «Изумрудный», который мы открыли в мае 1999 года. Сначала использовали обычные палатки, а через год по моим чертежам специально на заказ были сделаны кемпинговые – в количестве 50 штук для размещения 100 человек. В 2001 году появилась необходимость закупить еще 20 таких палаток, так как увеличилось количество желающих посетить данное место отдыха.

3. Какое количество человек посещало кемпинг за сезон, а также что входило в перечень услуг, предлагаемых туристам?

Практически сразу после появления на рынке, кемпинг «Изумрудный» стал популярен. За сезон – с июня по сентябрь, осуществлялся прием 9 заездов по 140 человек, в основном это были корпоративные клиенты. Туристам

предлагалось размещение, 3-х разовое питание, анимационные программы. Территория кемпинга была оснащена столовой, спортивной и танцевальной площадками, беседками.

4. Когда была открыта база отдыха «Балахтенька», и что послужило мотивом для ее создания?

Менялся рынок, а также потребности туристов в получении услуг более высокого качества. Так, осенью 2013 года было принято решение создать базу отдыха, и уже в июне 2014 года туристическая база «Балахтенька» приняла своих первых туристов.

5. Чаще всего туристы приезжают отдыхать на базу в выходные дни или же в будние тоже?

С каждым годом мы видим тенденцию выбора отдыха не только в выходные дни: с пятницы по воскресенье, но и в будние, например, с понедельника по четверг. Чаще всего туристы едут сразу на несколько дней, а не только на одни сутки, так как, база имеет хороший имидж и пользуется популярностью на рынке, а также предлагает качественные услуги и имеет достаточно уединенное уникальное расположение.

6. Какова динамика посещаемости базы отдыха?

За 8 лет осуществления деятельности, посещаемость базы достаточно стабильна. За сезон «Балахтенька» принимает от 490 до 570 туристов, за исключением 2014 года, когда было открытие и 2019 – период мировой пандемии COVID-19.

7. Планируется ли обновить территорию базы отдыха и внести какие-то изменения?

Да, в настоящее время туристическая фирма «Полония» принимает участие в грантовой программе поддержки туристического бизнеса в рамках национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» от Федерального агентства по туризму. И в случае победы в конкурсе, мы планируем благоустроить базу «Балахтенька». А именно: произвести закупку 4-5 благоустроенных модульных домов, так как, туристы все чаще отдают

предпочтение комфортабельному отдыху и в этом есть необходимость. Также предполагается установить устройство по обеспечению высокоскоростного доступа в Интернет, многие туристы отмечают это необходимой услугой; установить 4 оборудованные гигиенические комнаты для маломобильных граждан, которые часто выбирают данное природное место для отдыха, однако из-за отсутствия оборудования, не могут к нам поехать; и кроме этого, установить солнечную станцию автономного энергоснабжения с использованием бесперебойного питания. Сейчас мы строим туристко-информационный центр (60 м²), который нам необходим для проведения мероприятий (мастер-классов, занятий с детскими группами и др.) и организации активного отдыха и работы. То есть, мы планируем полностью обновить территорию базы, так как сейчас, как никогда, в этом есть потребность.

8. Наталья Григорьевна, для предложенных рекомендаций необходимо найти и выбрать организации, которые готовы оказать услуги для их успешного внедрения в будущем. Есть ли в настоящее время компании, которые смогли бы в этом помочь?

Да, из ряда компаний уже были выбраны некоторые, в том числе: ООО «Сателайт», «КрасмодульФМ», «Дачные конструкции», «Банбочка», «METRO», «Saspack».

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Таблица Б.1 – Глэмпинги в Красноярском крае

Название глэмпинга	Статус (проект/действующий)	Местоположение	Форма эксплуатации	Форма объекта размещения	Обустройство объектов размещения	Используемые материалы	Стоимость (размещение и услуги)	Обустройство территории	Предлагаемые услуги
Берег Кана	Действующий	ЗАТО г. Зеленогорск, берег реки Кан (место бывшей деревни Ильинка)	Круглогодично	5 европейских юрт с вместимостью 6 человек, 5 сафари-тенгов, вместимостью не более 4 человек	Двухспальная кровать размера king size, двухъярусная кровать, диван-кровать, постельное белье, полотенца, кухонный угол, холодильник, микроволновая печь, чайник, посуда, навесной умывальник, стол и стулья, веранда	Дерево, металл, текстиль и керамика	Юрта: будние дни – 6000 рублей/сутки, выходные – 7900 рублей/сутки; сафари-тент: будние дни – 3500 рублей/сутки, выходные – 4900 рублей/сутки. Открытая беседка: 350 рублей/час, банный комплекс: 1000-1800 рублей/час	Детская площадка, отдельно стоящий санузел с двумя кабинками, мангальная зона	1. Пользование открытой беседкой; 2. Банный комплекс; 3. Трансфер до парка; 4. Конные прогулки и индивидуальные занятия по верховой езде; 5. Фотосессии; 6. Прохождение маршрутов с гидом; 7. Прокат санок, лыж; 8. Проведение анимационных программ в праздничные дни
Хижина	Проект	Красноярск	Май-	11 бунгало, 5	1) Стандартное	Дерево,	2500-3000	Гамаки,	1. Проведение

Продолжение таблицы Б.1

Название глэмпинга	Статус (проект/действующий)	Местоположение	Форма эксплуатации	Форма объекта размещения	Обустройство объектов размещения	Используемые материалы	Стоимость (размещение и услуги)	Обустройство территории	Предлагаемые услуги
	(обновление базы отдыха «Алый парус», информации об открытии нет)	ооо «Водохранилище, залив Шумиха»	сентябрь	деревянных изб	размещение: две односпальные кровати, обогреватель, постельные принадлежности, wi-fi; 2) Полулюкс: двухспальная кровать, обогреватель, постельные принадлежности, wi-fi, мини-бар, чайник, фен	сталь, ткань	рублей с 1 человека/сутки	мангалы, террасы, детская площадка, шезлонги, биотуалеты, душ	банкетов и корпоративов; 2. Банный комплекс; 3. Предоставление wi-fi
Нералах	Проект (открытие планируется в августе 2022 года)	Плато Путорана, озеро Лама	Сезонная (размещение в рамках тура от туроператора «Панарктик Стар»)	2 коттеджа Сьют на 1 линии, 4 коттеджа на 1 линии категории стандарт, 4 коттеджа на 2 линии стандартной категории	1) Коттеджи стандарт (местимость 4 человека): кровать DBL или TWIN, санузел – туалет, душ, фен, полотенца, теплый пол, тапочки, халат, туалетно-	Дерево, ткань	От 220 000 рублей на 1 человека на 7 дней в рамках комбинированного тура на Плато Путорана, при этом размещение в глэмпинге 3-4 дня	Общественное здание с зоной отдыха	1. Предоставление аудио и звуковой техники; 2. Проведение конференций и мероприятий; 3. Предоставление wi-fi и спутникового телефона; 4. Предоставление

Продолжение таблицы Б.1

Название глэмпинга	Статус (проект/действующий)	Местоположение	Форма эксплуатации	Форма объекта размещения	Обустройство объектов размещения	Используемые материалы	Стоимость (размещение и услуги)	Обустройство территории	Предлагаемые услуги
					косметические принадлежности ; 2) Коттеджи Suite (вместимость 4 человека): спальня, гостиная – кровать DBL, диван, камин, мини-кухня, санузел – туалет, душ, фен, полотенца, теплый пол, тапочки, халат, туалетно-косметические принадлежности				питания: шведский стол/ресторанное питание; 5. Экскурсии по программе тура
ROLY POLY	Проект (о датах реализации информации нет)	Город Красноярск и его окрестности	–	–	–	–	–	Зона отдыха, мангальная зона, детская площадка	1. Предоставление wi-fi; 2. Ресторанный комплекс

Окончание таблицы Б.1

Название гэмпинга	Статус (проект/ действующий)	Местоположение	Форма эксплуатации	Форма объекта размещения	Обустройство объектов размещения	Используемые материалы	Стоимость (размещение и услуги)	Обустройство территории	Предлагаемые услуги
Чайка	Проект (обновление существующей базы отдыха, о датах реализации информации нет)	Поселок Базаиха	Круглогодично	–	–	–	–	Баня, детская площадка, беседки с мангалами	–

ПРИЛОЖЕНИЕ В

АНКЕТА

Уважаемый респондент!

Просим Вас принять участие в анкете на тему "Выявление заинтересованности потребителей в посещении глэмпингов в Красноярском крае" и ответить на предложенные вопросы.

Перед тем, как сделать свой выбор, пожалуйста, внимательно прочитайте каждый вопрос и возможные варианты ответов к нему. Выбирайте только те варианты ответа, которые наиболее точно отражают ваше мнение. Просим вас отвечать на вопросы честно.

Все ответы анонимны и будут использованы в обобщенном виде в научных и практических целях.

1. Ваш пол

- Мужской
- Женский

2. Ваш возраст

- 18 – 25
- 26 – 35
- 36 – 44
- 45 – 64
- 65 и старше

3. Выберите регион своего проживания

- Красноярский край
- Алтайский край
- Иркутская область
- Новосибирская область
- Омская область
- Томская область
- Кемеровская область
- Республика Хакасия
- Республика Алтай
- Республика Тыва

4. Любите ли Вы отдых на природе?

- Да, при любой возможности еду на свежий воздух
- Да, но не всегда есть возможность выехать загород
- Нет, не люблю
- Затрудняюсь ответить

5. Знаете ли Вы что такое глэмпинг?

Глэмпинг – это отдых в труднодоступных природных местах, объединяющий в себе комфортабельные условия проживания в шатрах, палатках, юртах и других средствах размещения и полноценное обслуживание высококвалифицированным персоналом.

- Да, я знаю, что означает это понятие
- Нет, не знаю
- Я слышал(а) о существовании данного понятия, но не знал(а) его значение

6. Интересно ли для Вас данное направление?

- Да
- Нет

- Затрудняюсь ответить

7. Вы когда-нибудь путешествовали, используя этот вид отдыха?

- Да, путешествовал(а)
- Нет, но хотел(а) бы
- Нет, мне это не интересно

8. Посещали ли Вы Красноярский край?

- Да
- Нет

9. Хотели бы Вы посетить глэмпинг в Красноярском крае?

- Да, хотел(а) бы
- Нет
- Затрудняюсь ответить

10. Знаете ли Вы о туристической базе «Балахтенька»?

База отдыха «Балахтенька» расположена в Красноярском крае, на берегу Сисимского залива Красноярского водохранилища. На территории базы 16 летних домиков, столовая, бар, баня, волейбольная и баскетбольная площадки, беседки с мангалами, детская площадка.

- Да, знаю
- Нет, никогда не слышал (а)

11. Посещали ли Вы данную туристическую базу?

- Да
- Нет

12. Если на предыдущий вопрос Вы ответили "Нет", то хотели бы посетить?

- Да
- Скорее да, чем нет
- Нет

13. Какой вид отдыха Вам был бы интересен?

- Активный (горные и пешие походы, сплавы по рекам, водные и конные туры)
- Пассивный (прогулки и пикники)
- Затрудняюсь ответить

14. Какова, по Вашему мнению, оптимальная продолжительность нахождения и проживания в глэмпинге в Красноярском крае?

- Менее 3-х дней
- От 3 до 5 дней
- От 6 до 10 дней
- Другое _____

15. В каком составе Вы бы хотели посетить глэмпинг в Красноярском крае?

- Индивидуально
- С семьей
- С друзьями
- В паре

16. Какие услуги, по Вашему мнению, должны быть обязательно включены в глэмпинг в Красноярском крае?

Можно выбрать несколько вариантов из списка

- Электричество
- Современная мебель
- Телефонная связь
- Ресторан и блюда от шеф-повара
- Туалет и ванная комната
- Баня/Бассейн/Сауна
- Бесплатный wi-fi

17. Что, по Вашему мнению, является главным критерием при выборе глэмпинга в Красноярском крае?

Можно выбрать несколько вариантов из списка

- Природное место
- Цена
- Уединенность и уникальность
- Наличие квалифицированного персонала
- Проведение развлекательной программы
- Широкий спектр услуг

18. Какую сумму Вы готовы потратить на путешествие за одни сутки, используя глэмпинг?

- До 3 000 руб./чел.
- От 3 000 до 5 000 руб./чел.
- От 5 000 до 7 000 руб./чел.
- От 7 000 и более руб./чел.

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт физической культуры, спорта и туризма
Кафедра теоретических основ и менеджмента физической культуры и туризма

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

 Н.В. Соболева

« 26 » июня 2022 г.


БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

43.03.02 Туризм

43.03.02.01 Технология и организация туроператорских и турагентских услуг

РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО РАЗВИТИЮ ГЛЭМПИНГА
В КРАСНОЯРСКОМ КРАЕ (НА ПРИМЕРЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ФИРМЫ
«ПОЛОНИЯ»)

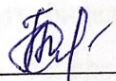
Руководитель



канд. пед. наук, доцент


Е.В. Шешегова

Выпускник



А.А. Гафарова

Нормоконтролер



О.Б. Сагды

Красноярск 2022