

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-73-132>

УДК 338.48:640.4: 005.591.6 (477.74)

ГЛЕМПІНГОВІ КОМПЛЕКСИ НА ОДЕЩИНІ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ

GLEMPING COMPLEXES IN ODESSA REGION AS AN INNOVATIVE MEANS OF INCREASING COMPETITIVENESS IN THE HOTEL INDUSTRY

Тітомир Людмила Анатоліївнакандидат технічних наук, доцент,
Міжнародний гуманітарний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3701-2972>**Жовтяк Каріна Олександрівна**асистент,
Одеський національний технологічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7665-2396>**Titomir Lyudmila**

International Humanities University

Zhovtyak Karina

Odessa National Technological University

Робота присвячена аналізу розвитку глемпінгів на Одещині, та пошуку нових інноваційних архітектурних рішень будівництва. Планується зробити глибокий аналіз послуг які надаються закладом, перевірити професійність персоналу в роботі при обслуговуванні гостей. Це дасть змогу перевірити ефективність роботи підприємства, визначити переваги та недоліки закладу. Актуальність теми обумовлена величезним значенням у впровадженні інновацій у сфері гостинності в умовах ринкової економіки. Саме від цього залежить сталий розвиток глемпінгів, конкурентоспроможність закладів, оскільки інновації дозволяють оптимізувати технологічний процес надання послуг, забезпечити належні умови комфортнішого перебування гостей у глемпінгах. Розвиток глемпінгових комплексів забезпечить територіальним економічним системам стійкість, збільшить оборотність грошових потоків, та сприятиме зростанню отримання податків.

Ключові слова: глемпінг, готельна послуга, інноваційні технології, конкурентоспроможність, перспективи розвитку.

The work is devoted to the analysis of the development of glamping in the Odessa region, and the search for new creative ideas, innovative design solutions for the construction of glamping complexes. Taking into account the location, structural materials, delivery of raw materials for the maintenance of the glamping complex, water supply and drainage, electricity supply and lighting fixtures, modern heating, ergonomics of the arrangement of furniture in the room, the interior is built on the principles of rationalism. It is planned to determine the professionalism of the staff in their work, when serving guests, when meeting (check-in-out) guests. It is worth conducting an in-depth analysis of the various services provided by the staff on the territory of the glamping complex. This will allow you to check the efficiency of the enterprise as a whole, determine the advantages and disadvantages of the enterprise, check the satisfaction of guests living on the territory of the glamping complex, and identify the competitiveness of these establishments. The relevance of the topic is due to the enormous importance of introducing innovations in the field of hospitality in a market economy. This is what determines the sustainable development of glamping as an enterprise providing temporary accommodation services, as well as the competitiveness of establishments, since innovations allow optimizing the technological process of providing services, expanding the range of services with the latest products and creating appropriate conditions for a more comfortable stay of guests in glamping. Since glamping is a modern direction in the field of eco-recreation, which consists in combining natural resources and

the latest developments, and requires constant improvement in connection with domestic political changes in the country and changes in the surrounding climatic environment. The development of glamping complexes will ensure the stability of territorial economic systems, increase the turnover of cash flows, and contribute to the growth of tax revenues. The conclusion is made about the prospects for the development of this type of recreation, its high potential for the national economy, including for the Odessa region.

Keywords: glamping, hotel service, innovative technologies, competitiveness, development prospects.

Постановка проблеми. На сьогоднішній день невпинно зростає кількість споживачів, яких не влаштовує одноманітність стандартних готелів, і при плануванні відпочинку вони звертають особливу увагу на екологічні аспекти подорожей і розміщення, місцезнаходження закладу та стан території, вид та особливість будівлі, комфортність і дизайн приміщень.

Одним із перспективних напрямів розвитку в сфері готельного бізнесу є готелі у стилі глемпінг. Навіть сьогодні їхня кількість у деяких регіонах України не значна. Про них мало відомо у медійній сфері, лише деякі відомі блогери нещодавно почали публічно популяризувати їх у своєму блозі, як оригінальний засіб розміщення. Кожен глемпінг має свій офіційний сайт, на якому розміщують всю необхідну інформацію для туриста, як і готель, але популярність закладу потрібно також розголошувати всіма зручними засобами, а особливо використовуючи різні медійні майданчики.

Тому саме розвитку і аналізу ми приділимо більше уваги, для того щоб гості закладу і потенційні туристи мали усвідомлення у проживанні, у оригінальному закладі розміщення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Глемпінги, не поступаються зручностям готелю, це є новий тип дозвілля, який поєднує переваги природи та має цивілізаційні зручності, зазначає Бойко В. О. [1].

Колектив авторів [3], вважають, що глемпінг це сучасна концепція відпочинку в природному середовищі, яка має свої особливості, переваги та недоліки, певні групи споживачів та виключну еко-спрямованість, а з іншого боку, це як перспективний, додатковий або основний дохід в готельному бізнесі.

Висока конкурентність не дає розслабитись жодному готельному бізнесу, тому важливо втримати та розвинути свій заклад розміщення якомога більше враховуючи всі засоби комунікацій. Для цього використовують всі можливі засоби, від технологічно-технічних до медійних та інноваційних засобів. При цьому важливо не лише копіювати той чи інший заклад, а відрізнятись від інших своєю ідеєю, фішкою, мати щось особливе у своєму

закладі, що здивує та привабить туристів. Глемпінгові комплекси не є виключенням.

Формування цілей статті. Метою дослідження являється нова тенденція розвитку сектору розміщення, і створення (завдяки перебудові і модернізації) або будівництво незвичайних і екстравагантних глемпінгів, які мають неповторні особливості не тільки завдяки розташуванню, але й завдяки оформленню, особливостям сервісу, тематичній спрямованості. Такі підприємства викликають додаткове зацікавлення у гостей та прагнення на власному досвіді пережити незвичайні відчуття та отримати нові емоції. Для цього ми проводимо аналіз і оцінювання глемпінгів на території України, як сучасних, альтернативних засобів розміщення туристів.

Особливо більшу увагу буде приділено дослідженню глемпінгів в Одеській області біля узбережжя чорного моря, оскільки даний регіон має малу кількість глемпінгів, що потребує особливої уваги у дослідженні та в подальшому розширенні глемпінгів, як нові, сучасні засоби розміщення туристів.

Нові зміни країни диктують, і нові зміни в альтернативному засобі розміщення туристів. Цей вид розміщення набирає популярності швидкими темпами, а його функціональність сприяє широкому розвитку в будівництві нових підприємств. Для цього було використано різні підходи до аналізу та оцінювання результатів, а саме: опитування проживаючих гостей різних глемпінгів, опитування персоналу, використання інтернет ресурсу, як основну соціальну мережу, відгуки проживаючих гостей на офіційних сайтах підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Державне агентство розвитку туризму України на сьогоднішній день обновило перелік туристичних мальовничих місць України, які здивують пересічного туриста. До розширеного списку увійшло 170 визначних туристичних місць з усіх 25 регіонів України, врахувавши і Кримський півострів.

Велика кількість захоплюючих видатних місць зосереджено в семи західних регіонах – 61 об'єкт культурної, релігійної та історичної спадщини. Саме тут знаходиться найбільше унікальних історичних та природних об'єктів.

У п'ятьох центральних областях зосереджено 32 туристично привабливі DESTINATIONI, в тому числі вісім заповідників та національних природних парків.

У чотирьох південних регіонах врахувавши Кримський півострів знаходиться 31 туристична місцевість, в основному це культурно-туристичні та природні локації.

На Півночі країни зосереджено 27 привабливих для туристів DESTINATIONI, насамперед мова про природні парки та заповідники. У трьох східних областях, які наразі є частково окупованими та перебувають під постійними обстрілами, налічується 20 туристичних привабливих місць для туристів.

2023 та 2024 рік для туристичної галузі України став роком внутрішнього туризму [2]. Завдяки українцям, які продовжують подорожувати і відпочивати у своїй країні, туристична галузь може функціонувати та сплачувати податки.

Кожен знає про Чорне море, Синевир, Свіязь, Боржаву, Моршин, Лиман, Куяльник, Аккерманська фортеця та Асканію-Нова. Але десятки прекрасних місць досі залишаються незвіданими – зокрема через те, що більшість розміщені на природоохоронних територіях, де заборонена забудова, а відтак – і відсутня можливість приїхати з ночівлею.

Саме глемпінг як тип проживання, що не потребує капітального будівництва, починає

відкривати ці приховані скарби українцям. На рис. 1 зображено туристичні магніти України, які приваблюють пересічних туристів та спонукають до подорожі країною.

Глемпінг – один з різновидів стаціонарного відпочинку в природному оточенні з особливістю розміщення в специфічному засобі – глемпі. Глемп, за своєю суттю, – великий зручний намет або швидкокомтована оригінальна будівля, побудована в більшості із сучасних екологічних матеріалів та має повне наповнення всіма необхідними зручностями, наповнення номеру відповідає ідентичності різних видів готелів, що пропонуються при розміщенні гостей. Комплекси глемпів отримали відповідну назву – глемпінги.

Глемпінг (гламурний кемпінг) як вид відпочинку на природі з комфортом почав стрімко розвиватися в Україні з 2021 року і наразі налічує понад 60 комплексів у різних місцевостях – поряд з водоймами, у горах, лісах та просто на околицях великих міст. Але деякі глемпінги дарують особливий досвід, адже розміщені в заповідниках України у справжніх перлинах природи, де раніше не було можливості зупинитися з ночівлею. Формат глемпінгів швидко набирає обертів ще з пандемії та лише розкривається з нових сторін для українських туристів. «Ми вважаємо, що потенціал глемпінгового формату в Україні становить ще 1000+ глемпів, а це не менше,

ТУРИСТИЧНІ МАГНІТИ УКРАЇНИ

ДАРТ

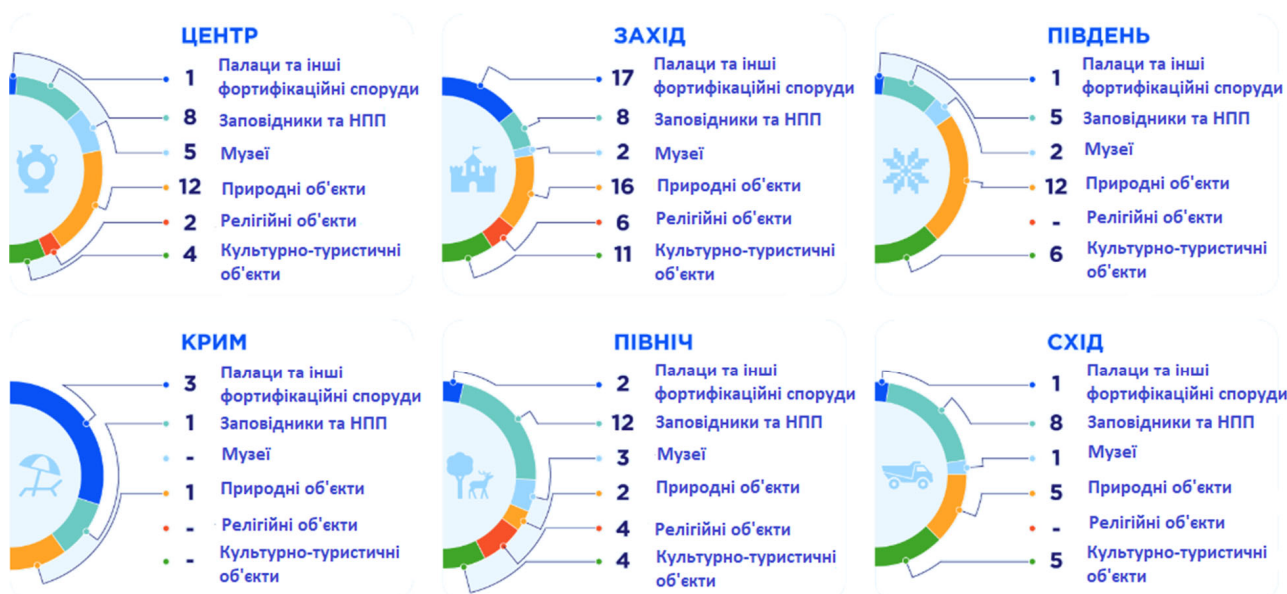


Рис. 1. Туристичні магніти України

Джерело: сформовано на основі [2]

ніж 100 комплексів у розрахунку 10 номерів у кожному», – розповів Артур Лупашко, засновник компанії Ribas Hotels Group та мережі Mandra Glampings. Доля компанії на українському ринку глемпінгів становитиме 300-500 номерів або 30 об'єктів. Деякі з них планують збудувати у форматі цілорічних великих комплексів з розвинутою інфраструктурою. У мережі розглядають такі напрямки, як Київ та область (тут може бути до 50 глемпів), Карпати (100-150 глемпів), Волинь, Чернівецьку, Хмельницьку, Вінницьку та Одеську області, врахувавши збільшення потоку переселень українців із тимчасово окупованих місць до цих регіонів. На рис. 2 зображено різні види глемпінгів із різним архітектурним рішенням будівництва, враховуючи різний матеріал при будівництві, у кожному глемпі різне наповнення номера, комунікація, свої автентичні дизайнерські рішення тощо.

На рис. 3 зображено різні категорії споживачів, які найбільше відвідують глемпінгові комплекси.

На сьогодні важливо привабити, здивувати, утримати вибагливих пересічних туристів особливою цікавою концепцією, новими інноваціями, цікавими послугами, сучасними ідеями в обслуговуванні, інноваційними технологіями. Інновації в готельному бізнесі розвиваються швидкими темпами, оскільки важливо збільшити кількість гостей та утримати потенційних, зацікавивши своїм глемпінгом, своїм автентичним стилем, місцем розташу-

вання даного підприємства, новітніми інноваційними послугами, викликати прихильність і тим самим розширити клієнтську базу, популяризувати глемпінг як один із різновидів у категорії засобів розміщення туристів, збільшити прибуток підприємства. Оскільки найважливіша ціль для підприємства є саме отримання прибутку, він також є і ресурсом підприємства для його подальшого функціонування, який можна направити на розвиток та утримання поточних глемпінгів, на створення нових глемпінгів у різних мальовничих місцях.

У сфері гостинності прибуток можна збільшити наступними методами:

- понизивши витрати на надання послуг;
- збільшивши об'єм послуг, що надаються гостеві, піднявши їх якість, для більш повного задоволення очікування гостей;
- розширюючи асортимент послуг, що надаються інноваційним впровадженням;
- провівши вдалу рекламну кампанію;
- виконати ідеальне обслуговування гостя, під час його перебування в глемпінгу.

Технологічні інновації надають прекрасну можливість реалізації цих методів збільшення прибутку. Для кращого розуміння шляхів впровадження інновацій необхідно враховувати мету різних інновацій: технічних, технологічних, організаційних, соціальних і з'ясувати основні чинники що є негативними для цієї діяльності.

Для цього в глемпінгах використовують технічні інновації які можна розділити



Рис. 2. Різновиди глемпів

Джерело: сформовано на основі [3]



Рис. 3. Категорії споживачів глемпінг-туризму

Джерело: сформовано на основі [3; 5]

умовно на дві категорії. До першої категорії належать інновації пов'язані з технічним оснащенням для внутрішньої і зовнішньої роботи глемпінгу. Ці технології дозволяють оптимізувати і спростити роботу персоналу у керуванні і обслуговуванні закладом, а також полегшити доступ і користування послугами глемпінгу.

Устаткування складає другу категорію технічних інновацій в глемпінгах. На сьогодні велика кількість глемпінгів використовує різні високотехнологічні інновації, починаючи із інтернет-бронювання, тобто забезпечення легкості отримання повної інформації та надання високотехнологічних інформаційних послуг, так і автоматизованих систем управління, які більше можна віднести до технічних. Основними із них є:

- Системи управління електроенергією (Energy Management System) – контроль подання світла, температури в приміщенні глемпінгу.

- Система управління внутрішнім персоналом глемпінгу (Back – office) – персонал отримує доступ до даних: який глемпінг треба прибрати, що слід відремонтувати, брати до уваги особливі потреби гостей.

- Швидкісний безпроводний доступ до інтернету (Wi-Fi) – глемпінг може контролювати параметри надання доступу, трафік/час/швидкість/доступ.

- Системи інтерактивного телебачення (Interactive TV Systems), система візуального відображення інформації (Digital Signage) – повідомляє гостям глемпінгу корисну інформацію, місце і час проведення етно-заходів, екскурсій, виставок, тощо.

- Мультимедійні технології – технологія "віртуальний тур", можна подивитися в тривимірному зображенні побудову глемпінгу, дизайн, площадки для відпочинку, заклади харчування які знаходяться поруч із глемпінгами, екскурсійні програми, карту пішохідного туризму, послуги, та оцінити рівень комфортності перебування у такому закладі.

На сьогодні недостатньо забезпечити гостей зручним місцем для відпочинку, і зручним географічним розташуванням. Стає необхідністю мати такий набір технічних послуг, як: супутникове телебачення, безкоштовний безпроводний інтернет, гаджети тощо. Інформаційна доступність сучасних засобів розміщення, призводить до двоякого результату: з одного боку, заклади глемпінгів стають максимально відкритими і доступними для потенційного туриста, з іншого боку цим користуються і конкуренти, подібна відкритість призводить до швидкого копіювання різних типів інновацій саме конкурентами. Особливо актуально це у сфері використання маркетингових прийомів та управлінні. У подібній ситуації конкурентну боротьбу можуть виграти тільки ті глемпінги, які постійно застосовують інновації різних типів та мають певні особливості, що відрізняють їх від конкурентів. Це можуть бути різні дизайнерські рішення у будівництві, різна концепція, автентичний дизайн інтер'єру, сучасне меблювання, сучасне освітлення, різноманітна розважача техніка для комфортного проживання, устаткування, ергономіка розташування меблів, новизна розширених послуг тощо. В таблиці 1 зазначено перелік глемпінгових комплексів на Одещині, їх кількість, місце розташування, концепція та інно-

ваційність закладів, послуги які надаються закладом, переваги та недоліки комплексних глемпінгів.

Для повного аналізу глемпінгів і будиночків які входять до комплексу на Одещині ми провели більш детальний розбір закладів за участю робочого персоналу, проживаючих гостей даних закладів. Також ми використали емпіричний метод дослідження, це спостереження та цілеспрямований аналіз глемпінгів і комплексів відпочинку які знаходяться на цілісній території.

Задля вивчення попиту туристів для реалізації процесу модернізації використовувалися такі методи дослідження, як метод експертних оцінок та анкетне опитування за допомогою google forms, яке створилося для отримання зворотного зв'язку від відвідувачів сайту саме в формі відповідей на запитання.

Переваги опитувань, створених за допомогою google forms:

– не потрібно тиражувати матеріал опитування на всіх респондентів;

Таблиця 1

Пропозиція глемпінг-відпочинку на Одещині

Тип розміщення / Кількість та площа закладу	Вартість розміщення за одну добу / Функціональність	Основні послуги / Додаткові послуги	Переваги закладу	Недоліки закладу
1	2	3	4	5
1. «Mandra Lavandiia» Село Протопопівка, що на березі Хаджибейського лиману, Одеська область. Концепція закладу та інноваційність Архітектурна форма у вигляді мушлі. Сучасне меблювання із технічним інноваційним оснащенням та освітленням.				
п'ять глемпінгів, площею 36 м ² .	від 5000-5500 грн.; працюють цілодобово.	Основні послуги: розміщення та проживання у закладі. Додаткові послуги: ресторан; басейн або лазня; дитячий майданчик; трансфер;	місце розташування; широкий вибір послуг; велика територія відпочинку; приймання гостей на територію, без проживання; лавандове поле;	сезонність, яка впливає на відвідування лавандового поля, та відсутність відвідування Хаджибейського лиману у літній сезон, це позбавляє заклад частково
		сільський двір із свійськими тваринами; розміщення із тваринами за домовленістю. Надання в оренду: перголи (мангальна зона/пікнік); сап-дошки; байдарки; квадроцикли; шезлонги, пляжне ліжко або бунгало; килимки для йоги.	урізноманітненні фото локації; сільський двір із альпаками та поні; безкоштовне парковочне місце.	використовувати водоймище, для додаткового доходу у використанні додаткових водних послуг.

Продовження Таблиці 1

1	2	3	4	5
2. «Ойстервіль» Село Кордон, що на березі Тилігульського лиману, Одеська область, вул. Лиманська 30. Концепція закладу та інноваційність Різний тип засобів розміщення. Сучасне меблювання із технічним інноваційним оснащенням та освітленням				
сім афреймів, площею 35 м².	від 2500-3000 грн.; працюють цілорічно.	Основні послуги: розміщення та проживання у закладі. Додаткові послуги: ресторан; екскурсії та дегустація свіжих устриць; дитячий майданчик; прогулянки на катері; розміщення із тваринами за домовленістю. Надання в оренду: бесідки (мангальна зона/пікнік); електрокатамарани; сап-дошки; гідроцикли; шезлонги, пляжне ліжко або бунгало.	місце розташування; велика територія відпочинку; широкий вибір послуг; устрична ферма; проведення лекцій із вирощування устриць, дегустація або екскурсійні програми.	сезонність, яка впливає на відвідування Тилігульського лиману, і позбавляє заклад використовувати водоймище, для додаткового доходу у використанні додаткових водних послуг; віддалені санвузли у деяких засобах розміщення.
одноповерховий будинок, площею 35 м².	від 2500-3000 грн.; працюють цілорічно.			
сім міні-хаусів, площею 20 м².	від 1500 грн.; працюють цілорічно.			
шість глемпінгів у вигляді намету.	від 1000 грн.; працюють у літній період.			
більше 20 кемпінгів у вигляді люкс намету.	від 800 грн.; працюють у літній період.			
3. Еко-глемпінг парк «Hygge Valley» Селище міського типу Чорноморське (Чабанка), вулиця Морська, 16. Концепція закладу та інноваційність Різний тип засобів розміщення. Сучасне меблювання із технічним інноваційним оснащенням та освітленням.				
три афрейми, площею 30 м².	від 3500 грн.; працюють цілорічно.	Основні послуги: розміщення та проживання у закладі. Додаткові послуги: ресторан; басейн або лазня; розміщення із тваринами за домовленістю; послуги дайвінгу. Надання в оренду: спорядження для дайвінгу; квадроцикли; килимки для йоги; прогулянки на конях.	місце розташування; велика територія відпочинку; широкий вибір послуг.	сезонність, оскільки не всі засоби розміщення працюють на повну; відсутній дитячий майданчик.
один тіні хаус, площею 15 м².	від 2500 грн.; працюють цілорічно.			
один глемп, площею 20 м².	від 1500 грн.; працюють у літній період.			

Продовження Таблиці 1

1	2	3	4	5
4. Глемпінг «Мінімаліст» Село Нова Дофінівка, Одеська обл. Концепція закладу та інноваційність Архітектурна форма у вигляді купола. Інноваційне технічне обладнання у вигляді проектора з екраном, телескоп для спостереження за зоряним небом, водоймищем. Потужна система кондиціонування і обігріву, каміни та рекуперація дозволяє глемпам працювати всі сезони.				
три купольні глемпи, площею від (30 м ² – один глемп), (40 м ² – два глемпа)	від 5881 грн.; працюють цілорічно.	Основні послуги: розміщення та проживання у закладі. Додаткові послуги: доставка готової їжі із кафе міста Одеси; декорування куполу під будь-який захід; організація святкової вечери; кейтеринг особливої події; зона BBQ; послуги із проведення чайної церемонії; послуги чану або лазні. Надання в оренду: сап-дошки; каяки; килимки для йоги.	місце розташування; велика територія відпочинку; широкий вибір послуг.	відсутній дитячий майданчик.
5. Глемпінг «Moncastro» розташований в Дунайському біосферному заповіднику. Село Вилкове, Одеська область, Вилківські піски 10,11. Концепція закладу та інноваційність Архітектурна форма у вигляді купола. Сучасне меблювання із технічним інноваційним оснащенням та освітленням.				
купольне шале Classic, площею 36 м ² .	від 4000 грн.; працюють цілорічно.	Основні послуги: розміщення та проживання у закладі. Додаткові послуги: ресторан; басейн, чан або лазня на вибір; відвідування контактного зоопарку на території комплексу; декорування куполу під будь-який захід; організація святкової вечери. Надання в оренду: лодки для прогулянки на воді; рибальське оснащення; велосипеди.	велика територія відпочинку; широкий вибір послуг; власний генератор, який забезпечує безперебійну роботу електроенергії.	відсутній дитячий майданчик.

Джерело: сформовано на основі [6; 7; 8; 9; 10; 11]

– немає потреби особисто спілкуватися з респондентами, збирати їх всіх в один час і в одному місці;

– результати опитування зберігаються і постійно доступні в Інтернеті;

– результати опитування автоматично опрацьовуються і представляються у вигляді наочних узагальнених діаграм.

Після чого здійснимо аналіз туристів і їхню вікову категорію, проведемо опитування респондентів, до їх складу входить: персонал закладу, місцеві жителі (відвідувачі території), проживаючі гості закладу.

У висновку визначимо результати даного опитування у вигляді кругових діаграм, враховуючи думку персоналу закладів, гостей, відвідувачів глемпінгів та комплексів. Це дасть змогу в подальшому врахувати всі переваги і недоліки закладів, покращити конкурентоздатність, виправити помилки, встояти на плаву враховуючи високу конкурентність, залучити якомога більше туристів, популяризувати свої заклади своїми новаціями, створити або розширити новітніми послугами та втілити нові ідеї у глемпінги і будиночки.

Для цього ми обрали проживаючих гостей у глемпінгах та місцевих жителів міста які відвідували глемпінг, а також працюючий персонал, які точно знають про більшість переваг та недоліків і інноваційність своїх глемпінгів. Саме вони допоможуть з'ясувати на якому рівні функціонує підприємство, чи всім вони були задоволені, чи приваблюють гостей послуги підприємства, чи подобається концепція та ціни на проживання і послуги, чи працюють новації в глемпінгах і будиночках. На задані нами 15 питань, відповіді надали більш ніж 160 респондентів. Відповіді респондентів було зібрано та представлено у вигляді кругових діаграм, які зображені на рис. 4. (1-8).

Для респондентів в google forms, ми ставили ще і відкритого типу запитання, на які респонденти відповіли по різному, тому нам потрібно було більше часу для їх аналізу, що в подальшому визначенню відповідних результатів. Основні результативні відповіді ми проаналізували та винесли у матеріал.

Отже відкриті запитання для респондентів були такими:

1. Чи задовольняє Вас цінова політика закладу в якому ви проживали?

2. Що в закладі Вам сподобалось найбільше?

3. На Вашу думку, які в закладі є переваги?

4. На Вашу думку чи є недоліки у закладі?

5. Що для Вас є інновацією у закладі в якому проживали?

6. Щоб Ви змінили у закладі будучи його власником?

7. Які побажання висловлюєте закладу в якому проживали та перебували?

На перше питання відповіді респондентів різняться, для когось вартість проживання за одну добу задовольняє, а для когось занадто дорого. На цю відповідь можна дати різний аналіз, оскільки у кожної людини різне бачення до фінансових витрат та уподобань, різний соціальний статок дохідності тощо.

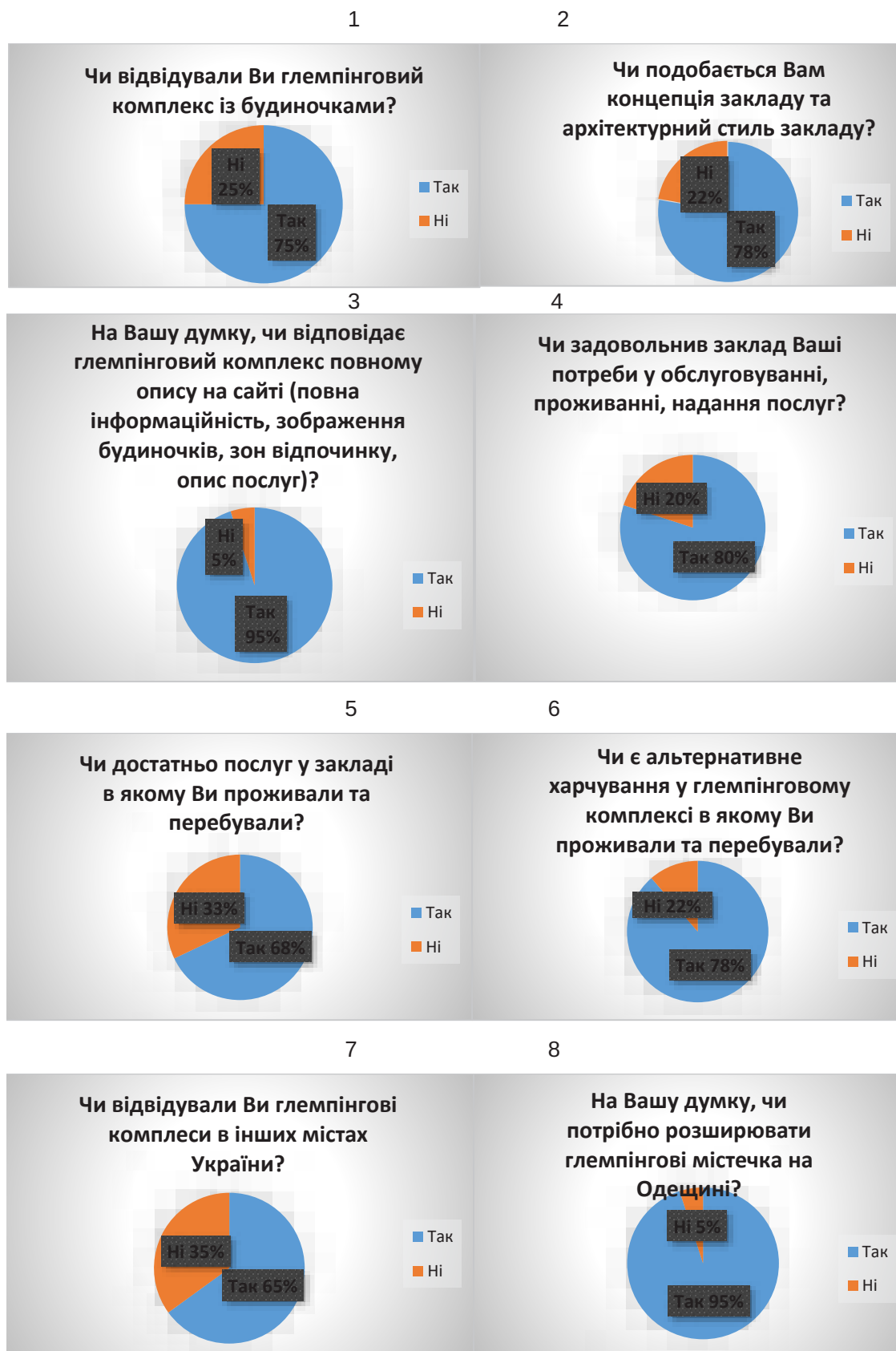
На друге питання більшість респондентів відповіли так: місцезорозташування, інтер'єр закладу, концепція закладу, харчування, послуги, організматика меблювання, власна кухонна зона тощо.

На третє питання більшість респондентів відповідали, що перевагами закладу є власна автентична особливість закладу, своя фішка яка приваблює туристів, концепція закладу, екологічність матеріалів із яких побудований заклад, місцезорозташування, харчування, різноманітність послуг, комфортність у проживанні тощо.

На четверте питання із недоліків респонденти відповіли, що недоліком вважають сезонність деяких глемпінгових зон відпочинку, віддаленні санвузли, заповненість парковочного місця у найгарячіший сезон, відсутність дитячих площадок (майданчиків), відсутність басейну, відсутність москітних захисних сіток у деяких зон відпочинку, завищені ціни за одну добу.

На п'яте питання в основу відповідей увійшло те, що інновацією респонденти у закладі вважають сам інтер'єр закладу який надихає, це технічне обладнання у вигляді телескопу, швидкісний інтернет, безпроводні заряджаючі станції для гаджетів, кондиціонування, безперебійна робота електричних станцій, гаджети для миття панорамних вікон, електронні замки зі смартфона, дистанційне бронювання і спілкування із персоналом, організація будь-якого свята.

На шосте питання більшість респондентів відповіли, що бажають розширити глемпінгові містечка у різних місцях на Одещині де це є можливо, відкрити спортивні фітнес заклади, розширити послуги новаціями, доповнити існуючі послуги різними цікавими фішками, особливим привітанням гостей, впроваджу-



Джерело: складено автором, рис. 4. (1-8) Кругові діаграми

вати штучний інтелект в обслуговування, а саме впроваджувати робототехніку у вигляді м'яких роботів-пилососів для прибирання приміщень, використання автоматизованої техніки для миття панорамних вікон, автоматизовані ролети для вікон тощо.

На сьоме питання респонденти всі як один бажають розвивати глемпінгові містечка якомога краще, саме за якісними показниками, сервісу, удосконалювати послуги які функціонують, дослухатися до проживаючих гостей, до їх рекомендацій, аналізувати відгуки на офіційних сайтах, покращувати сервісне обслуговування, технічне оснащення, планувати ретельніше послуги які лише будуть задовольняти проживаючих гостей, створювати нові глемпінги для людей із особливими потребами, залучати до закладів нові категорії відвідувачів.

Висновки. Дане опитування надало нам ще більше впевненості про те, що глемпінги та комплекси які до них входять потрібно розвивати та удосконалювати, впроваджувати інновації для молоді і їхнього комфортного відпочинку, будувати глемпінги і в інших рекреаційних зонах відпочинку, створювати цілу мережу глемпінгових містечок. Втілення запропонованих ідей за нашим проведенням аналізом, моніторингом та проведенням опитуванням, для Одеського регіону в подальшому стане покращення готельно-ресторанної індустрії враховуючи розважальну і туристичну сферу діяльності, створення нових робочих місць, збільшення кількості туристів у Одеському регіоні, і залучення нових потенційних гостей до своїх глемпінгових комплексів, а отже і збільшення прибутку, що є не менш ніж важливо для підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бойко В. О. Глемпінг – новий тренд індустрії гостинності. *Економіка та управління підприємствами*. 2021. № 8. С. 22–28. URL: <http://tnv-econom.ksauniv.ks.ua/index.php/journal/article/view/176/173> (дата звернення: 10.03.2025).
2. Державне агентство розвитку туризму оновило перелік "Туристичних магнітів України". URL: https://lb.ua/society/2023/09/11/574290_derzhturizmi_onovili_kartu.html (дата звернення: 15.03.2025).
3. Поколюдна М. М., Полчанінова І. Л., Рябев А. А. Глемпінг як перспективний різновид туризму та готельного бізнесу. *Бізнес Інформ*. 2021. № 6. С. 160–162. URL: https://www.business-inform.net/article/?year=2021&abstract=2021_6_0_157_169. (дата звернення: 20.03.2025).
4. Пельц І. Гламурний кемпінг на Одещині: як створити нетипове місце для відпочинку біля води. URL: <https://omore.city/articles/105701/glamurnij-kemping-mandra-v-zatoci> (дата звернення: 20.03.2025).
5. Олійник О. В., Мостенська Т. Л., Тарасюк Г. М., Чагайда А. О. Перспективи розвитку готелів у стилі глемпінг в Україні. *Економіка, управління та адміністрування*. 2019. № 4. С. 38–46. URL: [https://doi.org/10.26642/jen-2019-4\(90\)-38-46](https://doi.org/10.26642/jen-2019-4(90)-38-46) (дата звернення: 20.03.2025).
6. Глемпінг «Лавандія». URL: <https://www.instagram.com/lavandiia/> (дата звернення: 28.03.2025).
7. Глемпінг «Ойстервіль». URL: <https://www.oysterwill.com/> (дата звернення: 28.03.2025).
8. Еко-глемпінг парк «Hygge Valley». URL: <https://hygge-valley.com/> (дата звернення: 28.03.2025).
9. Глемпінг в Україні – де відпочити на природі з комфортом. URL: <https://bungalow.com.ua/ukraine/glemping-v-ukrayini/> (дата звернення: 28.03.2025).
10. Глемпінг «Мінімаліст». URL: <https://mnmlst.space/> (дата звернення: 28.03.2025).
11. Глемпінг «Moncastro». URL: <https://www.moncastroglamping.com/> (дата звернення: 28.03.2025).

REFERENCES:

1. Boiko V. O. (2021). Hlempinh – novyi trend industrii hostynnosti [Glemping is a new trend in the hospitality industry]. *Tavriiskyi naukovyi visnyk*. Seriya: Ekonomika, no. 8, pp. 22–28. Available at: <http://tnv-econom.ksauniv.ks.ua/index.php/journal/article/view/176/173> (accessed 10 March 2025) [in Ukrainian].
2. The State Tourism Development Agency has updated the list of "Tourist Magnets of Ukraine". [List of tourist attractions in Ukraine]. Available at: https://lb.ua/society/2023/09/11/574290_derzhturizmi_onovili_kartu.html (accessed 15 March 2025) [in Ukrainian].
3. Pokolodna M. M., Polchaninova I. L., Rjabjev A. A. (2021). Ghlempingh jak perspektyvnyj riznovyd turyzmu ta ghoteljnogho biznesu [Glemping as a promising type of tourism and hotel business]. *Biznes Inform*, no. 6, pp. 157–169. Available at: https://www.business-inform.net/article/?year=2021&abstract=2021_6_0_157_169 (accessed 20 March 2025) [in Ukrainian].

4. Pelts, I. "Hlamurnyi kempinh na Odeshchyni: yak stvoryty netypove mistse dlia vidpochynku bilia vody" [Glamorous Camping in the Odessa Region: How to Create an Unusual Place to Relax by the Water]. Available at: <https://omore.city/articles/105701/glamurnij-kemping-mandra-v-zatoci> (accessed 20 March 2025) [in Ukrainian].
5. Olijnyk O. V., Mostensjka T. L., Tarasjuk Gh. M., Chaghajda A. O. (2019) Perspektyvy rozvytku ghoteliv u styli ghlempingh v Ukrajini [Prospects for the development of glamping hotels in Ukraine]. *Ekonomika, upravlinnja ta administruvannja*, no. 4(90), pp. 38–46. Available at: [https://doi.org/10.26642/jen-2019-4\(90\)-38-46](https://doi.org/10.26642/jen-2019-4(90)-38-46) (accessed 20 March 2025) [in Ukrainian].
6. Glamping "Lavandiya". Available at: <https://www.instagram.com/lavandiia/> (accessed 28 March 2025) [in Ukrainian].
7. Glamping "Oysterwill". Available at: <https://www.oysterwill.com/> (accessed 28 March 2025) [in Ukrainian].
8. Eco-glamping park "Hygge Valley". Available at: <https://hygge-valley.com/> (accessed 28 March 2025) [in Ukrainian].
9. Glamping in Ukraine - where to relax in nature with comfort. Available at: <https://bungalo.com.ua/ukraine/glemping-v-ukrayini/> (accessed 28 March 2025) [in Ukrainian].
10. Glamping "Minimalist". Available at: <https://mnmlst.space/> (accessed 28 March 2025) [in Ukrainian].
11. Glamping "Moncastro". Available at: <https://www.moncastroglamping.com/> (accessed 28 March 2025) [in Ukrainian].