

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт

экономики и управления

наименование

Кафедра

«Маркетинг, коммерция
и сфера обслуживания»

наименование

Направление подготовки

43.03.02 «Туризм»

код и наименование

Профиль

«Туризм»

наименование

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему

Разработка бизнес-проекта глэмпинга «Есо House» в Пензенской области

Студент 203ЭТ31

номер группы

22.01.2024

подпись, дата

Шалимова Виктория Валерьевна

ФИО полностью

Руководитель

Д.Э.Н., доцент

звание, должность

ФГБОУ ВО «ПГУ»

наименование организации

22.01.2024

подпись, дата

Гамидуллаева Л.А.

фамилия, инициалы

Нормоконтролёр

К.Э.Н., доцент

звание, должность

30.01.2024

подпись, дата

Балахонова Е.В.

фамилия, инициалы

Работа допущена к защите (протокол заседания кафедры от _____ № _____)

Заведующий кафедрой «Маркетинг,
коммерция и сфера обслуживания»

Гамидуллаева Л.А.

подпись

фамилия, инициалы

Работа защищена с отметкой _____ (протокол заседания ГЭК от _____ № _____)

Секретарь ГЭК

подпись

Балахонова Е.В.

фамилия, инициалы

Пенза 2024

Реферат

Тема бакалаврской работы: «Разработка бизнес-проекта глэмпинга «Есо House» в Пензенской области»

Автор бакалаврской работы: Шалимова Виктория Валерьевна, группа 203ЭТ31.

Руководитель бакалаврской работы: Гамидуллаева Лейла Айваровна

Год защиты бакалаврской работы: 2024.

Актуальность работы обусловлена нарастающим в обществе интересом к экотуризму.

Целью бакалаврской работы является создание бизнес-проекта глэмпинга на территории Пензы или Пензенской области с удобной транспортной доступностью, объединяя экотуризм и близость цивилизации.

Поставленная цель обусловила необходимость решения следующих задач:

- Осветить вопрос современного подхода к развитию экологического туризма. Рассмотреть глэмпинг – как перспективное средство размещения.
- Проанализировать российский опыт развития рынка глэмпингов.
- Проанализировать условия и возможности открытия глэмпинга в Пензенской области.
- Разработать бизнес – проект «Есо House» в Пензенской области.
- Разработать анкету для выявления целевой аудитории и произвести анализ заинтересованности потребителей в посещении глэмпингов в Пензенской области.
- Описать концепцию глэмпинга «Есо House».
- Произвести калькуляцию бизнес-проекта «Есо House».

В ходе выполнения работы были проанализированы (исследованы, изучены) зарегистрированные глэмпинги Российской Федерации, их уникальность, каким образом происходила реализация проектов, изучена территория

Пензы и Пензенской области для выбора расположения места, проведения коммуникаций и общей доступности.

В ходе проведённого анализа (исследования) была выявлена целевая аудитория для реализации сформированного бизнес-проекта.

В работе обоснован выбор территории для реализации бизнес-проекта, его стоимость, и предполагаемый доход.

Автором работы предложен разработанный бизнес-проект с расчетами по первоначальным вложениям и окупаемости.

В бакалаврской работе использованы следующие методы: анализ и систематизация, позволившие оформить первую главу, и проектный метод, использованный для создания проекта глэмпинга «Еco House».

Практическая значимость бакалаврской работы заключается в возможности внедрения разработанного проекта по созданию глэмпинга на территории Пензенской области.

Объем бакалаврской работы составляет 66 страниц формата А4. Работа содержит 11 таблиц, 28 рисунков и 4 приложений, 30 использованных источников.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	5
1 Современные подходы к развитию экологического туризма в регионе.....	7
1.1 Глэмпинг – перспективное средство размещения для экологического туризма.....	7
1.2 Обзор российского опыта развития рынка глэмпинга.....	13
1.3 Анализ условий и возможностей открытия глэмпинга в Пензенской области.....	25
2 Разработка бизнес-проекта глэмпинг «Еco House» в Пензенской области..	30
2.1 Анализ заинтересованности потребителей в посещении глэмпингов в Пензенской области.....	30
2.2 Концепция глэмпинга «Еco House».....	42
2.3 Калькуляция бизнес-проекта «Еco House».....	48
Заключение.....	53
Глоссарий.....	55
Список использованных источников.....	56
Приложения.....	59

ВВЕДЕНИЕ

Отдых на природе все чаще ассоциируется не с дачей или походом, а с красивыми уединенными глэмпингами и кемпингами. Это востребованное направление последние несколько лет успешно развивается благодаря нацпроекту «Туризм и индустрия гостеприимства». Результат впечатляет: если в 2018 г. в стране было около десяти глэмпингов, то в 2023-м – уже более 400.

Актуальность работы обусловлена нарастающим в обществе интересом к экотуризму.

Основной проблемой, которую решает выпускная квалификационная работа, является узкий выбор средств размещения в Пензе и Пензенской области.

Целью является создание бизнес-проекта глэмпинга на территории Пензы или Пензенской области с удобной транспортной доступностью, объединяя экотуризм и близость цивилизации.

Объектом исследования является туристско - рекреационный потенциал Пензенской области с позиции создания бизнеса в сегменте глэмпинг – туризма.

Предметом исследования являются условия и возможности создания бизнеса для размещения глэмпина на территории Пензенской области.

Задачи работы:

- Осветить вопрос современного подхода к развитию экологического туризма. Рассмотреть глэмпинг – как перспективное средство размещения.
- Проанализировать российский опыт развития рынка глэмпингов.
- Проанализировать условия и возможности открытия глэмпинга в Пензенской области.
- Разработать бизнес – проект «Eco House» в Пензенской области.
- Разработать анкету для выявления целевой аудитории и произвести анализ заинтересованности потребителей в посещении глэмпингов в Пензенской области.

- Описать концепцию глэмпинга «Eco House».
- Произвести калькуляцию бизнес-проекта «Eco House».

Методы, примененные в работе ВКР: анализ и систематизация, позволившие оформить первую главу, и проектный метод, использованный для создания проекта глэмпинга «Eco House» на основе современного подхода к экологическому туризму и транспортной доступности.

Новизна ВКР заключается в нестандартном, почти не реализованном в Пензенской области подходе к отдыху на природе, как к комфортному времяпровождению.

Практическая значимость работы обуславливается возможностью внедрения разработанного проекта по созданию глэмпинга на территории Пензенской области.

Цель и задачи работы обусловили ее структуру, состоящую из введения, двух глав, заключения, списка литературы и приложений. Всего в ходе выполнения работы было задействовано 30 источников.

1 Современные подходы к развитию экологического туризма в регионе

1.1 Глэмпинг – перспективное средство размещения для экологического туризма

Экологический туризм (англ. ecotourism) – относительно новое понятие в туристической деятельности. Началом формирования концепции экотуризма считают 80-е гг. XX в., когда впервые появились исследования на эту тему.

Наиболее ранней концепцией экологически безопасного туризма является немецкая концепция «мягкого туризма», которая применялась в Германии, Австрии и Швейцарии. Данная концепция заключалась не только на положительном уровне финансового успеха, но и учитывалось отношение и влияние на природу, культуру и традиции в целом.

Еще одной известной моделью экологического туризма является «австралийская модель», название которой отражает ее географическое распространение. Концепция этой модели соединяет человека и нетронутую природу для развития экотуризма. Основное расположение экотуризма на особо охраняемых природных территориях. Цели экологических туров заключаются в познании природы, а также в отдыхе и получении эмоционального и эстетического удовольствия.

«Западноевропейская модель», сосредоточена на развитии форм экотуризма в культурном ландшафте и сохранении тех природных ресурсов, которые еще остались в Европе.

Исходя из представленных концепций, выделились два основных подхода к пониманию экологического туризма.

Сторонники первого подхода в качестве главного объекта экотуризма выделяют дикую природу. Однако такая позиция содержит в себе определенные противоречия, поскольку значительная часть путешествий с целью отдыха на природе происходит на территориях, измененных человеком.

Сторонники второго подхода предлагают рассматривать экологический туризм как вид устойчивого туризма. Такой подход является более обоснованным, поскольку экотуризм основан на принципах устойчивого развития, таких как: сохранение окружающей природной среды, экологизация сознания, устранение всех форм насилия над природой. В рамках данного подхода в качестве объектов туризма рассматриваются как природные, так и искусственные объекты.

Одно из первых определений экотуризма сформулировал мексиканский экономист и эколог Гектор Цебаллос-Ласкурейн. По мнению автора, экологический туризм – это сочетание путешествия с экологически чутким отношением к природе, которое позволяет объединить радость знакомства и изучения образцов флоры и фауны с возможностью способствовать их защите.

После появления первого определения экологического туризма различными авторами и организациями, которые проявляют заинтересованность в развитии этого вида деятельности, было предложено множество новых его вариантов.

Международная организация экологического туризма («International Ecotourism Society», «TIES») выделила определение, что экологический туризм – это ответственное путешествие в природные территории, способствует охране природы и улучшает благосостояние местного населения.

Основной целью экологического туризма является получение удовольствия от путешествия в природной среде, общения с природой, знакомства с местным колоритом, региональными этническими особенностями. Основным рекреационным ресурсом экологического туризма выступает природа. Такой туризм обычно проводится на рекреационных территориях, в заповедных зонах, дендропарках, заказниках, природных парках, региональных ландшафтных парках, искусственно созданных объектах, а также на территориях и объектах, выполняющих как природоохранную, так и хозяйственную функцию.

Основные элементы экологического туризма включают:

1) познание природы – экологические туры предполагают направленность на получение новых знаний об окружающей природной среде и формирование экологического сознания;

2) сохранение экосистемы – экологический туризм предусматривает соблюдение строгих правил в отношении поведения туристов, а также непосредственно участие субъектов туристических услуг в программах по защите и восстановлению окружающей среды;

3) непосредственное участие местного населения – экологический туризм использует местные ресурсы, обеспечивая социально-экономическое развитие территорий.

К основным задачам экологического туризма относятся:

- гармонизация отношений между природой, человеком и обществом;
- формирование у участников экологических туров ответственного отношения к окружающей природной среде и ее будущему;
- формирование толерантного отношения к незнакомым ранее культурам и их представителям;
- увеличение инвестиций в охрану природной среды;
- стимулирование туристических организаций к сохранению и восстановлению природной среды за счет направления части их доходов от туризма на эти цели;
- подчинение экономических интересов (получения прибыли) глобальным интересам, сохранения природных ресурсов для последующих поколений.

Английское слово «glamping» появилось совсем недавно. Его внесли в Оксфордский словарь в 2016 г. Это комбинация слов «гламур» (glamour) и «кемпинг» (camping). Иными словами, глэмпинг или «гламурный кемпинг» – для тех любителей природы, которые не хотят расставаться с комфортом на отдыхе. В таблице 1 представлено сравнение глэмпинга и кемпинга.

Таблица 1– Сравнение глэмпинга и кемпинга

Вид размещения	Глэмпинг	Кемпинг
Описание	«Глэмпинг» (glamping) — сама морфология слова, а это сочетание слов «кемпинг» (camping) и «гламур» (glamour), подразумевает сочетание отдыха на природе и привычного «городского» комфорта, таким образом, добавляя элемент «люкса». Глэмпинг включает в себя все привычные удобства и полноценное отельное обслуживание.	«Кемпинг» (camping) – дословный перевод с английского языка, означает «место привала туристов под открытым небом». В более привычном понимании данный вид туризма – это не только «место для привала» с палаткой, но и оборудованная территория с базовой инфраструктурой, где путешественники могут разбить палаточный лагерь или сделать остановку дома на колесах.
Функции	Развитая инфраструктура позволяет достичь привычного уровня комфорта даже в условиях дикой природы. Глэмпинг предполагает гостиничный сервис (бронирование, размещение, уборка номеров). На территории глэмпингов расположены кафе и рестораны, что избавляет посетителей от лишних хлопот. Широкий выбор развлекательных программ (SUPсерфинг, конные прогулки, яхтинг, пешие маршруты, рыбалка, баня и многое другое).	Имеет минимально развитую инфраструктуру, чаще всего включающую в себя оборудованное место под палатку/автодом и стоянку для автомобилей (с коммуникациями). Функционирование кемпинга основано на самообслуживании. Отсутствие кафе и ресторанов на территории, необходимо самостоятельно закупать продукты и готовить пищу. В кемпингах не представлены варианты досуга.

На текущий момент единой общепринятой типологии глэмпингов нет, поэтому мы приводим свой вариант, в котором анализируем каждый объект по трем ключевым признакам: возможность доступа, тип оператора, а также внешнее устройство. Стоит отметить, что существуют более расширенные варианты типологизации глэмпингов, включающие категоризацию по внешнему признаку, мы же включили наиболее часто встречающиеся формы устройства глэмпингов:

1) По возможности доступа:

- круглогодичный;
- сезонный.

2) По типу оператора:

- сетевой;
- несетевой.



Рисунок 1– Вариант размещения глэмпинга

СМWP выделяют четыре основные типа объектов в зависимости от внешнего устройства: дом, геокупол, палатка, другое. Каждый из данных типов, в свою очередь, включает подтипы, которые представлены на рисунке 2.

Глэмпинг – курорты могут включать как один тип строений, так и комбинации нескольких.

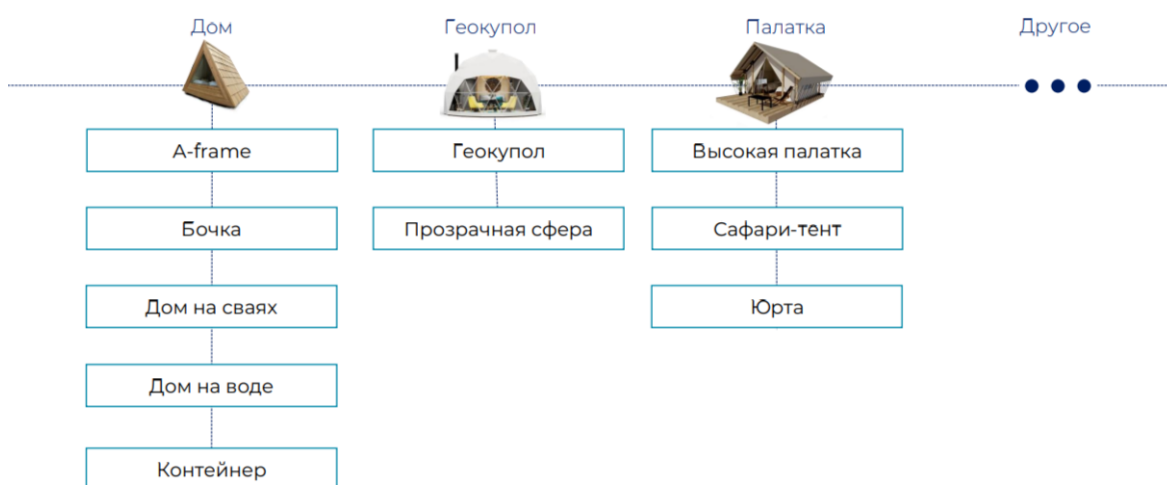


Рисунок 2 – Типы и подтипы глэмпингов

Преимущества строительства глэмпинга по сравнению с форматной гостиницей – достаточно низкий «порог входа» и возможность получения государственной поддержки, более короткий срок строительства и быстрая окупаемость. В таблице 2 представлено сравнение модульных объектов и гостиниц.

Таблица 2 – Сравнение модульных объектов и гостиниц

	Модульные объекты	Гостиницы
Стоимость строительства на номер	От 2,5 млн	От 10 млн
Срок строительства	2-3 месяца	2-3 года
Окупаемость	До 4 лет	От 8 лет
Износ	До 10 лет	30 лет
Характер использования	Сезонный, круглогодичный	Круглогодичный
Дополнительная инфраструктура	Минимальная нагрузка на аттракты	Вся необходимая для отдыха и работы
Создаваемые рабочие места	0,5 на номер, 10-15 человек на объект	1,2 на номер, 120-150 на объект

Хотя само слово «глэмпинг» современное, походная жизнь со всеми удобствами – явление далеко не новое. Только раньше себе могли это позволить лишь избранные и с высоким уровнем дохода, так как путешествия длились большим количеством дней, а иногда и месяцами. С древнейших времён короли и завоеватели путешествовали так, как и привыкли жить: с роскошью и ни в чем себе не отказывали. Они брали с собой настоящие передвижные дворцы, в которых спали на мягких перинах; запасались огромным количеством воды, брали с собой нужное количество прислуги, скота и продуктов питания. В общем, даже в самых непригодных для жизни условиях чувствовали себя более чем комфортно.



Рисунок 3 – Первые варианты глэмпинга. Юрта кочевая

В 1520 г. французские и английские короли устроили знаменитый выездной саммит. Это стало поистине грандиозным событием. На севере Франции тогда было возведен лагерь примерно на 2 800 палаток и шатров, украшенных драгоценными камнями и золотом. А среди необходимых удобств оказались в том числе винные фонтаны.

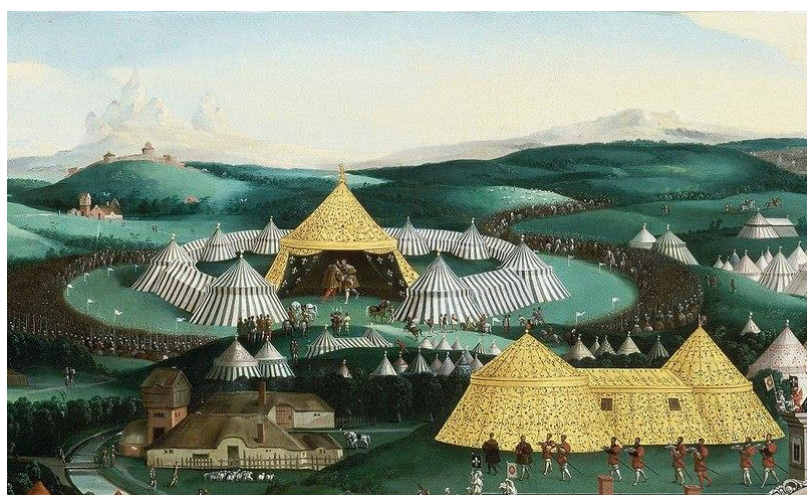


Рисунок 4 – Французская резиденция 1520 г.

В XX в. традицию «гламурного» отдыха на природе поддержали английские и североамериканские богачи. Тогда среди них было модно отправляться

в Африку на сафари. И уж, конечно, не налегке: посреди саванны они возводили настоящие царские палаты с электричеством, горячей водой и остальными удобствами.



Рисунок 5 – Вариант размещения в сафари

Сегодня такой первоклассный вид эко отдыха на природе доступен не только королевским особам и миллионерам. Во всём мире появляются глэмпинг-отели с отличным сервисом, и быстро завоёвывают любовь путешественников.

Мировой опыт рынка глэмпингов построен на ключевых особенностях формата – уникальный опыт природного экологичного отдыха и возможность размещения на территориях, где ограничен или запрещён девелопмент форматных отелей. Объекты сосредоточены как на малоосвоенных природных территориях, так и вблизи крупных городов.

Глобальный рынок глэмпингов продолжает расти – к 2027 г. эксперты ожидают почти двукратный рост рынка. Оценки размеров рынка разнятся в зависимости от подходов к расчётам, но в темпах ежегодного прироста позиции экспертов схожи – порядка 10-13 %. Ключевыми драйверами развития формата остаются стремление потребителей к осознанному потреблению, снижению негативного влияния на экологию, поиск новых впечатлений. В качестве стимула для поддержания спроса игроки рынка ищут инновационные

решения – как повышающие качество предоставляемых услуг, так и делающие сегмент более доступным и прозрачным для потребителя. Европа, где размещается 35 % от глобального рынка глэмпингов, занимает лидирующие позиции в мире по представленности формата. Основные концентрации глэмпингов в странах Европы - в природных территориях и в популярных курортных зонах. США занимает порядка 25 % глобального рынка глэмпингов, при этом самая высокая плотность данного типа объектов отмечается на территории национальных парков. Это связано как с географическими особенностями страны, так и высоким развитием транспортной инфраструктуры. При этом для всех крупнейших агломераций как крупнейших рынков сбыта в поясе 200 км также доступно разнообразие вариантов размещения в глэмпингах.

Формат глэмпингов позволяет отдохнуть в уникальных природных зонах по всему миру, не пренебрегая комфортом.

Примеры проектов:

- «Skylodge Adventure Suites», расположенный на вершине скалы в Священной долине инков (Перу) - один из самых необычных глэмпингов мира;
- «Wadi Rum Bubble Luxotel» - находится посреди иорданской пустыни;
- геодезический купольный глэмпинг «EcoCamp Patagonia» на территории национального парка Торрес дель Пайне (Чили) (приложение А).

1.2 Обзор российского опыта развития рынка глэмпинга

В России первый глэмпинг появился в 2016 г., когда в 100 км от Москвы, на берегу Оки поставили «Гуляй город». Сегодня количество глэмпингов по всей стране – от Кавказа до Дальнего Востока – уверенно приближается к сотне. Наибольшая их концентрация пока в Московской и Ленинградской областях. Глэмпинги также помогают развивать внутренний туризм в районах, где ещё долго не будет стационарной туристической инфраструктуры: например, в труднодоступных местах республики Алтай или Дальнего Востока. Расположение глэмпингов в России представлены на рисунке 5.

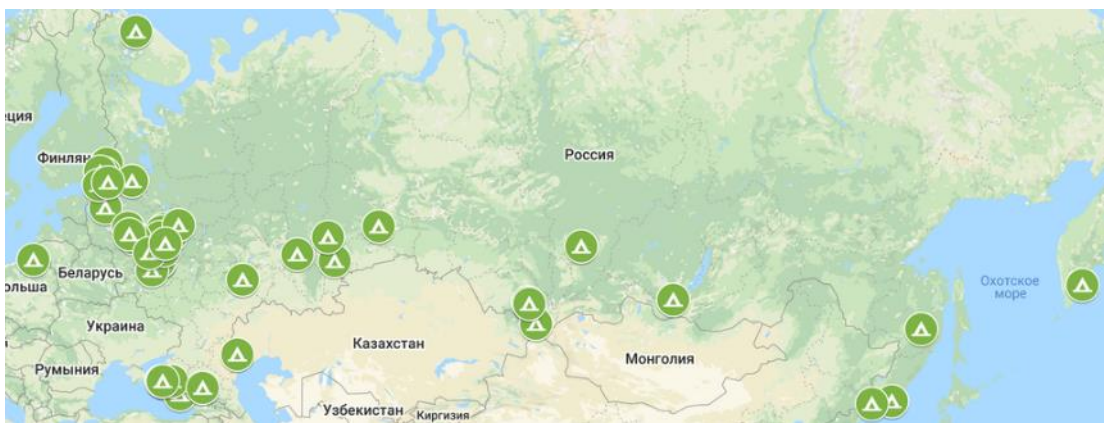


Рисунок 6 – Расположение глэмпингов в России

Наиболее привлекательными для туристов остаются регионы с хорошо развитой туристской инфраструктурой. С учётом государственного фокуса на развитие гостиничных и инфраструктурных объектов на Алтае, в Сибири, на Дальнем Востоке и др., туристские потоки будут перераспределяться в сторону этих направлений, но это тренд на среднесрочную перспективу.

Доминирующую долю российского турпотока стабильно формирует внутренний спрос. Работа рекреационных средств размещения в России традиционно имеет ярко выраженную сезонность (с «пиком» сезона в летний период и заметным падением спроса в зимний), что отмечается даже в регионах, не обладающих заметной рекреационной привлекательностью, а ТОП-3 региона по численности лиц, размещенных в КСР (комплексных средствах размещения) что это значит, не изменились по сравнению с 2023 г.

Республика Крым, которая в 2021 г. была на четвертом месте, в 2023 г. занимает уже восьмую позицию. Причина достаточно очевидна – работа аэропорта Симферополя временно приостановлена с 24 февраля 2022 г.

Неравномерная обеспеченность регионов гостиничными объектами современного качества влияет на распределение турпотоков внутри страны. Краснодарский край – единственный регион, в котором число лиц, размещенных в КСР, может быть сопоставимо с показателем Московского региона и Санкт-Петербурга. Именно Краснодарский край занял первое место в национальном рейтинге туризма по итогам 2022 г. Сложившиеся схемы

распределения турпотоков по направлениям в краткосрочной перспективе, скорее всего, не претерпят существенных изменений.

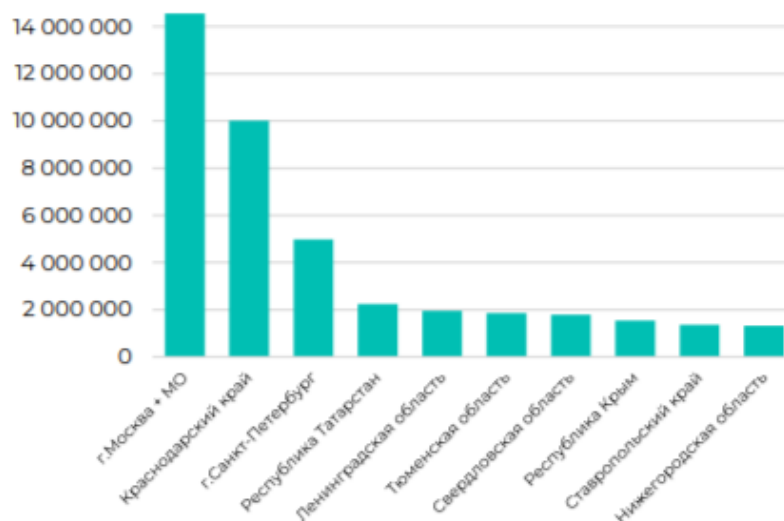


Рисунок 7 – ТОП-10 регионов по численности лиц, размещенных в КСР, 2023 г.

Начиная с 2022 г., Росстат скорректировал методологию расчета туристских потоков. Однако данные доступны только с прошлого года и при необходимости сравнения предыдущих периодов по турпотокам мы по-прежнему опираемся на статистику Росстата о численности лиц, размещенных в КСР. При анализе исторических данных по объему турпотока Росстата (расчет по КСР) СМWP была выявлена разница с данными компании примерно в 40 %.



Рисунок 8 – Объем турпотока России, 2019-22, тыс. чел./год

Подобное расхождение – результат анализа CMWP (ведущая российская компания, оказывающая консультационные, инвестиционные и агентские услуги в сфере коммерческой недвижимости в России и СНГ) дополнительных факторов, влияющих на показатель. Например, при расчетах были учтены: объем «серого» рынка (по турпотоку), число лиц, размещённых в индивидуальных средствах размещения (ИСР), число туристов, размещающихся в палатках, у друзей и родственников.

По подсчетам CMWP, инвестиционный потенциал туристской отрасли России до 2030 г. составляет 2,45 трлн руб. Оценить инвестиционную привлекательность субъектов Российской Федерации можно косвенно, через анализ доходности в расчете на номер ($\text{Revenue per Available Room} = \text{RevPAR}$). RevPAR – это один из ключевых показателей индустрии, который является производной загрузки гостиниц и средней цены на номер. Соответственно, гостиница может стремиться максимально увеличить показатель средней цены на номер или сделать акцент на максимальной загрузке.

В Сахалинской области, которая является одним из трех субъектов с самым высоким показателем RevPAR, подобный рекордный уровень показателя связан с дефицитом качественных комплексных средств размещения, что создает предпосылки для высоких тарифов проживания.

С другой стороны, в Ставропольском крае, Санкт-Петербурге и Москве, где отсутствует дефицит предложения, комплексные средства размещения больше фокусируются на наращивании объемов проданных номеров (загрузке). При анализе показателей в разбивке по субъектам мы наблюдаем, что лидерами являются Ставропольский край, Республика Карелия, Сахалинская область, г. Санкт-Петербург, г. Москва. В то же время, у 49 субъектов показатель находится на уровне ниже 1 000 руб.

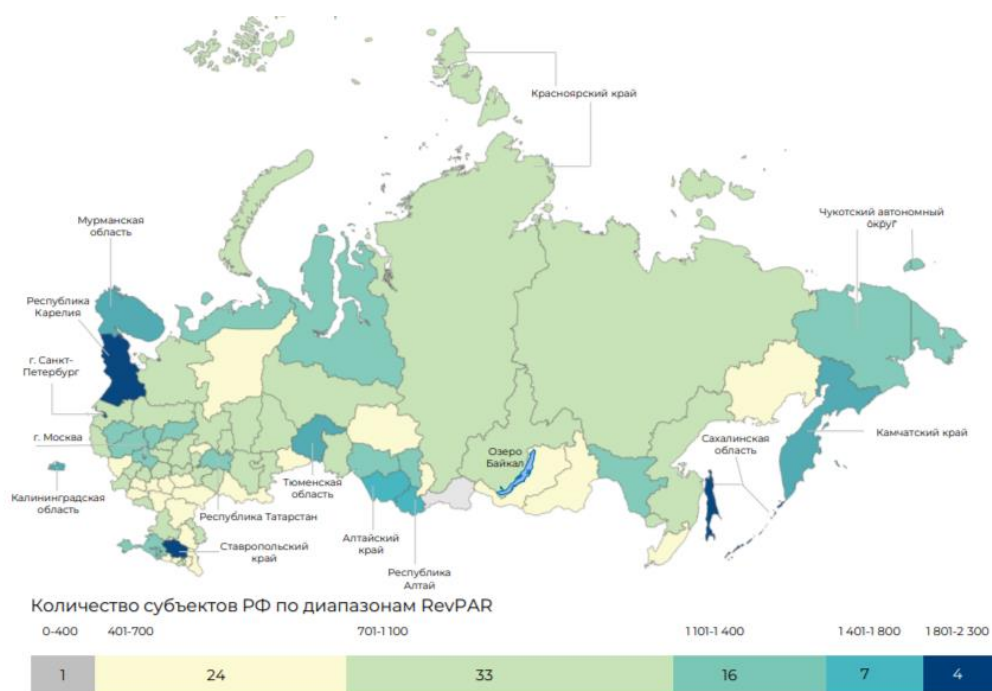


Рисунок 9 – Регионы России: доходность на номер (RevPAR)

По итогам 2022 г. СМWP выделяют шесть глобальных трендов, влияющих на индустрию гостеприимства. Далее рассмотрим каждый из трендов подробнее в контексте его развития в России.

1) Туризм впечатлений.

В общемировом контексте данная тенденция находит отражение в поиске нового, отказе от типовых средств размещения и стандартных туров; фотографии в социальных сетях становятся главным «трофеем» удачного отпуска. Вместо «классических» гостиничных брендов – запрос на новые, необычные бренды и форматы размещения (например, glamping / гибридные отели, апартаменты / виллы в аренду). Российский рынок пока находится в позиции «догоняющего» глобальные тенденции, однако, по мере насыщения рынка гостиничными объектами высокого качества, появится и более выраженная сегментация спроса. В текущий момент, несмотря на наличие запроса на впечатления и новые/нестандартные форматы размещения, этот запрос связан, в первую очередь, с неравномерной стадией развития гостиничной инфраструктуры в различных регионах страны.

2) Персонализация и индивидуализация.

Недостаточная насыщенность гостиничным продуктом в данном случае тоже видоизменяет глобальный тренд. Например, в мировой практике растет популярность концепции «доступной роскоши», наблюдается активный рост сетевых lifestyle – брендов всех ценовых категорий, предлагающих интересные, «атмосферные» продукты, в том числе, рассчитанные на массовый спрос. В России запрос на lifestyle и гибридные отели (объединяющие элементы отеля и хостела) пока мало заметен, вместе с тем, запрос на «уникальность» имеется, что объясняет популярность / востребованность малых отелей в традиционных туристских дестинациях, в т.ч., ориентированных на нишевые аудитории (например, дизайн-отель «Chez Michel» в Москве или гибридный отель «Весна» в Нижнем Новгороде).

3) Прозрачность рыночной среды.

Данный тренд все ярче проявляется в России – «продвинутые» путешественники (как правило, молодые образованные люди, проживающие в крупных городах и самостоятельно организующие поездки на отдых) активно пользуются агрегаторами и метапоисковиками, агентствами онлайн-бронирования («ostrovok.ru», «bronevik.com»), а также соцсетями. Расширение инструментария также произошло благодаря интеграциям – «Яндекс-путешествия», «Сбербанкпутешествия» («Спасибо от Сбербанка»), заказ трансфера и гостиниц через «Tutu.ru».

4) Расширение границ рынка через создание гибридных продуктов и шеринговых практик.

Появление тренда строительства кондо - отелей – прежде всего, на традиционных курортных направлениях (Сочи), а также в городах, привлекательных для турпоездки круглый год (Санкт-Петербург и Москва). Яркими примерами являются проект «YE'S» от ГК «Пионер», а также апартамент-отель «Вертикаль» от «Весна».

5) Конкуренция со стороны Digital.

Растет востребованность современных форматов видео - конференций и видео – сервисов в городских и курортных отелях. Тенденция укрепилась в российских условиях в 2020-2021 гг. в ходе пандемии, когда у клиентов городских и загородных гостиниц возникла долговременная потребность в работе в удаленном режиме, а также проведения видео - конференций – для чего необходима современная качественная инфраструктура wi-fi. Однако несмотря на возврат в 2021-2022 гг. сотрудников компаний и организаций на рабочие места, а также постепенное восстановление спроса на оффлайн мероприятия в гостиницах, спрос на качественную инфраструктуру wi-fi / ВКС для обеспечения «гибридных» мероприятий» сохраняется.

б) Рационализация сбережений и потребления.

Происходит изменение модели потребления. Мировые тренды заметны на поведенческой модели наиболее «продвинутой» части клиентуры – молодые люди с высшим образованием, жители крупных городов. Наблюдается рост спроса на продукты шеринговой экономики – кондо-формат в загородной и курортной собственности. Происходит общий рост мобильности, увеличивается быстрота принятия решений. Растущее значение осознанного потребления отразилось и на гостиничном рынке, шесть из десяти путешественников готовы платить больше за эко-услуги, т.к. сознательно относятся к тому эффекту, который оказывает глобальный туризм на экосистемы различных регионов мира. Тренд уже замечен в России как на уровне отдельных компаний, так и в разработке стандартов экологичности для отелей («Экологический союз», эко-маркировка «Листок жизни». Стандарт «Зеленый код»).

Максимальный потенциал развития будут иметь варианты размещения, расположенные в нестандартных локациях и предоставляющие высокий уровень сервиса и возможность получить уникальный опыт/впечатления. Одним из сравнительно новых форматов, который соответствует вышеперечисленным признакам, является глэмпинг. Важная отличительная особенность формата – короткие сроки реализации проектов и низкий порог входа.

Глобальный рынок глэмпингов продолжает расти – к 2027 г. эксперты ожидают почти двукратный рост рынка. Для России глэмпинг – относительно новый формат, который активно развивается последние три года, когда мощным драйвером развития сегмента стали ограничения на перемещения граждан из-за пандемии и внешнеполитических шоков.

На данном этапе развития сегмента глэмпинги расположены, преимущественно, на территориях с развитой инфраструктурой, вблизи ключевых рынков сбыта (крупные города). Со временем, после затухания всплеска интереса к новому продукту со стороны основной массы потребителей, спрос стабилизируется, и формат будет развиваться как решение для природных зон и особо охраняемых территорий. Глэмпинги займут свою нишу на рынке гостиничных услуг, но массовым форматом, скорее всего, не станут. В России реализация проектов на малоосвоенных природных территориях сдерживается их сложной транспортной доступностью и отсутствием инженерных коммуникаций.

По сравнению с форматными гостиницами глэмпинги дают своим владельцам быстрый, но менее долгосрочный результат в сочетании со слабым влиянием на социальную сферу (создание новых рабочих мест).

Помимо заметного роста спроса на глэмпинги, для предпринимателей дополнительным стимулом инвестиций в данный вид туризма является возможность получения государственной поддержки. Например, распоряжением Правительства Российской Федерации №1441 от 31.05.23 распределены субсидии по субъектам на строительство модульных гостиниц.

Распространено мнение, что объектам такого формата присуща сезонность, но при этом свыше 60 % российских глэмпингов являются круглогодичными.

В текущий момент большинство субъектов Российской Федерации не перенасыщены предложением глэмпингов – в 22 субъектах глэмпингов нет, а в 42 – их менее пяти. Лишь в двух субъектах России насчитывается свыше 40 глэмпингов. Всего 9 % глэмпингов консолидировано в руках сетевых операторов. Средняя цена за ночь в глэмпинге в России составляет 8 000 руб.

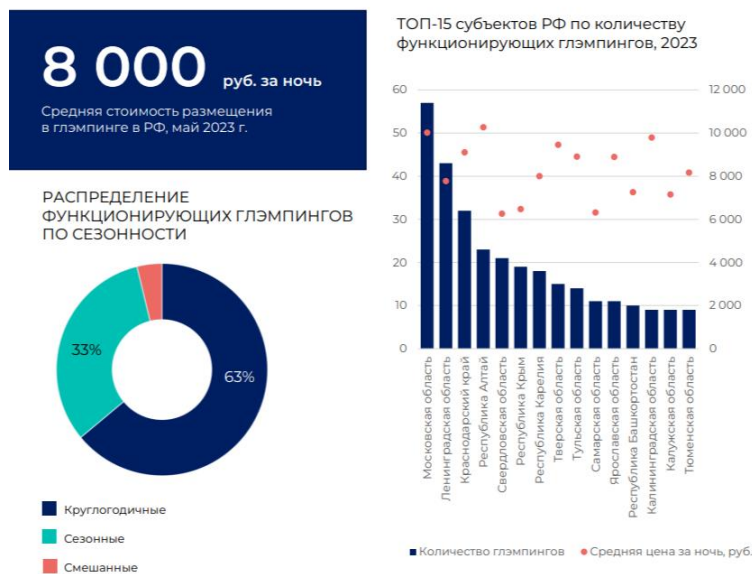


Рисунок 10 – Рынок глэмпингов России в цифрах

Система советских домов и баз отдыха, санаториев и гостиниц обеспечивала более или менее доступные поездки в отпуск практически всем жителям страны. Уровень услуг был невысоким, зато и путевки в большинстве случаев доставались почти даром. Для тех, кто не любил организованный отдых, существовали еще два варианта – отправиться в поход с палаткой или поехать «дикарем» – так когда-то называли самостоятельные путешествия на море.

При вузах и крупных предприятиях часто работали туристские клубы. Их участники практически совмещали отдых со спортом. Романтика спартанских условий и песен у костра, возможность пройти нехоженными тропами и испытать себя на прочность привлекали многих.

Популярным был отдых на Черном море. Достать путевку на курорт удавалось далеко не всем, поэтому многие ездили «дикарями». Они сами приобретали авиа- и железнодорожные билеты и арендовали жилье на месте или по договоренности. Комфортным такой тип отдыха назвать сложно. Покупка билетов становилась настоящим испытанием, а условия в съемном жилье чаще всего не отвечали даже самым скромным запросам – но зато можно было плавать в море.

В 1990-е г. система организованного отдыха внутри страны быстро приходила в упадок без вложений со стороны государства. Дома отдыха ведомств и крупных предприятий после их закрытия или перехода к другим собственникам также переживали не лучшие времена. Поддержание туристической инфраструктуры не было приоритетом.

Ситуация начала меняться в 2000-х, с развитием городских и других локальных брендов. Один из самых известных примеров – Мышкин: брендом стало само его название, а символом – мышь. Однако инфраструктура даже на популярных направлениях оставалась недостаточно развитой: не хватало качественных мест размещения, как и кафе и ресторанов. Исключением были Санкт-Петербург и Сочи, который преобразился к зимней Олимпиаде 2014 г.

Настоящий прорыв произошел в 2021 г. благодаря нацпроекту «Туризм и индустрия гостеприимства». Одна из его программ, стартовавшая в 2022 г., – софинансирование строительства быстровозводимых модульных отелей, кемпингов и глэмпингов. Их создают в соответствии с едиными нормами и требованиями к комфорту и безопасности.

Глэмпинги – отличный способ решения сразу нескольких задач. Люди могут с комфортом отдохнуть на природе, заповедники и заказники не страдают от «стихийных» туристов и получают приток средств.

Возможности строительства больших гостиниц и создания инфраструктуры для туризма на особо охраняемых природных территориях (ООПТ) ограничены законодательно. Поэтому небольшие домики со всеми удобствами, оформленные в экостиле, – отличный выход. Комфортабельные места отдыха строятся без вреда для окружающей среды.

Среди федеральных особо охраняемых природных территорий – 104 заповедника, 62 заказника, 65 национальных парков. С начала нулевых их общая площадь увеличилась более чем на 10 млн га и сейчас составляет 75,2 млн га: 55,6 млн – суша, 19,6 млн – морская акватория. Грамотно организованный туризм позволит получать доходы, которые идут в том числе на охрану природы.

Только в 2022 г. заповедники и национальные парки федерального значения посетило 14 млн человек. На 52 территориях проведено 210 смен экспедиционных лагерей, в них участвовали 7 900 детей и подростков со всех уголков страны. А в этом году на территориях нацпарков площадью 6 млн га – более 10 % всех ООПТ на суше – созданы условия для безопасного развития туризма.

Надо заметить, что и для туристов уединенные апартаменты на лоне природы предпочтительнее, чем многоэтажная гостиница с шумными соседями. Развитие глэмпингов в регионах подогревается спросом, а спрос, в свою очередь, рождает предложение.

Приток туристов позволяет вкладывать средства в ремонт и строительство дорог и благоустройство городов. Появляются бизнес-проекты, связанные с приемом и обслуживанием отдыхающих, а значит, больше рабочих мест.

В 2022 г. 20 регионам с высоким туристическим потенциалом Правительство России выделило субсидию 4 млрд руб. на строительство быстровозводимых модульных гостиниц, кемпингов и глэмпингов. Средства получили лучшие проекты по результатам конкурсов. Благодаря этому строятся или уже построены 3 229 номеров. В 2023-2024 гг. программа нацпроекта «Туризм и индустрия гостеприимства» по поддержке строительства модульных отелей расширилась.



213

ПРОЕКТОВ ГЛЭМПИНГОВ, КЕМПИНГОВ И ОТЕЛЕЙ
ИЗ 38 РЕГИОНОВ РОССИИ В 2023-2024 ГОДАХ
ПОЛУЧАЮТ СУБСИДИИ ПО НАЦПРОЕКТУ
«ТУРИЗМ И ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА»



6,7 ТЫС.

КОМФОРТНЫХ ГОСТИНИЧНЫХ НОМЕРОВ
ПОЯВИТСЯ В БЛИЖАЙШИЕ ДВА ГОДА

Рисунок 11 – Нацпроект «Туризм и индустрия гостеприимства»

Республика Татарстан стала одним из 20 регионов, получивших средства на строительство модульных гостиниц по нацпроекту «Туризм и индустрия гостеприимства» в 2022 г. Субсидии выделили 18 предпринимателям, и часть гостиниц уже работает.

Например, в Сабинском районе, в живописном месте на берегу озера Буре, уже открылся глэмпинг, который построен при поддержке нацпроекта. Здесь возвели 10 модульных домов на 52 места, рассчитанных на проживание от четырех до шести человек.

Летом на озере можно кататься на сап-бордах, лодках, катамаранах или багах. У отеля есть своя пляжная зона и открытый бассейн. Для игры в футбол или волейбол сделано поле со специальным покрытием. А еще на территории отеля есть кафе, русская баня и японская баня фурако, костровая зона, детская площадка.

Недавно начал принимать гостей другой модульный отель, в Зеленодольском районе, получивший субсидию нацпроекта «Туризм и индустрия гостеприимства». Он находится рядом с поселком Прибой, на берегу реки Аря, которая впадает в Свиягу. Три домика на четыре-шесть человек расположены на территории фермы, поэтому отдыхающим доступна вся ее продукция – мясо, сыры, свежие овощи и зелень. Гости могут и сами поучиться сыроделию или поучаствовать в фермерском квесте.

Владельцы устраивают для желающих экскурсии по ферме, катание на лошадях, походы по поймам Свияги и дубовым рощам. Летом можно кататься на сап-бордах по реке Аре. круглый год работает банный комплекс с чаном.

На берегу Камы, на лесистой территории в Менделеевском районе, построили модульный отель – 16 домов на 44 места. Здесь есть все условия для отдыха и даже лечения. Гостей будут принимать круглый год.

Насыщенный ионами воздух в этом районе считается целебным. Санаторий специализируется на лечении органов дыхания, неврологических и сердечно-сосудистых заболеваний. Постояльцам модульного отеля также

доступны бальнео- и гидротерапия, грязелечение, физиотерапия, массаж, а также спа-процедуры.

На территории санатория есть пункт проката спортивного инвентаря, небольшой аквапарк с открытым бассейном, библиотека и творческая мастерская для детей. Всем этим могут пользоваться и гости отеля.

Глэмпинги при поддержке нацпроекта «Туризм и индустрия гостеприимства» также строятся в других районах Татарстана: в Бугульминском, Верхнеуслонском, Кайбицком, Камско-Устьинском, Лаишевском и Пестречинском районах. На рисунке 12 представлен вариант размещения в Татарстане.



Рисунок 12 – Глэмпинг в Сабинском районе

В Тульской области благодаря нацпроекту «Туризм и индустрия гостеприимства» открыли современный экологичный глэмпинг. Остановиться гости могут в модульных домиках, палатках и меблированных летних жилищах, стилизованных под индейские вигвамы.

Глэмпинг будет работать круглый год. В нем также могут останавливаться гости музыкального фестиваля, который проходит здесь ежегодно.



Рисунок 13 – Глэмпинг в Тульской области

Республике Калмыкия в 2022 г. выделили 70 млн руб. на строительство быстровозводимых модульных гостиниц и отелей. Поддержку получили четыре проекта, выигравших конкурс на субсидию. Один из них – комфортабельный глэмпинг в Элисте. Строили его на пустыре, а сейчас территорию уже оформили ландшафтные дизайнеры, и гостиница готовится к приему первых туристов.

Глэмпинг состоит из 20 модульных домов. Одновременно здесь могут остановиться до 50 человек. В отеле есть панорамные террасы, общие зоны отдыха, бассейн и зимний сад. А еще созданы условия для гостей с ограниченными возможностями здоровья.

Одно из достоинств глэмпинга – расположение. Он находится рядом с комплексом «Город шахмат». Гостям отеля удобно осматривать город, где находится крупнейший в Европе буддийский храм «Золотая обитель Будды Шакьямуни» и другие достопримечательности.



Рисунок 14 – Глэмпинг в Калмыкии

В Кемеровской области на популярном горнолыжном курорте Шерегеш при поддержке нацпроекта «Туризм и индустрия гостеприимства» построили горную деревню и отельный комплекс.

В деревне 27 бунгало – на двух или на четырех человек. Восемь модульных домов построены в стиле барнхаус, 12 коттеджей имеют купольную форму. Оба отеля находятся в «Секторе Е» курорта Шерегеш, где раньше негде было остановиться. «Сектор Е» расположен на южном склоне горы Зеленая. Это современный горнолыжный комплекс, оснащенный всем необходимым оборудованием.

Домики построены среди леса, в природной зоне, и так, чтобы не нарушать естественный ландшафт. Основные материалы – дерево, стекло и металл. В каждом коттедже – панорамное остекление, позволяющее любоваться горными видами. Для оформления интерьеров дизайнеры использовали натуральные, экологичные материалы, которые подчеркивают целостность всего проекта.

В домиках установлены полы с подогревом, есть сушилка для инвентаря и одежды, оборудованная кухня и санузел со всем необходимым. От них всего пять минут пешком до подъемника, проката, кафе.

Глэмпинг ориентирован на семейный комфортный отдых, модульные дома полностью соответствуют этим критериям. В этом году, за счет субсидии в том числе, удалось увеличить турпоток как в сектор, так и в Шерегеш в целом.

Первых гостей отель принял в новогодние праздники: с 31 декабря по 15 января отель посетили около 650 человек. Одновременно здесь могут находиться 215 гостей. Отдыхающие приезжают в Шерегеш в основном из Сибирского и Центрального федеральных округов.

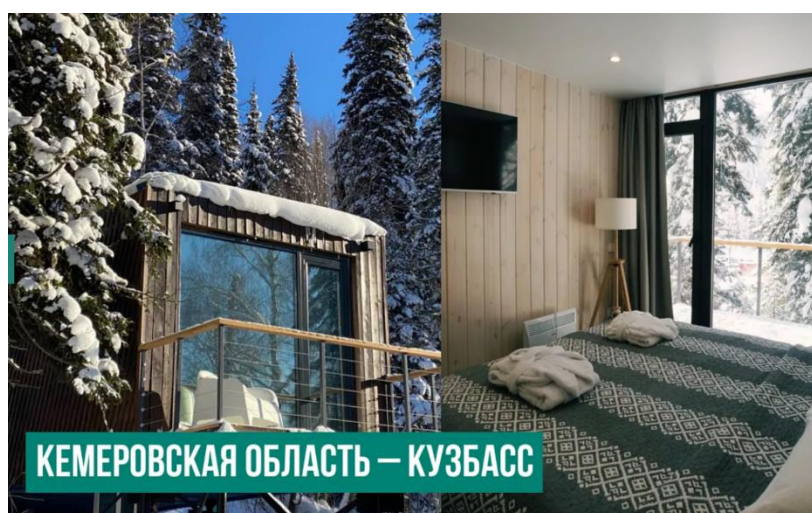


Рисунок 15 – Глэмпинг в Кемеровской области

В 2022 г. Ярославская область вышла в топ регионов, наиболее привлекательных для путешественников. Она заняла первое место в Центральном федеральном округе и восьмое в России без учета Москвы, Санкт-Петербурга, Московской и Ленинградской областей.

Регион готов принимать больше гостей и развивает туристическую инфраструктуру. Здесь ремонтируют дороги, благоустраивают исторические центры городов, строят новые гостиницы, в том числе глэмпинги на природе.

В 2022 г. благодаря нацпроекту «Туризм и индустрия гостеприимства» региону выделили 150 млн руб. на строительство 104 быстровозводимых модульных гостиниц на 395 мест. Отели построили в Некрасовском,

Брейтовском, Борисоглебском, Мышкинском, Угличском и Ярославском районах. Они уже принимают туристов.

Один из кемпингов открылся в прибрежной зоне с видом на реку и Рыбинское водохранилище и удачно вписывается в ландшафт местной территории и колорита.

В 15 модульных домах разной площади круглый год могут останавливаться до 70 человек, в дальнейшем владельцы кемпинга планируют увеличить количество номеров. В коттеджах есть теплый пол и электрические конвекторы, поэтому здесь комфортно в любой сезон. Кроме того, в апартаментах есть кухни, оборудованные всем необходимым, в том числе посудомоечными машинами. Домики наполнены разнообразной современной техникой для быстрого приготовления пищи.

На создание отеля из федерального бюджета направили 22,5 млн руб. По условиям программы авторы проекта доработали свой бизнес – план для реализации и вложили в строительство сумму не меньшую, чем размер субсидии. Участие в национальном проекте позволило значительно увеличить количество объектов размещения всесезонного формата. И теперь с радостью приглашают новых гостей.

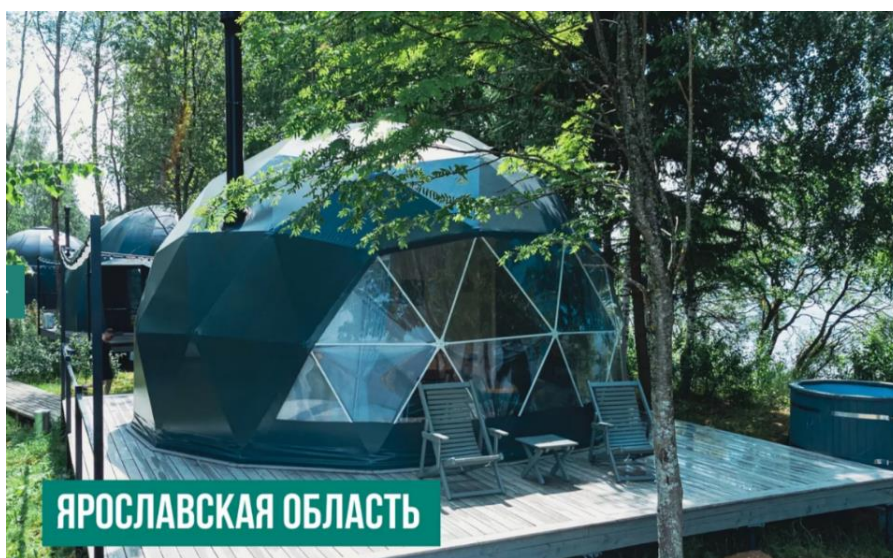


Рисунок 16 – Глэмпинг в Ярославской области

Всесезонный глэмпинг – отель для туристов «Пристань», который сможет предоставить комплекс услуг для организации отдыха и рыбалки, создадут в селе Беркат-Юрт в Чеченской Республике благодаря нацпроекту «Туризм и индустрия гостеприимства». Об этом сообщили в региональном министерстве по туризму.

Общество с ограниченной ответственностью «Рыбхоз-Беркат» в прошлом году по результатам конкурсного отбора получило грант в размере почти 4,7 млн руб. для создания и открытия глэмпинга на территории искусственного водоема. Здесь уже возведены над поверхностью водоема восемь модульно – каркасных домов, благоустроена территория, а также построены беседки с необходимыми элементами комфортного досуга. Вся инфраструктура базы отдыха обустроена с учетом потребностей маломобильных групп граждан.

Как отметили в министерстве, проект в значительной степени будет способствовать развитию туризма в Грозненском районе и станет новой точкой в регионе для притяжения туристов.

Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» предполагает увеличение количества путешествий по России к 2030 г. до 140 млн в г., а также обеспечение экономического роста в стране за счет мультипликативности туристической отрасли. Нацпроект поможет сделать путешествия по России удобными, безопасными и интересными.

1.3 Анализ условий и возможностей открытия глэмпинга в Пензенской области

Перспективы глэмпинга в регионах весьма обещающие. Глэмпинг – это современный тренд в отдыхе, который сочетает комфорт пребывания в природе и близость к природе. Он предлагает гостям уникальные и стильные размещения на открытом воздухе, такие как шатры, домики, юрты или фургоны, оборудованные всем необходимым для комфортного проживания.

Регионы могут использовать глэмпинг для развития туристического потенциала и привлечения большего числа отдыхающих. Предложение эксклюзивных размещений в привлекательных природных локациях может привлечь туристов, которые ищут необычный опыт отдыха и путешествия.

Глэмпинг также может способствовать развитию местной экономики и созданию новых рабочих мест. Кроме того, он может способствовать сохранению природного и культурного наследия региона, поскольку размещения глэмпинга интегрируются в окружающую среду и сохраняют аутентичный стиль и атмосферу региона.

Глэмпинг привлекателен для разных групп туристов, включая семьи, пары и даже бизнес-туристов. Однако для успешной реализации глэмпинг-проектов необходимо учесть несколько факторов, таких как инфраструктура, доступность и безопасность места, а также качество предоставляемых услуг.

Пензенская область входит в состав Приволжского федерального округа. Административный центр области – город Пенза, расположен в 650 км к юго-востоку от Москвы. Регион находится на пересечении автомобильных федеральных трасс и железнодорожных путей, соединяющих центр – восток и юг – север. В городе Пензе расположен гражданский аэропорт федерального значения – аэропорт имени В. Г. Белинского.

Согласно туристскому районированию России, Пензенская область входит в рекреационный район «Среднее Поволжье» зоны Центр России. Основой для развития внутреннего и въездного туризма в регионе являются:

1) наличие множества объектов культурного наследия, в том числе общероссийского значения, формирующих туристский интерес и позволяющих развивать разнообразные виды туризма, ориентированные практически на любые группы потребителей;

2) благоприятное сочетание природно-климатических условий для здоровья людей, разнообразие ландшафтов и природных ресурсов, способствующих развитию рекреационной деятельности.

Основным туристским объектом Пензенской области, генерирующим туристские потоки в регион, является Государственный Лермонтовский музей – заповедник «Тарханы». Музей – заповедник «Тарханы» многие годы формирует основу регионального турпродукта Пензенской области и входит в состав брендового туристского маршрута «По Лермонтовским и Купринским местам» (маршрут одобрен Ассоциацией туроператоров России и входит в федеральный проект «Русские усадьбы»). Кроме музея – заповедника «Тарханы» объектами туристского интереса являются скульптурный парк «Легенда», Никольский музей стекла и хрусталя, мемориальный дом – музей А. И. Куприна, музей живой воды «Кувака» и ряд других. Однако на российском рынке массового туризма они малоизвестны, что говорит о недостаточно эффективном использовании потенциала развития туризма в регионе.

Отрасль туризма в Пензенской области в основном представлена субъектами малого и среднего бизнеса, индивидуальными предпринимателями, государственными и муниципальными учреждениями. Динамика развития туризма в последние годы характеризовалась относительно стабильным ростом большинства показателей.

Город Пенза, являясь культурным центром Пензенской области, где сосредоточено большое количество объектов туристского показа, развлечения, досуга и гостеприимства, на российском рынке туризма малоизвестен.

В большинстве программ туров российских и региональных туроператоров Пенза – это «точка» сбора и отправки туристов в Государственный Лермонтовский музей-заповедник «Тарханы», пребывание в Пензе ограничивается обзорной экскурсией по городу. Такая ситуация требует изменения. Следовательно, возникает задача развития города Пензы как полноценной туристской территории, способной предложить туристам разнообразный качественный отдых, интересное времяпрепровождение.

Значительное количество гостей, приезжающих в Пензенскую область с туристскими целями, пользуется железнодорожным и автомобильным транспортом. Авиасообщение по причине отсутствия регулярных рейсов,

соединяющих Пензу с крупными экономическими центрами, дороговизны авиаперелетов, а также несоответствия аэропорта им. В. Г. Белинского современным требованиям по качеству обслуживания пассажиров, занимает скромные показатели по пассажиропотоку. Этот фактор весьма сильно сдерживает развитие отрасли туризма в Пензенской области.

В рамках проекта реконструкции пензенского аэропорта обсуждается вопрос о строительстве нового аэровокзального комплекса. Строительство нового здания аэровокзала позволит существенно увеличить его пропускную способность, привести в соответствие современным нормам безопасности и доступности для людей с ограниченными возможностями здоровья, поднять уровень комфортности для пассажиров, а также создаст условия для организации перелетов на международных воздушных линиях. Решение этой задачи может стать основой формирования стратегических конкурентных преимуществ Пензенской области на рынке туризма.

Учитывая рост количества туристов, путешествующих на личном автомобильном транспорте, необходимо обеспечить строительство новых и (или) реконструкцию существующих автомобильных дорог и подъездных путей к объектам туристского притяжения.

Благодаря взаимодействию региональных органов власти Пензенской и Самарской областей с ОАО «Российские железные дороги» с 2012 г. на постоянной основе реализуется межрегиональный образовательный проект для детей школьного возраста «Вагон знаний». Проект предусматривает проведение железнодорожных учебно-познавательных туров по маршрутам Самара – Пенза и Пенза – Самара, организацию экскурсий по Пензе и Самаре. Первоначально проект был ориентирован на пензенских и самарских школьников. Однако в 2019 г. к программе присоединились школьники из Москвы, Московской области, городов Уфы и Саранска. Всего за время реализации проекта из Пензы посетили Самару 5 136 человек, из Самары посетили Пензу 2 948 человек.

В 2021 г. Пензенская область стала участником межрегионального туристического проекта «Яркие выходные в Приволжье». Проект «Яркие выходные в Приволжье» основан на железнодорожном путешествии по городам России. Проект реализуется Куйбышевским филиалом АО «ФПК», Куйбышевской железной дорогой, ООО «РЖД Тур». Для участия в проекте региональным туроператором «Беркут» разработан культурно-познавательный тур, программа которого включает экскурсии по городу Пензе, посещение музея – заповедника «Тарханы» и туристских объектов Наровчатского района Пензенской области.

Имеющийся опыт участия Пензенской области в межрегиональных проектах нужно масштабировать, расширяя географию участников туров, используя потенциал сотрудничества для работы с другими категориями туристов.

В настоящее время основные посетители Пензенской области – граждане Российской Федерации, как правило, приезжающие из соседних субъектов Российской Федерации, Москвы и Московской области с рекреационными и культурно-познавательными целями (отпуск, досуг, отдых). В большинстве своем – это туристы эконом-сегмента, формирующие спрос на бюджетные туры либо путешествующие самостоятельно. Значительное количество посетителей Пензенской области также составляют гости, приезжающие с профессионально – деловыми целями.

Граждане иностранных государств формируют малый процент туристского потока. Большая часть иностранцев посещает Пензенскую область с профессионально-деловыми либо образовательными целями. Статистика посещения Пензенской области представлена в таблице 3.

Таблица 3 – Статистика посещения Пензенской области в 2022 г

	Количество граждан Российской Федерации и иностранных граждан, посетивших Пензенскую область в 2022 г.		
	Граждане Российской Федерации, чел.	Иностранные граждане, чел.	Всего, чел
Отпуск, досуг, отдых	97 046	1 675	98 721

Продолжение таблицы 3

	Количество граждан Российской Федерации и иностранных граждан, посетивших Пензенскую область в 2022 г.		
	Граждане Российской Федерации, чел.	Иностранные граждане, чел.	Всего, чел
Посещение родственников, друзей	28 332	106	28 438
Образование, обучение	29 064	5 954	35 018
Лечение и здоровье	26 153	2	26 155
Религиозные/паломнические	25 665	2	25 667
Шопинг	9 459	0	9 459
Транзитные	24 092	543	24 635
Деловые и профессиональные	60 051	8 731	68 782
Прочее	18 367	210	18 577
Итого	318 229	17 223	335 452

Важно отметить, что услугами организаций индустрии туризма и гостеприимства региона активно пользуются жители Пензенской области. Особенно это касается направления рекреационного туризма.

Факторами, сдерживающими развитие туризма в регионе, являются проблемы в сфере кадрового обеспечения:

а) отсутствие долгосрочного планирования и системного подхода к вопросам подготовки профессиональных кадров у организаций индустрии туризма и гостеприимства региона (на перспективу, с учетом изменяющихся потребностей отрасли туризма в кадрах);

б) отсутствие целенаправленного финансирования программ профессиональной переподготовки и повышения квалификации персонала организаций индустрии туризма и гостеприимства региона, на постоянной основе не реализуются специализированные образовательные программы по подготовке и (или) повышению квалификации профессиональных экскурсоводов, гидов-переводчиков, инструкторов-проводников.

Эффективность отрасли туризма напрямую связана с грамотной стратегией продвижения туристского потенциала и туристского продукта Пензенской области как на региональном, так и на внешнем (российском и международном) рынках туризма. Несмотря на наличие мероприятий по продвижению региона как территории, привлекательной для туристов, общая эффективность продвижения невысокая. Причинами этого являются:

а) отсутствие общей стратегии позиционирования и продвижения региона на рынке туризма, отсутствие сформированного туристского бренда Пензенской области;

б) не применяются технологии event-менеджмента и event-маркетинга при организации и проведении крупных событий, демонстрирующих туристский потенциал региона;

в) отсутствие финансирования, достаточного для проведения качественных мероприятий и рекламных кампаний на федеральном и международном уровнях, для оказания финансовой поддержки организациям туристской индустрии (туроператорам, гостиницам и иным средствам размещения, учреждениям культуры) по приему журналистов, блогеров и других «субъектов влияния» на потребительский спрос на рынке туризма;

г) не в полной мере используются возможности продвижения туристского потенциала Пензенской области за счет работы с крупными travel-изданиями и туристскими порталами, не выстроена индивидуальная и планомерная работа с ведущими туроператорами России.

Кроме того, для развития туризма малоэффективно используются возможности участия Пензенской области в реализации действующих национальных проектов, таких как «Культура», «Малое и среднее предпринимательство», «Образование», «Экология» и пр.

Экологический туризм связан с посещением, сохранением и (или) изучением природных комплексов и объектов, естественных экологических систем, составляющих их элементов и происходящих в них процессов, объектов растительного и животного мира, а также их генетического фонда, объектов

всемирного природного наследия, для которых введён режим особой охраны. Потенциал и перспективы развития этого вида туризма определяются ростом спроса россиян на природно-ориентированный туризм с одновременным повышением требований к экологичности путешествий.

В Пензенской области экологический туризм находится на начальной стадии развития. Ресурсный потенциал развития экологического туризма в регионе определяется разнообразием природных условий. Естественная растительность сохранилась примерно на 1/3 площади области. Смешанные, хвойные и широколиственные леса занимают 21,4 % территории. В Пензенской области сохранились небольшие участки целинных степей (Попереченская, Кунчеровская, Островцовская заповедные степи). Они являются образцами зональных степей, почти нигде более в Европе не сохранившихся, и представляют собой участки особо охраняемых природных территорий государственного природного заповедника «Приволжская лесостепь». Всего в регионе действует 86 особо охраняемых природных территорий (ООПТ) общей площадью 16,6 тыс. га, из них 8,3 тыс. га – площадь особо охраняемых территорий регионального значения. Животный и растительный мир достаточно многообразен. В области насчитывается около 3 000 рек и ручьёв общей протяжённостью 15 458 км. Одно из уникальнейших природных явлений региона - истоки реки Хопёр. Наиболее крупные реки Пензенской области - Сура, Уза, Мокша, Хопёр, Ворона.

Основным препятствием для развития экологического туризма в регионе является низкая транспортная доступность, недостаточность или полное отсутствие туристской инфраструктуры, средств размещения и пунктов общественного питания на территории и в окрестностях ООПТ. Для развития экологического туризма необходимы скоординированные действия органов исполнительной власти Пензенской области, администраций ООПТ и органов местного самоуправления по активизации механизмов государственно-частного партнерства и обеспечению информационной поддержки туристских услуг.

Следует отметить, что в 2021 г. на территории Пензенской области появился первый глэмпинг. Располагается глэмпинг на территории «Europark» – это придорожный комплекс на трассе М – 5 в Кузнецком районе, в состав которого входит: жилые домики, сауна, ресторан и парковка.

«Europark» предлагает размещение в номерах разных категорий, от чего зависит стоимость за сутки, представленная в таблице 4.

Таблица 4 – Стоимость и вариант разрешения в глэмпинге «Europark»

Вид размещения	Описание	Стоимость
A-Frame	Небольшой дом с треугольной крышей и панорамными окнами с уникальным видом. Терраса с шезлонгами и столиком, миникухня, санузел и собственная зона барбекю. На первом этаже 2х местный диван-кровать, на втором этаже двухспальный ортопедический матрас. Площадь 45 кв.м. Стандартная вместимость - 2 взрослых	5 500 руб. в будни; 6 000 руб. в выходные при размещении 2 взрослых. 6 500 руб. в будни; 7 000 руб. при размещении в выходные 4 взрослых (или 2 взрослых и 2 детей).
Сфера с панорамными окнами	Комфортабельная круглогодичная сфера с панорамным окном и потрясающим видом. Терраса со столиком для вечернего чаепития и шезлонгом для принятия солнечных ванн. Есть собственный санузел и миникухня (холодильник, чайник, посуда) Площадь 28 кв.м. Стандартная вместимость - 2 взрослых Ребёнок до 5 лет на существующей кровати – бесплатно	5 500 руб. при размещении в будни; 6 000 руб. при размещении в выходные 2 взрослых.
Шале	Дом со всеми удобствами. Имеется миникухня, санузел с душевой кабиной. Двухспальная кровать, раскладной диван-кровать, а также закрытый внутренний дворик с мангальной зоной. Площадь 22 кв.м. Стандартная вместимость - 2 взрослых	4 900 руб. в сутки – 2 взрослых 4 900 руб. в сутки – 4 взрослых (или 2 взрослых и 2 детей)
Гостиничный комплекс	Стандарт с удобствами на этаже; Комфорт двухместные с общими и раздельными кроватями; Комфорт трехместный; Комфорт четырехместный; Делюкс; Делюкс с мини кухней.	От 1 500 руб. в сутки

Таким образом, глэмпинги имеют целый ряд преимуществ и перспективу хорошей окупаемости и прибыльности за счет высокого спроса, соответствия требованиям об оригинальном и комфортном отдыхе потенциальных потребителей и интереса к новой нише.

В целом, глэмпинг предоставляет уникальный опыт отдыха и возможность насладиться с природой в комфорте и стиле. Это может стать дополнительным направлением развития туризма в регионе и привлечь больше туристов, что сделает его перспективы весьма обещающими, а также конкуренция в данном секторе является минимальной. Глэмпинг на территории «Europark» может стать потенциальным конкурентом на территории Пензенской области.

2 Разработка проекта глэмпинг «Еco House» в Пензенской области

2.1 Анализ заинтересованности потребителей в посещении глэмпингов в Пензенской области

В работе было опрошено 50 человек разного пола, достатка, семейного положения и жизненных предпочтений. Респондентов объединяет место жительства – Пензенская область. Анкета для опроса представлена в приложении Б. На рисунке 17 представлен лист с общими сведениями по проведенному исследованию.



Исследование целевой аудитории глэмпинга

Исследование целевой аудитории глэмпинга

8 декабря 2023 г.

Общие сведения	
Название отчета	Исследование целевой аудитории <u>глэмпинга</u>
Название опроса	Исследование целевой аудитории <u>глэмпинга</u>
Дата	8 декабря 2023 г. 20:20
Завершенных ответов	50
Незавершенных ответов	0
Коэффициент завершения	100.0%
Каналы распространения	Завершенных (незавершенных)
Ссылка	50 (0)

Рисунок 17 – Отчет проведенного опроса

В ходе опроса выявлены предпочтения потенциальных туристов и произведен анализ результатов для дальнейшей разработки бизнес-плана глэмпинга.

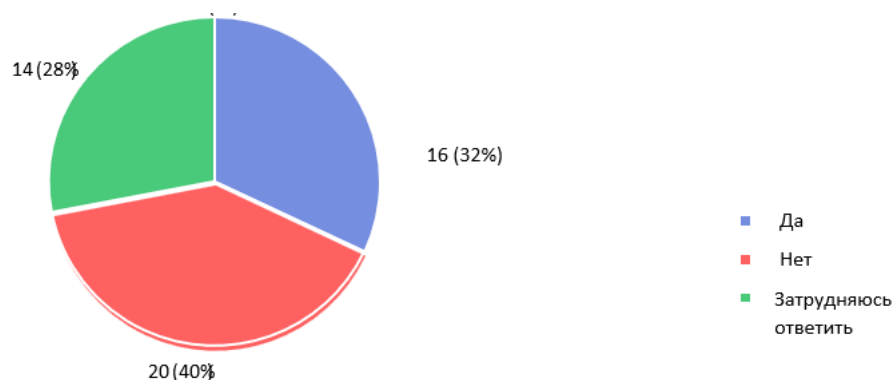


Рисунок 18 – Информирование респондентов о средстве размещения

В данном вопросе приняли участие 50 человек. 40 % из опрошенных не имеет представления о таком средстве размещения как глэмпинг. 32 % опрошенных имеют представление об глэмпинге. Остальные 28 % воздержались от конкретного ответа. Можно сделать вывод, что 72 % опрошенных плохо знакомы с данным направлением туризма. Из-за малой осведомленности потенциальных туристов, соответственно ведет следствие низкого спроса.

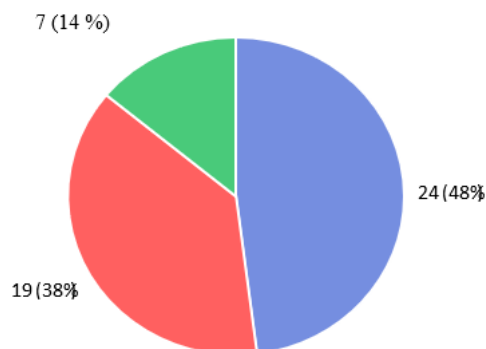


Рисунок 19 – Осведомленность респондентов о средстве размещения

Из 100 % опрошенных, 48 % интересуются данным размещением, а 14 % затрудняются в своем ответе. Более 50 % являются потенциальными клиентами данного вида размещения.

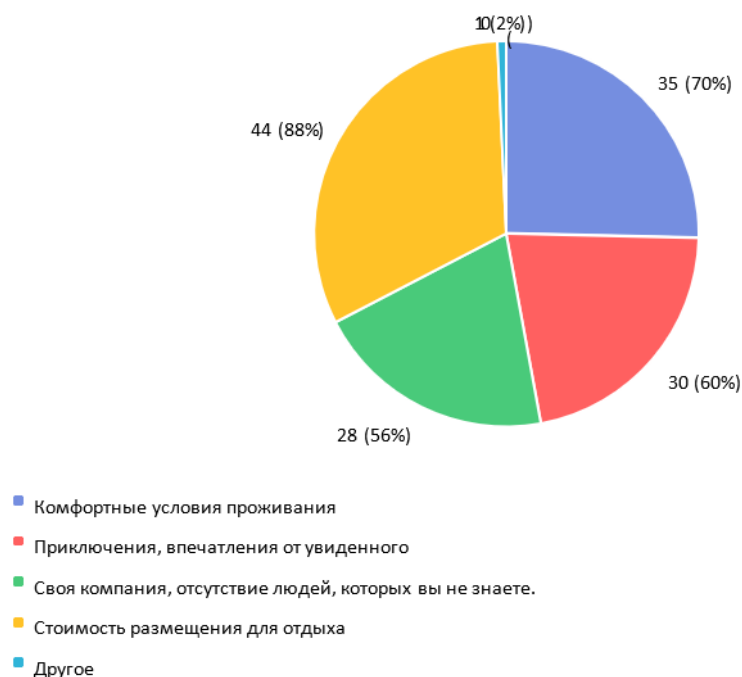


Рисунок 20 – Предпочтения респондентов при выборе средства размещения

В первую очередь на выбор влияет стоимость размещения (88 %), чуть уступают комфортные условия проживания (70 %) и приключения, впечатления от увиденного (60 %). Данные критерии являются приоритетными для большинства туристов.

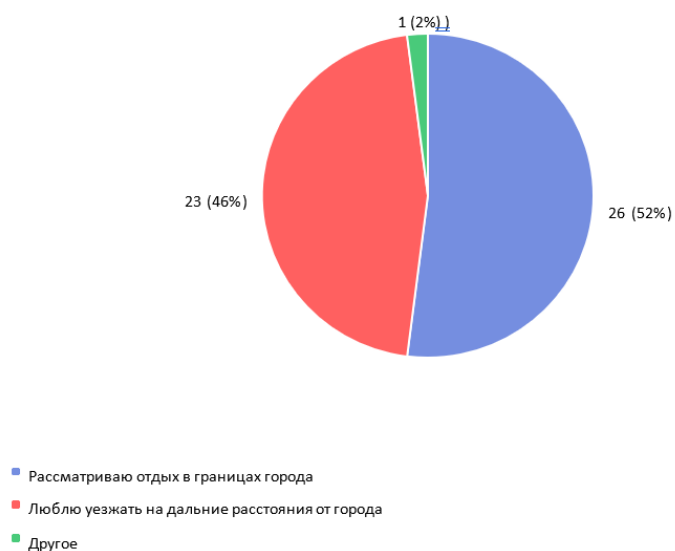


Рисунок 21 – Предпочтения респондентов при выборе отдаленности средства размещения

В большинстве выбор будет сделан в пользу ближайшего места размещения, если устроит по предыдущим параметрам. Но 46 % готовы рассмотреть поездку на дальние расстояния от населенного пункта.

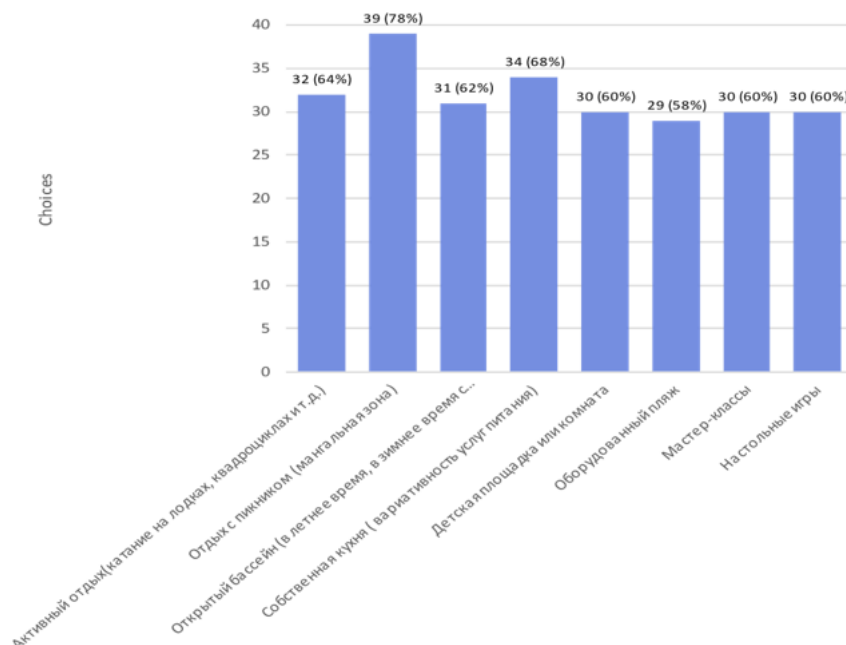


Рисунок 22 – Предпочтения респондентов по дополнительным услугам

Немаловажную роль играют и дополнительные услуги. Мангальная зона в приоритете у 39 человек из 50. Так же интересует собственная кухня и дополнительные услуги для активного отдыха.

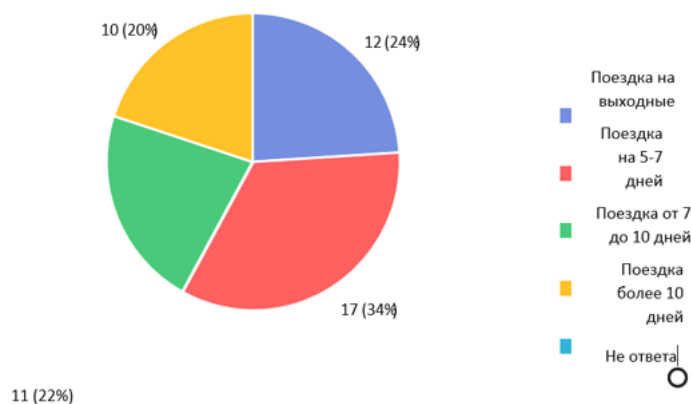


Рисунок 23 – Предпочтения респондентов по длительности пребывания

Оптимальная поездка для потенциальных туристов составляет 5-7 дней. Так же в приоритете является вариант поездки на выходные. В такой короткий срок потенциальные туристы не хотят тратить время на долгую дорогу и организацию отдыха.

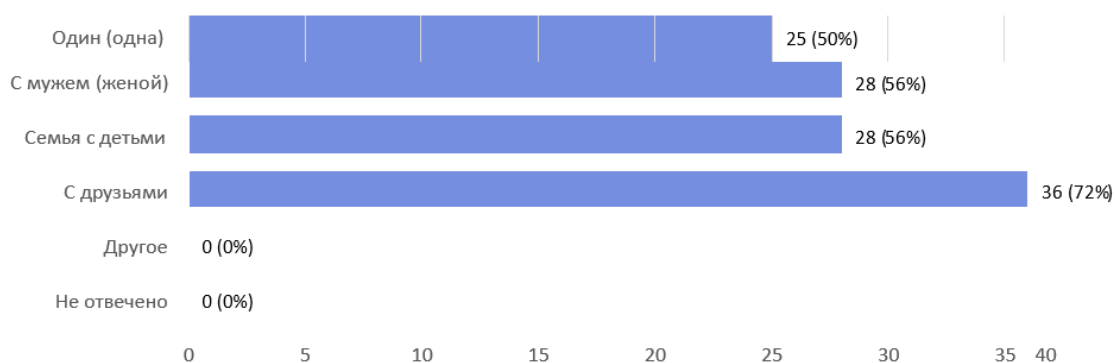


Рисунок 24 – Выбор респондентов компании для размещения в глэмпинге

Основной целевой аудиторией являются туристы, отправляющиеся с друзьями, семьей и супругом. При размещении гостей с компанией стоит учитывать отдаленность их номеров и совместного отдыха.

После вышеизложенного анализа можно сделать вывод, что глэмпинг для людей достаточно новое направление, так как только 30 % из опрошенных знают, что обозначает данный вид размещения, но большая часть (48 %) заинтересована таким размещением.

На фоне нестабильности в стране и высокой инфляции, для гостей в первую очередь важна стоимость размещения (88 %), комфортные условия (70 %), а также приключения и впечатления от увиденного (60 %).

Для гостей неважно насколько отдален объект размещения, но в приоритете варианты с размещением вблизи города (52 %).

Из дополнительных услуг потенциальные гости выбрали мангальную зону (78 %) и питание (68 %). Остальные дополнительные услуги набрали средний процент от 58 до 64.

Длительность поездки в среднем составляет 5-7 дней (34 %). За это время достаточно отдохнуть на природе, познакомиться с местностью и побыть наедине с самим собой.

При выборе компании в глэмпинг, большинство выбрало отдых с друзьями (72 %). Семьи с детьми и пары рассматривают такой объект размещения только в 56 %.

Основным контингентом являются люди от 29 до 50 лет. В данном возрасте гости уже знают для чего и зачем им нужен отдых и соединение с природой. Так же приоритетного пола нет, посещают как женщины, так и мужчины. Доход гостей варьируется от 30 000 руб. до 50 000 руб. Так же рассматривают люди с маленьким доходом (до 10 000 руб.), так как минимальны расходы на дорогу и стоимость размещения.

2.2 Концепция глэмпинга «Eco House»

Для успешной рентабельности глэмпинг-проекта важно учитывать несколько факторов:

1) Местоположение – выбор места для глэмпинг-проекта является ключевым, так как клиентам будет интересно именно сочетание комфорта и природной окружающей среды. Необходимо выбрать уникальное место, где будут представлены красивые пейзажи и доступ к различным видам природы.

2) Услуги и удобства – рентабельный глэмпинг должен предлагать высокий уровень комфорта и роскоши, включая чистую воду, электричество, удобства для гигиены, качественную мебель и постельное белье, а также дополнительные услуги, такие как рестораны, спа-салоны, спортивные площадки и экскурсии по окрестностям.

3) Маркетинг и реклама – важно разработать эффективные стратегии маркетинга и рекламы для привлечения клиентов. Рекламные компании могут включать в себя онлайн-рекламу, социальные медиа, участие в туристических выставках и создание уникальных пакетов услуг.

4) Ценообразование – необходимо установить конкурентоспособные цены для привлечения клиентов, однако стоимость должна оправдывать предлагаемые услуги и уровень комфорта.

5) Управление и обслуживание – для успешного ведения рентабельного глэмпинг-проекта важно иметь профессиональную команду, которая будет обеспечивать чистоту, уход за территорией, обслуживание гостей и предоставление дополнительных услуг.

Рентабельный глэмпинг может быть прибыльным бизнесом, если проект правильно спланирован и учитывает потребности и ожидания современных туристов. Важно создать уникальный продукт, который сочетает комфорт, роскошь и природу, чтобы привлечь и удерживать клиентов.

Глэмпинг «Есо House» располагается в Пензенской области село Засечное вдоль р. Суры.

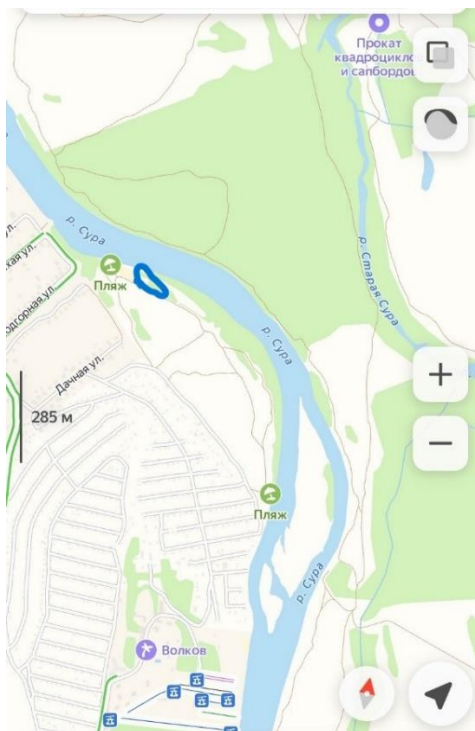


Рисунок 25 – Расположение глэмпинга «Есо House»

Место расположения выбрано на основании вышеизложенного анализа потенциальных гостей.

Глэмпинг будет находится вблизи г. Пензы, чтобы была возможность легко добраться как на автомобиле, так и на общественном транспорте.

Благодаря близкому расположению к городу, можно добраться на автобусе 411 до конечной станции «Куриловка – Подгорная улица». Далее пешком путь составляет всего лишь 600 м в сторону оборудованного пляжа и реки Сура. Общественный транспорт ходит часто, каждые 15 мин.

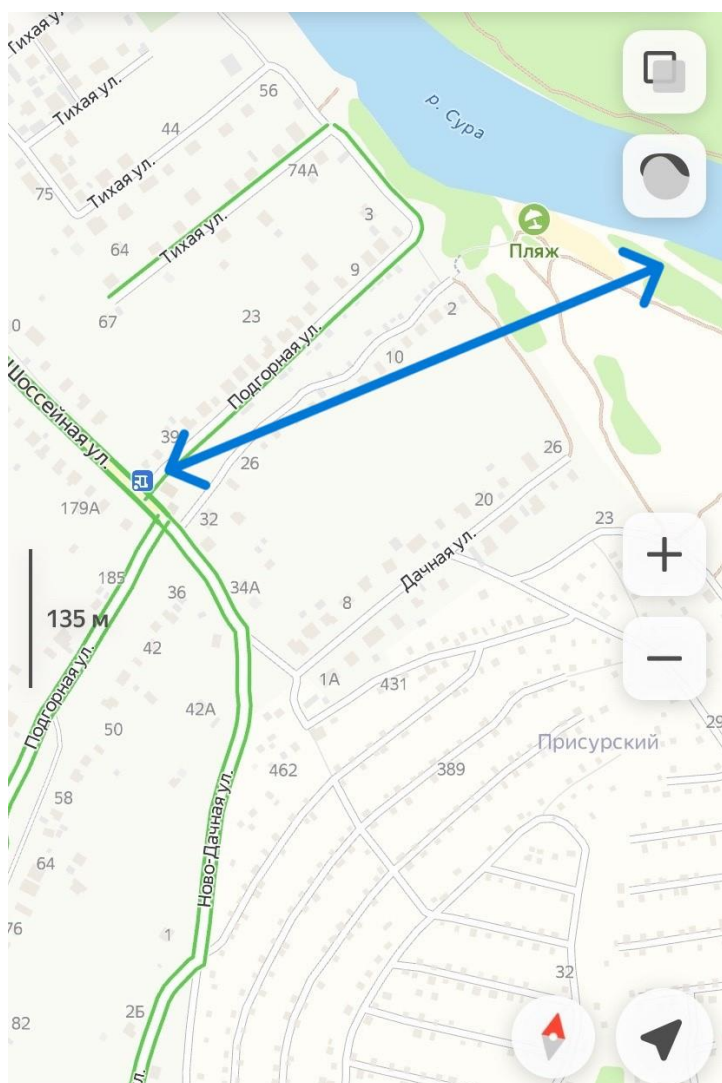
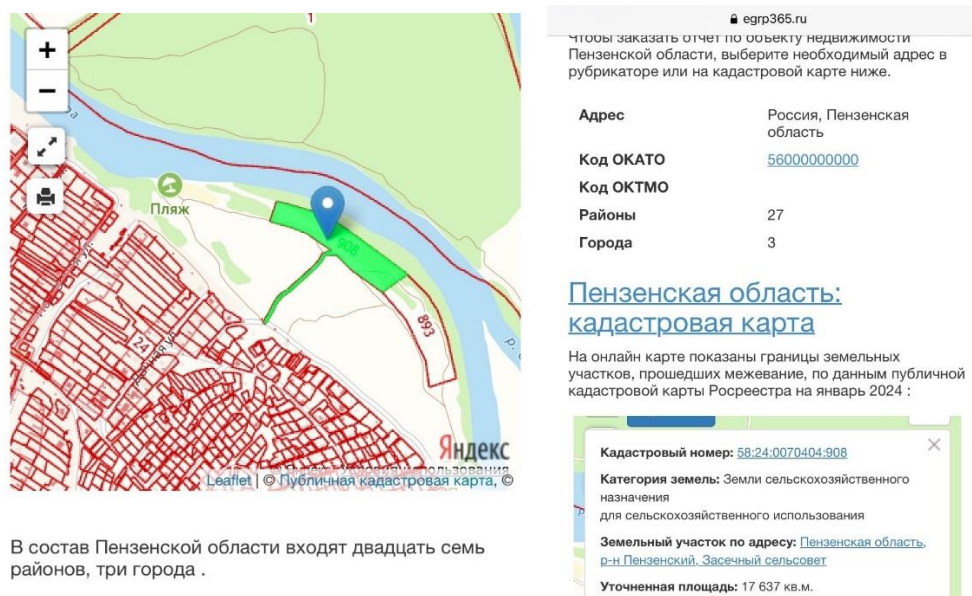


Рисунок 26 – Остановка вблизи автоглэмпинга «Еco House»

Данный участок земли имеет сельскохозяйственное назначение. Территорию возможно взять в аренду не только за свои средства, но и реализовать проект через федеральные программы. Расположение и кадастровый номер представлен на рисунке 27.



В состав Пензенской области входят двадцать семь районов, три города .

Рисунок 27 – Информация из ЕГРН по выбранному земельному участку

Сам автоглэмпинг состоит из пяти атмосферных домиков, сделанных из уникальных автомобилей: легендарные «Volkswagen Transporter», ретро-микроавтобус «ЕРАЗ», польские микроавтобусы «Nysa», а основой для бани послужил советский «ПАЗ-672».

Оценить авто смогут не только взрослые – малыши могут реально показаться на электромобиле «Volkswagen Transporter T1».

Помимо прекрасного отдыха на природе в Пензенской области, гости глэмпинга «Есо House» могут попариться в бане на колесах, поиграть в ностальгические игры на приставках «Dendy» и «Sega», посмотреть фильм на проекторе, покататься на лодке по реке, на квадроциклах по берегу Суры, порыбачить в пруду и пожарить шашлыки на свежем воздухе.

Правила проживания и отмены бронирования:

- Дети до четырех лет размещаются бесплатно без предоставления дополнительного места.

- Для бронирования требуется предоплата в размере 50 % от стоимости проживания.

- При отмене бронирования не менее чем за 14 дней до заезда предоплата возвращается в полном объеме.

- При отмене бронирования в период от 7 до 14 дней возможен перенос даты.

- При отмене бронирования менее чем за семь дней предоплата не возвращается.

В приложении В представлен вариант размещения гостей.

Для проживания доступно пять стильных комфортабельных автобусов. Мест: 2 (+1 ребенок). Стоимость – от 4 000 руб. ночь за номер.

Данный глэмпинг относится к сезонному средству размещения. Работа начинается с первого мая и заканчивается в конце октября. В зимнее время автомобили отгоняются в гараж для технического обслуживания и дальнейшего хранения к следующему сезону.

Предполагается, что парковка будет размещена на территории глэмпинга. Для создания пяти парковочных мест необходимо 50 кв. м

Материал, необходимый для создания парковки, – гравий. Схема размещения в глэмпинге представлена в приложении Г.

При оформлении территории автомобили, санузел, баня и зона отдыха будут соединены деревянной пешеходной дорожкой. Каждый автомобиль оборудован всем необходимым для комфортного пребывания: электричество, освещение, обогреватели, удобная двухместная кровать, комод для личных вещей, рядом находится мини-кухня с плитой, раковиной, холодильником, посудой и наличием питьевой воды. Установлены помещения в количестве пяти штук - по одному на каждую комнату. Комната представляет собой отдельный санузел с просторной душевой кабиной. Для удобства гостей размещена

кушетка, крючки, банные полотенца и личные средства гигиены, которые включены в стоимость размещения.

Рабочий персонал размещается в отдельном помещении, где находится стойка приема и размещения, техническое помещение для уборочных материалов, комната для вещей и отдыха персонала. У администратора предварительно производится заказ завтраков, обедов и ужинов.

В зоне барбекю установлено три мангала для комфортного времяпрепровождения в глэмпинге. Пользование данной зонной предоставляется бесплатно по предварительной записи. Приобрести дрова, угли, розжиг можно на стойке приема и размещения.

Для коллективного общения и отдыха на территории установлена зона под названием «Встаньте в круг». Данная зона предназначена для проведения мероприятий и праздников.

Помимо услуг, непосредственно связанных с размещением гостя, в нашем глэмпинге будут реализованы услуги «видеонаблюдение» и «бесплатный WI-FI» на территории лагеря. Для этого необходимо приобрести оборудование в количестве четырех камер видеонаблюдения и двух WI-FI маршрутизаторов.

Организация мероприятий с небольшими финансовыми вложениями при разработке бизнес-проекта «Eco House»:

- 1) Организация вечерних игр у костра на территории глэмпинга «Встаньте в круг».
- 2) Игры в бадминтон, футбол, перетягивание канатов и т.д.
- 3) Рыбалка на берегу.
- 4) Проведение мастер – классов для детей и взрослых.

Дорогостоящие:

- 1) Хожение на лодках, сапах, каяках. (Маршрут см. рис. 28)
- 2) Катание на квадроциклах.

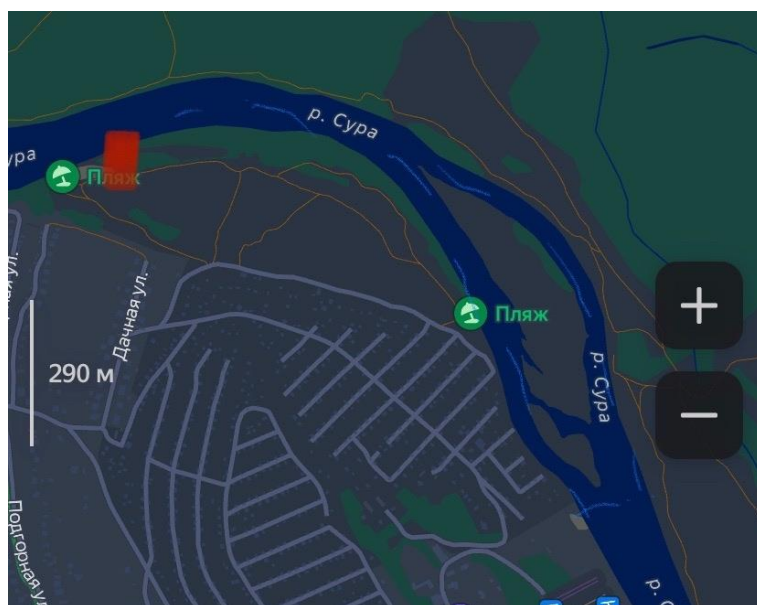


Рисунок 28 – Схема маршрута для водных дополнительных услуг

Питание не включено в стоимость проживания, но по предварительном заказе можно приобрести завтрак, обед и ужин.

По предварительным подсчетам предполагаемое время для подготовки к открытию – 6 мес. За это время необходимо:

- провести маркетинговые исследования;
- организовать продажи в средство размещения;
- провести соответствующие коммуникации и установить непосредственно сам глэмпинг.

Подробный план мероприятий по подготовке к глэмпинга к открытию представлен в таблице 5.

Таблица 5 – Организационный план

Наименование этапа работы	Описание	Дата начала	Дата окончания
Маркетинговые исследования востребованности продукта	1) составление плана исследования и организационных мероприятий; 2) осуществление поиска респондентов, исследование; 3) проведение статистического и системного анализа полученных данных;		

Продолжение таблицы 5

Наименование этапа работы	Описание	Дата начала	Дата окончания
КРІ этапа:	4)составление отчета, подготовка теоретических выводов и практических рекомендаций.	01.11.2023	01.11.2024
	1)Отчет о целесообразности открытия глэмпинга 2)Составленный план действий		
Предварительный маркетинг продукта, начало пред-продаж	1)Позиционирование глэмпинга на различных системах бронирования 2)Развитие веб-сайта 3)Позиционирование глэмпинга в социальных сетях 4)Установление контактов со СМИ 5)Начало предварительных продаж	01.12.2023	01.05.2024
КРІ этапа:	1)20 000 человек суммарной аудитории во всех социальных сетях 2. Предварительная бронь 20% номерного фонда		
Установка глэмпинга на территории	1) Покупка автомобилей и их внутреннего наполнения 2) Приобретение необходимого оборудования для проведения коммуникаций 3) Проведение коммуникаций (вода, электричество, канализация, интернет) 4) Установка лагеря	01.12.2023	01.05.2024
КРІ этапа:	1) Глэмпинг установлен и полностью готов к использованию 2) Опробирование (проживание сроком 1 ночь) прошло успешно		
Работа проекта	1) Встреча первых гостей 2) Контроль за функционированием глэмпинга 3) Увеличение популярности глэмпинга «Еco House» в России	01.05.2023	01.11.2024
КРІ этапа:	1) Поддержание количества положительных отзывов на уровне 95 %		
Конец 1 сезона работы проекта	1) Сбор и складирование глэмпинга	01.11.2024	01.05.2025
КРІ этапа:	1) Хранение глэмпинга в сухом закрытом помещении до следующего сезона		

В данном параграфе описана концепция предлагаемого гостиничного продукта. Им станет загородный комплекс из пяти комфортабельных автомобилей с личной уборной и душевой комнатой. Важной особенностью глэмпинга «Есо House» станет разнообразный выбор дополнительных услуг как для взрослых, так и для детей.

2.3 Калькуляция

Для реализации проекта предлагаем поиск инвестора и участие в Федеральных государственных программах. Сумма инвестиций необходимых для запуска предприятия из пяти автомобилей – 5 524 000 руб. Расчеты, представленные в проекте рассчитаны на пять лет.

Данная территория принадлежит государству и имеет личный кадастровый номер. При ведении калькуляции нужно учитывать арендную плату земли для глэмпинга.

Первая и основная статья расходов на будущий глэмпинг – капитальные затраты. В них вошли расходы на аренду, автомобили, вспомогательные зоны, коммуникации, устройство территории, расходы на административные мероприятия. Всего капитальных затрат: 4 910 000. Подробно смета представлена в таблице 6.

Таблица 6 – Смета капитальных затрат

Статья расходов	Сумма тыс. рублей
Основные расходы	
В том числе:	
1) автомобили (5шт)	2500
2) санузлы (5шт)	75
3) дорожка	40
4) наполнение автомобилей	350

Продолжение таблицы 6

Статья расходов	Сумма тыс. рублей
5) наполнение санузлов	20
6) Аренда	1000
Вспомогательные зоны:	
1) техническое помещение	40
2) оборудование для кухонной зоны	150
3) Зона для спокойного и активного отдыха	500
Коммуникации	
В том числе:	
1) оборудование	50
2) проведение коммуникаций	30
3) генератор электричества	40
4) вай фай и видеонаблюдение	20
Благоустройство территории	
1) парковочная зона	10
Благоустройство территории	
2) ограждение своей территории	35
3) опознавательные знаки на дороге	30
Административные расходы	
1) создание сайта	15
2) кассовое оборудование	10
3) регистрация ИП	15
Всего затрат	4 910

После основных затрат рассчитываем переменные затраты. Расчет произведён на первый сезон.

В таблице 7 представлены затраты на расходные материалы, необходимые для функционирования глэмпинга.

Таблица 7 – Затраты на расходные материалы

Показатели	Основные материалы		
	Материалы для укомплектования гостиницы (бельё и т.п.), комплектов	Расходные материалы (моющие средства и т.п.), наборов	Топливо (бензин, л)
Количество, необходимое для устойчивой работы гостиницы;	10	5	70
Плюс необходимое количество запасов на конец сезона	3	-	-
Итого	13	5	70
Минус величина запасов на начало года;	-	-	-
Итого количество материалов для закупки;	13	5	70
Цена единицы материалов, тыс руб.	2,0	2,0	0,045
Итого затраты на расходные материалы, тыс.руб	26	10	3,150
Итого затраты на расходные материалы, тыс.руб.	37,150		

В таблице 8 приведен перечень расходов по оплате труда сотрудников на первый сезон.

Таблица 8 – Смета расходов по оплате труда на один сезон реализации проекта

Показатели	Сумма, тыс.
Заработная плата административного персонала, тыс. рублей	22
Заработная плата персонала клининга, тыс. рублей	15
Итого расходы по оплате труда за сезон, тыс.руб.	354

Общее количество сотрудников четыре человека. Дополнительно рассчитывается зарплата работника мастер – классов. Данный работник приезжает по указанному графику, который прописан в договоре между работником и организацией.

В таблицах 9 и 10 была произведена оценка постоянных и переменных расходов будущего кемпинга.

Таблица 9 – Смета постоянных расходов первый год работы проекта (тыс.руб.)

Показатели	Сумма
Энергия и освещение	50
Хранение инвентаря в несезон	120
Аренда земельного участка	40
Расходы на связь	10
Расходы на рекламу	25
Обработка территории от насекомых	15
Итого постоянные расходы	260

Таблица 10 – Смета переменных расходов на первый год работы проекта (тыс.руб.)

Статьи расходов	Сумма
Расходы, связанные с оплатой труда	354
Заработная плата коммерческих организаций	60
Страхование	35
Всего переменные расходы	449

В таблице 11 выполнен расчёт предполагаемой выручки за пять сезонов работы глэмпинга.

Таблица 11– Расчет предполагаемой выручки

Показатели	1-й год	2-й год	3-й год	4-й год	5-й год	Всего
Объём предоставляемых услуг	310	540	780	830	900	3 360
Прогнозируемая цена номера, руб	4,0	4,2	4,4	4,630	4,850	-
Рентабельность	0,70	0,70	0,70	0,70	0,70	
Выручка от основной деятельности тыс.руб.	1 240	2 268	3 432	3 843	4 365	15 148

Продолжение таблицы 11

Показатели	1-й год	2-й год	3-й год	4-й год	5-й год	Всего
Выручка от не- основной дея- тельности тыс.руб. (15% доп. услуги)	186	340	515	576	655	2 272
Итого выручка от продаж	1 426	2 608	3 947	4 419	5 020	17 420

На фоне вышеизложенных данных можно сделать вывод, что расходы в первый год составляют 5 030 000 руб. Из них 1 100 000 руб. является постоянным годовым расходом. Окупаемость проекта и первая прибыль наступает на четвертый год в размере 3 000 000 руб.

Данный вид глэмпинга является полностью рентабельным и эффективен для дальнейшей реализации.

В ходе подготовки практической части выпускной квалификационной работы:

- 1) Проведен анкетный опрос на исследование целевой аудитории глэмпинга в Пензенской области.
- 2) Разработана концепция и план глэмпинга «Еco House».
- 3) Произведена калькуляция расходов на реализацию бизнес-проекта и его окупаемость.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Гостиничное дело на сегодняшний день также сильно связано с индустрией туризма и путешествий. Оно играет важную роль в развитии экономики и создании рабочих мест в разных странах и регионах. С развитием интернета и онлайн-бронирования гостиниц, отрасль столкнулась с изменениями в области маркетинга и продаж, а также стала более конкурентоспособной.

Целью выпускной квалификационной работы была разработка проекта глэмпинга «Еco House».

В ходе исследования, проведенного в рамках теоретической части ВКР, была изучена характеристика и требования к проектированию глэмпинга.

По - сколько глэмпинг «Еco House» сможет успешно конкурировать на рынке гостиничных услуг Пензенской области, т.к.:

1) на сегодняшний день концепция глэмпинга является идеально вписывающейся в концепцию туризма России в соответствии с природными ресурсами страны и ее инфраструктурой;

2) на сегодняшний день концепция глэмпинга является перспективным направлением как для России, так и для Пензенской области.

В ходе подготовки практической части ВКР, цель была достигнута.

Разработан и экономически обоснован проект глэмпинга «Еco House». Всего на предприятии будет действовать функционировать пять автомобилей с индивидуальными санузлами.

Дополнительные сооружения – зона для массовых мероприятий и все прочие инфраструктурные элементы (благоустройство территории, коммуникации, парковка и др.) будут установлены в непосредственной близости к жилым автомобилям с разделением зон на общую и жилую.

Несмотря на новизну идеи, хорошие экономические показатели и высокий потенциал глэмпинга как средства размещения, существует ряд угроз финансового характера.

Для предотвращения финансовых потерь, предлагается рассмотрение бизнес-плана более подробно для реализации через инвесторов.

ГЛОССАРИЙ

Бронирование – предварительное закрепление за определенным туристом (пассажиром) мест в гостиницах или на транспортных средствах, билетов в культурно-зрелищные учреждения на определенную дату

Ваучер – документ, выданный туристической или транспортной фирмой в подтверждении того, что турист оплатил конкретные виды услуг (проживание в гостинице, питание, экскурсионное обслуживание, проезд на транспорте и т.д.) и являющийся основанием для получения этого обслуживания.

Встреча и проводы – набор услуг (помощь переводчика, поднос багажа, автотранспорт), предоставляемых туристам при их доставке с железнодорожного вокзала, из аэропорта или морского порта в гостиницу и обратно.

Гид – проводник-профессионал, показывающий туристам достопримечательности города или местности.

Гостиница – это имущественный комплекс (здание, часть здания), предназначенный для предоставления услуг размещения и питания, имеющий не менее 5 номерных единиц. Помимо этого минимума некоторые источники включают в определение гостиниц требования по наличию единого управления, предоставлению услуг по уборке номеров и обеспечению безопасности проживания.

Договор франшизы – договор о передаче прав и привилегий производителя туристических услуг на их реализацию (сбыт). Предусматривает использование торговой марки франшизодателя как гарантии качества услуг.

ИСР – индивидуальное средство размещения – собственное жилище – квартиры, комнаты в квартирах, дома, коттеджи, сдаваемые в наем.

Кемпер – турист, путешествующий на автотранспорте и пользующийся кемпингом.

Кемпинг – ограниченные территории с санитарными объектами, на которых располагаются шале, бунгало, палатки, стационарные фургоны, а также оборудованные площадки для размещения палаток и автодомов. В кемпингах

к услугам проживающих могут быть предоставлены рестораны, магазины, спортивные и развлекательные сооружения, однако вышеперечисленные услуги не являются обязательными.

КСР– коллективное средство размещения: единица в статистике туризма, обозначающая, в отличие от индивидуального средства размещения, «жилое помещение, минимальное число мест в котором превышает определенный минимум для группы лиц, превышающих отдельную семейную единицу. Все места в данном заведении должны подчиняться единому руководству коммерческого типа, даже если оно не ставит целью извлечение прибыли».

Паркинг – место для стоянки автотранспорта.

Расчетный час – момент начала (окончания) суток (обычно 12.00 дня), до наступления которого клиент гостиницы обязан освободить номер либо оплатить полностью или частично следующие сутки.

Рафтинг – сплав по горным рекам на лодках, катамаранах или плотах, не оборудованных моторными средствами.

Турист (ночующий посетитель) – гражданин, посещающий страну (место) временного пребывания в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране временного пребывания в период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющий не менее одной ночевки в стране временного пребывания.

Туризм – временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации (выездной и внутренний туризм), иностранных граждан (въездной туризм) и лиц без гражданства с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 ГОСТ Р 58187–2018. Туристские услуги. Кемпинги. Общие требования. – М. : Изд-во стандартов, 2019. – 6 с.

2 ГОСТ Р 57287–2016. Туристские услуги, предоставляемые на особо охраняемых территориях. Требования. – М. : Изд-во стандартов, 2017. – 3 с.

3 ГОСТ Р 56642–2015. Туристские услуги. Экологический туризм. Общие требования. – М. : Изд-во стандартов, 2017. – 5 с.

4 Федеральный закон от 14.03.1995 № 33-ФЗ (ред. от 10.07.2023) «Об особо охраняемых природных территориях» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2023). – М. : Госдума, 2023. – 56 с.

5 Земельный кодекс РФ №136-ФЗ. Введен 10.10.2001. – М. : Изд-во стандартов, 2002. – 103 с.

6 Авдеева Д. В., Туризм в особо охраняемых природных территориях : мировой и отечественный опыт. – М. : Научный аспект, 2019. – 286 с.

7 Воронов Б. А. Разработка и описание эко туристических маршрутов : методические рекомендации. – Хабаровск : МАНТ, 2000. – 239 с.

8 Голубева Е. И., Экологический туризм на ООПТ : состояние и проблемы – М. : Мост, 2015. – 139 с.

9 Дроздов А. В., Основы экологического туризма. – М. : Гардарики, 2005. – 27 с.

10 Задевалова М. И., Экологический туризм на особо охраняемых природных территориях – СПб : Санкт-Петербургский Государственный Университет, 2009. – 34 с.

11 Крюкова О. В., Развитие экологического туризма на особо охраняемых природных территориях России – М : Современные проблемы науки и образования, 2014. – 147 с.

12 Суржигов В. И., Подход к развитию экологического туризма на особо охраняемых природных территориях на основе системного анализа –

Вестник : Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, 2019. – 82 с.

13 Тарасова В. В., Развитие познавательного туризма на особо охраняемых природных территориях федерального значения – СПб : Речь, 2015. – 180 с.

14 Шевченко С. Н., Организация и управление развитием экологического туризма на особо охраняемых природных территориях – М : Современные проблемы науки и образования, 2013. – 135 с.

15 Шустов С. П., Экологический туризм на пути в Россию. Принципы, рекомендации, российский и зарубежный опыт – Тула : Гриф и К, 2002. – 118 с.

16 Яковлева И. А., Актуальные вопросы развития системы особо охраняемых природных территорий – СПб. : Фундаментальные исследования, 2015. – 205 с.

17 Официальный сайт издания «The Guardian» [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.theguardian.com/small-business-network/2017/jul/13/glam-ingbrexit-staycation-domestic-tourism-british-campsites> (дата обращения: 05.11.2023)

18 Официальный сайт издания «Russiadiscovery» [Электронный ресурс]. – URL: https://www.russiadiscovery.ru/news/glamping_russiadiscovery/ (дата обращения: 12.11.2023).

19 Официальный сайт издания «Wild Harvest» [Электронный ресурс]. – URL: <https://wildharvest.org/glampsite-success/> (дата обращения: 13.06.2019).

20 Официальный сайт оксфордского словаря «Oxfordlearnersdictionaries» [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/glamping/> (дата обращения: 12.012.2023)

21 Официальный сайт «особо охраняемые природные территории РФ» [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/main/rosslat/ni/slatislies/environment/> (дата обращения: 15.11.2023)

22 Официальный сервис по подбору глэмпинга в России «глэмпинг.рф» [Электронный ресурс]. – URL: [глэмпинг.рф/type](http://glamping.rf/type) (дата обращения: 15.11.2023)

23 Официальный сайт производителя тентов для глэмпинга «Дикий дом» [Электронный ресурс]. – URL: <https://dikiydom.com/> (дата обращения: 15.11.2023).

24 Официальный сайт Совета Федерации Федерального Собрания России [Электронный ресурс]. – URL: <http://council.gov.ru/services/reference/10487/> (дата обращения: 13.11.2023)

25 Официальный сайт федерального агентства по туризму «Ростуризм» [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.russiatourism.ru/news/14895/> (дата обращения: 10.11.2023).

26 Официальный сайт юридического агентства «Персона Грата» [Электронный ресурс]. – URL: http://persona-grata.ru/yuridicheskie_uslugi/razrabotka-strategij-turisticheskogo-razvitiya-territorij/ekoturizm (дата обращения: 12.11.2023).

27 Knight, J. Glamping Getaways – Jonathan Knight : Wales, 2016. – 286 p.

28 Lazzaris, S. Glamping As a Business: Owning and Running a Glampsite – Samantha Lazzaris. : Birmingham, 2016. – 165 с.

29 Liddle, C. Handmade Glamping: Add a touch of glamour to your camping trip – Charlotte Liddle. : London, 2018. – 77 с.

30 Lickus, J. Have You Ever Been ‘Glamping? – Jay. Lickus : Portland, 2019. 1-17 с.

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Проекты глэмпингов в мире



Рисунок А.1 – Проект «Skylodge Adventure Suites»



Рисунок А.2 – Проект «Wadi Rum Bubble Luxotel»



Рисунок А.3 – Проект «EcoCamp Patagonia»

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Анкета по исследованию целевой аудитории глэмпинга

Q1 Знаете ли Вы о средстве размещения как глэмпинг?

- ☐ Да
- ☐ Нет
- ☐ Затрудняюсь ответить

Q2 Глэмпинг — это более комфортабельная и дорогая разновидность кемпинга с использованием палаток и других видов жилья и условий. Насколько интересен для Вас такой вид отдыха?

- ☐ Интересен
- ☐ Не интересен
- ☐ Затрудняюсь ответить

Q3 Что является приоритетом в путешествиях для Вас?

- ☐ Комфортные условия проживания
- ☐ Приключения, впечатления от увиденного
- ☐ Своя компания, отсутствие людей, которых вы не знаете.
- ☐ Стоимость размещения для отдыха

Q4 Насколько является важным для Вас отдаленность средства размещения от города?

- ☐ Рассматриваю отдых в границах города
- ☐ Люблю уезжать на дальние расстояния от города

Q5 Какие дополнительные услуги актуальны для Вас в глэмпинге?

- ☐ Активный отдых(катание на лодках, квадроциклах и т.д.)
- ☐ Отдых с пикником (мангальная зона)
- ☐ Открытый бассейн (в летнее время, в зимнее время с подогревом, термальные источники, джакузи, баня)
- ☐ Собственная кухня (вариативность услуг питания)
- ☐ Детская площадка или комната
- ☐ Оборудованный пляж
- ☐ Мастер-классы
- ☐ Настольные игры

Q6 Как часто планируете посещать данный вид размещения?

- ☐ Поездка на выходные
- ☐ Поездка на 5-7 дней
- ☐ Поездка от 7 до 10 дней
- ☐ Поездка более 10 дней

Q7 С кем планируете разместиться в глэмпинге?

- ☐ Один (одна)
- ☐ С мужем (женой)
- ☐ Семья с детьми

☐ С друзьями

Q8 Ваш возраст?

- ☐ 18-23
- ☐ 24-28
- ☐ 29-35
- ☐ 36-50
- ☐ Старше 50

Q9 Ваш пол?

- ☐ Женский
- ☐ Мужской

Q10 Ваш доход в месяц?

- ☐ менее 10 000
- ☐ 10 000 - 30 000
- ☐ 30 000 - 50 000
- ☐ Более 50 000

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Оформления глэмпинга «Еco House»



Рисунок В.1 – Средство размещения с глэмпинге «Еco House»



Рисунок В.2 – Оформление развлекательной зоны глэмпинга «Еco House»



Рисунок В.3 – Оформление средства размещения глэмпинга «Еco House»



Рисунок В.4 – Оформление средства размещения глэмпинга «Есо House»



Рисунок В.5 – Оформление зоны отдыха в глэмпинге «Еco House»

Приложение Г

Примерная схема размещения в глэмпинге «ECO HOUSE»



Ректору Пензенского
государственного университета
А.Д. Гулякову
студента 4 курса ИЭиУ
заочной формы обучения
Шалимовой Виктории Валерьевны

ЗАЯВЛЕНИЕ

Я, Шалимова Виктория Валерьевна, студент 4 курса заочной формы обучения направления подготовки 43.03.02 «Туризм» (профиль «Туризм»), прошу провести проверку с использованием системы «Антиплагиат» бакалаврской работы на тему «Разработка бизнес-проекта глэмпинга «Есо House» в Пензенской области», выполненной мной самостоятельно, на содержание элементов плагиата.

Все прямые заимствования из печатных и электронных источников, а также из защищённых ранее выпускных квалификационных работ, кандидатских и докторских диссертаций имеют соответствующие ссылки.

Я ознакомлен(а) с действующим Стандартом университета «Выпускная квалификационная работа обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры», согласно которому обнаружение плагиата является основанием для недопуска ВКР к защите и отчисления из университета.

«22» января 2024 г.

ВКР представлена на проверку «22» января 2024 г. ____ ч. ____ мин.

Руководитель ВКР _____
(подпись)

Гамидуллаева Л.А.
(И.О. Фамилия)