

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

«Технология и организация  
туроператорских и турагентских услуг»  
наименование

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

на тему

«Разработка проекта глэмпинга на территории Пензенской области»

Студент 183ЭТ31  
номер группы

20.01.2022  
подпись, дата

Коксина Алина Андреевна  
ФИО полностью

Руководитель К.Э.Н., доцент

звание, должность

ФГБОУ ВО «ПГУ»  
наименование организации

20.01.2022  
подпись, дата

Уткина Н.В.  
фамилия, инициалы

Нормоконтролёр К.Э.Н., доцент  
звание, должность

29.01.2022  
подпись, дата

Балахонова Е.В.  
фамилия, инициалы

Работа допущена к защите (протокол заседания кафедры от \_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_)

Заведующий кафедрой «Маркетинг,  
коммерция и сфера обслуживания»

подпись

фамилия, инициалы

Семеркова Л.Н.

Работа защищена с отметкой \_\_\_\_\_ (протокол заседания ГЭК от \_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_)

Секретарь ГЭК

подпись

Балахонова Е.В.  
фамилия, инициалы

Пенза 2022

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

Кафедра «Маркетинг, коммерция и сфера обслуживания»

«УТВЕРЖДАЮ»

Зав. кафедрой «Маркетинг, коммерция  
и сфера обслуживания»

д.э.н., профессор \_\_\_\_\_ Семеркова Л.Н.

**ЗАДАНИЕ**  
**по бакалаврской работе студенту**

Коксиной Алине Андреевне

\_\_\_\_\_  
(ФИО)

**1. Тема работы:** «Разработка проекта глэмпинга на территории Пензенской области»

**2. Срок сдачи студентом законченной работы:** 20 января 2022 г.

**3. Исходные данные к работе:** нормативно-правовые документы индустрии туризма, научная и учебная литература по теме исследования, специализированные Интернет-ресурсы, данные ГИС-сервисов и кадастровой карты Пензенской области, результаты собственных исследований автора.

**4. Содержание расчетно-пояснительной записки (перечень подлежащих разработке вопросов):** исследование возможностей создания и развития бизнеса в сегменте глэмпинг-туризма в Пензенской области, разработка проекта глэмпинга на территории Пензенской области, план мероприятий по реализации проекта глэмпинга, расчёт расходов и предполагаемая доходность проекта глэмпинга.

**5. Перечень графического материала (с точным указанием обязательных чертежей):** демонстрационные слайды, раздаточный материал

**Дата выдачи задания:** 1 ноября 2021 г.

**Руководитель:** \_\_\_\_\_

(подпись)

**Задание принял к исполнению:** 1 ноября 2021 г.

(дата)

\_\_\_\_\_  
(подпись студента)

## ВЫПОЛНЕНИЕ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

| Наименование разделов                                                                                  | Срок исполнения |            | Подпись |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|------------|---------|
|                                                                                                        | начало          | конец      |         |
| Содержание                                                                                             | 02.11.2021      | 18.01.2021 |         |
| Введение                                                                                               | 02.11.2021      | 18.11.2021 |         |
| Исследование возможностей создания и развития бизнеса в сегменте глэмпинг-туризма в Пензенской области | 03.11.2021      | 07.11.2021 |         |
| Исследование спроса на глэмпинги в Пензенской области                                                  | 07.11.2021      | 28.11.2021 |         |
| Разработка проекта глэмпинга в Пензенской области                                                      | 07.11.2021      | 29.11.2021 |         |
| Расчёт расходов и предполагаемая доходность проекта по созданию глэмпинга в Пензенской области         | 20.11.2021      | 29.11.2021 |         |
| Заключение                                                                                             | 16.11.2021      | 17.01.2021 |         |
| Глоссарий                                                                                              | 17.11.2021      | 18.01.2022 |         |
| Список использованных источников                                                                       | 17.11.2021      | 18.01.2022 |         |
| Приложения                                                                                             | 17.11.2021      | 18.01.2022 |         |

Руководитель бакалаврской работы \_\_\_\_\_ Уткина Н. В.  
(подпись, ФИО)

## Реферат

Тема бакалаврской работы: «Разработка проекта глэмпинга на территории Пензенской области».

Автор бакалаврской работы: Коксина А. А., группа 183ЭТ31.

Руководитель бакалаврской работы: к.э.н., доц. Уткина Наталья Владимировна.

Год защиты бакалаврской работы: 2022.

Актуальность темы состоит в том, что глэмпинг открывает новую нишу бизнеса на рынке рекреационного туризма Пензенской области.

Целью бакалаврской работы является разработка проекта создания глэмпинга на территории Пензенской области.

Поставленная цель обусловила необходимость решения следующих задач:

- определить сущность глэмпинга, провести анализ рынка глэмпингов, выявить тенденции развития глэмпинг-туризма в мире и РФ;
- провести анализ современного состояния сферы туризма в Пензенской области;
- выполнить исследование спроса на глэмпинги в Пензенской области;
- разработать проект глэмпинга для создания бизнеса в Пензенской области;
- предложить план мероприятий по реализации проекта создания глэмпинга на территории Пензенской области;
- выполнить расчёт расходов и предполагаемой доходности проекта по созданию глэмпинга на территории Пензенской области.

В ходе выполнения работы были проанализированы возможности создания и развития бизнеса в сегменте глэмпинг – туризма в Пензенской области, исследован спрос на глэмпинги в Пензенской области. В ходе проведённого анализа выяснили, что рынок туризма в Пензенской области недоста-

точно развит в направлении глэмпинг – туризма. Автором работы предложен проект по созданию глэмпинга на основе проведенного анализа территории Пензенской области.

В бакалаврской работе использованы следующие методы: анализ и синтеза, анализа статистических данных, сравнение, обобщение и интерпретация результатов исследования, метод расчета экономических затрат и предполагаемой доходности проекта.

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

Объем бакалаврской работы составляет 61 страницу формата А4. Работа содержит три таблицы, 16 рисунков и четыре приложения, 67 использованных источников.

## Содержание

|                                                                                                                  |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Введение.....                                                                                                    | 7  |
| 1 Исследование возможностей создания и развития бизнеса в сегменте<br>глэмпинг-туризма в Пензенской области..... | 9  |
| 1.1 Концепция глэмпинга и тенденции развития глэмпинг-туризма....                                                | 9  |
| 1.2 Анализ современного состояния сферы туризма в Пензенской<br>области.....                                     | 21 |
| 1.3 Исследование спроса и предложения на услуги загородного отдыха<br>в Пензенской области .....                 | 24 |
| 2 Разработка проекта глэмпинга в Пензенской области.....                                                         | 31 |
| 2.1 Концепция глэмпинга .....                                                                                    | 31 |
| 2.2 Расчёт расходов и предполагаемая доходность проекта по созданию<br>глэмпинга.....                            | 45 |
| Заключение.....                                                                                                  | 49 |
| Глоссарий.....                                                                                                   | 52 |
| Список использованных источников.....                                                                            | 55 |
| Приложение.....                                                                                                  | 61 |

## **Введение**

Развитие туризма связано со спросом россиян на путешествия. В зависимости от влияющих факторов, спрос регулярно меняется как качественно, так и количественно. У туристов всё больше возрастает заинтересованность к отдыху на природе и экологичности путешествия.

В связи с пандемией COVID-19 в сфере туризма выявилась необходимость в средствах размещения на природе, учитывающих уединенность отдыха и требования к комфортности проживания. Одним из вариантов решения такой задачи становится создание глэмпинга. Помимо комфорта и уединения с природой, у данного вида размещения есть множество других плюсов:

- мобильность конструктивного решения;
- демократичность по цене (и с точки зрения инвестиций, и с точки зрения стоимости для гостей);
- высокий уровень рентабельности бизнеса в сегменте глэмпингов.

Анализ рынка туризма Пензенской области показал наличие ограниченного предложения в сегменте глэмпингов на территории региона. Учитывая вышесказанное, а также рост спроса на рекреационный туризм в условиях природной среды, можно сделать вывод об актуальности темы работы.

Цель – разработать проект создания глэмпинга территории Пензенской области.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- определить сущность глэмпинга, провести анализ рынка глэмпингов, выявить тенденции развития глэмпинг – туризма в мире и РФ;
- провести анализ современного состояния сферы туризма в Пензенской области;

- выполнить исследование спроса на глэмпинги в Пензенской области;
- разработать проект глэмпинга для создания бизнеса в Пензенской области;
- предложить план мероприятий по реализации проекта создания глэмпинга на территории Пензенской области;
- выполнить расчёт расходов и предполагаемой доходности проекта по созданию глэмпинга на территории Пензенской области.

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

Предмет исследования – возможности и условия создания бизнеса в сегменте глэмпинг – туризма на территории Пензенской области.

Методы исследования: анализ и синтеза, анализа статистических данных, сравнение, обобщение и интерпретация результатов исследования, метод расчета экономических затрат и предполагаемой доходности проекта.

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

Новизна результатов работы заключается в том, что исследование возможностей и условий развития глэмпинг – туризма и создания глэмпинга на территории Пензенской области еще никем не проводилось.

Объем бакалаврской работы составляет 61 страницу формата А4. Работа содержит три таблицы, 16 рисунков и четыре приложения, 67 использованных источников.

# **1 Исследование возможностей создания и развития бизнеса в сегменте глэмпинг-туризма в Пензенской области**

## **1.1 Концепция глэмпинга и тенденции развития глэмпинг-бизнеса в России и в мире**

Объекты индустрии современного туризма, предлагающие гостям отдых, размещение и прочие услуги, весьма разнообразны. К ним относятся городские, курортные и загородные отели, кемпинги и туристические базы, детские оздоровительные лагеря и даже мобильные объекты, такие как эко-отели.

В эру урбанизации все большую популярность приобретает такой туристский продукт, как отдых на природе, включающего все виды природного туризма, при которых основной мотивацией туристов является приобщение к природе при стремлении к ее сохранению. Изменяющийся портрет современных потребителей гостиничных услуг, их предпочтений и требований ведет к формированию новых форматов средств размещения, одним из которых является глэмпинг.

Слово «глэмпинг» образовалось от объединения английских слов «glamorous camping», что в переводе на русский язык означает «гламурный кемпинг». Глэмпинг представляет собой объект туристской индустрии, формат которого предполагает размещение туристов на природной территории, организованный по принципу кемпинга с использованием некапитальных сооружений для пребывания гостей, которым обеспечены условия проживания повышенной комфортности и расширенный спектр услуг[54].

Таким образом, для создания глэмпинга возможно применение ГОСТ Р 58187 – 2018 «Туристские услуги. Кемпинги. Общие требования», в соответствии с которым под сооружениями понимают некапитальные, мобильные, складные, переносные объекты и конструкции. Объектом глэмпинг-

размещения является питч. На питчах туристы могут размещаться как в собственных объектах размещения (мобильных, переносных), так в объектах, установленных администрацией до заезда туристов [6].

Таким образом, глэмпинг – это объект гостеприимства с устройством экологических легких строений, что при применении решений, максимально учитывающих особенности территории, обеспечивает сохранность естественного ландшафта местности.

К числу преимуществ проведения отдыха в глэмпинге следует отнести возможность получения уникального опыта и абсолютно незабываемых ощущений от единения с природой. Бизнес, технологии, быстрый темп жизни – все это отдаляет человека от природы, формируя при этом в нем неприспособленность к жизни без удобств. Однако у каждого человека время от времени возникает желание побыть наедине с природой, не теряя возможности сохранить комфорт и удобства. Именно по этой причине интерес к глэмпингу возрастает по всему миру и со стороны потребителей услуг, и с позиции бизнеса.

Предпосылками появления глэмпинг – туризма, по мнению ряда авторов, являются [14]:

- 1) Глэмпинг как формат размещения на событийных мероприятиях.

Некоторые исследователи считают, что развитие глэмпинг – туризма связано с фестивальной культурой в Великобритании и желанием организаторов предоставить более комфортные (люксовые) варианты размещения для состоятельных клиентов и звездных гостей в период проведения фестивалей (Stanley & Stanley, 2014; IBIS World, 2018; Igoue, 2016). В настоящее время в Великобритании существует несколько десятков компаний, которые предоставляют услуги премиального размещения в рамках организации массовых мероприятий под открытым небом (фестивалей, спортивных состязаний и т.п.).

## 2) Глэмпинг как ниша в кемпинг – туризме.

Часть авторов исследований сходятся на том, что глэмпинг зародился в рамках индустрии кемпинга как попытка удовлетворить растущие потребности туристов в более комфортных условиях и дополнительных услугах. Например, исследование, проведенное Garst и др. (2009), выявило тенденцию расширения спектра предоставляемых услуг и предложений новых, люксовых форматов размещения в кемпингах. Согласно Brooker и Jorpe (2013), рост таких предложений диктуется в первую очередь растущими потребностями туристов.

## 3) Глэмпинг – туризм как разновидность природного и экологического туризма.

В пользу данной версии говорит история развития сети «Wigwam Holidays», основанной в 2000 году Чарльзом Галландом в Шотландии, хотя фактически компания начала свою деятельность гораздо раньше. В 1989 г. Чарльз Галланд построил первую из своих деревянных хижин, названных деревянными вигвамами, а в 1992 г. такие хижины были размещены на туристских пеших маршрутах в Шотландии. В 2001 г. компания спроектировала первый домик с полноценным санузлом, который стал хитом продаж и инициировал появление целой когорты производителей глэмпинг-модулей в Великобритании. На сегодняшний день в сети «Wigwam Holidays» более 90 глэмпингов, расположенных на самых красивых природных территориях Великобритании.

## 4) Глэмпинг – туризм, как часть сельскохозяйственного туризма.

Некоторые исследователи считают, что популяризации глэмпингов во многом способствовало развитие сельского туризма. Появление глэмпингов в фермерских хозяйствах Великобритании связано с именем Люта Морала, бывшего сотрудника компании Уолта Диснея. В 2003 г. он создал и реализовал концепцию зеленого кемпинга, размещенного на территориях работающих ферм в Нидерландах. По его задумке, это должно было стать форматом

комфортного отдыха с возможностью увидеть фермерскую жизнь изнутри для семей с детьми, размещаемых в палатках по типу сафари – тентов, которые оборудованы удобными спальными местами и кухней. В зеленых кемпингах не было предусмотрено электричество, чтобы по вечерам семья собиралась вокруг костра и погружалась в атмосферу настоящей походной жизни.

Все четыре приведенные концепции актуальны по настоящее время и демонстрируют различные подходы к применению глэмпингов при создании туристского продукта.

Активное развитие глэмпинга и желание индивидуализировать свой продукт привели к появлению многочисленных вариантов для размещения путешественников. Так, на сайте [www.glampinghub.com](http://www.glampinghub.com) представлено более 25 различных вариантов средств размещения с их полным описанием: от юрт и комнат-капсул до домиков на деревьях и комнат – куполов [2]. С вариантами размещения можно ознакомиться в приложении А.

Экспертами предлагается следующая классификация глэмпинга, как средства размещения:

- традиционные средства размещения;
- специфические средства размещения.

1) Первая группа средств размещения включает в себя традиционные постройки и иные виды сооружений, которые спроектированы и построены, основываясь на их естественном объединении с окружающей средой. К их числу относятся виллы, коттеджи, эко – гостиницы, амбары, загородные дома, курорты, имеющие традиционное архитектурное решение и расположенные в живописных природных уголках планеты, оборудованные всеми удобствами и предлагающие гостям сервис на высоком уровне.

2) Вторая группа включает в себя постройки и иные виды сооружений, которые построены, основываясь на применении органических форм и естественного их объединения с окружающей средой. Ввиду разносторонности выделяют следующие подгруппы:

- средства размещения с прозрачными стенами, потолком (комнаты – купола, комнаты – капсулы), позволяющие наблюдать за природой в любое время суток;

- средства размещения, характерные для разных народов мира (юрты, типи, иглу, шатры и др.);

- средства размещения, расположенные непосредственно в природной среде (комнаты в скалах, дома на деревьях, комнаты под водой и др.);

- средства размещения, изолированные от иных путешественников (проживание на маяках, на отдельных островах, на скалах и др.);

- иные средства размещения (палатки, кабузы, минивены и др.).

Следует отметить, что в недавнем времени на международном уровне была предпринята попытка разработки системы классификации средств размещения глэмпинга. Так, Совет по туризму Словении совместно с международной компанией «WorldofGlamping» разработали систему классификации, согласно которой средства размещения подразделяются на три категории [32]:

- средства размещения простого типа («scouting»),

- средства размещения улучшенного типа («glamping»),

- классические средства размещения («lodging»).

Каждая из категорий предполагает присвоение от одной до семи звезд в зависимости от уровня сервиса, предлагаемых услуг и ряда иных факторов. Кроме этого компания «WorldofGlamping» учредила и ежегодно проводит премию «W.G. Awards», которая присуждается лучшим объектам глэмпинга на международном уровне. Также компания намерена проводить работу по объединению лучших центров глэмпинга в разных странах мира в так называемую глэмпинговую сеть с целью предоставления путешественникам возможности знакомства с разными странами в лучших местах, предлагающих наиболее высокий уровень и качество обслуживания.

Рассматривая территориальное распределение глэмпингов в мире и принимая во внимание данные списка Glamping.com по состоянию на сентябрь 2020 г., следует отметить, что в странах Северной Америки и Европы расположено наибольшее количество глэмпингов (199 и 168 центров глэмпинга соответственно); далее следуют страны Африки и Азии (110 и 79 центров глэмпинга соответственно); на регион Центральной Америки и Карибский бассейн приходится 54 глэмпинга, на страны Южной Америки – 41; в Австралии и Океании – 40. За последние три года в странах Европы открылось более 1 200 глэмпинг – центров [3].

Наиболее высокий уровень развития данного вида отдыха на Европейском континенте отмечается в Великобритании (38 объектов по данным на сентябрь 2018 г.). Выход Великобритании из ЕС оказал положительное влияние на рост внутреннего туризма в стране с 34 % до 46 % [4].

Кроме Великобритании, в пятерку европейских стран, где глэмпинг является популярным видом отдыха, входят Испания, Италия, Франция, Португалия. К слову, Словения является страной с высокими темпами развития глэмпинга, занимая 6 – е место в списке европейских стран.

Учитывая рост популярности глэмпинга во всем мире, некоторые отели решили последовать современной тенденции и интегрировать ее в свою деятельность, что легло в основу появления такого термина, как «городской глэмпинг». Так, в 2021 году отель «The Gwen», расположенный в центре г. Чикаго (США), включил в перечень оказываемых услуг возможность проживания в роскошном трехкомнатном шатре, расположенном на пятом этаже отеля, на самой большой в городе террасе площадью в 1 000 кв. м. Стоимость проживания в данном шатре составляет 3500 долл США [21].

Рассмотрим варианты наиболее эффективных бизнес – моделей создания глэмпинга, основываясь на таких критериях как: целесообразность со-

здания, доступность, возможности развития предприятия и сокращения финансовых рисков.

1) Модель создания глэмпинга по инициативе малого и среднего бизнеса.

По мнению зарубежных экспертов, это самая распространенная модель работы глэмпингов, благодаря которой и начался расцвет индустрии. Чаще всего такие объекты создаются энтузиастами, семейными парами или командой единомышленников, которые хотят осуществить свой замысел и построить уникальный, непохожий на другие, проект. Хорошим примером подобной инициативы служит опыт компании «UnderCanvas» (США) [21].

2) Модель создания глэмпинга с целью расширения имеющегося номерного фонда.

Модель предполагает открытие глэмпинга в рамках существующего объекта размещения (база отдыха или загородный отель). Такие средства размещения часто располагают незадействованной территорией, пригодной для организации глэмпинга, а также необходимой инфраструктурой для этого. Как правило, отельеры используют глэмпинг в качестве расширения номерного фонда в сезон повышенной загрузки. Эту модель также адаптируют и кемпинги, для которых глэмпинг – это возможность привлечения более состоятельных гостей через предложение премиальных форматов проживания в условиях повышенной комфортности. С ростом популярности глэмпинг-туризма некоторые отдельные сети, например «Marriot Tribute Portfolio Resort» в Индонезии, начали рассматривать возможность усиления своего бренда путем предложения нестандартного формата размещения на основе глэмпингов [66].

3) Модель создания глэмпинга по франшизе, развитие сети глэмпингов.

С развитием глэмпинг-туризма на рынке часто стали появляться предложения франшизы, покупка которой становится относительно быстрым способом запуска собственного глэмпинг – бизнеса и позволяет предприни-

мателю избежать типичных ошибок, а также сократить риски начинающего предпринимателя. Данное направление отдыха по праву набирает популярность и приобретает мировой масштаб. Самые известные из них: «ХюггеКэмп», «OneGlamping», «GlampIn», «Jewelberry Glamping».

Изучив мировую историю применения глэмпинга, можно сделать предварительный прогноз по реализации подобных проектов в России, тем более что потенциал и предпосылки для формирования потока внутреннего туризма в стране значительный.

Первый глэмпинг на территории РФ был открыт в 2016 г. в Тульской области на территории загородного клуба «Гуляй – город» (рисунок 1). Для строительства глэмпинга использовались деревянные помосты и сафари-тенты, поэтому проживание в нем было доступно только в летний сезон. Позже, для повышения качества обслуживания в году был открыт ресторанно-гостиничный комплекс. Туристам стали доступны зал с открытой верандой и видом на Оку, несколько номеров – от одноместного рыбацкого до двухуровневого семейного люкса, гостиная с библиотекой, бильярд, ирландский паб, каминный зал.



Рисунок 1 – Глэмпинг «Гуляй-город»

За последний год количество глэмпинг-центров в Российской Федерации увеличилось. К 2017 году на территории РФ насчитывалось 25 глэмпингов. Эта цифра выросла почти вдвое к 2018 году – 49 глэмпингов. В 2019 году статистика указывала на наличие 60 глэмпингов в России.

Можно утверждать, что бум глэмпинг-туризма пришелся на 2020 год, в период пандемии COVID-19. Число глэмпингов увеличилось в два раза и продолжило непрерывно расти. К 2021 году в России насчитывается уже 178 глэмпингов.

На рисунке 2 представлена карта размещения глэмпингов на территории Российской Федерации.

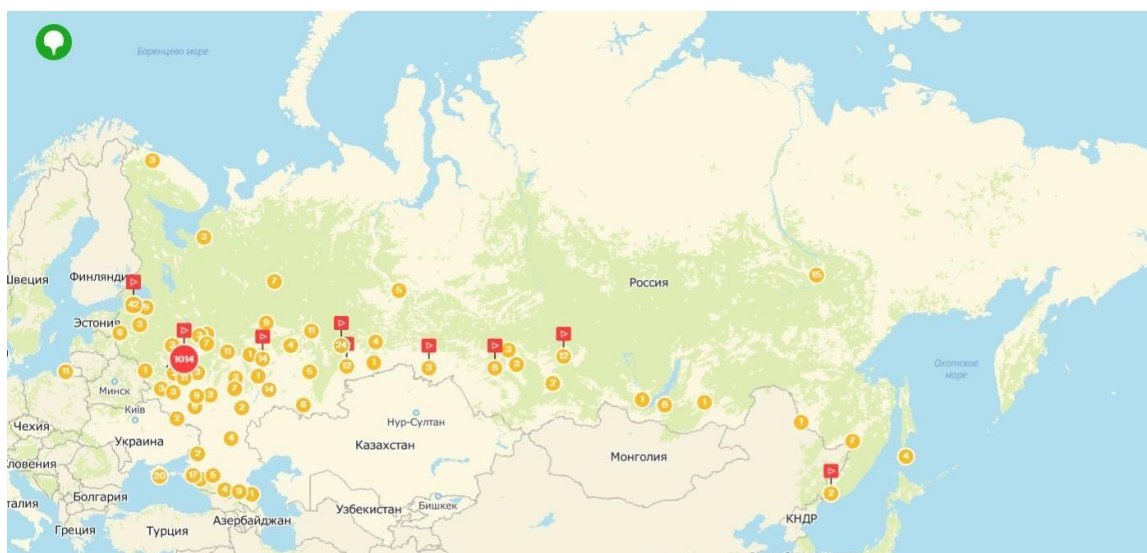


Рисунок 2 – Карта территориального размещения глэмпингов в РФ

На рисунке 3 представлена динамика развития рынка глэмпингов в РФ за период с 2017 по 2021 гг. Прямая показывает соотношение количества открывшихся глэмпингов и года их создания. Данный график позволяет сделать вывод о ярко выраженном спросе на данный вид средств размещения.

В РФ, кроме традиционных подходов в организации глэмпинг-объектов (например, центр «Зеленая тропа»), наблюдается проявление развития городского глэмпинга. Это свидетельствует о своевременном реагировании на ми-

ровые тенденции развития индустрии туризма и гостеприимства. Так, в августе текущего года в Москве в районе Ходынского поля была открыта территория для глэмпинга: пространство с 8 палатками-шатрами, зоной отдыха, охраной и ресепшен расположились на крыше открытой парковки торгового центра «Авиапарк». Цель проекта Moscow Escape – дать жителям столицы возможность отдохнуть, не выезжая из города [44].

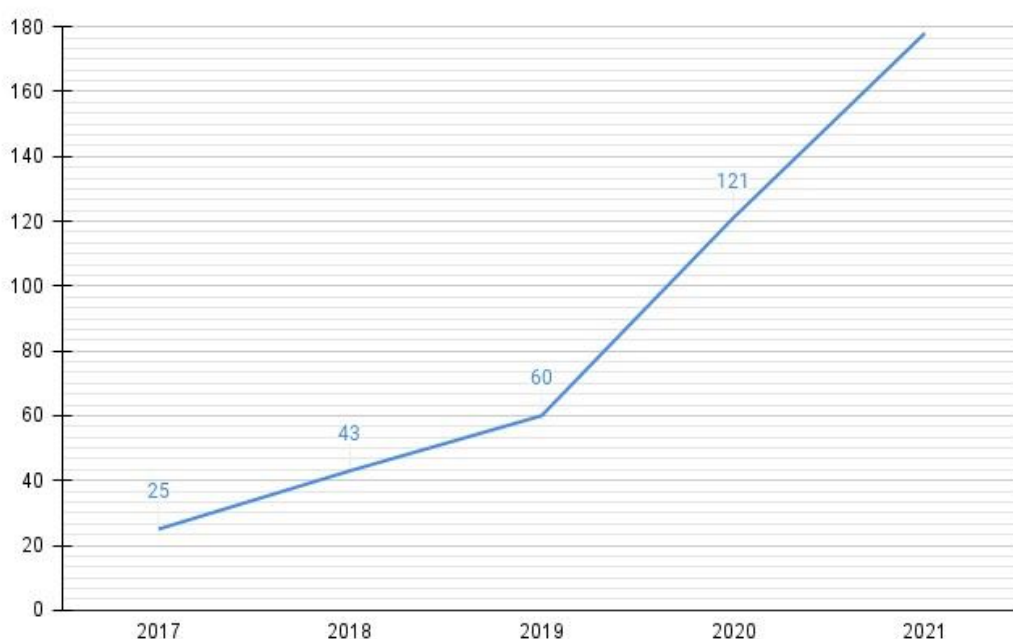


Рисунок 3 – Динамика роста количества глэмпингов по РФ

На данном этапе глэмпинги развиваются как бизнес-проекты. При создании глэмпинга, как бизнеса, необходимо проработать следующие вопросы:

- а) Определиться с концепцией и финансами:
  - как выбрать землю;
  - как разработать концепцию проекта;
  - как составить бизнес-план;
  - займы, поиск инвесторов в соцсетях, краудфандинг;
  - как получить помощь от государства;

- как подавать успешные заявки на гранты;
- как сократить издержки и выйти на прибыль;
- на чем зарабатывать зимой глэмпингу.

б) Изучить юридические особенности создания и функционирования глэмпинга:

- юридические аспекты при выборе участка;
- как открыть глэмпинг на территории ООПТ;
- какие проверяющие органы приедут;
- как организовать кухню в соответствии с нормами СЭС.

в) Продумать благоустройство и подводку инженерных сетей:

- обзор рынка: выбор сан. блока, общественной зоны, модулей;
- благоустройство территории и дополнительные услуги;
- как организовать проект строительства и организовать стройку;
- инженерные сети и противопожарные нормы безопасности;
- как технически организовать бани.

г) Разработать маркетинговую стратегию работы на рынке и организовать продвижение:

- международные тренды и глэмпинг в эпоху пандемии;
- брендинг для глэмпинга как инструмент продвижения;
- как о себе заявить на аудиторию;
- как покорить социальные сети с минимальным бюджетом;
- что делать с маркетингом и на что стоит тратить деньги;
- агрегаторы для глэмпингов;
- что делать с маленькой глубиной бронирования;
- как зарабатывать на ивентах и какие есть нюансы;

д) Сформировать систему сервиса и стандарты:

- стандарты в глэмпингах: что можно позаимствовать из отельного бизнеса;

– международная система классификации глэмпингов «World of Glamping»;

– как организовать высокий уровень клиентского сервиса;

– как автоматизировать процессы: IT-составляющая;

– как выбрать систему бронирования и не прогадать;

– как выстроить работу с сотрудниками: не терять деньги и кадры.

Основными сдерживающими факторами для реализации проектов в сегменте глэмпинг-туризма в России являются отсутствие специализированной нормативно-правовой базы, а также реальной поддержки малому и среднему бизнесу в создании и организации работы глэмпингов, которые официально признаны перспективной формой организации размещения.

В заключение можно сделать следующие выводы:

- концепция глэмпинга, как новая сфера бизнеса на российском рынке туризма, имеет большие перспективы развития;

- учитывая опыт зарубежных стран и постоянно растущий спрос со стороны российских потребителей на путешествия и отдых на природе в максимально комфортных условиях, можно предположить, что за развитием глэмпинга кроется большой потенциал; рост интереса к необычным вариантам проживания может гарантировать успех этого варианта организации бизнеса.

## **1.2 Анализ современного состояния сферы туризма в Пензенской области**

Пензенская область обладает достаточным природным, культурно-историческим потенциалом и выгодным географическим положением для привлечения туристов. Природные условия области довольно разнообразны. Расположена область в юго-западной части Среднего Поволжья.

Территория области находится в умеренном климатическом поясе с умеренно-континентальным типом климата, что имеет схожесть с московским, однако более засушливый и резкий. Зимний период продолжительный и берёт своё начало с начала ноября переходом температуры ниже  $0^{\circ}\text{C}$ , наиболее же холодным месяцем является февраль со средним показателем  $-10^{\circ}\text{C}$ . Климат Пензы в летний период характеризуется температурой  $+20 - +25^{\circ}\text{C}$ , максимальным количеством осадков в виде грозových кратковременных дождей, а по 1 – 2 раза в месяц и сильными ливнями. Не исключение для пензенского климата и засухи, засушливые периоды, когда осадков нет долгое время или они быстро испаряются. Сентябрь – это уже осень, но тёплая и мягкая, температура опускается ниже  $+15^{\circ}\text{C}$  и держится в районе среднесуточных  $+10^{\circ}\text{C}$ , осадки несколько меньше, чем летом. В октябре становится заметно прохладнее, постоянны ночные заморозки, средняя температура воздуха составляет  $+5^{\circ}\text{C}$ . Жители нередко ориентируются на московскую погоду, которая зачастую через три дня посещает и их город.

С точки зрения транспортной доступности пензенский регион обладает удобным расположением. Во-первых, Пензенский железнодорожный узел является одним из самых крупных в среднем Поволжье (насчитывает четыре станции Пенза I, Пенза II, Пенза III, Пенза IV) с двумя станциями стыкования - Пенза I (для пассажирских поездов) и Пенза III (для грузовых). При этом пассажирское движение через Пензу из восточных регионов страны на юг России и Кавказ, а теперь еще и Крым, остается очень интенсивным.

Федеральная автомобильная трасса М5 «Урал», пролегающая через территорию Пензенской области, обеспечивает транспортное сообщение с такими городами как Рязань, Самара, Уфа, Челябинск. Туристы имеют возможность добраться до туристски-привлекательных центров региона автобусом, маршрутным такси, либо на личном автотранспорте.

Аэропорт города Пензы также имеет выгодное географическое положение. Он является единственным авиапредприятием на территории Пензен-

ской области. Через воздушное пространство Пензенской области проходит более 15 международных воздушных трасс, в том числе наиболее оживленная международная воздушная трасса «Green 3» и 5 внутрироссийских воздушных трасс.

На территории Пензенской области находится более 200 памятников истории и архитектуры, музеи-заповедники, живописные зоны отдыха. Регион имеет богатейшее историко-культурное наследие, которое включает в себя ценнейшие мемориальные объекты, связанные с историческими событиями, с жизнью выдающихся деятелей культуры, науки, искусства, литературы. Главной достопримечательностью Пензенской области является Государственный Лермонтовский музей-заповедник «Тарханы», долгие годы привлекающих туристов со всей России [67].

Объекты рекреации занимают свыше 56,9 тыс. га. территории региона, из них [68]:

- курортные зоны (санатории, дома отдыха, лагеря) – около 8 тыс. га;
- санитарно-защитные зоны (санитарно-защитные зоны источников водоснабжения и месторождений минеральных вод) – более 6 тыс. га;
- рекреационные зоны или зоны отдыха (лесопарковые зоны и городские леса) – свыше 40 тыс. га.

Туристско-рекреационный потенциал Пензенской области позволяет развивать здесь следующие виды туризма: рекреационный; культурно-познавательный; лечебно-оздоровительный; религиозный, в том числе паломнический; спортивный; сельский туризм (агротуризм); экологический и пр. [31].

В Пензенской области развита индустрия гостеприимства. Прием гостей осуществляют гостиницы «Пенза», «Heliopark Residence», «Буртасы», «Для Вас», «Ласточка», загородные комплексы «Русская охота», «Кленовая роща», «Сосновый бор», «Серебряный бор» и др. На начало 2021 г. в Пензенской области функционирует около 26 баз отдыха и 3 санатория [9]. Основ-

ные санаторно-курортные объекты располагаются в Пензенском, Колышлейском, Кузнецком муниципальных районах и в самом городе Пенза. Наиболее популярные санатории: «Надежда», «Березовая роща», «Хопровские зори». Все они расположены в экологически чистых районах на берегу рек, озер или Сурского водохранилища [45].

Динамика развития индустрии туризма и гостеприимства региона в последние годы характеризовалась относительно стабильным ростом большинства показателей. Однако в 2020 году ситуация в отрасли ухудшилась. Негативное влияние пандемии COVID-19 подтверждают данные о количестве лиц, размещенных в гостиницах и иных средствах размещения (см. рисунок 4). В 2020 году этот показатель составил 335,45 тыс. чел., тогда как в 2019 году – 537,27 тыс. чел. (снижение в 1,6 раза).

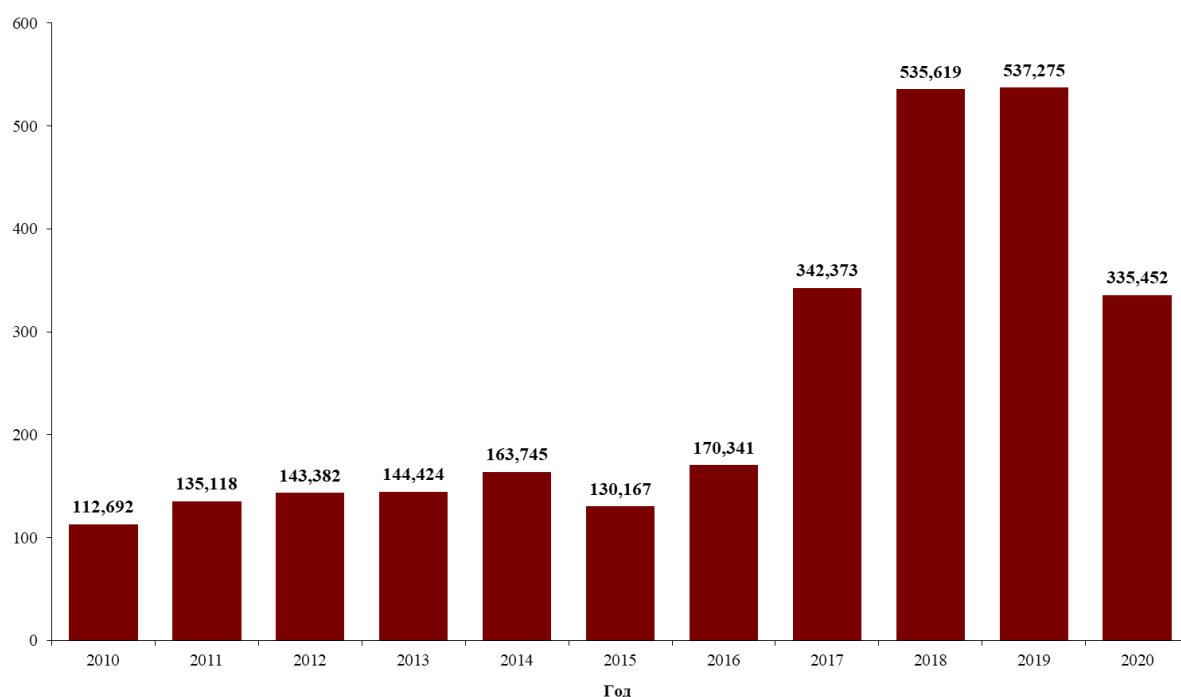


Рисунок 4 - Динамика общего количества лиц, размещенных в гостиницах и иных средствах размещения Пензенской области за период 2010 – 2020 гг., тыс. чел.

В 2020 году коллективными средствами размещения Пензенской области было принято 335,45 тыс. чел., большинство из которых (79,6 %) останавливались в организациях гостиничного типа, 20,4 % – в санаторно-оздоровительных организациях, базах отдыха и турбазах. Среди гостей региона преобладали жители РФ (98,4 %).

В большинстве своем в Пензенскую область приезжают туристы эконом-сегмента, формирующие спрос на бюджетные туры, либо путешествующие самостоятельно. Значимый процент гостей приезжают в регион с профессионально-деловыми целями (командировки по работе, участие в деловых встречах с представителями пензенского бизнеса и пр.).

Важно отметить, что услугами организаций гостиничного бизнеса активно пользуются жители Пензенской области. Особенно это касается направления рекреационного туризма. Так, в 2020 г. наблюдался рост спроса на услуги загородных баз отдыха, расположенных на территории Пензенской области.

Проведенный нами анализ современного состояния сферы туризма в Пензенской области показывает необходимость активных действий, направленных на создание условий для устойчивого развития туризма в регионе.

Кроме того, результаты анализа позволяют сделать вывод, что из всех видов туризма, наибольшим спросом как на локальном уровне, так и на российском пользуется рекреационный туризм. Соответственно этот факт положительно повлияет на формирование предложения в этом сегменте с учетом создания нового объекта размещения в условиях природной среды.

### **1.3 Исследование спроса и предложения на услуги загородного отдыха в Пензенской области**

Пандемия COVID – 19 способствовала увеличению спроса на услуги размещения на природных территориях. При этом у потребителей услуг наблюдается повышение требований к комфортным условиям размещения, что позволяет сделать вывод об актуальности разработки проекта глэмпинга.

Чтобы сформировать уникальное предложение, отличное от конкурентов, в рамках работы был проведен анализ спроса и предпочтений региональных потребителей на услуги загородного отдыха.

Согласно статистическим данным около 25 % населения посещает базы отдыха два и более раз в год. В эту группу входят только люди с уровнем дохода до 30 тыс. руб. на человека в месяц, 50 % среди них молодежь в возрасте до 25 лет. Большая часть жителей Пензенской области (около 65 %) предпочитает посещать базы отдыха летом.

Среди факторов, которые сдерживают решения посетителей баз отдыха от частого посещения подобных туристических зон можно выделить:

- отсутствие подходящего времени;
- ограниченность бюджета;
- недостаток актуальной рекламной информации о предложениях тур. базы.

Основными необходимыми услугами, которые выделяют при характеристик отдыха на туристической базе, являются наличие водоема с возможностью рыбалки, купания и катания на лодке и наличие бани и сауны.

При этом наблюдается повышение требований к услугам питания на территории туристических баз.

С учетом сезонности отдыха и общих показателей активности в нерабочие периоды, жители Пензенской области, согласно статистике предпочитают организованный выездной отдых сроком от 2 до 7 дней.

Исследование также показало, что 65 % потребителей туристических услуг предпочитают самостоятельно организовывать свой отдых, самостоятельно распределять собственное время и проводить личный досуг на туристской базе. С другой стороны, 35 % не отказались бы от организованной поездки на туристскую базу, предполагающую некоторую заранее спланированную программу мероприятий. Среди давших такой ответ 93 % старше 26 лет и 70 % с достатком выше 20 тыс. рублей в месяц на человека.

Для того, чтобы спрогнозировать возможный спрос на услуги глэмпинга необходимо провести анализ предложения уже имеющихся баз отдыха на территории Пензенской области.

Согласно статистическим данным за 2021 г. в Пензенской области функционирует 26 туристских баз:

- 1) гостиничный комплекс «Чистые пруды»;
- 2) загородный клуб «Волков»;
- 3) зона отдыха «Русская охота»;
- 4) база отдыха «Костер»;
- 5) база отдыха «Дубрава»;
- 6) база отдыха «Кленовая роща» (г. Спасск);
- 7) туристическая база «Никоново» (Городищенский район);
- 8) база отдыха «Избушка» (пос. Золоторевка);
- 9) туристическая база «Белая гора» (г. Каменка);
- 10) база отдыха «Михайлова слобода» (Лунинский район);
- 11) база отдыха «Дубрава» (Кузнецкий район);
- 12) база отдыха «Околица» (Мокшанский район);
- 13) горнолыжный курорт «Ивушка» (Нижнеломовский район);
- 14) загородная зона отдыха «Александрия» (Бессоновский район);

- 15) база отдыха «Лукоморье» (пос. Золоторевка);
- 16) туристическая база «Сосновый бор» (Кузнецкий район);
- 17) туристская база «Дом рыбака «У Ильича»;
- 18) этнопарк «База Елистратова» (Городищенский район);
- 19) база отдыха «Тридевятое царство»;
- 20) база отдыха «Солнечная долина»;
- 21) база отдыха «Лагуна-Парк» (Кузнецкий район, с. Старый Кряжим);
- 22) база отдыха «Сурский залив»;
- 23) база отдыха «Эко-клуб Армиево» (с. Армиево);
- 24) база отдыха «Вольный» (Бессоновский район);
- 25) база отдыха «Лесной дворик»;
- 26) база отдыха «Кроптово» (Бессоновский район, с. Кроптово).

Анализ предложения баз отдыха Пензенской области показал, что большинство из них обладают примерно одинаковым стандартным набором услуг и качеством сервиса.

- 88 % туристских баз располагают услугами бани/сауны;
- 49 % - услугами бассейна и 24 % – услугами бильярда;
- 75 % туристских баз осуществляют прокат спортивного инвентаря;
- 19 % туристских баз осуществляют прокат квадроциклов, 11 % – прокат скутеров и катамаранов, 11 % – прокат снегоходов;
- 34 % туристских баз в зимнее время года организуют катание на санях, лыжах и ледянках;
- катание на лошадях предлагают 18 % туристских баз Пензенской области;
- горнолыжным склоном, подъемником и прокатом горных лыж располагают 11 % туристских баз Пензенской области;
- трансфер осуществляет 11 % туристских баз;
- 11 % туристских баз располагают тренажерными залами;

- 24 – 29 % туристских баз Пензенской области занимается организацией детских праздников и 28 % располагают детскими площадками;
- 41 % туристских баз специализируются на рыбной ловле/охоте.

Согласно проведенному анализу, 9 из 17 баз отдыха Пензенской располагают на своей территории предприятием общественного питания, обладающие следующими характеристиками:

- преобладание типа предприятия «кафе»;
- отсутствие специализации кухни;
- преобладание корпоративного обслуживания;
- неразвитая система дополнительных услуг и предложений.

При этом в современных условиях хозяйствования от организации питания, качества оказываемых услуг во многом зависит, каким будет впечатление гостей о базе отдыха в целом, что напрямую влияет на его желание приехать сюда еще раз.

Проведем более подробный сравнительный анализ баз отдыха в радиусе 20 км от Сурского водохранилища, которое является «якорем» для привлечения городских жителей и туристов, желающих отдохнуть в условиях природной среды недалеко от Пензы. В указанном радиусе расположены следующие базы отдыха: «Вольный», «Голухин», «Армиево», «Берег» и «Берёзка». Результаты анализа представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Сравнительный анализ баз отдыха в радиусе 20 км от Сурского водохранилища

| Критерий / Название                  | «Вольный» | «Голухин» | «Армиево» | «Берег» | «Берёзка» |
|--------------------------------------|-----------|-----------|-----------|---------|-----------|
| Наличие выхода к водоему             | ✓         |           | ✓         | ✓       | ✓         |
| Наличие кафе/ресторана на территории | ✓         |           | ✓         |         |           |

Продолжение таблицы 1

| Критерий / Название                                                               | «Вольный» | «Голухин» | «Армиево» | «Берег» | «Березка» |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|---------|-----------|
| Наличие удобств в домике/номере                                                   | ✓         | ✓         | ✓         | ✓       | ✓         |
| Услуги сауны/бани                                                                 | ✓         | ✓         | ✓         | ✓       | ✓         |
| Наличие развлекательных программ (мастер-классы, экскурсии и т.д.)                |           |           |           |         |           |
| Наличие доп. услуг (прокат инвентаря для водного, зимнего спорта, рыбалки и т.п.) | ✓         |           | ✓         | ✓       | ✓         |
| Организация мероприятий на заказ                                                  | ✓         |           | ✓         | ✓       |           |
| Разрешение на провоз животных на территорию                                       | ✓         |           |           | ✓       |           |
| Наличие своего сайта с подобным перечнем предлагаемых услуг                       | ✓         |           | ✓         | ✓       | ✓         |
| Круглогодичность комплекса (работает все сезоны)                                  | ✓         |           |           |         | ✓         |

Таким образом, базы отдыха в Пензенской области в большинстве своем не разрабатывают или не развивают уже имеющуюся организованную программу обслуживания и в одинаковой мере ограничены в своем ассортименте дополнительных услуг, видов досуга и специальных предложений.

Следует отметить, что в 2021 году 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 (рисунок 5).

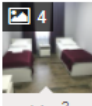
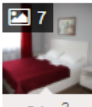
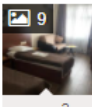
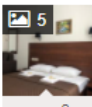
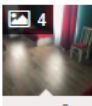
| Категория номера                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Гостей ▾                                                                            | Условия                                                                                                                                                                                                                                                                                 | За 1 сутки                                                                                                                                                      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <b>Стандартный двухместный номер с 2 отдельными кроватями и общей ванной комнатой</b><br>14 м <sup>2</sup><br> Бесплатный Wi-Fi<br><a href="#">Описание и фото</a> |    |  Завтрак 140 руб.<br> ПЛАТИТЕ НА МЕСТЕ<br>предоплата не требуется<br>Бесплатная отмена до 23:59, 31 января 2022     | <del>2 419 руб.</del><br><b>1 500 руб.</b><br>Экономия 38%<br>Получите  32   |
|  <b>Улучшенный двухместный номер с 2 отдельными кроватями</b><br>24 м <sup>2</sup><br> Бесплатный Wi-Fi<br><a href="#">Описание и фото</a>                          |    |  Завтрак 140 руб.<br> ПЛАТИТЕ НА МЕСТЕ<br>предоплата не требуется<br>Бесплатная отмена до 23:59, 31 января 2022     | <del>4 032 руб.</del><br><b>2 500 руб.</b><br>Экономия 38%<br>Получите  53   |
|  <b>Двухместный номер Делюкс с 2 отдельными кроватями</b><br>25 м <sup>2</sup><br> Бесплатный Wi-Fi<br><a href="#">Описание и фото</a>                              |    |  Завтрак 140 руб.<br> ПЛАТИТЕ НА МЕСТЕ<br>предоплата не требуется<br>Бесплатная отмена до 23:59, 31 января 2022     | <del>4 203 руб.</del><br><b>2 900 руб.</b><br>Экономия 31%<br>Получите  61   |
|  <b>Апартаменты Делюкс</b><br> Бесплатный Wi-Fi<br><a href="#">Описание и фото</a>                                                                                |  |  Завтрак 140 руб.<br> ПЛАТИТЕ НА МЕСТЕ<br>предоплата не требуется<br>Бесплатная отмена до 23:59, 31 января 2022    | <del>4 839 руб.</del><br><b>3 000 руб.</b><br>Экономия 38%<br>Получите  63 |
|  <b>Трехместный номер с общей ванной комнатой</b><br>16 м <sup>2</sup><br> Бесплатный Wi-Fi<br><a href="#">Описание и фото</a>                                  |  |  Завтрак 140 руб.<br> ПЛАТИТЕ НА МЕСТЕ<br>предоплата не требуется<br>Бесплатная отмена до 23:59, 31 января 2022 | <del>3 065 руб.</del><br><b>1 900 руб.</b><br>Экономия 38%<br>Получите  40 |

Рисунок 5 – Категории номеров в комплексе «Europark»  
с ценами за проживание

Здесь установлены три сферы-модуля (26 м<sup>2</sup>) с панорамным видом и удобствами в них, что и получило название глэмпинг. Стоимость проживания, в модуле фиксированная 6 500 руб. За дополнительную плату можно воспользоваться сервисом всего придорожного комплекса (кафе, сауна).

Опираясь на вышесказанное можно сделать вывод, что глэмпинг на территории «Europark» может стать потенциальным конкурентом на рынке глэмпинг-туризма на территории Пензенской области.

По результатам проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

- помимо ограниченности личного бюджета и отсутствия свободного времени более частое посещение туристических баз сдерживает также и неосведомленность о рекламных предложениях и услугах турбаз;
- повысился уровень требований к комфортности условий проживания на территории баз отдыха;
- для потребителя необходимо наличие на территории базы отдыха предприятия питания, предпочтительно с несколькими типами питания;
- основные дополнительные услуги предоставляются именно летом, при том, что у потребителя присутствует желание посещать турбазы и в другие сезоны, но нет подходящих предложений;
- популярным среди потребителя становится требование к наличию самых различных видов развлечений, программ досуга;
- достаточно крупный сегмент потребителей готов приобретать организованный тур с программой мероприятий.

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.

С точки зрения конкурентоспособности, глэмпинг-проект в Пензенской области также обладает выигрышной позицией. На территории области существует всего один глэмпинг (придорожный комплекс «Europark» на трассе М-5 в Кузнецком районе), а значит, конкуренция в данном секторе будет минимальной.

## **2 Разработка проекта глэмпинга в Пензенской области**

### **2.1 Концепция глэмпинга**

При разработке проекта создания глэмпинга на территории Пензенской области мы ориентировались на следующие характеристики, которые станут базой для создания конкурентоспособного предложения:

- концептуальность;
- круглогодичность функционирования;
- широкая специализация, которая станет залогом для привлечения большего количества посетителей с различными интересами;
- экологичность и устойчивое строительство, которые являются требованиями к туристическим проектам в рамках различных стратегий развития, а также привлекают туристов;
- доступность проезда, которая обеспечит более низкую стоимость обслуживания отеля и цену размещения туристов;
- наличие удобств, обеспечивающих комфортное проживание для гостей глэмпинга.

В качестве местоположения глэмпинга выбрана территория около Сурского (Пензенского) водохранилища (рисунок 6). Выбор обусловлен следующими причинами:

- транспортная доступность (Сурское водохранилище расположено в 10,5 км юго-восточнее города Пенза; к водохранилищу ведет автомобильная дорога с твердым покрытием, от автодороги до участка, где предполагается создать глэмпинг, ведет насыпная дорога; проезд на машине до места глэмпинга из любой точки города займет не больше 1,5 ч.);
- крупнейший водоем, как Пензенской области, так и Сурского бассейна в целом;

- красивая природа Сурского водохранилища, наличие лесного массива;
- Сурское водохранилище довольно популярно и уже широко известно среди местного населения как место загородного отдыха на природе у воды;
- в ближайшем радиусе нет глэмпингов (ближайший прямой конкурент в этом сегменте находится в Кузнецком районе и не имеет выхода к водной локации).



Рисунок 6 – Местоположение глэмпинга «Под куполом» (фото со спутника)

Под размещение глэмпинга нами выбран земельный участок, расположенный в 20 км от поселка Золотарёвка. Площадь участка – 109 171 594 кв.м. Участок находится на балансе у Пензенской области. Планируется его безвозмездное использование.

На рисунке 7 представлена схема земельного участка, где планируется создание глэмпинга. Участок имеет кадастровый номер 58:24:0390501:107. С

кадастровым паспортом данного участка можно ознакомиться в приложении Б.

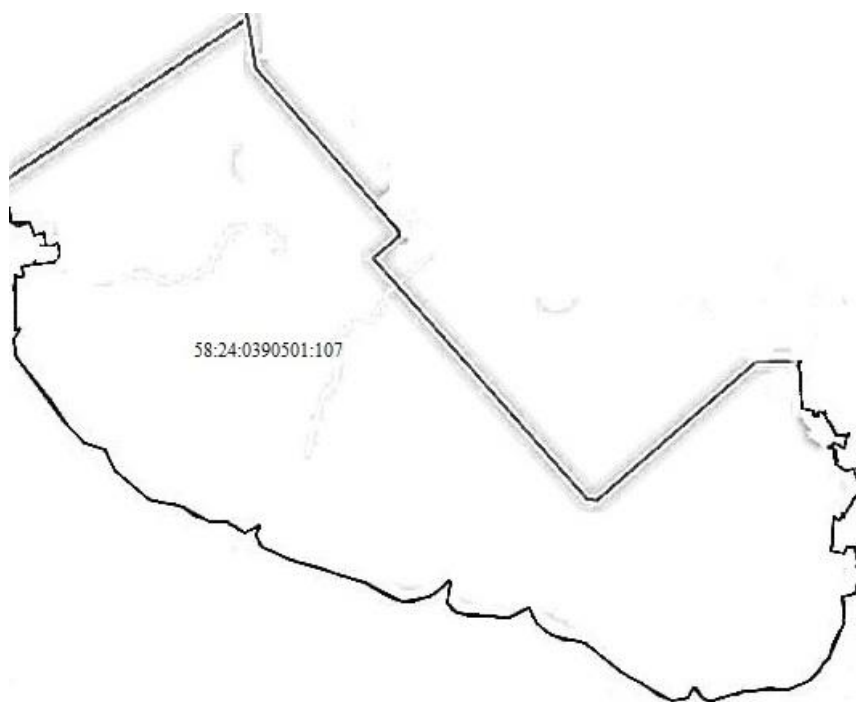


Рисунок 7 – Схема земельного участка номер 58:24:0390501:107

Категория земельного участка является его важнейшей характеристикой (данные об этом указываются в Едином государственном реестре недвижимости, ЕГРН) и определяет то, каким образом данный земельный участок можно использовать. Выбранный участок имеет категорию «земли лесного фонда». На таком участке возможно только строительство рекреационных некапитальных объектов, а также благоустройство территории (приложение В).

Определим целевую аудиторию глэмпинга. Отметим, что проект предлагается выводить на рынки B2C и B2B. Концепция будет ориентирована на российского потребителя. Основные группы потребителей услуг глэмпинга:

- семья, собирающаяся провести отпуск или выходные и живущая в близлежащем населенном пункте;

- компания друзей, проживающая недалеко от места и планирующая организовать краткосрочный (менее 10 дней) совместный отдых;
- туристы из других регионов, приезжающих с рекреационными целями;
- компания сотрудников одного предприятия, планирующая провести корпоративное мероприятие на природе;
- туристы, которым интересно нестандартное размещение;
- молодожены и молодые пары, приезжающие с целью уединенного отдыха.

Анализируя целевую аудиторию, мы приняли решение выбрать русскоязычное название для нашего проекта, простота формулировки которого будет ёмко отражать оригинальность концепции проекта глэмпинга: «Под куполом».

На рисунке 8 представлен логотип глэмпинга.



Рисунок 8 – Логотип глэмпинга «Под куполом»

Основная услуга глэмпинга «Под куполом» – размещение туристов в глэмпинг – модулях.

Дополнительные услуги:

- организация водных прогулок на sup-борде 800 – 2 000 руб./чел.;
- организация пеших походов по экотропам 500 руб./чел.;
- йога – сессии под открытым небом 1 500 – 3 000 руб./чел.;
- проведение чайных церемоний и пикников на свежем воздухе 1 000 – 2 000 руб./чел.;
- лыжные походы по Сурскому водохранилищу 1 500 – 3 000 руб./чел.;
- тюбинг по естественным склонам 500 – 1 000 руб./чел..

Поскольку во множестве стратегий развития реализация территории Пензенской области рассматривается в рамках устойчивого развития, соблюдения принципов экологичности и минимального вмешательства в окружающую среду, то эти же принципы будут соблюдаться в рамках реализации проекта через поиск наиболее эффективных способов внедрения туристской инфраструктуры с минимальным пагубным антропогенным влиянием на природу Пензенской области. В рамках проекта этот концепт предлагается осуществить через применение «зеленых» технологий строительства, обеспечение удобств, с привлечением новых разработок: биотуалеты, солнечные батареи и т.д.

Жилые строения в глэмпинге будут мобильными. Помимо бережного отношения к природе, возможность «снять с места» необходима для глэмпинга еще и с точки зрения возможности реализации проекта в другом месте, если конкуренция или иные внешние условия вынудят проект переехать.

С учетом вышесказанного, предпочтение в выборе отдано нескольким модульным строениям, с возможным расширением номерного фонда в дальнейшем. Сложность в выборе типа строения заключается в уникальности и новизне направления.

При выборе модульных строений предпочтение отдано куполам круглогодичного использования от завода сферических конструкций [61]. Согласно проекту, стоимость модели, представленной на рисунках 9 - 10, обой-

дется в 375 000 руб. без учета наполнения и обслуживания. Однако для уточнения мы обратились к производителю, который прислал нам коммерческое предложение, представленное в приложении Г.



Рисунок 9 – Внешний вид сферического модуля для глэмпинга (D=6м)

Плюсом этих конструкций является их надежность. Строительство таких куполов уже ведется в Карелии, Приморском крае, Мурманске и Новосибирске, купола выдерживают перепады годовых температур. Кроме того, компания-производитель дает гарантию: гарантийный срок на конструкцию составляет 2 года. Еще один плюс - возможность установки санузла внутри купола.



Рисунок 10 – Сферический модуль (D = 6м), вид сверху

Планируется на первоначальном этапе установить 5 жилых куполов общей вместимостью 10 койко-мест. Чек-лист предметов, которые должны располагаться в каждом жилом модуле, представлен на рисунке 11.

Помимо установки жилых куполов, должно быть установлено два общих модуля:

- панорамный купол, который будет выполнять функции столовой,
- переходящий купол лаундж-зоны организации питания и досуга.

Планирование строительства также должно включать в себя прокладку инженерных сетей, обеспечение всех благ цивилизации: водоснабжения, электричества, связи.

| НАИМЕНОВАНИЕ                                                             | КОЛИЧЕСТВО |
|--------------------------------------------------------------------------|------------|
| Две односпальные кровати с возможностью их соединения / одна двуспальная | 1          |
| Матрас двуспальный / два односпальных                                    | 1          |
| Подушки для сна                                                          | 2          |
| Одеяло                                                                   | 1          |
| Постельное белье                                                         | 2          |
| Покрывало                                                                | 1          |
| Плед                                                                     | 1          |
| Декоративный чехол на подушку                                            | 3          |
| Внутренняя подушка                                                       | 3          |
| Прикроватные тумбы                                                       | 2          |
| Лампы для прикроватных тумб                                              | 2          |
| Прикроватный коврик                                                      | 2          |
| Стол                                                                     | 1          |
| Стеллаж с рейлом для одежды / напольная вешалка                          | 1          |
| Стул/кресло                                                              | 3          |
| Поддон для обуви                                                         | 1          |
| Ложка для обуви                                                          | 1          |
| Графин для воды                                                          | 1          |
| Кружки/стаканы для воды                                                  | 3          |
| Чайные ложки                                                             | 3          |
| Ковер/коврик в центр шатра                                               | 1          |
| Банное полотенце                                                         | 4          |
| Лицевое полотенце                                                        | 2          |
| Ваза для цветов                                                          | 1          |
| Удлинитель                                                               | 1          |
| Мусорная корзина                                                         | 1          |
| Огнетушитель                                                             | 1          |
| Уличное освещение                                                        | 1          |
| Карта территории и график активностей                                    | 1          |
| Экран огнеупорный                                                        | 1          |
| Инструкция по эксплуатации модуля с номером телефона администратора      | 1          |

Рисунок 11 – Чек-лист предметов для жилого модуля

Планируемое размещение данных конструкций на выбранном земельном участке представлено на рисунке 12.



Рисунок 12 – План размещения модулей на земельном участке у Сурского водохранилища

Для обеспечения достаточного для функционирования глэмпинга количества воды рассматривается вариант бурения скважины и подведения инженерных сетей к бане и куполам, или подведение воды из ближайших пресных источников. В нашем случае Сурское водохранилище будет выступать пресным источником, для использования которого потребуется насосная станция.

После использования вода должна уходить в септики – контейнеры в земле, из которых в грунт ничего не попадает, поскольку в теплый сезон отходы сразу перерабатываются специальными микроорганизмами, а в зимний сезон, когда бактерии не функционируют, производится откачка и вывоз отходов.

Наличие в куполах помещения под санузел позволит установить отдельные биотуалеты.

Обеспечение электричества возможно за счет солнечных батарей, поскольку потребление электроэнергии будет минимальным – освещение в ку-

полах вечером (днем, за счет конструкции, света достаточно), в лаундж – зоне и бане, освещение территории обеспечивается садовыми светильниками с применением все той же солнечной энергии.

Солнечная электростанция (СЭС) (рисунок 13) – инженерное сооружение, преобразующее солнечную радиацию. Основным рекомендуемым типом СЭС являются станции, использующие электрические модули – солнечные батареи. СЭС в нашем проекте служат одним из главных источников электрообеспечения (сетевые солнечные электростанции).



Рисунок 13 – Солнечная электростанция (СЭС)

Проанализировав климат Пензенской области, мы выяснили, что электрообеспечения с помощью СЭС не будет достаточно, так как среднее количество солнечных дней в области приравнивается к 120 – 138, в дополнение мы решили использовать ветроэлектрические установки (ВЭУ) (рисунок 14).

В зимнее время года ветер на открытых участках Пензенской области 6 – 9 м/с, это говорит о том, что данный природный ресурс можно использовать на благо экологии и глэмпинга, что обуславливает выбор данной установки.



Рисунок 14 – Ветроэлектрическая установка (ВЭУ)

Отопление в куполах будет обеспечиваться за счет дровяной печи-камина (внутри каждого жилого и общего модуля), что обеспечит круглогодичное использование куполов и экологичность (рисунок 15).



Рисунок 15 – Дровяная печь-камин

Проектом предусмотрено благоустройство территории: комплекс мероприятий по озеленению, освещению, размещению объектов искусства,

направленных на улучшение функционального, санитарного, экологического и эстетического состояния участка.

Реализация проекта на практике будет осуществляться субъектом предпринимательства. Организационно-правовая форма – индивидуальный предприниматель (ИП). Выбор обусловлен следующими причинами:

- документы оформляются просто и быстро, можно подготовить их самостоятельно;
- не придется покупать дорогостоящую лицензию, подача документов на регистрацию ИП в онлайн-формате производится бесплатно;
- учет продаж и составление отчетов можно переложить на оптимизацию, которая будет оказывать услуги бухучета по договору аутсорсинга.

Владелец бизнеса может занять должность генерального директора глэмпинга. Организационная структура компании представлена на рисунке 16.



Рисунок 16 – Организационная структура глэмпинга «Под куполом»

Служба приема и размещения гостей (администраторы) – занимаются процессами бронирования от стойки, регистрации и заселения гостей, выдают ключи от номеров, принимают оплату за проживание, информируют клиентов лично и по внутреннему телефону. На ресепшн могут предоставляться и дополнительные услуги – обмен валюты, временное хранение багажа, прием заказов на завтрак в номер при раннем выезде.

Хозяйственная служба (горничные) – обеспечивает чистоту номерного фонда и всех внутренних помещений, своевременную смену постельного белья и полотенец, контролирует наличие туалетных принадлежностей. Прачечная при отеле оказывает и бытовые услуги – стирку одежды гостей и глажку. Не все гости хотят пользоваться гладильной комнатой или просить комплект из доски и утюга.

Служба питания (шеф – повар, повара, бармены, официанты, директор ресторана) – включает в себя персонал всех баров и ресторанов на территории отеля, который отвечает на производство, подачу, обслуживание и «черную» работу. На концепцию подразделения влияют звездность, размер номерного фонда, расположение и целевая аудитория гостиницы. В крупных отелях добавляются сотрудники для обслуживания номеров и мини-баров.

Служба безопасности (охранники) – дежурят в местах скопления людей – у входа и ресепшн, на этажах и зонах отдыха, следят за порядком, помогают решать конфликты и спорные ситуации с гостями. Количество охранников зависит от размеров отеля и бюджета. По международным стандартам на 20 – 23 м<sup>2</sup> требуется один человек.

Инженерная служба (техники) – отвечают за работу коммуникаций, техники и оборудования, исправное состояние мебели, дверных замков и пожарную безопасность. В мини – отелях и средних гостиницах сотрудники рабочих специальностей могут предоставляться по звонку в специализированную компанию, с которой нужно иметь налаженную связь.

Кадровая и финансовая службы (HR – менеджеры, бухгалтер, юрист) – отдел персонала занимается формированием штата и присутствует не в каждом отеле – вопросы подбора сотрудников отдают на аутсорсинг. Однако собственный HR – менеджер выступает ещё и связующим звеном в организационной структуре между руководителями и коллективом. Финансовый отдел занимается движениями денежных средств, оплатами счетов и итоговой отчетностью.

Важной частью создания проекта является проработка вопросов продажи и продвижения услуг глэмпинга на рынке рекреационного туризма. Продажи предлагается организовать через официальный сайт и социальные сети глэмпинга как основного потока, а так же агрегаторы для бронирования (Booking.com, 101hotels, Глэмпинг.рф).

Для продвижения будут использованы следующие контент-маркетинг, email маркетинг, SEO, размещение платной рекламы, размещение на торговых площадках, аналитика, SMM. Отличным дополнением к рекламной компании уже после открытия станет съемка и распространение видеороликов с моментами отдыха гостей глэмпинга.

Таким образом, в рамках разработки концепции нами предложения глэмпинг под названием «Под куполом ». Предложено разместить глэмпинг на территории Сурского водохранилища. Глэмпинг будет состоять из 5 жилых модулей и 2 общих модулей, на территории будет размещена парковка для посетителей со своим автотранспортом. Глэмпинг «Под куполом» предоставляет широкий выбор дополнительных услуг в сфере развлечений, как в месте локации, так и выездных экскурсий. Привлечение потенциальных посетителей планируется путем «агрессивной интернет рекламы» в интернете, с основным упором на социальные сети.

## 2.2 Расчёт расходов и предполагаемая доходность проекта по созданию глэмпинга

Для определения экономической эффективности проекта выполним расчёт расходов и предполагаемой доходности создания глэмпинга «Под куполом».

В таблице 2 приведена сумма затрат на открытие глэмпинга и первый год работ, при составлении которой мы прибегли к поиску поставщиков услуг.

Таблица 2 – Смета на первый год функционирования проекта

| Пункт расходов                                                                         | Источник                                                                                                                         | Сумма расходов              |
|----------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
| Строительство глэмпинга:<br>5 жилых сфер + 2 сферы<br>общего пользования + мон-<br>таж | Завод сферических кон-<br>струкций                                                                                               | 4 500 000 руб.              |
| Печи – камины «Танго»                                                                  | ООО «ТеплоДар»                                                                                                                   | 352 000 руб.                |
| Прокладка сетей водоснаб-<br>жения (+ доп. расходы)                                    | ООО «Услужжо»                                                                                                                    | 200 000 руб.                |
| Биотуалеты                                                                             | TheFord Porta Potti 365                                                                                                          | 70 000 руб.                 |
| Солнечные батареи                                                                      | NEOSUN ENERGY                                                                                                                    | 600 000 руб.                |
| Внутренняя отделка моду-<br>лей                                                        | Атмосфера: мебель, тек-<br>стиль, предметы декора                                                                                | 700 000 руб.                |
| Продвижение                                                                            | Съемка, монтаж видеороли-<br>ков, фотосессии локации,<br>таргет – реклама в социаль-<br>ных сетях, создание и веде-<br>ние сайта | 600 000 руб.                |
| Сервис                                                                                 | Оплата труда персонала                                                                                                           | 150 000 руб./мес. × 12 мес. |
| Парковка                                                                               | Оборудование места стоян-<br>ки для транспортных<br>средств                                                                      | 100 000 руб.                |
| Непредвиденные расходы<br>(10%)                                                        | Ремонт техники, решение<br>юридических вопросов и т.д.                                                                           | 902 000 руб.                |
| Итого:                                                                                 |                                                                                                                                  | 9 924 200 руб.              |

Данная смета носит ориентировочный характер, поскольку рассчитать все траты без перехода к бронированию и разработки индивидуальных проектов не представляется возможным. Однако в ходе разработки мы связались с производителем сфер для глэмпинга, который просчитал нам расходы на строительство. С предложением производителя можно ознакомиться в приложении Г.

Округлив суммы расходов в большую сторону, на первоначальном этапе для функционирования глэмпинга в течение первого года получим сумму в размере около 10 000 000 руб. (с учетом заработной платы сотрудникам в течение года).

Ориентируясь на средний ценник за ночь проживания в глэмпинге «Europark» в Кузнецке (6 500 руб./ночь в двухместной сфере с односпальной кроватью), можно отметить, что цена за размещение соответствует средней цене по России. Таким образом, цена размещения в глэмпинге должна быть снижена, поскольку завышенная цена не привлечет клиентов, ведь есть альтернативные средства размещения (другие турбазы в Пензенской области).

Заниженная цена понизит сроки ожидания окупаемости проекта, которые важны для дальнейшего его развития – благоустройства территории, расширения номерного фонда и т.д. Но круглогодичное функционирование позволит проекту окупиться в более короткие сроки.

Таким образом, ориентировочная стоимость проживания в куполе составит 4 500 руб./ночь. Если учитывать, что это эксклюзивное место для пребывания, а в стоимость закладывается цена за двоих и удобства, то предложение будет вполне конкурентоспособным.

Просчитаем доход от основной статьи дохода – проживания – за год:

Номерной фонд – 5 номеров.

Цена за ночь = 4 500 рублей.

Среднее количество дней в месяце – 30.

Средняя загрузка – 57 %.

Тогда доход от проживания в месяц вычислим по формуле:

$$\text{Доход}_{\text{мес}} = \text{Цена}_{\text{ночь}} \times \text{Номерной фонд} \times \text{Ср.кол.дней/мес} \times \text{Заполняемость} \quad (1)$$

Доход от проживания в месяц составит 384 750 руб.

Таким образом, при средней загрузке в 57 % в месяц (поскольку будут как высокий, так и низкий сезон) годовой доход составит 4 617 000 руб.

Даже учитывая незапланированные расходы, которые могут возникнуть, а также доход от комиссии за организацию досуга и питания клиентов, можно сказать, что проект окупится в течение первых двух лет, и станет прибыльным на второй – третий год функционирования.

Исходя из предложенной концепции и удобного местоположения, проект имеет серьезные предпосылки для успешного функционирования и более активной реализации прилежащих территорий и водного пространства в туристских целях.

Расположенный в живописном месте за чертой города, но в часовой доступности от цивилизации, объект размещения будет удобен для туристов, которые хотят посмотреть в рамках своего путешествия и город с его музейными центрами, и историко-культурными достопримечательностями, и природные дестинации в рамках экскурсий и предлагаемых в глэмпинге развлечений.

Исходя из основной предрасположенности территории – ее туристско-рекреационного потенциала, для туристской зоны Пензенской области характерны комплексные и культурно-познавательные городские туры, спортивный и спортивно-оздоровительный, водные виды активности, дачный отдых, рыболовный туризм.

Так как целью исследования в данной работе было проектирование глэмпинга на основе анализа региона в целом, и особенностей региона в

частности, стоит учесть специализацию района для более эффективного использования туристско-рекреационного потенциала территории.

Поэтому в рамках реализации проекта должны быть задействованы местные экскурсионные бюро и туроператоры («Беркут», «Каникулы», «Дискавери», «Круиз»), которые организуют туры и экскурсии по территории района, в том числе и для разработки и реализации эксклюзивных индивидуальных туров по точкам туристического интереса в районе (таблица 3).

Таблица 3 – Дополнительные услуги (экскурсии)

| Название экскурсии                                                                                           | Туристический оператор | Стоимость экскурсии для туриста<br>руб./чел. |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|----------------------------------------------|
| Обзорная экскурсия по г. Пензе                                                                               | «Каникулы»             | 3 500                                        |
| Экскурсия по культурно-историческому центру источника «Кувака»                                               | «Беркут»               | 3 000                                        |
| Посещение спектакля в Пензенском Драматическом театре                                                        | «Каникулы»             | 2 500                                        |
| Посещение экскурсии и спектакля в единственном в России музее-театре Доктора Дапертутто в «Доме Мейерхольда» | «Круиз»                | 2 500                                        |
| Прогулка-экскурсия по историческим местам г. Саранска                                                        | «Дискавери»            | 5 000                                        |

Эти и другие активности позволят туристам получить незабываемые впечатления от отдыха, принесут местным предпринимателям, организующим экскурсии, и бюджету региона дополнительную прибыль, а значит – окажут положительный эффект на социальную и экономическую сферу региона.

На второй год и позднее, когда проект начнёт приносить прибыль, можно начать активнее обустраивать территорию: установить гамаки и шезлонги, беседки, рассмотреть возможность проведения мероприятий на све-

жем воздухе, установку сцены или подиума для танцев или живых выступлений музыкальных исполнителей.

В марте 2021г. Иван Белозерцев в своём интервью дал информацию: ...Предлагаю министерству культуры и туризма совместно с главами администраций муниципальных районов разработать комплексную программу развития туристического бизнеса с привлечением инвестиций из различных источников – государственных программ, национальных проектов и частных инвестиций. Учитывая разнообразие природы и красоту Пензенского края, предлагаю включить в эту комплексную программу мероприятия по развитию глэмпинга и кемпинга». На данные виды проектов Министерству культуры и туризма Пензенской области планирует выделять не более 2 млн рублей. Данной суммы, исходя из расчётов, произведенных выше, будет недостаточно, потому получение требуемой «стартовой» суммы в размере около 10 000 000 руб. для функционирования планируется осуществить с помощью технологии краудфандинга. Проект планируется представить на платформах Kickstarter, RocketHub и иных сервисах, где можно будет собрать значительную долю или даже всю сумму для строительства глэмпинга.

Таким образом, мы разработали концепцию глэмпинга, произвели расчёты предполагаемой доходности данного средства размещения и сделали ряд выводов: развитие глэмпинга «Под куполом» на территории региона позволит успешно реализовывать богатый туристско – рекреационный потенциал территории, освоение которой туристам интересно, но затруднено из-за слабо развитой инфраструктуры; для открытия нового глэмпинга практически отсутствуют конкуренты, что позволит занять лидирующие позиции в сегменте глэмпинг – туризма Пензенской области; разработка концепции «Под куполом» сможет стать агентом продажи экскурсионных услуг от Пензенских туристических операторов, что положительно повлияет на развитие и поддержание локального туризма.

## **Заключение**

В рамках работы были изучены тенденции развития глэмпинг – туризма в мире и проанализирован рынок глэмпингов в России. Была проведена оценка туристско – рекреационного потенциала Пензенской области для разработки проект глэмпинга, как нового направления создания и развития бизнеса в сегменте глэмпинг-туризма в Пензенской области.

В ходе работы было отмечено, что Пензенская область обладает обширным туристским потенциалом, который складывается из природных, исторических, культурных достопримечательностей. Поэтому в регионе существует тенденция к популяризации внутреннего и въездного туризма путем формирования дифференцированных предложений по разным видам туризма.

Проведенный анализ показал, что в регионе представлен широкий спектр видов туризма, однако туристская инфраструктура региона из-за ряда сдерживающих факторов развита слабо, в том числе в рамках коллективных средств размещения.

Основываясь на результатах изучения особенностей спроса и предложения на рынке внутреннего туризма, исследования туристского потенциала Пензенской области, был разработан проект глэмпинга «Под куполом» реализации туристско-рекреационного потенциала территории Пензенской области и Сурского водохранилища в частном, в рамках концепции устойчивого развития территории, с применением экологических технологий, а также с положительным эффектом на социально-экономическую сферу региона.

Поскольку, в настоящее время на внутреннем туристическом рынке спрос на эксклюзивные услуги проведения отдыха на природе с повышенным уровнем комфорта превышает предложение, то разработанный проект глэм-

пинга «Под куполом» носит инновационный характер и имеет практическую ценность.

В рамках работы нами был разработан план мероприятий по реализации проекта создания глэмпинга на территории Пензенской области. Был проведен расчет расходов. Согласно произведенным расчётам проект глэмпинга является конкурентоспособным.

В заключение отметим, что возможно именно развитие глэмпинг - туризма будет способствовать развитию бизнеса в сегменте глэмпинг-туризма в Пензенской области.

Таким образом, разработанный проект способен реализовать туристско-рекреационный потенциал региона и оказать положительное влияние на социальное и экономическое развитие Пензенской области.

## Глоссарий

**Кемпинг** – огороженная территория с контролируемым доступом для размещения туристов на палатках с предоставлением услуг для комфортного проживания и отдыха туристов.

**Кемпстоянка** – огороженная территория с контролируемым доступом для размещения туристов на палатках с предоставлением минимальных услуг для кратковременного пребывания (до 24 ч) и отдыха туристов.

**Объект кемпинг – размещения** – некапитальное сооружение или участок земли (палатки), используемые для размещения и отдыха туристов в кемпинге.

**Палатка** – представляющий собой выделенную, обозначенную и оборудованную (благоустроенную) площадку в составе кемпингов или кемпстоенок для размещения туристов, имеющую определенные параметры и характеристики;

**Средство размещения** – имущественный комплекс, включающий в себя здание или часть здания, помещения, оборудование и иное имущество и используемый для временного размещения и обеспечения временного проживания физических лиц.

**Туризм** – временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее – лица) с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране(месте) временного пребывания.

**Туристская деятельность** – туроператорская и турагентская деятельность, а также иная деятельность по организации путешествий.

**Туризм внутренний** – путешествие в пределах Российской Федерации

лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации.

**Туризм выездной** – путешествия лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации, в другую страну.

**Туризм въездной** – путешествия в пределах Российской Федерации лиц, не проживающих постоянно в Российской Федерации.

**Турист** – лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания, на период от 24 ч до шести месяцев подряд или осуществляющее не менее одной ночевки в месте временного пребывания.

**Туроператорская деятельность** – деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом (далее – туроператор).

**Трансфер** – услуга по перевозке туриста от места его прибытия в страну (место) временного пребывания до места размещения и обратно.

**Туристские услуги** – результат деятельности исполнителя услуги (юридического лица или индивидуального предпринимателя) по удовлетворению потребностей потребителя (туриста) в организации и осуществлении путешествий, отдыха и рекреации.

**Туристский продукт** – комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта.

**Туристские ресурсы** – природные, исторические, социально культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные и иные потребности туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил.

**Туристская индустрия** – совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов санаторно-курортного лечения и отдыха, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурноспортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, операторов туристских информационных систем, а также организаций, предоставляющих услуги экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников..

**Продвижение туристского продукта** – комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта (реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация туристских информационных центров, издание каталогов, буклетов и другое).

**Предприятие (объект) общественного питания (предприятие (объект) питания)** – имущественный комплекс, используемый юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем для оказания услуг общественного питания, в т.ч. изготовления продукции общественного питания, создания условий для потребления и реализации продукции общественного питания и покупок товаров, как на месте изготовления, так и вне его по заказам, а также для оказания разнообразных дополнительных услуг.

**Реализация туристского продукта** – деятельность туроператора или турагента по заключению договора о реализации туристского продукта с туристом или иным заказчиком туристского продукта, а также деятельность туроператора и (или) третьих лиц по оказанию туристу услуг в соответствии с данным договором.

## **Список использованных источников**

1 Государственная программа Пензенской области «Развитие культуры и туризма на 2014–2020 годы» : утв. постановлением Правительства Пензенской области от 22 октября 2013 г. № 783-пП.

2 Государственная программа Российской Федерации «Развитие культуры и туризма на 2013–2020 годы» : утв. постановлением Правительства РФ от 15 апреля 2014 г. № 317.

3 Стратегия развития туризма в Пензенской области на 2011–2016 годы : утв. распоряжением Правительства Пензенской области от 6 августа 2010 г. № 418-рП.

4 Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года : утв. распоряжением Правительства РФ от 31 мая 2014 г. № 941-р.

5 Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» : утв. Постановлением Правительства РФ от 2 августа 2011 г. № 644.

6 О защите прав потребителей : федер. закон от 7 февраля 1992 г. № 2300-1.

7 Об основах туристской деятельности в Российской Федерации : федер. закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ.

8 Александрова А. Ю. Международный туризм : учеб. – М. : КНОРУС, 2016. – 460 с.

9 Бобкова А. Г., Кудреватых С. А., Писаревский Е. Л. Безопасность туризма : учеб. / под общ. ред. Е. Л. Писаревского. – М. : Федеральное

агентство по туризму, 2014. – 272 с. 3 Большаник П. В. География туризма. – М. : Альфа-М, НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 304 с.

10 Быстров С. А. Организация туристской деятельности. Управление турфирмой : учеб. пособие. – М. : ФОРУМ : ИНФРА-М , 2014. – 400 с.

11 Ветитнев А. М., Войнова Я. А. Организация санаторнокурортной деятельности : учеб. пособие. – М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. – 272 с. 56

12 Виноградова Т. В., Загорин Н. Д., Тубелис Р. Ю. Технология продаж услуг туристской индустрии : учеб. для вузов. – М. : Академия, 2010. – 240 с.

13 Волков Ю. Ф. Гостиничный и туристский бизнес. – Ростов н/Д : Феникс, 2008. – 637 с.

14 География туризма : учеб. / под ред. А. Ю. Александровой. – М. : КНОРУС, 2008. – 592 с.

15 География туризма : учеб. / В. И. Кружалин [и др.]. – М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. – 336 с.

16 Гойхман О. Я. Организация и проведение мероприятий : учеб. пособие. – М. : ИНФРА-М, 2008. – 120 с.

17 Гостиничные комплексы. Организация и функционирование : учеб. пособие / В. А. Романов [и др.]. – Ростов н/Д : Издательский центр «МарТ»; Феникс, 2010. – 221 с.

18 Государственное и муниципальное управление в сфере туризма : учеб. / А. Г. Бобкова [и др.] ; под общ. ред. Е. Л. Писаревского. – М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. – 192 с.

19 Джанджугазова Е. А. Маркетинг в индустрии гостеприимства : учеб. пособие. – М. : Академия, 2003. – 224 с.

20 Информационное обеспечение туризма : учеб. / Н. С. Морозова [и др.]. – М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. – 288 с.

21 История туризма : учеб. / отв. ред. и сост. Ю. С. Путрик. – М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. – 256 с.

22 Кайманова Т.А. Лермонтовские тропинки в старом городе. Путеводитель. Методическая разработка тематической экскурсии. – Пенза : Литературный музей, 2012. – 35 с.

23 Кайманова Т.А. Литературное краеведение в создании турпродукта : учеб.-метод. пособие для студентов специальности «Туризм». – Пенза : ИИЦ ПГУ, 2008. – 614 с.

24 Кайманова Т. А. Экскурсоведение : учеб. пособие. – Пенза : ИИЦ ПГУ, 2004. – 185 с.

25 Кайманова Т. А. Экскурсоведение и экскурсоводческая практика : учеб. пособие для студентов специальности «Туризм». – Пенза : Изд-во ПГУ, 2012. – 654 с.

26 Кайманова Т. А. Экскурсия и квест-экскурсия : учеб. пособие. – Пенза : ОГЛММ, 2014. – 300 с.

27 Карнаухова В. К., Карнаухова Т. А. Сервисная деятельность : учеб. пособие / под общ. ред. Ю. М. Краковского. – М.; Ростов н/Д : МарТ, 2006. – 256 с. 57

28 Киселев Ю. Н. Электронная коммерция : практ. руководство. – СПб. : ООО «ДиаСофтЮП», 2001. – 224 с.

29 Коваленко Т. Д., Кайманова Т. А. Организация гостиничного дела в индустрии туризма : учеб. пособие. – Пенза : ИИЦ ПГУ, 2007. – 198 с.

30 Косолапов А. Б. География российского внутреннего туризма : учеб. пособие. – М. : КНОРУС, 2008. – 272 с. 25 Косолапов А. Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности : учеб. пособие. – М. : КНОРУС, 2011. – 280 с.

31 Котлер Ф., Боуэн Д., Мейкенз Д. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. / пер. с англ. под ред. Р. Б. Ноздревой. – М. : Юнити-Дана, 2007. – 1071 с.

32 Кусков А. С., Голубева В. Л. Туроперейтинг : учеб. – М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2014. – 399 с.

33 Кусков А. С., Джаладян Ю. А. Основы туризма : учеб. – М. : КНОРУС, 2011. – 392 с.

34 Кусков А. С., Джаладян Ю. А. Транспортное обеспечение в туризме : учеб. – М. : КНОРУС, 2016. – 365 с.

35 Литвак Б. Г. Разработка управленческого решения : учеб. – М. : Дело, 2006. – 440 с.

36 Ляпина И. Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания. – М.: Изд. Центр Академия, 2002. – 208 с.

37 Маркетинг туризма : учеб. пособие / И. В. Гончарова [и др.]. – М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. – 224 с.

38 Менеджмент туризма : учеб. / А. Д. Чудновский [и др.]. – М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. – 576 с.

39 Морозов М. А., Морозова Н. С. Информационные технологии в туристской индустрии : учеб. – М. : КНОРУС, 2016. – 276 с.

40 Морозов М. А., Морозова Н. С. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника : учеб. – 2-е изд., стереотип. – М. : Академия, 2004. – 240 с.

41 Морозова Н. С., Морозов М. А. Реклама в социальнокультурном сервисе и туризме : учеб. – М. : Академия, 2003. – 336 с.

42 Основы туризма : учеб. / Е. Н. Трофимов [и др.] ; под общ. ред. Е. Л. Писаревского. – М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. – 384 с.

43 Папирян Г. А. Международные экономические отношения: маркетинг в туризме. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 160 с. 58

44 Перцик Е. Н. Районная планировка (территориальное планирование) : учеб. пособие для студентов вузов. – М. : Гардарики, 2006. – 398 с.

45 Тимохина Т. Л. Организация административно-хозяйственной службы : учеб. пособие. – М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2009. – 256 с. 51 Тимохина Т. Л. Организация приема и обслуживания туристов : учеб. пособие. – М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2009. – 352 с.

46 Труханович Л. В., Щур Д. Л. Кадры туристических агентств, туроператоров, экскурсионных бюро : сб. должностных и производственных инструкций. – М. : Финпресс, 2003. – 160 с.

47 Туристская деятельность лиц с отклонениями в состоянии здоровья : учеб. пособие / Н. О. Рубцова [и др.]. – Пенза : Изд-во ПГУ, 2011. – 242 с.

48 Уокер Дж. Введение в гостеприимство : учеб. / Пер. с англ. Н.Н. Михайлова. – М. : ЮНИТИ, 1999. – 463 с. 59 55 Усов В. В. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания : учеб.. – М. : Академия, 2006. – 416 с.

49 Федцов В. Г. Культура сервиса : учеб.-практ. пособие. – М. : ПРИОР, 2001. – 208 с. 57 Чудновский А. Д., Жукова М. А. Информационные технологии управления в туризме : учеб. пособие. – М. : КНОРУС, 2007. – 104 с.

50 Чудновский А. Д., Жукова М. А. Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства и основные направления реализации туристского продукта : учеб. пособие. – М. : Федеральное агентство по туризму, 2014.

51 Чудновский А. Д., Жукова М. А., Сенин В. С. Управление индустрией туризма : учеб. пособие. – М.: КНОРУС, 2005. – 448 с.

52 Экономика туризма : учеб. / М. А. Морозов [и др.]. – М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. – 320 с. 61 Яковлев Г. А. Экономика и статистика туризма : учеб. пособие. – М. : РДЛ, 2007. – 480 с.

53 Федеральное агентство по туризму. – URL: [http://www. russiatourism.ru/](http://www.russiatourism.ru/)

54 Российский Союз Туриндустрии. – URL: [http://www. rostourunion.ru/](http://www.rostourunion.ru/)

55 Портал «Туризм и отдых в Пензенской области». – URL: <http://welcome2penza.ru/>

56 Официальный сайт Министерства культуры и туризма Пензенской области. – URL: <http://mincult.pnzreg.ru>

57 Ежедневная электронная газета для профессионалов туризма. – URL: <http://www.ratanews.ru/>

58 Каталог «Тонкости продаж». – URL: [https://tonkosti.ru/Тонкости\\_туризма/](https://tonkosti.ru/Тонкости_туризма/)

59 Все о туризме и путешествиях. – URL: <http://www.travel.ru/>

60 Официальный сайт Государственный Лермонтовский музей-заповедник «Тарханы» – URL: <http://tarhany.ru/>

61 Каталог путешествий. – URL: <http://www.turizm.ru/>

62 «100 дорог». Туристический портал. – URL: <https://100dorog.ru>

63 Российский туристический сервер. – URL: <https://www.votpusk.ru/>

64 Мир путешествий. – URL: <http://mirputeshestvii.ru/>

65 Официальный сайт завода сферических конструкций – URL: <https://zsk-sfera.ru/#rec89977277>

66 Официальный сайт «Marriot Tribute Portfolio Resort» – URL: <https://tribute-portfolio.marriott.com/>

## **Приложения**

## Приложение А

### Варианты размещения туристов в глэмпинг – модулях



Рисунок А.1 – Двухэтажные модули – капсулы



Рисунок А.2 – Жилые модули – капсулы на дереве



Рисунок А.3 – Жилые модули – капсулы в пустыне



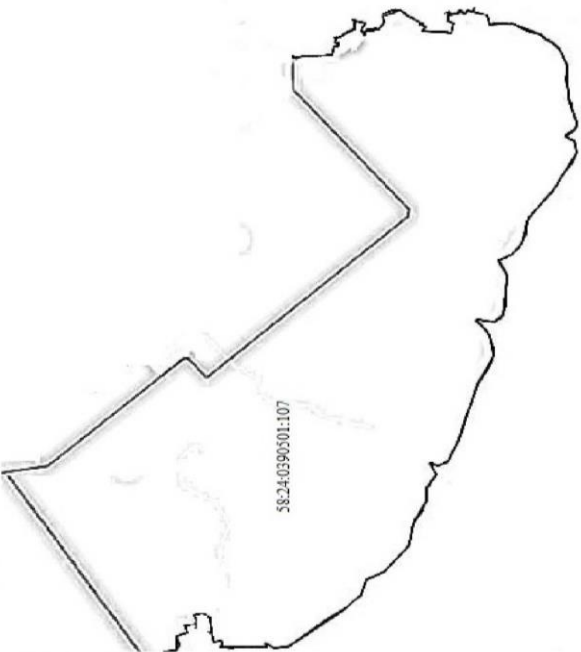
Рисунок А.3 – Жилые модули в горах

## Приложение Б

### Кадастровый план земельного участка

КП.2

КАДАСТРОВЫЙ ПАСПОРТ ЗЕМЕЛЬНОГО УЧАСТКА

| 1 | Кадастровый номер:<br>План (чертеж, схема) земельного участка                       | 2                      | Лист № | 3 | Всего листов: 2 |
|---|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|--------|---|-----------------|
| 4 |  |                        |        |   |                 |
| 5 | Масштаб 1:6500                                                                      | Установленные знаки: — |        |   |                 |

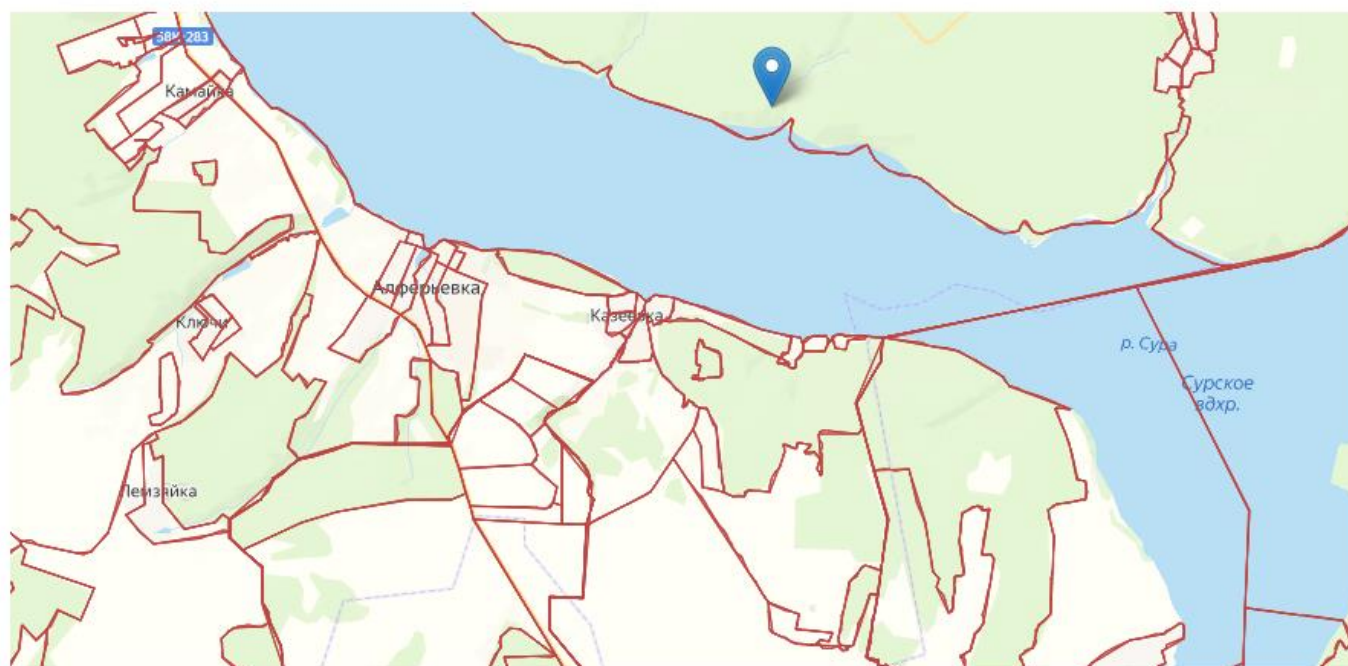


|  |                                       |
|--|---------------------------------------|
|  | Л. П. Петушина<br>(инициалы, фамилия) |
|  | (полное наименование должности)       |

Рисунок Б.1 – Кадастровый паспорт земельного участка 58:24:0390501:107

## Приложение В

### Публичная кадастровая карта Пензенской области



Кадастровый номер: [58:24:0390501:107](#)

Категория земель: Земли лесного фонда  
Для ведения лесного хозяйства

Земельный участок по адресу: [обл. Пензенская, р-н Пензенский](#)

Декларированная площадь: 109 171 594 кв.м.

Межевание: Проведено

Кадастровый номер — 58:24:0390501:107

Тип — Земельный участок

Категория и виды разрешенного использования:

- \* Земли лесного фонда
- \* Для размещения лесопарков

Площадь — 109 182 293.00 кв.м.

Кадастровый инженер — Есин Владимир Павлович (аттестат 58-11-107)

Другое написание адреса — Пензенский р-н

#### Кадастровая информация:

Ранее присвоенные номера: **50-03-050110-448 (Кадастровый номер)**  
**50:03:07:00229 (Условный номер)**

Здания, расположенные на участке: **нет информации**

Образованные участки: **нет информации**

Из каких участков образован: **нет информации**

Рисунок В.1 – Публичная кадастровая карта Пензенской области с информацией о земельном участке 58:24:0390501:107

## Приложение Г

### Документация и расчёты предоставленная Заводом Сферических Конструкций



Диаметр 6 м

220 000 р.

Оставить заявку

Материал тента – архитектурная ПВХ-ткань с армированием плотностью от 650 до 900 гр/м2.

Цвет тента – белый (стандартно), возможны другие цвета.

Материал каркаса – стальная круглая труба, диаметр и толщина трубы подбираются в зависимости от снеговых и ветровых нагрузок региона.

Цвет каркаса - белый (стандартно), возможны другие цвета.

Соединение каркаса – коннектор (специальная соединительная пластина), каждая балка крепится на отдельный болт.

Вход (в базовой комплектации) – круглый проем.

Дополнительно: рама для дверей, алюминиевая дверь со стеклопакетом, круглый козырек над входом, пол, утепленный тент.

Рисунок Г.1 – Скриншот с сайта Завода Сферических Конструкций с информацией о модуле с диаметром 6м



Рисунок Г.2 – Обзор внешних и внутренних параметров жилого модуля  
с диаметром 6м

Таблица Г.1 – Стоимость приобретения комплекта ООО «Завод Сферических Конструкций»

| Наименование позиции                                                                                                                                                                   | Кол-во   | Цена за 1 ед. | Стоимость           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------------|---------------------|
| <b>Сфера D 6</b> (металлокаркас из стальной трубы 25*2, усиленный на коннекторах из листовой стали 5 мм, порошковая покраска, белый тент ПВХ Г1, панорамное окно из морозостойкой ПВХ) | 1        | 210 000,00    | <b>210 000,00</b>   |
| <b>Внутренний утепленный тент</b> (слой гидроизоляции, утеплитель 500 гр/м2 (0,037 Вт/м * °C), фольгированный слой пароизоляции, декоративный слой ткани, прозрачная часть на окно)    | 1        | 147 000,00    | <b>147 000,00</b>   |
| <b>Вентиляция</b> (3 клапана естественной вентиляции и 2 приточно-вытяжных электрических вентилятора)                                                                                  | 1        | 9 400,00      | <b>9 400,00</b>     |
| <b>Дверь алюминиевая утепленная</b>                                                                                                                                                    | 1        | 65 000,00     | <b>65 000,00</b>    |
| <b>Сварная рама для двери</b> (конструктив из стального уголка для установки дверной коробки)                                                                                          | 1        | 16 000,00     | <b>16 000,00</b>    |
| <b>Козырек прямоугольный</b> (каркас из стальных труб, обтянут белым ПВХ тентом)                                                                                                       | 1        | 12 000,00     | <b>12 000,00</b>    |
| <b>Система монтажа печной трубы через тент</b>                                                                                                                                         | 1        | 8 300,00      | <b>8 300,00</b>     |
| <b>Итого (НДС не облагается) за 1 сферу</b>                                                                                                                                            | <b>1</b> |               | <b>467 700,00</b>   |
| <b>Итого (НДС не облагается) за 5 сфер</b>                                                                                                                                             | <b>5</b> |               | <b>2 338 500,00</b> |
| <b>Надбавка за декоративную ткань категории Г1</b>                                                                                                                                     | 1        | 8 000,00      | <b>8 000,00</b>     |
| <b>Занавески из канваса (цвет по выбору) с карнизами</b>                                                                                                                               | 1        | 25 000,00     | <b>25 000,00</b>    |

**Услуги:**

|                                                                                                          |          |          |                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------|---------------------|
| <b>Доставка до</b>                                                                                       | 1        |          | <b>0,00</b>         |
| <b>Работа шеф-монтажника, дн (без учета перелета, питания проживания) * 2 дня уходит на монтаж сферы</b> | 4        | 8 000,00 | <b>32 000,00</b>    |
| <b>Итого (НДС не облагается) за 10 сфер и услуги</b>                                                     | <b>1</b> |          | <b>2 403 500,00</b> |

**Условия оплаты:**

|                                 |                     |
|---------------------------------|---------------------|
| 70% - авансовый платеж          | <b>1 682 450,00</b> |
| 15% - перед отправкой Заказчику | <b>360 525,00</b>   |
| 15% - после монтажа             | <b>360 525,00</b>   |

**Что потребуется от Заказчика:**

1. Свайный или блочный фундамент по размерам ЗСК
2. Прокладка инженерных круглогодичных коммуникаций до сфер
3. Мебель, текстиль, интерьерные мелочи
4. Все трубы и фитинги для подключения сантехники Подрядчика к коммуникациям
5. Монтаж и доставка от ЗСК считается дополнительно в зависимости от количества сфер и времени монтажа

Директор ООО "ЗАВОД СФЕРИЧЕСКИХ КОНСТРУКЦИЙ"



Козлова В.В.