

ДУХОВНАЯ Лилия Леонидовна

*Российский государственный университет туризма и сервиса (Москва, РФ)
кандидат экономических наук, доцент; e-mail: 6199900@mail.ru*

ГОНЧАРОВА Оксана Владимировна

*Армавирский социально-психологический институт (Армавир, Краснодарский край, РФ)
кандидат биологических наук, доцент; e-mail: oksana_goncharova@mail.ru*

КРАСНОЖЕНОВА Галина Федоровна

*Московский государственный лингвистический университет (Москва, РФ)
доктор социологических наук, профессор, Заслуженный работник высшей школы РФ,
Член-корреспондент Российской академии естественных наук; e-mail: turizm-mglu@mail.ru*

**ГЛЭМПИНГИ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ:
МОДНЫЙ ТРЕНД ИЛИ ПЕРСПЕКТИВНЫЙ ФОРМАТ?**

Современный рынок гостиничного бизнеса, развивающийся в условиях жесткой конкуренции, активной цифровизации всех сфер экономики и в связи с этим постоянно меняющихся трендов, формирует и постоянно трансформирует портрет потребителя гостиничных услуг. Особенно активно протекают вышеперечисленные процессы в сложившихся на сегодняшний день условиях жестких ограничений, связанных с пандемией. Во главу угла в качестве основных факторов конкурентоспособности гостиничного предприятия поставлены безопасность, эксклюзивность и экологичность услуг размещения. Именно с учетом вышеперечисленных конкурентных преимуществ в последнее время в структуре рынка гостиничного бизнеса стал активно развиваться сегмент таких средств размещения, как глэмпинги. В статье рассматриваются основные подходы в формировании понятия «глэмпинг», приводится анализ типологии данного сегмента средств размещения с позиции применяемых архитектурных форм и оснащения различных видов глэмпингов. Приведенная в статье статистика, характеризующая количество глэмпингов по миру с учетом географических регионов, дает наглядное представление о росте популярности данных объектов размещения среди различных возрастных категории туристов. Основные статистические данные приводятся по регионам мира, где глэмпинги получили значительное распространение, а также по отдельным субъектам РФ и стране в целом. Так же в статье проводится сопоставительный анализ основных сильных и слабых сторон глэмпингов. В заключении делаются выводы о необходимости дальнейшего развития глэмпингов, о имеющихся на сегодняшний день проблемах и основных путях их решения, а также о направлениях совершенствования данного сегмента коллективных средств размещения.

Ключевые слова: глэмпинг, средство размещения, потребитель, туризм, виды туризма, гостиничный рынок, безопасность



Для цитирования: Духовная Л.Л., Гончарова О.В., Красноженова Г.Ф. Глэмпинги в России и за рубежом: модный тренд или перспективный формат? // Сервис в России и за рубежом. 2022. Т.16. №2. С. 65–76. DOI: 10.24412/1995-042X-2022-2-65-76.

Дата поступления в редакцию: 24 февраля 2022 г.

Дата утверждения в печать: 11 апреля 2022 г.

UDC 640.41

EDN: APPCJB

DOI: 10.24412/1995-042X-2022-2-65-76

Liliya L. DUKHOVNAYA

*Russian State University of Tourism and Service (Moscow, Russia)
PhD in Economics, Associate Professor; e-mail: 6199900@mail.ru*

Oksana V. GONCHAROVA

*Armavir Social Psychological Institute (Armavir city, Krasnodar region, Russia)
PhD in Biology, Associate Professor; e-mail: oksana_goncharova@mail.ru*

Galina F. KRASNOZHENOVA

*Moscow State Linguistic University (Moscow, Russia)
PhD (Dr.Sc.) in Sociology, Professor; e-mail: turizm-mglu@mail.ru*

GLAMPINGS IN RUSSIA AND ABROAD: A FASHION TREND OR A PROMISING FORMAT?

Abstract. *The modern hotel business market develops in the conditions of fierce competition, active digitalization of all sectors of the economy and, therefore, constantly changing trends. So it forms and constantly transforms the portrait of the consumer of hotel services. The above processes are especially active in the current conditions of severe restrictions associated with the pandemic. The safety, exclusivity and environmental friendliness of the services of the accommodation facility are put at the forefront as the main factors of the competitiveness of the hotel enterprise. This forced the development of such segment of accommodation facilities as glampings. The article discusses the main approaches in the formation of the concept of "glamping", provides an analysis of the typology of this segment of accommodation facilities from the standpoint of the applied architectural forms and equipment of various types of glamping. The statistics given in the article, which characterizes the number of glamping sites around the world, considering geographical regions, gives a clear idea of the growth in the popularity of these accommodation facilities among different age categories of tourists. The main statistics are given for the regions of the world where glampings have become widespread, as well as for individual subjects of the Russian Federation and the country as a whole. The article also provides a comparative analysis of the main strengths and weaknesses of glampings. The conclusions are drawn about the need for further development of glampings, about the problems that exist today and the main ways to solve them, as well as on the directions for improving this segment of collective accommodation facilities.*

Keywords: *glamping, accommodation facility, consumer, tourism, types of tourism, hotel market, security*



Citation: Dukhovnaya, L. L., Goncharova, O. V., & Krasnozhenova, G. F. (2022). Glamping in Russia and abroad: A fashion trend or a promising format? *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 16(2), 65–76. doi: 10.24412/1995-042X-2022-2-65-76. (In Russ.).

Article History

Received 24 February 2022

Accepted 11 April 2022

Disclosure statement

No potential conflict of interest was reported by the author(s).

© 2022 the Author(s)

This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY-SA 4.0).

To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>



Актуальность и цель исследования. Сегодня, когда весь мир вынужден адаптироваться и существовать в условиях длительной и затянувшейся пандемии, наиболее остро и актуально встает вопрос безопасности окружающего нас пространства, его надежной защиты от внешних негативных воздействий факторов среды обитания. Именно в этих условиях вынужден функционировать и неуклонно трансформироваться рынок туристского и гостиничного бизнеса, постоянно принимая во внимания данные негативные факторы и обеспечивая повсюду путешественникам так называемый «пузырь безопасности».

В связи с глобальными изменениями на рынке гостиничного бизнеса параллельно идет процесс трансформации портрета потребителя гостиничных услуг. Сегодняшний гость – это тот, кто высоко ценит в гостиницах цифровизацию, комфорт, уникальность и эксклюзивность гостиничного продукта, а также обеспечение должного уровня безопасности. Постоянно меняющиеся запросы и предпочтения современного потребителя приводит к изменению и самого формата средства размещения.

Одним из наиболее интересных и во многом неоднозначных с точки зрения представленного формата можно считать такое средство размещения, как глэмпинг.

В связи с серьезными изменениями в экономике нашей страны и туристической индустрии в целом, которые связаны с пандемией коронавируса, актуальными для всех владельцев бизнеса становятся вопросы поиска ресурсов и новых возможностей для развития внутреннего туризма. К одному из самых актуальных и перспективных видов внутреннего туризма можно отнести экологический туризм, который сможет обеспечить восстановление физических и душевных сил людей в условиях единения с природой.

Уже сейчас можно наблюдать тенденцию, когда вместо зарубежных поездок туристы всё чаще выбирают внутренние направления, связанные с отдыхом на природе. Поклонники экологического туризма готовы платить

немалые деньги за возможность побыть несколько дней в условиях дикой природы при этом получая комфорт в привычных для них вещах. Для таких целей в свое время и был придуман глэмпинг.

Цель данного исследования можно определить как выявление положительных и отрицательных сторон процесса развития такого сегмента размещения, как глэмпинг и определение дальнейших перспектив расширения географии распространения глэмпингов в масштабах Российской Федерации в рамках развития внутреннего туризма.

Объект и предмет исследования. В рамках поставленной цели объектом исследования стоит определить сегмент глэмпингов в структуре международного и российского рынка гостиничного бизнеса. Предметом исследования послужили особенности, проблемы и тенденции формирования данного сегмента средств размещения.

Данные и методы исследования. Информационная база исследований включает анализ различных источников в рамках темы исследования: научные статьи российских и зарубежных ученых, публикации периодических изданий, статистические данные официальных интернет-ресурсов, базы данных Ассоциации глэмпингов в России, а также Федеральной службы государственной статистики (Росстат) и Федерального агентства по туризму (Ростуризм).

В статье использованы такие методы исследования как анализ, синтез, сравнительно-описательный метод и наблюдение.

Дискуссия

Проведя анализ научных публикаций российских и зарубежных авторов, удалось выявить, что в своих исследованиях авторы определяют две основные концепции развития глэмпингов. Это концепция глэмпинга как нестандартного средства размещения, позволяющего максимально погрузиться в природную среду. Подобную характеристику дает глэмпингу автор Дедок В.М. в своей статье «Современное состояние и перспективы развития

глэмпинга в мировой индустрии гостеприимства» и концепция глэмпинга как основной и неотъемлемой составляющей в развитии экологического туризма. Данный подход можно отметить в статьях таких авторов, как Воронников А.М., Гасанова С.Ф. и Стоцкий А.И. в статье «Глэмпинг как формат развития экологического туризма на особо охраняемых природных территориях в Арктической зоне Российской Федерации», Кузьминой Н.М. в статье «Глэмпинг как современный вид экотуризма» и др. Стоит отметить, что в контексте развития «зеленой экономики» и «синей экономики», данному типу средств размещения также отводится весьма значимая роль.

Слово «глэмпинг» образовалось в результате соединения двух слов «glamorous» и «camping», что в переводе с английского означает «гламурный кемпинг». Впервые это понятие появилось в 2005 г. в Великобритании, но активное распространение получило лишь в последние годы. Такое явление как глэмпинг возникло ещё в Средневековье. Пробразом глэмпинга можно считать выездные поселения средневековых королей. В своих путешествиях они выстраивали не просто палаточные лагеря, а огромные королевские шатры с роскошным убранством, мебелью и предметами декора [1].

Позднее такие переносные средневековые лагеря нашли свое применение в колониальных странах. Высшая знать, путешествуя по новым землям или отправляясь на сафари-охоту, не хотела терпеть лишения, поэтому организовывала себе комфортные шатры со всеми удобствами: от электрических генераторов и настоящих ванн до переносных холодильников и даже пианино. Многие сафари-лагеря колониальных времен продолжают и сегодня работать на территории Африки.

Глэмпинги как самостоятельное направление начали развиваться в Великобритании около 15 лет назад. Первоначально они рассматривались только как необычный вид отдыха для богатых туристов, у которых есть возможность посетить отдалённые уголки страны

и посмотреть природу, при этом проживая не в палатках, а в небольших капсульных домах, где будет присутствовать высокий уровень сервиса и предоставляться питание. Туристы тратили немалые деньги, чтобы добраться до таких глэмпинг-лагерей. Если раньше совсем небольшое количество людей могли себе позволить данный вид отдыха, то сейчас он получил широкое распространение в Великобритании, США и Австралии. На современном же этапе развития индустрии гостеприимства глэмпинг стоит рассматривать как абсолютно инновационный проект с разнообразными архитектурно-планировочными решениями, особым типом потребителя и инвестора [3].

Перспективность глэмпинга в России связана с наличием большого числа уникальных мест в дикой природе, не открытых для массового туризма, и небольшим количеством качественных мест размещения в них. Также глэмпинг позволяет обойти сложности законодательства в сфере землепользования для строительства стационарной инфраструктуры.

Туристы очень позитивно воспринимают глэмпинги, останавливаясь в них на несколько дней. Неудивительно, что больше формат глэмпингов подходит для рекреационных территорий, в которые стремятся туристы, рассчитывающие пожить в комфорте. Капитальные конструкции в таких зонах зачастую размещать нельзя. Но при этом в хорошем глэмпинге, равно как и кемпинге, обязательно должна быть организована досуговая составляющая, это может быть в формате «relax» или активного отдыха — водный спорт, походы, тренировки, мероприятия. Гости, ориентированные просто на отдых, обычно останавливаются на один-три дня, активные туристы могут задержаться на неделю [4].

Результаты исследования

По оценкам Grand View Research, в 2020 г. глобальный рынок глэмпингов оценивался в \$1,88 млрд. До 2028 г. он будет ежегодно увеличиваться на 14,1% и достигнет \$5,41 млрд.¹ Согласно данному прогнозу, рост данного сегмента рынка будет обусловлен ростом повы-

шенного интереса к таким видам туризма как экологический и приключенческий туризм. Анализируя же приоритетные сегменты потребителя данного типа коллективных средств размещения, можно выделить две возрастные группы – это туристы от 18 до 32 лет и туристы, принадлежащие к возрастной группе от 33 до 50 лет. Эти две возрастные группы составляют 75% потребителей [9].

Ожидается, что сегмент возрастной группы от 33 до 50 лет будет расти в среднем на 14,1% в год с 2021 по 2028 г. Рост объясняется финансовой свободой группы и высокой покупательной способностью. Согласно отчету КОА, в 2019 году участие путешественников в глэмпинге по поколениям составляет 48% миллениалов и 28% представителей поколения X в Северной Америке.

При этом 50% глэмперов предпочитают иметь в своем жилье в качестве дополнительной услуги Wi-Fi. Таким образом, ожидается, что в ближайшие годы рынок станет свидетелем растущего значения глэмпинга в этой возрастной категории.

Глэмпинг особенно привлекателен для путешественников, которые хотят проводить время на свежем воздухе, но не хотят разбивать лагерь традиционными способами. Путешественники, которые не разбивают лагерь, говорят, что глэмпинг позволяет им с комфортом проводить время на свежем воздухе (83%), пользоваться услугами и удобствами, не связанными с традиционным кемпингом (63%), и облегчает часть «работы», связанной с более традиционными формами кемпинга (27%) [10].

Интерес к глэмпингу, по прогнозам экспертов, среди потребителей будет расти и в ближайшие несколько лет, так как в этот период времени будет происходить активный процесс восстановления отрасли после Covid-19. 38% отдыхающих интересовались отдыхом в глэмпинге в мае 2021 г. и сентябре 2021 г.

Согласно отчету, опубликованному Campgrounds of America Inc. в 2019 г., 67% потребителей согласны с тем, что глэмпинг обеспечивает

уникальный отдых на свежем воздухе, 63% хотят, чтобы их глэмпинг сопровождался услугами и удобствами, которых нет в кемпинге, 56% хотели бы остановиться в уникальном жилье [5, 6].

Одним из неоспоримых конкурентных преимуществ глэмпинга на сегодня является значительное разнообразие его видов, ориентированных на широкий спектр потребностей современного туриста. Именно разнообразие различных архитектурно-планировочных решений, подчас самых неординарных, делает глэмпинги неким диверсифицированным продуктом, ориентированным на туристов, путешествующих с различными целями.

Приведем ниже примеры основных видов глэмпингов с соответствующими характеристиками особенностей их оснащения.

Проводя анализ географии распространения данного типа средств размещения, стоит остановиться на отдельных количественных характеристиках.

Анализируя данные Glamping.com на момент начала 2022 г. можно отметить, что абсолютным лидером по количеству функционирующих глэмпингов является Северная Америка и Европа, далее идут страны Африки и Латинской Америки, Азии и Австралии (рис. 1). Данный ресурс представляет собой тщательно отобранную коллекцию «гламурных кемпингов» по всему миру [7]. Среди стран-лидеров по количеству глэмпингов можно отметить США, Чили, Коста-Рику, ЮАР, Италию и др.

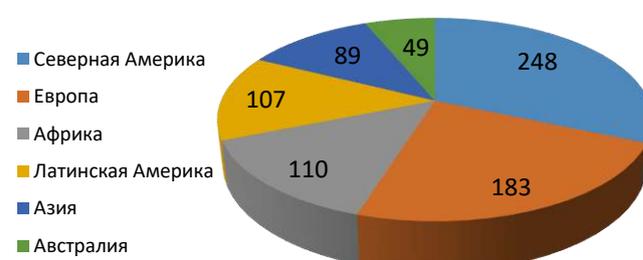


Рис. 1 – Количество глэмпингов в различных регионах мира²

¹ <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/glamping-market> (Дата обращения: 16.02.2022)

² По данным www.glamping.com

Таблица 1 – Основные виды глэмпингов³

Фото типа глэмпинга	Тип и основные характеристики глэмпинга
	<p>Сафари-тент – большая палатка, состоящая из деревянного высокого каркаса и натянутого тента. Особенность конструкции – приятный микроклимат, позволяющий обходиться без кондиционера. Преимущество – в возможности установить ее на любом ландшафте. Внутри помещаются полноценные удобные кровати и другие предметы интерьера, создающие домашний уют</p>
	<p>Белл-тент – палатка для проживания, путешествий или отдыха. Дизайн белл-тента представляет собой простую конструкцию. Основным несущим элементом палатки является центральный шест. Палатка двухслойная и выполнена из комбинации материалов. Устойчивость палатки усиливается напряжением, которое создают растяжки от стен до земли</p>
	<p>Типи – представляет собой круглую палатку, в основании которой находится конус, состоящий из деревянных шестов. Для покрытия типи используется плотная тентовая ткань, способная уберечь от любых погодных условий. Диаметр типи обычно составляет от 3 до 6 метров, что позволяет установить в ней кровати и другую мебель, которая может понадобиться туристу</p>
	<p>Юрта, являясь распространенным жилищем кочевых народов, обладает уникальной, но в то же время простой конструкцией. Каркас состоит из согнутых реек и брусьев, поверх которых натянута циновка. Такое жилье надежно защищает от ветров, дождей и солнца. Циркуляция воздуха создает приятную атмосферу, что спасает в особенно жаркое время года. Внутри устанавливаются удобные кровати с матрасами, шкафы или тумбы и другая мебель</p>
	<p>Купол – один из наиболее востребованных туристами тип глэмпинга. Эти конструкции легко устанавливаются на любом ландшафте, что гарантирует незабываемый вид через панорамные окна. Такое построение не вредит окружающей среде, что крайне важно для сохранения первозданности природы, однако позволяет отдохнуть на природе с максимальными удобствами</p>
	<p>Вагончик – преимуществом данного типа глэмпинга является возможность выбора локации. Оснащены всеми необходимыми атрибутами: мягкими и удобными постелями, мебелью для хранения одежды и принятия пищи, а также элементами интерьера для абсолютного комфорта жильцов</p>
	<p>Куб – представляют собой небольшие домики причудливой формы, напоминающей куб. Каждый турист обеспечен удобной кроватью, мебелью для удобного принятия пищи и хранения личных вещей. Рядом оборудован санузел. Главным аспектом отдыха является максимальное единение с природой и бережное отношение к ней</p>

³ <https://глэмпинг.рф/type/> (Дата обращения: 16.02.2022)

С 2016 г. сегмент глэмпингов начал активно развиваться и в Российской Федерации. По данным Ассоциации Глэмпингов России в нашей стране насчитывалось:

- 2016 г. – 2 глэмпинга;
- 2017 г. – 5-7 глэмпингов;
- 2018 г. – 20 глэмпингов;
- 2019 г. – 63 глэмпинга;
- 2020 г. – 149 глэмпинга;
- 2021 г. – 178 глэмпингов;
- февраль 2022 г. – 230 глэмпингов.

Стоит отметить, что 69% глэмпингов из 230 объектов расположены на территории 13 регионов Российской Федерации. Данный сегмент средств размещения представлен лишь в 44 из 85 субъектов РФ, что свидетельствует о пока еще незначительном масштабе распространения их по территории РФ.

По прогнозам и данным исследования Ассоциации глэмпингов России данный сегмент в 2022 г. может увеличиться до 277 объектов, включая новые субъекты РФ, на территории которых могут появиться первые такие объекты.

Анализируя деятельность профессиональных сообществ, занимающихся поддержкой и реализацией проектов, связанных с развитием данного сегмента средств размещения

в Российской Федерации стоит подробнее остановиться на анализе деятельности Ассоциации глэмпингов России⁴.

Ассоциация по поддержке развития глэмпингов РФ начала свою деятельность в 2018 году как единственная некоммерческая организация. Ее основными направлениями деятельности стала поддержка предпринимателей в реализации бизнес-проектов, направленных на развития данного сегмента средств размещения в РФ и участие в формировании глэмпинг-рынка в международном масштабе.

На сегодняшний день данная Ассоциация осуществляет свою деятельность в целом ряде направлений, таких как обучение, популяризация, продвижение, взаимодействие с органами государственной власти по вопросам развития глэмпингов в РФ.

Так, экспертами Ассоциации в 2021 г. совместно с Департаментом «Дирекция по развитию природных территорий и экотуризма» и Фонда «Институт развития городов РТ» было создано первое методическое пособие, составленное на основе анализа и обобщения мирового и российского опыта с пошаговой инструкцией, как запустить глэмпинг. Объем данного пособия составил более 200 страниц и на сегодняшний день оно не имеет аналогов.

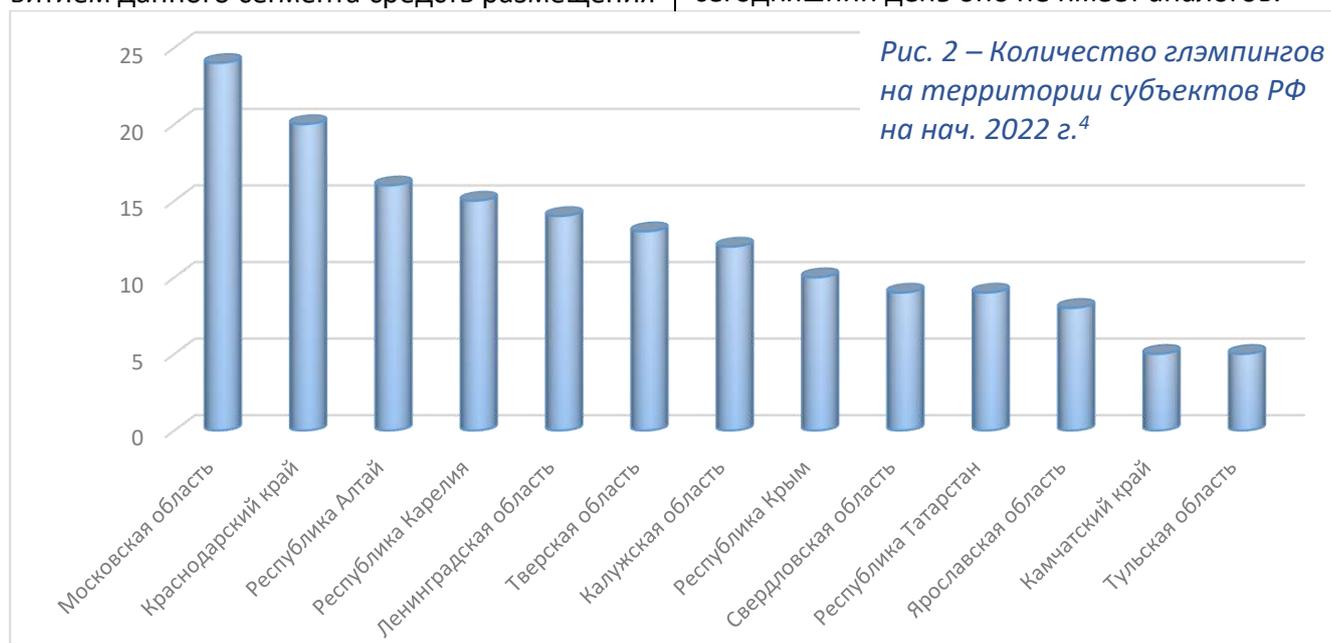


Рис. 2 – Количество глэмпингов на территории субъектов РФ на нач. 2022 г.⁴

⁴ <https://glamping-association.ru/> (Дата обращения: 22.02.2022)

Одним из видов деятельности Ассоциации является активное взаимодействие со СМИ, блогерами и инфлюенсерами, направленное на популяризацию и продвижение проектов среди большого количества путешествующих людей и предпринимателей.

Дважды в год Ассоциация по поддержке развития глэмпингов РФ формирует и распространяет базу глэмпингов РФ.

Партнерами Ассоциации являются Федеральное агентство по туризму, Агентство стратегических инициатив, Министерство природных ресурсов и экологии РФ, партия «Опора России» и др.

Принимая во внимание неуклонно растущий интерес к глэмпингам как со стороны потребителей, так и со стороны инвесторов стоит подробнее остановиться на некоторых характеристиках и особенностях данного типа средств размещения.

Основные *преимущества* глэмпингов заключаются в следующих аспектах:

- ✓ пространственная свобода;
- ✓ минимальная насыщенность рынка в РФ;
- ✓ небольшие стартовые инвестиции;
- ✓ быстрая окупаемость бизнеса (6-8 мес) за счет снижения капитальных затрат;
- ✓ незначительное количество юридических формальностей, неуклонное соблюдение природоохранных законодательных актов.

Но у глэмпингов имеются и свои *недостатки*, основные из которых:

- более высокая по сравнению с отелями и аналогичными средствами размещения вероятность пожаров;
- более высокая по сравнению с отелями и аналогичными средствами размещения вероятность возникновения травм и несчастных случаев, учитывая особенности локации глэмпингов;
- более высокая по сравнению с отелями и аналогичными средствами размещения вероятность техногенных и криминогенных рисков, учитывая особенности локации глэмпингов;

- в условиях открытого пространства более активный износ основных средств;
- определенный инвестиционный риск;
- высокая стоимость размещения;
- проблемы с подбором и мотивацией персонала.

Поскольку, как отмечалось выше, глэмпинги сегодня стоит рассматривать и в аспекте развития «зеленой» и «синей» экономики, нельзя не отметить и то, что в основе концептуальных решений, связанных с устройством систем инженерно-технического оснащения по отношению к экологической концепции глэмпинга, активно используются современные ресурсосберегающие технологии, что так же можно отнести к одним из конкурентных преимуществ глэмпингов [8].

Таковыми прогрессивными решениями можно считать:

- строгое соответствие инженерных решений действующим нормам и правилам противопожарной безопасности, безопасности эксплуатации, нормам защиты труда, экологическим и санитарным требованиям;
- уменьшение ресурсопотребления объектом посредством: отказа от излишеств (не в ущерб обеспечения необходимого комфорта при эксплуатации объектов), например, взвешенного подхода к необходимости устройства систем кондиционирования в определенных помещениях; применения рациональных объемно-планировочных и конструктивных решений, обеспечивающих уменьшение теплотерь строений в отопительный период;
- уменьшение длины наружных площадочных инженерных сетей посредством компактного расположения объектов инженерного обеспечения на территории;
- расширенное использование возобновляемых источников энергии (использование солнечной энергии для нагрева аккумулирующих емкостей воды для горячего водоснабжения);
- рациональное использование имеющихся на участке водных ресурсов для водоснаб-

жения объекта (использование поверхностных источников – родника, реки – вместо организации водозаборных узлов подземных водоартезианских скважин);

- применение систем использования талых и дождевых вод в технических и хозяйственных целях;
- защита экосистем от вредоносных выбросов сточных и поверхностных вод при эксплуатации объекта (устройство локальных очистных сооружений полной биологической очистки в выделенных зонах, герметичных выгребных емкостей, сооружений очистки поверхностных вод);
- защита экосистем от вредоносных выбросов в атмосферу при эксплуатации объекта (в системах отопления – приоритетное использование электрических котлов; по возможности исключая уголь, дизельное топливо);
- уменьшение объема бытовых отходов (оценка и оптимизация цикла производства и потребления продуктов и процессов, в стремлении установления такого подхода, при котором отходы нивелированы);
- внедрение метода раздельного сбора бытовых отходов на территории объекта.

Проведя анализ нормативно-правового регулирования деятельности глэмпингов, можно отметить, что на данный момент как таковых нормативных документов, регулирующих деятельность данного вида коллективных средств размещения, не существует, но существует Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р 58187–2018 «Туристские услуги. Кемпинги. Общие требования». Настоящий стандарт разработан Федеральным государственным унитарным предприятием «Российский научно-технический центр информации по стандартизации, метрологии и оценке соответствия» (ФГУП «СТАНДАРТИНФОРМ»), Межрегиональной общественной организацией автопутешественников «Лига Караванеров», Национальной ассоциацией кемпингов и туристских парков, Акционерным обществом «Всероссийский научно-исследовательский институт сертификации» (АО «ВНИИС») при

поддержке Департамента туризма и региональной политики Министерства культуры Российской Федерации, утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 25 июля 2018 г. №429-ст.

Данный стандарт устанавливает:

- общие требования к кемпингам и к услугам, предоставляемым в кемпингах;
- виды объектов кемпинг-размещения;
- требования к информационному обеспечению услуг кемпинга;
- доступность услуг кемпинга для туристов с ограниченными возможностями;
- требования безопасности и охраны окружающей среды;
- требования к персоналу кемпинга.

Положения данного стандарта распространяются на услуги кемпингов, предоставляемые организациями различных форм собственности и индивидуальными предпринимателями согласно законодательству Российской Федерации.

В то же время требования данного нормативного акта не распространяются на палаточные лагеря, туристические стоянки и любые другие площадки, не оборудованные палатками.

В ГОСТ Р 58187–2018 «Туристские услуги. Кемпинги. Общие требования» использованы нормативные ссылки на следующие документы:

- ГОСТ 32611 Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов;
- ГОСТ 32612 Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования;
- ГОСТ 32613 Туристские услуги. Услуги туризма для людей с ограниченными физическими возможностями. Общие требования;
- ГОСТ Р 54604 Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования;
- ГОСТ Р 56642 Туристские услуги. Экологический туризм. Общие требования;
- ГОСТ Р 56643 Туристские услуги. Личная безопасность туриста;
- ГОСТ Р 57287 Туристские услуги, предоставляемые на особо охраняемых территориях.

Общие требования;

- ГОСТ Р 57581 Туристские услуги. Информационные знаки системы навигации в сфере туризма. Общие требования;

- ГОСТ Р 57806 Туристские услуги в области самодетельного туризма. Общие требования;

- СП 30.13330.2012 Свод правил. Внутренний водопровод и канализация зданий (Актуализированная редакция СНиП 2.04.01-85*);

- СП 32.13330.2012 Свод правил. Канализация. Наружные сети и сооружения (Актуализированная редакция СНиП 2.04.03-85);

- СП 59.13330.2016 Свод правил. Доступность зданий и сооружений для маломобильных групп населения.

Общенациональный союз индустрии гостеприимства предлагает внести в ГОСТ Р 58187–2018 «Туристские услуги. Кемпинги. Общие требования» понятие «глэмпинг». Соответствующая инициатива была направлена в Технический комитет «Услуги в сфере гостеприимства» Росстандарта.

В профессиональном туристском сообществе считают, что реализация данной идеи позволит создать условия развития современной инфраструктуры глэмпингов. Кроме того, положительное решение нужно для формирования новых предложений и услуг для потребителя, выбирающего глэмпинг.

По мнению исполнительного директора и вице-президента ОСИГ А. Волкова, интерес к глэмпингам среди путешественников довольно большой, однако все еще нет единого понятийного аппарата, формального определения понятия «глэмпинг» и нормативного правового акта, который будет регулировать люксовые кемпинги.

Таким образом, отсутствие нормативно-правовых актов, регулирующих деятельность глэмпингов, сегодня может создавать вполне объективные проблемы и трудности, в частности, это заключается и в отсутствие нормативных требований к качеству предоставляемых услуг в сочетании с достаточно высокой стоимостью размещения, что в дальнейшем может негативно повлиять на потребительский спрос.

Стоит отметить, что четко определенные

требования к организации деятельности различных объектов размещения, как правило, положительно влияют на качество оказываемых услуг.

Возможно, в дальнейшем глэмпинги стоит рассматривать и как объект размещения, нуждающийся в прохождении обязательной классификации, о чем в следующие редакции «Положения о классификации гостиниц в РФ» следует внести соответствующие изменения, включив глэмпинги в перечень классифицируемых коллективных средств размещения.

Выводы. События, связанные со случившейся два года назад пандемией COVID-19 наглядно продемонстрировали, насколько хрупок и уязвим окружающий нас мир. Именно в условиях, в которых мы вынуждены жить столь продолжительный период времени, становится наиболее очевидным тот факт, что сегодня для любого человека одной из приоритетных потребностей является восстановление жизненных сил и максимального единения с природой. Природная среда является для каждого из нас неиссякаемым источником положительной энергии, благоприятно влияющим на здоровье и жизнедеятельность человека.

Сегодня, несмотря на ряд объективных проблем, возникающих в процессе развития данного сегмента средств размещения, популярность глэмпингов растет неуклонно, и причинами этого явления как раз и являются уникальные архитектурно-планировочные решения и месторасположения глэмпингов, позволяющие жителям крупных мегаполисов максимально погрузиться в окружающую природную среду. Поэтому вопреки мнению о том, что глэмпинги – это модное, сезонное и скорее быстропроходящее явление, можно надеяться, что именно этот вид коллективных средств размещения в ближайшие несколько лет еще более значимо укрепит свои позиции на рынке гостиничного бизнеса.

Укрепление позиций, на наш взгляд, возможно только путем повышения качества обслуживания гостей, дальнейшей диверсификации гостиничного продукта и совершенствования нормативно-законодательной базы.

Список источников

1. Безрукова Н.Л. Глэмпинг: понятие, виды и перспективы развития в России // Современные проблемы сервиса и туризма. 2020. Т.14. №2. С. 28-37. DOI: 10.24411/1995-0411-2020-10203.
2. Воротников А.М., Тарасов Б.А., Панышина В.А. Глэмпинг как специфическая форма экологического туризма: к развитию в Российской Арктике // Российский экономический журнал. 2019. №5. С.48-55.
3. Воротников А.М., Гасанова С.Ф., Стоцкий А.И. Глэмпинг как формат развития экологического туризма на особо охраняемых природных территориях в Арктической зоне Российской Федерации // Журнал исследований по управлению. 2019. Т.5. №1. С. 3-10.
4. Дедок В.М. Современное состояние и перспективы развития глэмпинга в мировой индустрии гостеприимства // Современные тенденции развития международного туризма в мире и Республике Беларусь в условиях глобализации. Мн.: БСУ, 2018. С. 32-38.
5. Киреева Ю.А., Коновалова Е.Е., Амозова Л.Н., Охотников И.В. Глэмпинг как тренд современного туризма в России и за рубежом // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Сер.: Экономика и право. 2021. №11. С. 44-49. DOI: 10.37882/2223-2974.2021.11.18.
6. Кузьмина Н.М. Глэмпинг как современный вид экотуризма // В сб.: Индустрия туризма и сервиса: состояние, проблемы, эффективность, инновации: Сб. ст. по мат. VII Междунар. науч.-практ. конф. Н.Новгород: Мининский университет, 2020. С. 22-24.
7. Лебедева Т.Е., Прохорова М.П., Кузьмина Н.М. Глэмпинг: мировой опыт, перспективы развития в России // Московский экономический журнал. 2020. №4. С. 72.
8. Мирошниченко П.Н. Глэмпинг как сегмент туристского рынка // Сервис в России и за рубежом. 2020. Т.14. №2(89). С. 24-30.
9. Milohnić I., Bonifačić J.C. Global trends affecting camping tourism: managerial challenges and solutions // Tourism and hospitality management. 2014. №6. Pp. 29-33.
10. Stivers C. 7 reasons why clients and counselors prefer home-based counseling // The Family Therapy Blog. 2015. Aug. 31. URL: <https://thefamilytherapyblog.com/2015/08/31/7-reasons-why-clients-counselors-prefer-home-based-counseling>.

References

1. Bezrukova, N. L. (2020). Glamping: ponjatje, vidy i perspektivy razvitija v Rossii [Glamping: The concept, types and development prospects in Russia]. *Sovremennye problemy servisa i turizma [Service and Tourism: Current Challenges]*, 14(2), 28-37. doi: 10.24411/1995-0411-2020-10203. (In Russ.).
2. Vorotnikov, A. M., Tarasov, B. A., & Panshina, V. A. (2019). Glamping kak specificheskaja forma ekologicheskogo turizma: k razvitiju v Rossijskoj Arktike [Glamping as a Specific Form of Ecotourism: on Development in the Russian Arctic]. *Rossijskij ekonomicheskij zhurnal [Russian Economic Journal]*, 5, 48-55. (In Russ.).
3. Vorotnikov, A. M., Gasanova, S. F., & Stotskiy, A. I. (2019). Glamping kak format razvitija ekologicheskogo turizma na osobo ohranjaemyh prirodnyh territorijah v Arkticheskoj zone Rossijskoj Federacii [Glamping as a new format of ecological tourism development in specially protected natural areas in the Arctic zone of the Russian Federation]. *Zhurnal issledovanij po upravleniju [Journal of Management Studies]*, 5(1), 3-10. (In Russ.).
4. Dedok, V. M. (2018). Sovremennoe sostojanie i perspektivy razvitija glempinga v mirovoj industrii gostepriimstva [Modern condition and development prospects of glamping in the global hospitality industry]. In coll.: *Sovremennye tendencii razvitija mezhdunarodnogo turizma v mire i Respublike Belarus' v uslovijah globalizacii [Modern development trends of international tourism in the world and the Republic of Belarus in globalization]*. Minsk: BSU, 32-38. (In Russ.).
5. Kireeva, Yu. A., Konovalova, E. E., Amozova, L. N., Okhotnikov, I. V. (2021). Glamping kak trend sovremennogo turizma v Rossii i za rubezhom [Glamping as a trend of modern tourism in Russia

- and abroad]. *Sovremennaja nauka: aktual'nye problemy teorii i praktiki. Ser.: Ekonomika i pravo. [Modern Science: actual problems of theory and practice. Series of «Economics and Law»]*, 11, 44-49. doi: 10.37882/2223–2974.2021.11.18. (In Russ.).
6. Kuzmina, N. M. (2020). Glamping kak sovremennyj vid jekoturizma [Glamping as a modern type of ecotourism]. In: *Industrija turizma i servisa: sostojanie, problemy, effektivnost', innovacii [Tourism and service industry: state, problems, efficiency, innovations]*: Coll. of art. following the mat. VII Intern. scientific-practical. conf. Nizhny Novgorod: Minin University, 22-24. (In Russ.).
 7. Lebedeva, T. E., Prokhorova, M. P., & Kuzmina, N. M. (2020). Glamping: mirovoj opyt, perspektivy razvitija v Rossii [Glamping: world experience, prospects for development in Russia]. *Moskovskij ekonomicheskij zhurnal [Moscow Economic Journal]*, 4, 72. (In Russ.).
 8. Miroshnichenko, P. N. (2020). Glamping kak segment turistskogo rynka [Glamping as the segment of the tourist market]. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 14(2), 24-30. doi: 10.24411/1995-042X-2020-10202. (In Russ.).
 9. Milohnić, I., & Bonifačić, J. C. (2014). Global trends affecting camping tourism: managerial challenges and solutions. *Tourism and hospitality management*, 6, 29-33.
 10. Stivers, C. (2015). 7 reasons why clients and counselors prefer home-based counseling. *The Family Therapy Blog*. URL: <https://thefamilytherapyblog.com/2015/08/31/7-reasons-why-clients-counselorsprefer-home-based-counseling>.