

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет бізнесу і права
Кафедра готельно-ресторанного та туристичного бізнесу

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ КЕМПІНГОВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Кваліфікаційна робота (проект)
на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»

Виконала: здобувачка IV курсу, 461 групи
спеціальності: ІЗ Туризм та рекреація
освітньо-професійної програми «Туризм»
Литвинова Катерина Геннадіївна

Керівник: к. і. н., доцент Макієнко О. А.
Рецензент: Данів О. А., директор
ТОВ «Новелтревел»

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КЕМПІНГІВ ЯК ЕЛЕМЕНТА ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ.....	6
1.1. Поняття та сутність кемпінгу в сучасному туризмі.....	6
1.2. Історичні витоки та етапи розвитку кемпінгового туризму.....	10
РОЗДІЛ 2. КЕМПІНГ У СИСТЕМІ ТУРИСТИЧНОГО ПРОСТОРУ УКРАЇНИ.....	13
2.1. Формування кемпінгової мережі в Україні.....	13
2.2. Роль кемпінгів у розвитку внутрішнього та в'їзного туризму.....	17
2.3. Правові та організаційні передумови функціонування кемпінгів у національному контексті.....	19
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КЕМПІНГОВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	23
3.1. Стратегічні напрями розвитку кемпінгового туризму в Україні.....	23
3.2. Глемпінг-туризм як новий тренд туризму в Україні.....	25
3.3. Аналіз діяльності глемпінг-комплексу «Лавандія» (Одещина) та проєктування глемпінг-туру	30
ВИСНОВКИ.....	34
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	37

ВСТУП

Актуальність дослідження. У сучасному світі туризм дедалі більше перетворюється на соціально-економічне явище, яке впливає не лише на економіку держав, а й на розвиток регіонів, міжкультурні зв'язки, рівень життя населення. Туристична індустрія за останні десятиліття зазнала суттєвих трансформацій, одним із проявів яких стало активне поширення альтернативних форм розміщення туристів. На цьому тлі особливої уваги набуває такий феномен, як кемпінг – форма організованого розміщення туристів у спеціально облаштованих місцях просто неба, яка поєднує доступність, екологічність та мобільність.

У європейських країнах кемпінг є розвинутою складовою туристичної інфраструктури, яка виконує не лише функцію тимчасового розміщення, а й сприяє розвитку зеленого туризму, популяризації активного відпочинку та збереженню природного середовища. В Україні ж, попри наявність потенціалу, кемпінгова культура лише формується, що зумовлює необхідність осмислення його сутності, ролі в розвитку туризму та перспектив подальшого впровадження в національний туристичний простір.

Наразі спостерігається недостатній рівень наукової розробки кемпінгового туризму як окремої форми туристичної діяльності в Україні. Відсутні цілісні теоретичні узагальнення щодо його сутності, класифікаційних ознак, місця у туристичній системі, а також механізмів державного стимулювання та нормативного забезпечення та обумовлює потребу в теоретичному осмисленні природи кемпінгів як важливої складової туристичної інфраструктури.

Стан наукового дослідження. Питання інтеграції кемпінгів у туристичну галузь останніми роками привертає дедалі більшу увагу дослідників і знаходить відображення у працях Бунтової Н. В., Давиденка І. В., Ячнюк М. О., Пащенко Г. В., Вершицького А. В., Рябева А. А.,

Баландіна І. С., Римара Ю., Мостепаненка Д. О., Єрка І. В., Ключівського Ю. С. Значний внесок у вивчення різних аспектів функціонування кемпінгів у туристичній сфері зробили й зарубіжні науковці, зокрема E. Brooker, M. Joppe, C. Vidal-Abarca, R. Rodríguez, O. Wolf, K. Wojczuk, T. Castella, J. Tewson. Водночас наукових праць, присвячених безпосередньо організації кемпінгових турів, небагато, що свідчить про актуальність подальших досліджень у зазначеному напрямі.

Метою дослідження є визначення особливостей організації кемпінгового туризму в Україні, аналіз його сучасного стану та перспектив розвитку з урахуванням нормативно-правових і інфраструктурних аспектів.

Відповідно до поставленої мети, можна запропонувати наступні **завдання:**

- визначити поняття та сутність кемпінгу в сучасному туризмі;
- проаналізувати історичні витоки та етапи розвитку кемпінгового туризму;
- проаналізувати формування кемпінгової мережі в Україні;
- визначити роль кемпінгів у розвитку внутрішнього та в'їзного туризму;
- охарактеризувати правові та організаційні передумови функціонування кемпінгів у національному контексті;
- визначити стратегічні напрями розвитку кемпінгового туризму в Україні;
- охарактеризувати глемпінг-туризм як новий тренд туризму в Україні;
- розробити проєкт глемпінг-туру на базі глемпінг-комплексу «Лавандія» (Одеська обл., с. Протопопівка) як практичну складову дослідження.

Об'єктом дослідження є кемпінговий туризм як складова туристичної діяльності в Україні.

Предмет дослідження є організаційні, правові та інфраструктурні засади функціонування кемпінгового туризму в Україні.

Методи дослідження. Методологічний базис дослідження становлять загальнонаукові методи: аналіз, синтез, узагальнення, порівняння, аналогія, класифікація.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у комплексному аналізі організаційних засад кемпінгового туризму в Україні з урахуванням сучасних умов розвитку туристичної галузі, удосконаленні підходів до класифікації кемпінгових послуг, а також у визначенні ключових проблем та перспектив розвитку кемпінгової інфраструктури з урахуванням міжнародного досвіду.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості використання запропонованих висновків і рекомендацій органами державної влади, суб'єктами туристичної діяльності та інвесторами для вдосконалення організації кемпінгового туризму, розвитку відповідної інфраструктури та підвищення привабливості туристичних територій України.

Структура роботи: Робота складається змісту, вступу, основної частини (трьох розділів, поділених на підрозділи), висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 40 сторінок, список використаних джерел складає 23 найменування.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КЕМПІНГІВ ЯК ЕЛЕМЕНТА ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

1.1. Поняття та сутність кемпінгу в сучасному туризмі.

Кемпінги як спеціалізовані заклади розміщення посідають важливе місце у структурі сучасної туристичної інфраструктури України. Розвиток внутрішнього туризму, орієнтація на екологічний відпочинок і зростання попиту на доступні форми дозвілля сприяли поширенню подібних об'єктів. Функціональне призначення кемпінгів не обмежується лише наданням місця для ночівлі, адже провідну роль відіграє організація відпочинку на природі, оздоровлення, активне дозвілля та соціальна взаємодія. Наявність мінімально необхідної інфраструктури, тобто санітарних зон, місць для приготування їжі, зон відпочинку забезпечує комфортне перебування туристів без втрати природного середовища.

Походження терміну пов'язане з англійським словом «camp», що означає табір або тимчасову стоянку під відкритим небом. У науковій та практичній площині поняття трактується ширше: як організований простір для короткочасного або тривалого перебування мандрівників у природних умовах із дотриманням базових стандартів комфорту. Водночас зміст охоплює не лише територію, а й форму дозвілля, орієнтовану на віддалення від урбанізованого середовища, відновлення фізичних і психологічних ресурсів людини [1, с. 149].

У науковій літературі пропонують різні підходи до визначення кемпінгу. Наприклад, С.О. Погасій розглядає кемпінг як організовану форму рекреаційної діяльності, що передбачає тимчасове проживання туристів у спеціально облаштованих природних зонах із використанням наметів, автопричепів або легких споруд [1, с. 150]. Натомість С.Е. Сардак визначає кемпінг як різновид туристичної активності, у межах якої

поєднуються елементи проживання, відпочинку та взаємодії з природним середовищем із мінімальним втручанням у нього [2, с. 133].

Кемпінг як форма відпочинку характеризується осілістю та перебуванням у межах однієї локації протягом певного періоду. Відмінність від класичного туризму полягає у відсутності обов'язкової мети подолання маршруту, оскільки головний акцент зосереджується на самому процесі перебування на природі. Водночас можливе поєднання з туристичними подорожами, коли учасники маршруту досягають мальовничої місцевості та організовують там тимчасове проживання на кілька днів.

Кемпінг варто визначити як організовану форму відпочинку та тимчасового проживання у природному середовищі, що передбачає перебування в спеціально облаштованих зонах із базовими побутовими умовами, поєднуючи рекреацію, оздоровлення та дозвілля поза межами урбанізованого простору.

У системі сучасного туризму кемпінги розглядаються як різноманітні за формою, функціональним призначенням та рівнем комфорту туристичні об'єкти, що забезпечують тимчасове розміщення мандрівників. З огляду на цільове призначення виокремлюються такі види: наметові містечка, що є традиційною формою кемпінгу з розміщенням наметів у спеціально визначених природних зонах; автокемпінги, що передбачають можливість встановлення наметів або розміщення автопричепів у доступних автомобілем місцях; курортні кемпінги, інтегровані у рекреаційні комплекси; подієві кемпінги, організовані тимчасово для учасників масових заходів; реконструкційні кемпінги, що відтворюють історичні події у формі наметових таборів; спеціалізовані кемпінги для велосипедистів, осіб, орієнтованих на виживання у природних умовах (survival camping), або любителів певної тематики (тематичні кемпінги). Також виділяються беккантрі кемпінги, розташовані у віддалених територіях, та backpacking-кемпінги,

орієнтовані на піших мандрівників із рюкзаками [3, с. 162]

За способом організації кемпінги поділяються на офіційно облаштовані, що мають визначену інфраструктуру (санітарні вузли, електропостачання, місця для сміття), і неформальні, або «дикі», що функціонують без офіційної реєстрації і не передбачають організованих послуг, орієнтуючись на автономність туриста.

Згідно з географічною ознакою кемпінги можуть бути розташовані на заповідних або природоохоронних територіях, у пустельних ландшафтах, біля водойм, у лісових масивах та інших природно визначених локаціях. За розміром передбачають поділ на індивідуальні кемпінги, розраховані на одне або кілька туристичних місць, і групові кемпінги, здатні приймати великі туристичні групи, надавати приміщення для зібрань, місця для пікніків і спільного дозвілля.

Інфраструктурна класифікація базується на наявності та якості матеріально-технічної бази: від повноцінно обладнаних кемпінгів із широким спектром послуг до мінімально облаштованих майданчиків або повністю стихійних біваків без будь-якого сервісу. Основні інфраструктурні елементи включають ділянки для встановлення наметів або паркування автопричепів, джерела електро- та водопостачання, місця для приготування їжі, душові кабінки, туалети, адміністративні приміщення, а також інформаційні зони, сейфи, медпункти, крамниці, спортивні і дитячі майданчики, місця для пікніків та барбекю [3, с. 162-163].

Кемпінг як туристична система розвивається відповідно до принципів екологічної сталості, функціональної ефективності та доступності. Розширення мережі кемпінгів передбачає як нове будівництво, так і модернізацію вже існуючих об'єктів. Удосконалення включає підвищення санітарних стандартів, безпеки, естетичних характеристик і відповідність європейським вимогам. Сучасні тенденції охоплюють розвиток глемпінгів, екологічних кемпінгів із мінімальним

впливом на довкілля, інтеграцію відновлюваних джерел енергії та систем управління відходами.

Кемпінг виконує не лише функцію рекреації, але й має вагомое економічне значення. Так, у країнах Європейського Союзу функціонує понад 26 тисяч кемпінгів, які щороку генерують понад 394 мільйони ночівель і понад 12 мільярдів євро доходу. Популярність зумовлена гнучкістю кемпінгових форматів, доступністю цін та зростаючим інтересом до сталого, екологічного та самостійного туризму [4, с. 37-38] (рис.1.1).

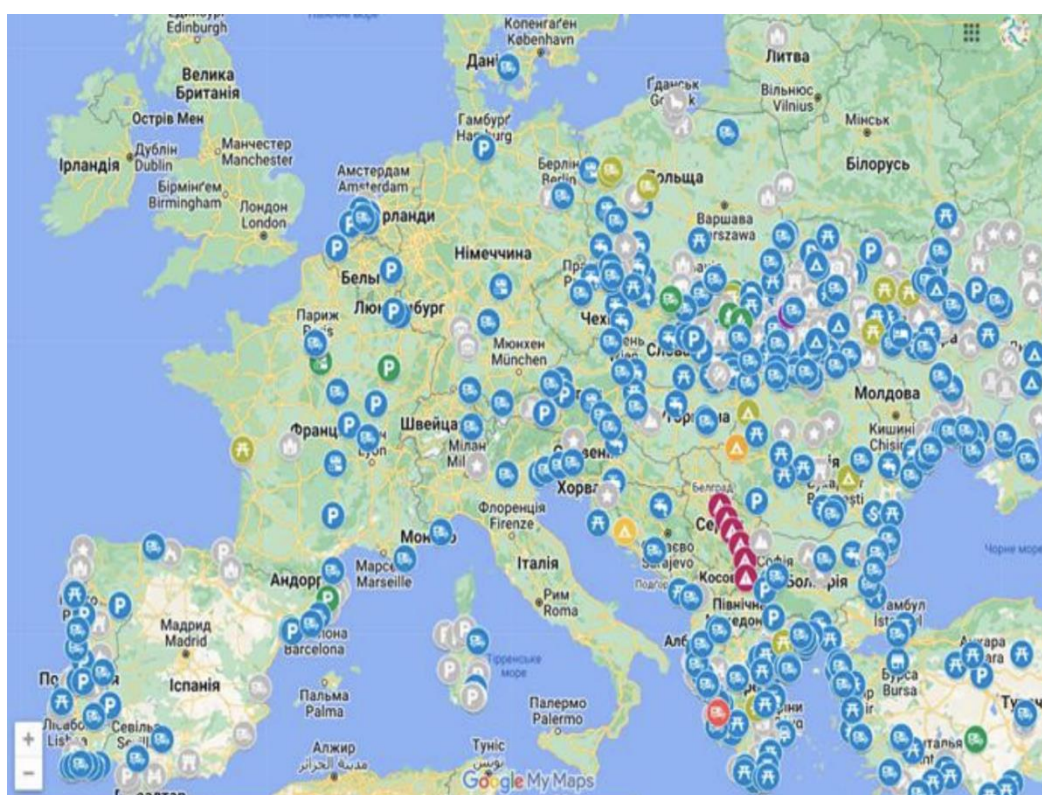


Рис.1.1. Кемпінги Європейського регіону [8]

Таким чином, багаторівнева класифікація кемпінгів відображає не лише їхню функціональну різноманітність, а й здатність адаптуватися до потреб різних категорій мандрівників, туристичних ринків і природних умов. Кемпінг як елемент туристичної інфраструктури демонструє значний потенціал розвитку в контексті зростання попиту на активний, індивідуальний і природноорієнтований туризм.

1.2. Історичні витоки та етапи розвитку кемпінгового туризму.

Кемпінги як місця для проживання на відкритому повітрі в наметах, трейлерах або невеликих легких будиночках почали з'являтися в кінці XIX століття у Європі та Північній Америці. Першими «кемпінгами» можуть вважатися польові вечірки, організовані чоловіком на ім'я Thomas Hiram Holding в 1870-х роках у Великій Британії. Пізніше, у 1900 році, Герман Theodor Heuss відкрив перший кемпінг, спеціально призначений для туристів. З часом кемпінги стали популярними серед природолюбів, туристів та мандрівників, які зацікавлені в проведенні відпочинку на відкритому повітрі [5, с.119].

Початок зародження кемпінгу можна датувати 1869 роком, коли Вільям Генрі Гаррісон Мюррей опублікував свою книгу «Табірне життя в Адірондаках». У публікації автор акцентував на красу, пригоди та навіть лікувальні переваги кемпінгу в цій місцевості. Протягом 5 років після публікації було зведено близько 200 кемпінгів, не обов'язково наметових містечок, але й багато сімейних комплексів-будиночків. Одразу великої популярності набрали будиночки, що розміщувались на терасі річки Темзи у Великій Британії, яка у 1880-х роках була визнана найкращим місцем для відпочинку через різноманіття різних видів атракційних активностей, наприклад: катання на човні, споглядання гарних краєвидів, аеротерапія, тиша, можливість загартовування в водах річки [5, с. 119-120].

На початку XX століття кемпінг був дуже популярним серед еліти, яка просто любила вибиратися за місто і влаштовувати там багатоденні пікніки, відпочиваючи від міської промислової метушні. Велику роль як тоді, так і зараз грає місце розташування кемпінгу. Переважно воно знаходиться недалеко від проїжджої частини, щоб туди можна було зручно дістатися автомобілем, і обов'язково в наймальовничішому куточку місцевості. Що стосується фізичних місць для кемпінгу, то

першим табором у США, був Gunnery Camp у Вашингтоні, штат Коннектикут, створений у 1861 році. Це був табір для хлопчиків, розроблений Фредеріком та Ебігейл Ганн, директорами такої школи. У 1874 році YWCA (Асоціація молодих жінок-християнок) заснувала кемпінг для жінок «Sea Rest» в Асбері-Парку, НьюДжерсі. Чоловіки, за їх прикладом, створивши табір YMCA (Християнська асоціація молодих чоловіків) під назвою «Кемп Дадлі» в Ньюбургу, штат Нью-Йорк, у 1885 році. Незабаром після цього хлопці-скауті, а потім дівчата-скауті та Служба національних парків створили табір. Перший громадський кемпінг у світі був заснований у 1894 році – Cunningham's Camp на острові Мен, між Англією та Ірландією [6, с. 64].

Важливим етапом еволюції кемпінгового туризму стало поширення автомобільного транспорту, що зумовило розгортання мережі кемпінг-таборів не лише в межах приміських зон, а й у віддалених регіонах. З часом відбулося перенасичення такого типу просторового освоєння, що призвело до часткового повернення мандрівників до залізничного транспорту як альтернативного засобу мобільності.

Поява організованих кемпінгів була зумовлена водночас двома мотивами: необхідністю забезпечення безпеки туристів, які не мали відповідної підготовки для автономного перебування на природі, та прагненням мінімізувати шкідливий вплив людської діяльності на природне середовище. Концепт кемпінгу поєднує риси тимчасової, неформальної зони відпочинку із чітко регламентованими просторовими межами, що вказує на амбівалентний характер цього явища. Просторові обмеження дозволяють зберігати видиму свободу доступу до природи, проте, водночас, регламентують перебування в чітко окресленій зоні.

Функціонування перших кемпінгів у Сполучених Штатах Америки на початку XX століття передбачало формування відкритих просторів без дерев, які виконували функцію спеціальних місць для концентрації туристичних груп. Із розвитком інфраструктури з'явилися часові

обмеження перебування, реєстраційні протоколи, платний доступ, а також архітектурні елементи — наприклад, рови для огороження території, що перетворювали відкритий простір на контрольоване середовище. Впровадження комунікаційних елементів, таких як електро- та водопостачання, призвело до ще більшої ізоляції туристів від природного середовища.

Кемпінг почав сприйматися як зона комфорту, у межах якої відпочивальники могли отримати всі необхідні послуги без необхідності самостійного добування ресурсів. Такий формат призвів до культурного зсуву – природа була ідеалізована як безпечне, передбачуване і комфортне середовище, що формувало абстрактне уявлення про взаємодію з навколишнім середовищем. Окремі приклади (наприклад, трагедія 2010 року в кемпінгу Альберта Пайка, США), виявили вразливість таких систем перед несподіваними природними явищами, що поєднують фактори ізоляції, недостатнього зв'язку та формалізованих процедур евакуації [6, с. 67].

Попри ускладнення, розвиток кемпінгової інфраструктури продовжувався. Наступним етапом стало поширення автокемперів, тобто мобільних осередків відпочинку, які дозволяли поєднувати мобільність із комфортом. Згодом виник глемпінг як модернізований різновид кемпінгу, що передбачає розміщення в комфортних умовах із елементами індивідуалізованого сервісу, аналогічного готельному.

РОЗДІЛ 2

КЕМПІНГ У СИСТЕМІ ТУРИСТИЧНОГО ПРОСТОРУ УКРАЇНИ

2.1. Формування кемпінгової мережі в Україні.

Розбудова кемпінгової мережі на території України має спорадичний характер і залишається на етапі становлення, попри зростання інтересу до подорожей природоорієнтованого та екологічного спрямування. Історично інфраструктура кемпінгів в Україні формувалася під впливом радянської моделі організації туризму, яка тяжіла до централізованих форм відпочинку, таких як турбази, санаторії та пансіонати, натомість індивідуальні форми активного туризму залишалися поза увагою. Після здобуття незалежності відбулися суттєві трансформації туристичної інфраструктури, однак розвиток кемпінгової мережі не був визначений як пріоритет державної політики у сфері туризму, що зумовило низький рівень інституційної підтримки відповідного сегмента.

Для українців характерним є самообслуговування під час подорожей, а не використання сформованих туроператорами, і тому кемпінг завжди залишатиметься актуальним у нашій країні. В останні роки, починаючи від поширення вірусного захворювання COVID-19 та продовжуючи повномасштабним вторгненням Росії в Україну, загалом туристична сфера зазнала значних збитків, проте такі її види, як караванінг, кемпінг та автоподорожі зазнали їх найменше через те, що таким чином люди проводять час на природі та щонайменше контактують з іншими та зазнають найменше санітарно-епідеміологічних обмежень, тому що зазвичай такі подорожі вони відвідують сім'ями. Водночас ці фактори й зумовили те, що українці обирають відпочинок в Україні, а не за кордоном [7, с. 43].

Якщо порівнювати українські кемпінги із європейськими, то їм

необхідні значна модернізація та очищення, а якщо говорити про подорожі трейлерами та автофургонами, то спеціальні стоянки взагалі практично ніде не обладнані. Також ми маємо найбільшу площу серед країн Європи, а кемпінг-таборів у нас, на жаль, значно менше, ніж в деяких менших за площею країн. За даними Української федерації кемпінгу, караванінгу й автотуризму, на території нашої держави є близько 30 кемпінгів, причому 12 із них розташовувалися в окупованому Криму, і ще невелика кількість на території, окупованій від лютого 2022 року [8, с. 271-272] (рис.2.1).

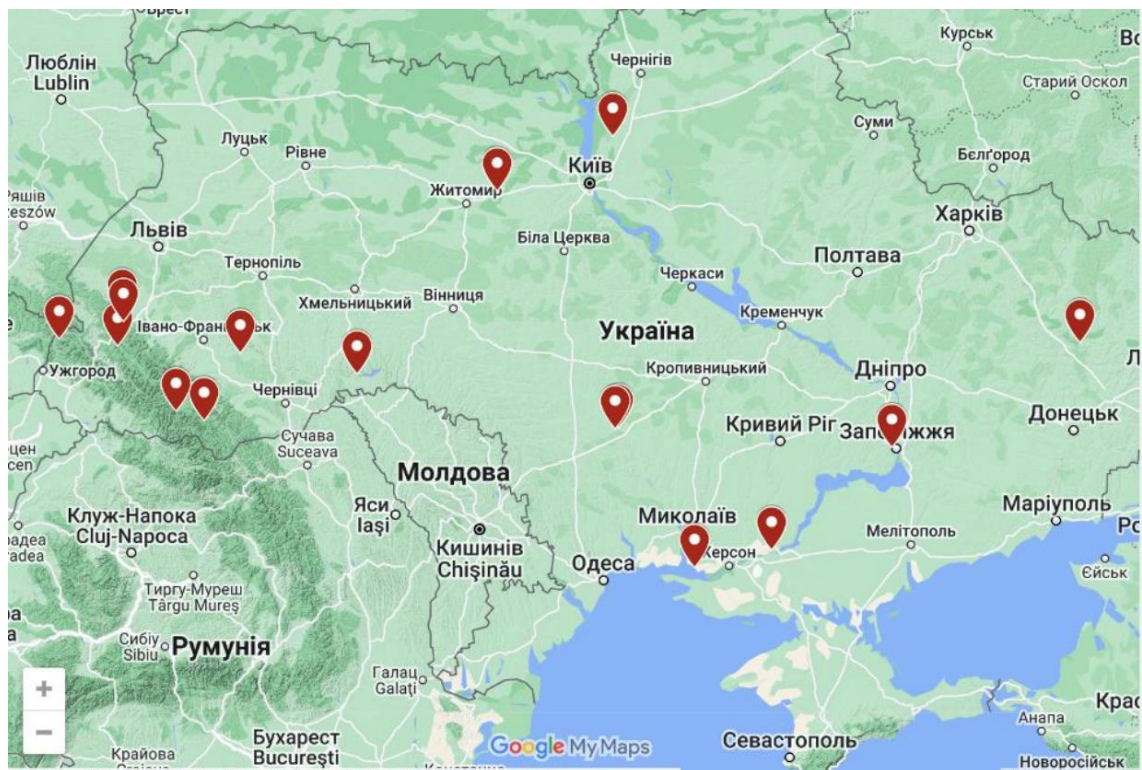


Рис.2.1. Поширення кемпінгів на території України до моменту повномасштабної війни

Інфраструктура кемпінгових об'єктів у гірських регіонах України залишається недостатньо розвиненою та переважно не відповідає усталеним стандартам організованого кемпінг-туризму. Аналіз інтернет-ресурсів свідчить про те, що під назвами кемпінгів часто пропонуються об'єкти іншого функціонального призначення — паркові зони, садиби зеленого туризму, фермерські господарства, індивідуальні приватні

будинки, а також неформальні туристичні стоянки поблизу водойм. У більшості випадків бракує належного обладнання для прийому автокемпів, інженерної інфраструктури та базових сервісів для туристів з наметами або мобільними засобами розміщення [9, с. 104].

Згідно з аналітичними оцінками Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), на території України спостерігається зростаюча потреба у створенні нових кемпінгів і модернізації існуючих на основі баз придорожного сервісу або туристичних комплексів. Середній розрахунковий показник місткості таких об'єктів, приблизно, 60 наметів і 30-40 трейлерів на ділянці площею від 0,5 до 2 гектарів. Орієнтовна вартість спорудження кемпінгу з нуля становить від 50 до 250 тисяч євро, а термін окупності близько п'яти років. Рентабельність об'єкта значною мірою залежить від сезону функціонування та кількості облаштованих пітчів (місць для стоянки) [9, с. 104-105].

Значущим імпульсом для активізації розвитку кемпінгів в Україні стала глобальна економічна криза 2008 року, яка спричинила зміну моделі туристичних подорожей, повітряні перевезення були частково замінені подорожами власним транспортом. У національних реаліях відсутність традиції організованого кемпінг-туризму, що спиралася би на радянську спадщину, потребувала формування принципово нової системи на основі зарубіжного досвіду. Значна частина споживачів не сприймала кемпінг як комерційну послугу, віддаючи перевагу стихійним формам відпочинку на природі, що знижувало привабливість інвестування у розвиток легальної кемпінгової інфраструктури.

Вагомим етапом активізації кемпінгового руху стало проведення в Україні чемпіонату Європи з футболу Євро-2012. У межах підготовки до прийому великої кількості іноземних туристів було створено низку тимчасових і постійних кемпінгових майданчиків: «КиївКемп», «Піски», «Litvinovka Entertainment», «Дубовий гай», «Аркада». Проектна місткість деяких таборів сягала від 0,5 до 3 тисяч осіб, хоча під час змагань середній

рівень заповнення становив близько 30%. Досвід Євро-2012 виявив потенціал кемпінгів як резервної форми розміщення для масових подій, але також висвітлив проблему недостатньої популярності організованих кемпінгів серед внутрішніх туристів [10, с. 294].

На території України існує щонайменше дві тисячі потенційно придатних для розміщення кемпінгів ділянок. Утім, значна частина таких територій не відповідає базовим інфраструктурним вимогам, тобто відсутні під'їзні шляхи, джерела водопостачання, електромережі, а також не проведено необхідне очищення від сміття або бур'янів. Віддаленість від населених пунктів і центрів надання екстреної допомоги також ускладнює функціонування таких об'єктів.

За даними Європейської федерації кемпінгів та парків відпочинку (EFCO&HPA), у країнах Європейського Союзу кемпінги становлять значну частку туристичної інфраструктури, забезпечуючи понад 10,8 млн. місць розміщення, що на 2 млн. більше, ніж готелі. Близько чверті туристів у Європі обирають кемпінги як основне місце ночівлі. Середній дохід у галузі є суттєвим: лише за розміщення в наметах прибутки сягають 3,6 млрд. євро, а з урахуванням супутніх послуг (харчування, дозвілля, екскурсії) понад 9 млрд. євро. Для порівняння, середня вартість розміщення у наметі на території європейського кемпінгу становить 5–12 євро на добу, тоді як стоянка трейлера обійдеться в 30–100 євро. В Україні під час Євро-2012 ціни були дещо нижчими: у середньому 7,5 євро з особи за наметове місце і близько 40 євро за трейлер [11, с. 71-72].

З огляду на досвід зарубіжних країн, а також на внутрішній потенціал природно-рекреаційного фонду, розвиток кемпінгової інфраструктури в Україні становить перспективний напрям туристичної політики, що потребує підтримки на державному та регіональному рівнях.

2.2. Роль кемпінгів у розвитку внутрішнього та в'їзного туризму.

На сьогодні функціонування кемпінгів у межах національного туристичного простору виступає значущим фактором формування конкурентоспроможного продукту, який здатен задовольнити потреби як внутрішнього споживача, так і іноземного мандрівника. Кемпінговий туризм детермінує трансформацію підходів до організації відпочинку, пропонуючи гнучкість, автономність та екологічність, що набуває особливої актуальності в умовах сучасних викликів.

Розвиток внутрішнього туризму через розбудову мережі кемпінгів дозволяє значно розширити коло потенційних рекреантів. Доступність даного формату відпочинку сприяє залученню верств населення з різним рівнем доходу, формуючи стабільний попит на локальні туристичні послуги. Згідно з даними Державного агентства розвитку туризму, у період 2021–2023 років частка внутрішніх поїздок, орієнтованих на природно-рекреаційні ресурси, зросла на 18%, що безпосередньо пов'язано з децентралізацією відпочинку та пошуком безпечних локацій. Кемпінги забезпечують можливість мобільного переміщення країною, що стимулює розвиток суміжних галузей: громадського харчування, роздрібної торгівлі та сфери послуг у сільській місцевості [12, с. 66].

Внесок невеликих засобів розміщення у місцеві бюджети характеризується позитивною динамікою завдяки сплаті туристичного збору та створенню сезонних робочих місць для громад. Зазначена тенденція простежується у західних регіонах України, де протягом останніх років кількість зареєстрованих стоянок для караванерів збільшилася на 12%. Подібна активність дозволяє нівелювати негативні наслідки сезонності, адже сучасне обладнання дозволяє експлуатувати кемпінгові майданчики протягом більшої частини року. Створення якісної пропозиції всередині держави зменшує відтік капіталу за кордон,

фокусуючи фінансові ресурси громадян на підтримці вітчизняного бізнесу.

В'їзний туризм розглядає Україну як перспективну дестинацію для транзитного та цільового автотуризму. Наявність облаштованих стоянок, що відповідають європейським стандартам (зокрема вимогам Міжнародної федерації кемпінгу та караванінгу F.I.C.C.), виступає обов'язковою умовою для інтеграції у загальноєвропейську мережу маршрутів. До початку повномасштабного вторгнення спостерігалось щорічне зростання кількості іноземних автотуристів на 5–7%, переважно з країн Польщі, Німеччини та Литви. Відсутність належної кількості сертифікованих об'єктів довгий час стримувала даний потік, проте поступова розбудова інфраструктури вздовж основних магістралей (М-06, М-03) відкриває нові можливості для експорту туристичних послуг [12, с. 67].

Іноземні гості, які обирають кемпінги, зазвичай орієнтовані на тривалі подорожі та дослідження автентичних локацій, що підвищує середню тривалість перебування мандрівника в країні. Поліпшення сервісу в місцях зупинок дозволяє позиціонувати Україну як державу з високим рівнем гостинності та сучасною інфраструктурою. Якщо звернутися до статистичних даних, слід відзначити, що один екіпаж іноземних караванерів витрачає в середньому від 50 до 80 євро на добу на супутні послуги, чим саме формує значний валютний виторг для регіональної економіки. Забезпечення безпеки, надання доступу до електромереж та засобів утилізації відходів є тими базовими параметрами, які визначають привабливість національного простору для іноземного капіталу [13, с. 103].

Кемпінговий туризм виконує важливу виховну та оздоровчу функцію, сприяючи популяризації здорового способу життя серед молоді та сімей. Можливість перебування в безпосередній близькості до природи без значних фінансових витрат робить відпочинок масовим. Вказаний

підхід мінімізує антропогенне навантаження на екосистеми завдяки концентрації туристів на спеціально обладнаних територіях, де забезпечено контроль за утилізацією сміття та збереженням рослинного покриву. Організаційні засади роботи таких об'єктів передбачають дотримання принципів сталого розвитку, що відповідає глобальним екологічним трендам.

Реалізація потенціалу внутрішнього туризму через кемпінги дозволяє активізувати депресивні регіони, що мають багату культурну спадщину, але позбавлені великих готельних комплексів. Малоінвазивне будівництво, притаманне даному виду діяльності, дає змогу швидко розгортати необхідну інфраструктуру без незворотного впливу на ландшафт. Подібна мобільність виявляється критично важливою в періоди відновлення країни, коли традиційне будівництво може бути ускладненим. Взаємодія між туристами та місцевими громадами сприяє культурному обміну та збереженню народних промислів, оскільки мандрівники на авто часто відвідують віддалені села.

2.3. Правові та організаційні передумови функціонування кемпінгів у національному контексті.

Формування ефективної моделі функціонування кемпінгової інфраструктури в межах національного туристичного простору безпосередньо залежить від якості нормативно-правового забезпечення. Фундаментальним актом, що регламентує загальні принципи рекреаційної діяльності, виступає Закон України «Про туризм». У законі визначено базові поняття та встановлені обов'язки суб'єктів господарювання щодо гарантування безпеки життя і здоров'я відпочивальників [14]. Проте, провівши детальний аналіз термінологічного апарату вітчизняного законодавства слід відзначити відсутність чітко закріпленої дефініції поняття «кемпінг», чим створює

підґрунтя для неоднозначного трактування правового статусу засобів розміщення мобільного типу, змушуючи підприємців адаптувати власну діяльність до суміжних категорій готельного бізнесу. На переконання українських дослідників туристичного права, наприклад, А.О. Гуда, відсутність профільного закріплення специфіки наметного чи караванного відпочинку суттєво гальмує залучення інвестицій у розбудову інфраструктурних мереж [15, с. 163].

Організація місць сезонного перебування мандрівників нерозривно пов'язана з використанням природних ресурсів, що переносить вектор правового регулювання у площину земельного та екологічного законодавства. Відповідно до статті 50 Земельного кодексу України, території для організації відпочинку належать до земель рекреаційного призначення [16]. Водночас процес відведення відповідних ділянок супроводжується значним бюрократичним навантаженням. Особливо гостро постає питання розгортання інфраструктури поблизу водойм, оскільки стаття 89 Водного кодексу України суворо регламентує господарську діяльність у прибережних захисних смугах [17]. Бажання інвесторів створити привабливі локації біля озер чи річок часто наштовхується на жорсткі природоохоронні обмеження, порушення яких тягне за собою адміністративну або кримінальну відповідальність. Окреслена колізія між економічними інтересами бізнесу та вимогами екологічної безпеки потребує пошуку компромісних організаційних рішень.

Важливим елементом нормативної бази виступають державні стандарти, покликані уніфікувати вимоги до якості послуг. Технічні параметри облаштування місць стоянки частково відображені у ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення». Згідно з положеннями вказаного стандарту, територія відпочинку повинна мати відповідне санітарно-технічне обладнання та охоронятися. Проте норми зазначеного документа є застарілими і не

враховують стрімкої еволюції індустрії, зокрема появи глемпінгів чи екопоселень. Підприємці стикаються з неможливістю легалізувати нестандартні архітектурні форми (модульні будинки, геокуполь, сафарі-тенти), оскільки чинні Державні будівельні норми не містять релевантних класифікаторів. Наслідком стає вимушене функціонування частини об'єктів у «сірій» зоні економіки, що негативно впливає на загальний імідж національного продукту [18].

Сучасні реалії диктують нові виклики для рекреаційної сфери, змушуючи операторів ринку швидко адаптуватися до змін. Організаційні передумови роботи кемпінгових господарств зазнали кардинальних трансформацій у зв'язку з введенням правового режиму воєнного стану. Згідно із Законом України «Про правовий режим воєнного стану», військові адміністрації наділені повноваженнями встановлювати заборону на відвідування лісових масивів та прикордонних територій, де традиційно зосереджувався найбільший потенціал для «дикого» відпочинку. Запроваджені безпекові обмеження суттєво звужують географію доступних локацій. Додатково до організаторів висуваються посилені вимоги щодо гарантування безпеки відвідувачів, наявності укриттів та систем оповіщення. Відсутність чітко артикульованих алгоритмів щодо облаштування захисних споруд у відкритому полі чи лісі робить виконання вказаних вимог вкрай складним або фінансово нерентабельним завданням для малого підприємництва [19].

Як зазначають вітчизняні науковці, досліджуючи договірні відносини у сфері гостинності, надання послуг мобільного розміщення вимагає вдосконалення цивільно-правового регулювання. З огляду на поступове реформування господарського законодавства та втрату чинності окремими нормами Господарського кодексу (зокрема, враховуючи положення Закону № 4196-IX), виникає необхідність деталізації договорів про надання послуг саме в межах Цивільного кодексу України. Власники майданчиків потребують розробки типових

угод, які б чітко розмежовували відповідальність сторін, особливо щодо збереження особистого майна в умовах відкритого простору. Визначення статусу караванерів та їхніх транспортних засобів під час тривалої стоянки також залишається поза межами належної регламентації. Подібний правовий вакуум породжує численні суперечки під час перевірок контролюючими органами [19].

Подолання наявних бар'єрів вимагає системного підходу до модернізації законодавчої бази та впровадження інноваційних інструментів управління. Першочерговим кроком вбачається закріплення юридичного статусу кемпінгу як самостійного суб'єкта туристичної діяльності шляхом внесення змін до профільного закону. Надання чітких дефініцій дозволить розробити спеціалізовані спрощені процедури зміни цільового призначення земельних ділянок для створення сезонних зон. Інтеграція європейського досвіду, адаптованого до українських реалій місцевими правознавцями, сприятиме формуванню прозорих правил гри. Організаційна складова вимагає також впровадження електронних реєстрів та цифровізації процесів отримання дозвільної документації. Формування сприятливого середовища виступить надійним фундаментом для виведення галузі на якісно новий рівень, здатний стимулювати економічне відновлення держави.

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КЕМПІНГОВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

3.1. Стратегічні напрями розвитку кемпінгового туризму в Україні.

Кемпінговий туризм в Україні на сучасному етапі розглядається як одна з найбільш перспективних форм організації відпочинку, що відповідає викликам воєнного часу та тенденціям сталого туризму. Потреба у доступних, мобільних, екологічно орієнтованих формах подорожування зростає як серед внутрішніх туристів, так і серед іноземців, які цікавляться природною спадщиною України. У цьому контексті кемпінги здатні забезпечити не лише індивідуалізовану форму подорожей, але й розвантажити традиційні курортні зони, сприяючи розвитку менш популярних, проте безпечних територій.

Особливе значення у формуванні кемпінгової мережі на сучасному етапі мають території, що залишаються поза зоною активних бойових дій та мають стабільний туристичний потенціал. До них насамперед належать західні області – Львівська, Івано-Франківська, Закарпатська, Чернівецька та Тернопільська. Найбільш перспективною локацією є Українські Карпати, які поєднують природну унікальність, культурну самобутність та високий рівень туристичної привабливості. У цих регіонах вже наявні природно-заповідні території, ландшафтні парки, доступна гірська та лісова інфраструктура, які створюють передумови для організації стаціонарних і мобільних кемпінгів [20, с. 18-19].

В умовах повномасштабної війни кемпінги можуть виконувати і додаткову соціальну функцію – забезпечення безпечного простору для переміщених осіб, відновлення психоемоційного стану через контакт із природою, організацію таборів для ветеранів, дітей та волонтерів. У

перспективі варто передбачити інтеграцію кемпінгів до програми реабілітаційного туризму, що може реалізовуватись спільно з національними парками, екофермами, соціальними ініціативами.

У Карпатському регіоні доцільно розробляти тематичні маршрути з елементами кемпінгового туризму. Зокрема, перспективними є:

- Екологічні тури в межах національних природних парків — Карпатського, Верховинського, «Синевир», «Гуцульщина», де можливе облаштування мінімальної інфраструктури для наметового розміщення з дотриманням природоохоронного режиму.

- Велосипедні кемпінг-маршрути в околицях Яремче, Косова, Ворохти, Славського, що включають ночівлі в мобільних таборах, огляд етнографічних пам'яток, участь у ремісничих майстер-класах.

- Гірські експедиції з елементами кемпінгу — на маршрутах на гори Піп Іван Чорногірський, Петрос, Свидовецький хребет, Горгани з облаштуванням відповідних зупинок у заповідних зонах.

- Тематичні кемпінги для сімейного відпочинку, особливо у прикарпатських селах — з можливістю інтеграції місцевої кухні, сільського туризму та мінімального глемпінг-сервісу (душ, електрика, місця для приготування їжі).

- Кемпінг-тури вздовж водних маршрутів — Черемош, Прут, Лімниця — із включенням елементів сплаву, рибальства, екоосвіти, вивчення локальної флори й фауни.

Також варто передбачити розвиток партнерських форматів кемпінгів на базі громад, що можуть отримати підтримку за рахунок грантових програм ЄС, USAID, UNDP тощо. Формування таких кемпінгів із залученням місцевих жителів сприятиме не лише економічному піднесенню, а й створенню туристичного бренду територій.

На державному рівні доцільним є розроблення стандартів для класифікації кемпінгів, адаптація їх до європейських вимог щодо безпеки, екологічності та сервісу, а також стимулювання бізнесу до облаштування

кемпінгових зон уздовж основних туристичних магістралей — зокрема, біля трас Львів–Ужгород, Івано-Франківськ–Рахів, Чернівці–Яремче.

Підсумовуючи, кемпінговий туризм у повоєнний період може стати ключовим елементом оновлення туристичної сфери України.

3.2. Глемпінг-туризм як новий тренд туризму в Україні.

Попри присутність на українському ринку відомих міжнародних готельних мереж, які гарантують стабільний рівень сервісу та комфорту незалежно від держави перебування, їх концентрація переважно обмежується столицею. Подібна ситуація впливає на загальну позицію країни серед європейських держав за кількістю готелів, де показники залишаються невисокими. Водночас вартість проживання у подібних закладах нерідко перевищує середній рівень по Європі, що також знижує їх доступність для широкого кола споживачів.

Сфера розміщення стикається з проблемою нерівномірного попиту протягом року, адже виражена сезонність стримує інвесторів від вкладення значних ресурсів у масштабні готельні комплекси. У відповідь на такі виклики почали з'являтися нестандартні формати проживання, орієнтовані на створення унікального досвіду для туристів. Подібні об'єкти функціонують у незвичних локаціях, від історичних споруд до переобладнаних транспортних засобів чи інженерних конструкцій. Однак подібна оригінальність нерідко супроводжується браком звичних зручностей та належного рівня сервісу, до якого звикли мандрівники у повсякденному житті.

З метою підвищення привабливості туристичної галузі та поєднання активного відпочинку з належними умовами проживання формується попит на інноваційні формати житла. Одним із найбільш перспективних напрямів став глемпінг, який поєднує природне середовище з підвищеним рівнем комфорту. Розвиток такого підходу

розпочався у Великій Британії приблизно півтора десятиліття тому, зокрема під час проведення масштабних музичних фестивалів. Сам термін виник шляхом об'єднання слів «glamour» і «camping» та позначає вдосконалену форму кемпінгу з елементами розкоші й екологічності [21, с. 11].

Кожен глемпінг-проект відзначається індивідуальністю та може розміщуватися у найрізноманітніших природних або незвичних умовах. У країнах Східної Європи розвиток подібного сегмента поки що відстає від західноєвропейського рівня, а в Україні ринок лише формується. Перші ініціативи впровадження екологічного відпочинку із використанням глемпінгу з'явилися у Карпатському регіоні. Перевагою для підприємців виступає відсутність складних процедур отримання дозволів на капітальне будівництво, оскільки достатньо облаштувати територію для розміщення наметів. Для запуску бізнесу необхідні інвестиції у спеціалізоване обладнання, включаючи комфортні шатра, меблі та елементи облаштування внутрішнього простору, а також забезпечення належного мікроклімату. З урахуванням зростання інтересу з боку туристів, у різних регіонах України, зокрема на Рівненщині, розпочато розробку комплексних рішень, що охоплюють як технічні конструкції, так і дизайнерські підходи до створення сучасних глемпінг-локацій [22, с. 24-25].

Поштовхом до інституціоналізації інноваційного формату відпочинку на вітчизняному ринку стала ініціатива молодих підприємців А. Родкіна та О. Коновалова, котрі у лютому 2018 року започаткували виробничу компанію «Glamping UA». Створення власної лінії з виготовлення спеціалізованих наметів дозволило суттєво знизити залежність від імпортного обладнання та адаптувати пропозицію до локальних кліматичних умов. Наразі продукція згаданого підприємства успішно експлуатується на базі багатьох престижних рекреаційних комплексів держави. Аналітичні дані свідчать про стрімке зростання

попиту на відпочинок преміум-класу в природному середовищі: лише протягом 2020 року зацікавленість відповідним туристичним продуктом зросла вдвічі, охопивши аудиторію у понад 1,7 млн. потенційних споживачів [23].

За експертними оцінками засновників «Glamping UA», повний цикл запуску об'єкта триває орієнтовно десять тижнів, тоді як повернення вкладених коштів відбувається протягом двох-трьох років, що є безпрецедентно швидким темпом для традиційної індустрії гостинності. Обсяг стартового капіталу для невеликих локацій починається від 70 тисяч доларів США. Бюджет охоплює витрати на придбання чи зведення споруд, монтажні та інженерні роботи, забезпечення високих стандартів проживання, а також налагодження операційних бізнес-процесів. Окрему статтю видатків формує маркетингова стратегія, що включає просування через соціальні мережі (SMM), взаємодію з лідерами думок та присутність на глобальних платформах оренди житла. При грамотному управлінні один намет преміум-класу здатен генерувати від 7 до 10 тисяч доларів США чистого доходу за сезон [23].

Місія провідних гравців ринку виходить за межі суто виробничої чи операційної діяльності, охоплюючи формування комплексної екосистеми інноваційного туризму. Зокрема, підприємство «Glamping UA» не обмежується проектуванням та монтажем конструкцій, а й бере активну участь у розбудові галузі шляхом надання фахових консалтингових послуг. Представники компанії проводять освітні заходи для діючих та потенційних готельєрів, виступають на профільних галузевих конференціях та формують потужну інформаційну базу для мандрівників. Використання інструментів цифрового маркетингу, ведення тематичних блогів та співпраця із засобами масової інформації дозволяють ефективно залучати цільову аудиторію, безпосередньо сприяючи реалізації номерного фонду партнерських об'єктів. Надаючи туристам нові

враження від взаємодії з природою, виробник одночасно стимулює розвиток суміжних секторів економіки [23].

Важливим етапом еволюції сегмента стала поява системних мережеских гравців, здатних масштабувати успішні бізнес-моделі та гарантувати стандартизовану якість сервісу в різних регіонах. Яскравим прикладом виступає діяльність компанії «Ribas Hotels Group» під керівництвом генерального директора А. Лупашка, котрий спільно з С. Босвим у 2022 році ініціював створення мережі «Mandra Glampings». Фінансові показники проєкту беззаперечно підтверджують високу рентабельність обраного вектору розвитку: за підсумками першого року функціонування загальний дохід склав 99 тисяч доларів США при чистому прибутку в 55 тисяч, а на другий рік фінансові результати зросли до 110 та 63 тисяч доларів відповідно. Географічна диверсифікація об'єктів мережі дозволяє задовольняти різнопланові запити споживачів, пропонуючи безпечний відпочинок у горах, лісових масивах чи поблизу водойм [23].

Національна мапа преміальних кемпінгів під брендом «Mandra» наразі охоплює різноманітні ландшафтні зони та унікальні туристичні дестинації. До складу об'єднання увійшли локації «Mandra Hills» у селі Ріка на Закарпатті, «Mandra Kaniv» поблизу села Ліпляве на Черкащині, а також «Mandra Chateau Trubetskoj» у селі Веселе Херсонської області. Окрім того, рекреаційний потенціал південних регіонів репрезентовано об'єктами «Mandra Zatoka» та «Mandra Lavandiia» в Одеській області. Характерною ознакою подальшого розвитку мережевого бізнесу виступає пошук інноваційних форматів залучення стороннього капіталу. Зокрема, шостий об'єкт мережі – «Mandra Dzen», котрий перебуває на стадії будівництва у селі Яблуниця, запроваджує концепцію продажу котеджів приватним особам, розширюючи межі традиційного готельного девелопменту та пропонуючи абсолютно нові інструменти інвестування на ринку туристичної нерухомості [23].

Натомість, сьогодні, попри значні безпекові ризики та економічну нестабільність, інтерес до відпочинку у природному середовищі з високим рівнем комфорту залишається стабільним. Глемпінг виступає ідеальним форматом для швидкого реагування на запити ринку, оскільки відсутність потреби у капітальному будівництві дозволяє оперативно релокувати або масштабувати бізнес у безпечніших областях, зокрема у передгір'ї Карпат чи на території центральної України.

Динаміка розвитку галузі в умовах воєнного часу підтверджується появою нових об'єктів, які орієнтовані на сімейний відпочинок та реабілітацію. Інвестори вбачають у глемпінгу можливість збереження капіталу через створення низьковитратних, але високорентабельних проєктів. Використання легких конструкцій мінімізує збитки у разі форс-мажорних обставин, а висока мобільність дозволяє демонтувати споруди за потреби [19].

Перспективи повоєнного відновлення національної економіки відводять глемпінг-туризму роль одного з ключових драйверів відродження рекреаційних територій. Очікуваний сплеск міжнародного інтересу до України як до символу незламності створить попит на автентичне проживання у мальовничих куточках держави. Глемпінги здатні забезпечити європейську якість сервісу у місцях, де зведення традиційних готелів є економічно недоцільним або екологічно небезпечним. Завдяки мінімальному антропогенному впливу на ландшафт, відповідний вид туризму ідеально вписується у загальноєвропейську стратегію «зеленого» переходу та сталого розвитку. Залучення іноземних грантів та інвестицій у відбудову інфраструктури дозволить створювати цілі кластери екологічних поселень, що стануть осередками культурного та гастрономічного тяжіння [19].

Таким чином, глемпінг-туризм виступає не лише тимчасовим трендом, а фундаментом для побудови нової, сучасної та стійкої туристичної галузі у повоєнний період.

3.3 Аналіз діяльності глемпінг-комплексу «Лавандія» (Одещина) та проєктування глемпінг-туру.

Глемпінг-комплекс «Лавандія», що знаходиться у селі Протопопівка Одеської області, виступає прикладом сучасного туристичного об'єкта, який поєднує комфортні умови відпочинку на природі з елементами ландшафтного дизайну та агротуризму. Визначальною рисою даного комплексу є наявність лавандових насаджень, які створюють унікальне естетичне середовище та є основним чинником приваблення туристів, особливо в період літнього цвітіння.

Даний глемпінг функціонує переважно як сезонний туристичний об'єкт і орієнтований на внутрішній ринок туристичних послуг. Основними споживачами виступають молоді люди, пари, сім'ї з дітьми, а також відвідувачі, зацікавлені у фототуризмі, релаксаційному відпочинку та короткотривалих поїздках за межі міського середовища. Розміщення здійснюється у комфортних наметах, обладнаних базовими зручностями, що відповідає актуальним тенденціям розвитку кемпінгового та глемпінг-туризму.

Результати аналізу функціонування комплексу свідчать про його достатню привабливість на регіональному рівні, проте існують певні обмеження, що стримують подальший розвиток. Серед них варто виділити виражену сезонність діяльності, обмеженість додаткових послуг та недостатню диверсифікацію туристичного продукту. Водночас вигідне розташування поблизу міста Одеса створює сприятливі умови для залучення туристичних потоків і розширення спектра пропозицій [24].

З метою більш ґрунтовного дослідження було проведено SWOT-аналіз діяльності глемпінг-комплексу «Лавандія», результати якого наведено у таблиці 1.

Сильні сторони	Слабкі сторони
Унікальне розташування серед лавандових полів	Сезонний характер функціонування
Територіальна близькість до м. Одеса	Недостатній рівень інфраструктури
Висока естетична привабливість (фотолокації)	Обмежена місткість для розміщення туристів
Популярність серед молодіжної аудиторії	Невелика кількість додаткових послуг
Відповідність концепції еко- та slow-туризму	Залежність від погодно-кліматичних умов
Можливості	Загрози
Розширення переліку послуг (йога, гастротури, майстер-класи)	Посилення конкуренції на ринку глемпінгу
Розробка тематичних туристичних програм	Економічна нестабільність
Налагодження співпраці з туристичними операторами	Зниження купівельної спроможності населення
Розвиток подієвого туризму	Безпекові ризики в регіоні
Подовження туристичного сезону	Негативний вплив погодних факторів

Проведений SWOT-аналіз дозволяє визначити ключові напрями стратегічного розвитку глемпінг-комплексу. Зокрема, доцільним є розширення туристичного продукту шляхом впровадження нових видів активностей, зокрема гастрономічних дегустацій, тематичних майстер-класів, фототурів та організації подієвих заходів. Важливим напрямом також виступає зменшення впливу сезонності через створення умов для функціонування у міжсезонний період.

Окрім цього, перспективним є розвиток співпраці з туристичними агентствами, а також активізація маркетингової діяльності, зокрема просування у соціальних мережах. Формування комплексного туристичного продукту на базі глемпінгу сприятиме підвищенню його конкурентоспроможності та забезпечить стабільний попит на послуги.

Глемпінг-комплекс «Лавандія» характеризується значним потенціалом розвитку за умови ефективного використання наявних ресурсів, розширення спектра послуг та впровадження сучасних підходів до організації туристичної діяльності.

З урахуванням результатів проведеного аналізу діяльності глемпінг-комплексу «Лавандія» доцільним є розроблення туристичного продукту у форматі глемпінг-туру, спрямованого на підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу об'єкта та розширення спектра наданих послуг. Запропонований тур має назву «Lavender Relax Tour» та орієнтований на організацію короткострокового відпочинку тривалістю 2 дні та 1 ніч на базі глемпінг-комплексу у селі Протопопівка Одеської області.

Цільовою аудиторією даного туристичного продукту є молодь, пари, а також невеликі групи туристів, які надають перевагу екологічному, релаксаційному та емоційно насиченому відпочинку у природному середовищі. Основною мотивацією споживачів виступає бажання змінити міське середовище, отримати естетичне задоволення, відвідати фотолокації та відновити психоемоційний стан.

Програма туру передбачає організований виїзд туристів із міста Одеса до глемпінг-комплексу «Лавандія», прибуття та розміщення у комфортних наметах, обладнаних необхідними зручностями. У перший день передбачено ознайомлення з територією комплексу, відвідування лавандових полів, організацію фотосесії, а також проведення вечірніх рекреаційних заходів, зокрема відпочинку у релакс-зоні або занять йогою. Харчування туристів може включати вечерю з елементами локальної кухні, що сприятиме формуванню цілісного туристичного досвіду.

Другий день туру включає сніданок, після чого передбачається проведення тематичних активностей, таких як майстер-клас із виготовлення сувенірної продукції на основі лаванди або дегустаційні заходи. Після завершення програми туристам надається вільний час для

відпочинку або додаткових фотосесій, після чого здійснюється організований виїзд до міста Одеса.

Важливою складовою проєкту є формування комплексного туристичного пакету, що включає транспортне обслуговування, проживання, харчування, екскурсійний супровід та організацію дозвілля. Орієнтація на середній ціновий сегмент дозволяє забезпечити доступність туру для широкого кола споживачів, що, у свою чергу, сприятиме збільшенню туристичного потоку.

Реалізація запропонованого глемпінг-туру дозволить підвищити рівень використання туристичного потенціалу глемпінг-комплексу «Лавандія», розширити спектр послуг та підвищити його конкурентоспроможність на ринку туристичних послуг. Крім того, впровадження додаткових активностей та програм сприятиме зниженню впливу сезонного фактору та забезпечить більш рівномірне завантаження комплексу.

Отже, розроблення та впровадження глемпінг-туру «Lavender Relax Tour» є доцільним напрямом розвитку глемпінг-комплексу, що дозволяє не лише підвищити його економічну ефективність, але й сформувати сучасний конкурентоспроможний туристичний продукт, орієнтований на актуальні потреби споживачів туристичних послуг

ВИСНОВКИ

В результаті проведеного дослідження слід сформувати цілісне уявлення про стан та перспективи функціонування кемпінгового туризму в межах національного простору, виокремивши ключові організаційні, правові та економічні засади діяльності.

Сучасний кемпінг виступає складним багатофункціональним об'єктом інфраструктури, який забезпечує не лише надання місць для тимчасового проживання у мобільних спорудах, а й пропонує комплекс супутніх послуг, орієнтованих на автономність, екологічність та мобільність рекреантів. Еволюція даної форми відпочинку продемонструвала перехід від стихійних стоянок до високотехнологічних парків, що відповідають міжнародним стандартам якості та безпеки.

Формування кемпінгової мережі в Україні відбувається нерівномірно, з вираженою концентрацією об'єктів у західних та центральних регіонах, що зумовлено природно-рекреаційним потенціалом та близькістю до європейських транспортних коридорів. Встановлено вагомую роль кемпінгів у стимулюванні внутрішнього туризму через підвищення доступності відпочинку для різних соціальних верств та активізацію економіки сільських громад. Для в'їзного туризму наявність облаштованих стоянок виступає критичним фактором інтеграції України у загальноєвропейський простір автоподорожей, оскільки відповідність національних об'єктів вимогам міжнародних федерацій караванінгу безпосередньо впливає на вибір дестинації іноземними гостями.

Аналіз правових передумов дозволив встановити наявність суттєвих нормативних прогалин, що стримують динамічний розвиток галузі. Виявлено відсутність законодавчо закріпленого визначення поняття «кемпінг» у профільному Законі України «Про туризм», що породжує правову невизначеність при реєстрації та класифікації засобів

розміщення. Встановлено колізійність норм земельного та водного законодавства, зокрема у питаннях відведення ділянок рекреаційного призначення поблизу водних об'єктів (стаття 89 Водного кодексу України), що ускладнює легалізацію інфраструктури. Відсутність спеціалізованих Державних будівельних норм для мобільних та тимчасових споруд змушує підприємців діяти у межах застарілих регламентів, не адаптованих до інноваційних форматів житла.

Встановлено, що глемпінг-туризм є найбільш перспективним та високорентабельним трендом, здатним трансформувати уявлення про відпочинок на природі. На основі аналізу діяльності провідних операторів ринку, зокрема компаній «Glamping UA» та мережі «Mandra Glampings», підтверджено високу економічну ефективність даного напрямку: термін окупності інвестицій становить від двох до трьох років, а один об'єкт преміум-класу спроможний генерувати значний прибуток протягом сезону. Виявлено, що низький поріг входу в бізнес та відсутність потреби у капітальному будівництві роблять глемпінг ідеальним інструментом для швидкого відновлення туристичної активності.

Важливою складовою дослідження стало формування практичних рекомендацій щодо розвитку кемпінгового туризму на прикладі конкретного об'єкта. Зокрема, на основі аналізу діяльності глемпінг-комплексу «Лавандія» (с. Протопопівка) було обґрунтовано доцільність розроблення туристичного продукту у форматі короткострокового глемпінг-туру. Запропонований проєкт «Lavender Relax Tour» передбачає комплексне поєднання проживання, рекреаційних, гастрономічних та естетичних складових відпочинку, що відповідає сучасним тенденціям розвитку туризму та потребам цільової аудиторії. Реалізація даного проєкту сприятиме підвищенню рівня використання туристичного потенціалу об'єкта, розширенню спектра послуг, зменшенню впливу сезонності та зміцненню конкурентних позицій на регіональному ринку туристичних послуг. Практична апробація результатів дослідження

підтверджує можливість ефективного застосування теоретичних напрацювань у реальних умовах функціонування туристичної інфраструктури.

Дослідження підтвердило життєздатність кемпінгового сектору навіть в умовах правового режиму воєнного стану. Встановлено, що мобільність та автономність засобів розміщення дозволяють операторам адаптуватися до безпекових викликів, переорієнтовуючи діяльність на безпечніші регіони або виконуючи соціально-гуманітарні функції. Доведено, що у повоєнний період кемпінги та глемпінги стануть фундаментом для відродження в'їзного туризму, задовольняючи попит на екологічно безпечний, віддалений та якісний відпочинок. Стратегічні напрями розвитку мають базуватися на цифровізації послуг, імплементації європейських стандартів сертифікації та створенні сприятливого інвестиційного клімату через спрощення процедур землекористування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Організація туризму: підручник. І.М. Писаревський, С.О. Погасій, М.М. Покоloodна та ін.; за ред. І.М. Писаревського. Харків.: ХНАМГ, 2008. 541 с.;
2. Торяник В.М., Сардак С.Е., Джинджоян В.В. Туризмoлoгія : підручник. За загальною редакцією доктора юридичних наук, професора В.О. Негодченка. Дніпро: ДГУ, 2022. 306 с.;
3. Джинджоян В.В., Горожанкіна Н.А., Бойко З.В. Основи туризмoзнaвствa: навчальний посібник. Київ: Видавець ФО-П Піча Ю.В., 2022. 246 с.
4. Бутанова Н.В. Міжнародний досвід розвитку ринку гостинності у форматі кемпінг-послуг та його значення для України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2017. Вип. 13. Ч. 1. С. 36-39;
5. Рожі І. Г. Міжнародний туризм : навч. посіб. / Рожі І. Г., Браславська О. В. ; МОН України, Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини. Умань: Візаві, 2020. 180 с.
6. Добрянська Н.А., Ніколюк О.В., Саркісян Г.О., Єланська К.В. Аналіз міжнародного ринку готельних послуг: проблеми і тенденції розвитку. *Економіка харчової промисловості*. 2021. Том 13. Випуск 4. С. 63-68;
7. Медведь Л. М. Перспектива розвитку кемпінгів в Україні. Сучасний стан та тренди розвитку фінансово-економічних відносин на мікро- та макрорівнях, маркетингові та логістичні стратегії: *матеріали II Міжнародної спеціалізованої наукової конференції* (м. Івано-Франківськ, 11 червня 2021 р.). Вінниця: Європейська наукова платформа, 2021. С. 42–44.
8. Ясницький Я.А. Кемпінг для автобудинків як вид туризму на території подільського туристичного регіону: перспективи розвитку. *Цифрова*

- економіка та економічна безпека*. 2025. Вип. 2(17). С. 270-273;
9. Пацюк В.С., Казаков В.Л. Досвід організації подорожей Україною у форматі кемпінгових турів. *Туризм у ХХІ столітті: виклики та реагування*. 2020. № 4. С. 103–106;
 10. Ясницький Я. А. Кемпінг як стартап-проект сфері туризму. *Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України* : матеріали 2-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 26-27 листопада 2024 р. : у 2 ч. Ч. 2 / прогр. ком.: Марченко А. П. та ін.; орг. ком.: Н. В. Якименко-Терещенко та ін.; ред. О. О. Носирєв ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Харків : НТУ "ХПІ", 2024. С. 293-295.
 11. Фурдак М.М. Кемпінг-послуги як перспективний напрямок удосконалення готельного господарства південного регіону України. *Бізнесінформ*. 2022. № 2. С. 68-74;
 12. Віконська А., Мельник Н. Кемпінги та їхнє місце у розвитку туристичної інфраструктури. *Сучасні тренди розвитку сфери гостинності: адаптація до викликів сьогодення* : матеріали І Всеукр. студент. наук.-практ. конференції / за ред. В. С. Великочого, Н. В. Мельник, м. Івано-Франківськ, 16 травня 2024 р.: Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, 2024. С. 65-69.
 13. Економіка туризму : навчальний посібник / В.Г. Грановська, В.М. Крикунова, О.С. Морозова, Я.В. Кацемір, В.О. Бойко, В.О. Дуга. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2020. 208 с.
 14. Про туризм: Закон України від 15.09.1995. № 324/95-ВР / *Верховна Рада України. Відомості Верховної Ради України*. 1995, № 31, ст. 241.
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/324/95-%D0%B2%D1%80>
(дата звернення 01.04.2026)
 15. Пацюк В.С., Гуда А.О., Казаков В.Л. Кемпінговий туризм як новий напрям на туристичному ринку Криворіжжя. *Наукові записки СумДПУ імені А.С.Макаренка*. Географічні науки. 2021. Т. 2. Вип. 2. С. 161-167;

16. Земельний кодекс України. Закон України від 25.10.2001 № 2768-III / *Верховна Рада України. Відомості Верховної Ради України*. 2002, № 3-4, ст.27. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2768-14#Text> (дата звернення 03.04.2026)
17. Водний кодекс України: Закон України від 06.06.1995 № 213/95-ВР / *Верховна Рада України. Відомості Верховної Ради України*, 1995, № 24, ст.189. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/213/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення 04.04.2026)
18. ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення»: Стандарти від 10.01.2006. / *Держспоживстандарт*. URL: <https://surl.li/adfkmn> (дата звернення 04.04.2026)
19. Павлюк С. В. Стан розвитку галузі туризму в умовах війни та перспективи відновлення. *Економіка та суспільство*. 2025. № 72. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5811/5750> (дата звернення 06.04.2026)
20. Тарасюк Г.М., Чагайда А.О., Соколовська І.О. Перспективні напрями розвитку готельного бізнесу для забезпечення фінансової стабільності індустрії гостинності України. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 55-2. С. 17–24.
21. Давиденко І.В. Глемпінг як перспективна форма розвитку екотуризму. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2017. Вип. 26. С. 10–13.
22. Бойко В. О. Глемпінг – новий тренд індустрії гостинності. *Економіка та управління підприємствами*. 2021. № 8. С. 22–28.
23. Бондаренко Л.А., Горбатюк Н.А. Глемпінг-туризм як перспективний розвиток для регіональної індустрії гостинності. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 63. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4112/4043> (дата звернення 10.04.2026)

24. Lavandiia — лавандовий комплекс під Одесою URL:
<https://www.lavandiia.com.ua/> (дата звернення 11.05.2026)