

Ольга Четирбук
викладачка кафедри туризму
Львівський державний університет фізичної культури
імені Івана Боберського,
м. Львів

ЗАРОДЖЕННЯ ТА РОЗВИТОК ГЛЕМПІНГ-ТУРИЗМУ ЯК ІННОВАЦІЙНОГО ТУРИСТИЧНОГО НАПРЯМУ

Туризм як явище суспільного життя є похідною суспільного розвитку. Своєю появою він завдячує індустріальній стадії розвитку людства, якій був притаманний прискорений розвиток продуктивних сил, поглиблення поділу праці, розвиток урбанізаційних процесів. Прискорені інноваційні зміни, пов'язані з науково-технічним прогресом, сприяли загальному соціально-економічному розвитку певних країн, підвищенню рівня життя їх населення, змінювали характер праці, спосіб та стиль життя [2].

Із кожним роком на туристичному ринку з'являються нові види та форми туризму. Одним з таких напрямів туристичної діяльності став глемпінг.

Гламурний кемпінг ("glamping") – тенденція серед рекреантів, які хочуть бути серед дикої природи, проте не відмовлятися від зручностей.

Слово «glamping» вперше з'явилося у 2005 році [4] і було додане до *Оксфордського словника англійської мови* у 2016 році [5].

Це слово нове, але поняття, яке означає «глемпінг», тобто розкішне проживання в наметах (або проживання в інших кемпінгах), не нове. У 16 столітті шотландський граф Атолл приготував розкішний відпочинок у Хайленді для короля Якова V та його матері. Тут герцог розташував розкішні намети й наповнив їх усім необхідним для зручного відпочинку.

Ймовірно, найбільш екстравагантним прикладом розкішного намету в історії було поле Золотого сукна, диплома-

тичний саміт у 1520 році між Генріхом VIII з Англії та Франциском I з Франції на пн. Франції. На цьому заході було встановлено близько 2800 наметів, а фонтани били червоним вином [6].

Приблизно в той же час османи мали показні розкішні намети, які перевозили від однієї військової місії до іншої. Цілі бригади ремісників їздили з армією, щоб зводити й підтримувати ці імператорські намети. Детальний опис османських наметових містечок знаходимо у працях професорки Нурхан Атасой [3].

Орієнтовно через 400 років, у 1920-х роках, африканське сафарі набуває популярності серед багатих американців та британців. Але багаті мандрівники, навіть ті, хто шукав пригод, не були готові жертвувати комфортом чи розкішшю, тому зростає попит на гламурний відпочинок серед дикої природи [7].

Ідея гламурного кемпінгу як масового явища, судячи з усього, належить молодим, багатим артистам і моделям, які перебували на заходах під відкритим небом. Це зазвичай були концерти під відкритим небом, фестивалі або ж відеозйомки. Артистам надавалися всі зручності, які вони бажали і таким чином виникло поняття глемпінгу.

Багато компаній, які спеціалізуються на туристичному спорядженні та приладді створили високий клас і дизайнерські мотиви для товарів, наприклад, намети часто оздоблюють яскравими квітами, модними матеріалами та іншими цікавими речами. Зі зростанням популярності глемпінгу багато потенційних туристів зараз скуповують дизайнерські речі перед кемпінг мандрівками та інші зручності для гламурного відпочинку [1].

Основні риси глемпінгу:

- наявність комфортного, просторого засобу розміщення (намету-шатра, будиночку тощо);
- використання незвичайних для екотуризму та кемпінгу меблів: великих стільців, крісел, обідніх столів, зручних ліжок;

– умови для тимчасового проживання створюються із забезпеченням комфорту як для постійного життя.

Необхідні складники для організації глемпінгу:

– спеціальні намети і будиночки повинні відповідати екологічним стандартам, створюватися з використанням сучасних будівельних технологій;

– глемпінг-намети або шатра оснащуються сучасними інженерними системами, навіть передбачається наявність водопровідної системи, електрики і Wi-Fi;

– досить високі вимоги до елементів комфорту та оснащення наметів, наприклад можлива наявність ваз для квітів, килимків, картин тощо.

Ринок глемпінгу досить активно розвивається у світі. Наприклад, у Швейцарських Альпах є наметовий табір, де туристи відпочивають навіть при дуже низьких температурах (кілька наметів розташовані на висоті більше 2 тис. м). Серед зручностей є кілька ванних кімнат і навіть SPA-салон [1].

Ще одним прикладом є глемпінг у Чилійських Андах, де туристам пропонують зупинитися в номерах-хатинах, які повторюють житло місцевого народу алакалуфи. Хатина обладнана всім необхідним, у тому числі ванною та туалетом. Уся техніка й освітлення працюють за рахунок енергії Сонця і води.

Уже декілька років глемпінг активно розвивається у Франції, Німеччині, Туреччині, Болгарії, Словенії та Хорватії. У Хорватії навіть місцевими виробниками був розроблений абсолютно унікальний геодезичний купол для розміщення туристів у глемпінгу, який витримує пориви вітру до 90 км/год. [7].

Глемпінг-туризм є надзвичайно важливою та комплексною складовою частиною індустрії туризму. Щороку все більше і більше туристів прагнуть відпочивати у безпосередній близькості з природою, не жертвуючи зручностями. Кількість таких туристів безпосередньо залежить від ефективності та якості надання їм туристичних послуг.

Туризм має стати сферою реалізації ринкових механізмів, джерелом поповнення державного і місцевих бюджетів, засобом загальнодоступного і повноцінного відпочинку й оздоровлення.

Література:

1. Гламурний відпочинок. URL: <http://glampingsite.com/>
2. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг. Київ : Альтерпрес, 2002. 232 с.
3. Atasoy N. Portraits and Caftans of The Ottoman Sultans. 2004. 128 p.
4. Harpaz B. Glamping Staycation Travel Industry Loves Made-up Words. URL: <https://cutt.ly/o19ynHz>
5. Criddle C. Glamping, power couple and tl;dr among words added to Oxford English Dictionary. URL: <https://cutt.ly/x19yD3f>
6. Lindsey R. *Sixteenth Century Glamping, The Atholl Hunt*. URL: <https://education.gov.scot/improvement/documents/scots-9-theathollhunt.pdf>
7. Bull B. *Safari: A Chronicle of Adventure*. Penguin Books, 1992. 384 p.