

**МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА**

**МР.ТУ – 02.00.00.000 ПЗ**

**Група ТУм-24-1**

**Богдан Вівчарук**

**2025**

Міністерство освіти і науки України  
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу  
Інститут економіки та менеджменту  
кафедра туризму, рекреації та регіонального розвитку

**Вівчарук Богдан Олегович**

---

УДК 338.48

## **МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА**

**«Розвиток глемпінгових закладів розміщення в контексті сталого розвитку туристичного бізнесу на прикладі Івано-Франківської області»**

---

242 Туризм і рекреація

**Робота містить результати власних досліджень, використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело:**

Здобувач освітнього ступеня Б.О. Вівчарук

Науковий керівник Я.С. Коробейникова

**Консультанти:**

**з економічних питань**

**Студент**

Проф. Л. Є. Сімків

гр. ТУМ-24-1 Б.О. Вівчарук

**Рецензент**

**Допущено до захисту**

Завідувач кафедри туризму

доцент Я.С. Коробейникова

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу  
Інститут економіки та менеджменту  
Кафедра туризму, рекреації та регіонального розвитку  
Спеціальність \_\_\_\_\_ 242 - «Туризм і рекреація»

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

зав.каф.ТРР

доцент Коробейникова Я.С.

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2025р

## **ЗАВДАННЯ НА МАГІСТЕРСЬКУ РОБОТУ**

Студенту Вівчаруку Богдану Олеговичу

1 Тема роботи: «Розвиток глемпінгових закладів розміщення в контексті сталого розвитку туристичного бізнесу на прикладі Івано-Франківської області», затверджена наказом ректора університету від „\_\_” \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.№ \_\_\_\_\_

2 Термін здачі студентом закінченої роботи „\_\_” \_\_\_\_\_ 2025р

3 Вихідні дані до роботи: офіційні джерела та сайти, наукові праці, статистичні дані

4 Зміст пояснювальної записки (перелік питань, що їх належить розробити)

**Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ НА ПРИНЦИПАХ СТАЛОСТІ**

**Розділ 2. ЕКО-ГОТЕЛІ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТАЛОГО РОЗВИТКУ: СУЧАСНІ ПІДХОДИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ГЛЕМПІНГІВ**

**Розділ 3. ПЕРЕДУМОВИ, СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГЛЕМПІНГІВ В ІВАНО-ФРАНКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ**

5 Перелік графічного матеріалу

Мультимедійна презентація - ... слайдів

6. Консультанти з роботи, із зазначенням розділів роботи, що стосуються їх

| Розділ         | Консультант        | Підпис консультанта, дата |                      |
|----------------|--------------------|---------------------------|----------------------|
|                |                    | Завдання видав            | Завдання прийняв     |
| 1              | Коробейникова Я.С. | 1 вересня 2025 року       | 1 вересня 2025 року  |
| 2              | Коробейникова Я.С. | 15 вересня 2025 року      | 15 вересня 2025 року |
| 3              | Коробейникова Я.С. | 15 жовтня 2025 року       | 15 жовтня 2025 року  |
| Нормо-контроль | Побігун О.В.       |                           |                      |

7 Дата видачі завдання 1 вересня 2025 року

Керівник роботи \_\_\_\_\_  
(підпис) (розшифрування підпису)

Завдання прийняв до виконання \_\_\_\_\_  
(підпис студента) (розшифрування підпису)

### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

| Номер і назва етапів магістерської роботи  | Термін виконання етапів роботи | Примітка |
|--|--------------------------------|----------|
| Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ НА ПРИНЦИПАХ СТАЛОСТІ                             | 1 вересня 2025 року            |          |
| Розділ 2. ЕКО-ГОТЕЛІ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТАЛОГО РОЗВИТКУ: СУЧАСНІ ПІДХОДИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ГЛЕМПІНГІВ | 10 жовтня 2025 року            |          |
| Розділ 3. ПЕРЕДУМОВИ, СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГЛЕМПІНГІВ В ІВАНО-ФРАНКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ     | 15 листопада 2025 року         |          |
| Висновки, оформлення літератури та роботи  | 10 грудня 2025 року            |          |

Студент \_\_\_\_\_  
(підпис) (розшифрування підпису)

Керівник роботи \_\_\_\_\_  
(підпис) (розшифрування підпису)

## АНОТАЦІЯ

У магістерській роботі досліджено розвиток глемпінгових закладів розміщення в контексті сталого розвитку туристичного бізнесу на прикладі Івано-Франківської області. У першому розділі розкрито теоретичні основи сталого туризму, висвітлено міжнародний досвід і тенденції, що формують нову модель екологічно відповідального туризму. У другому розділі представлено поняття та особливості функціонування еко-готелів і глемпінгів, охарактеризовано їхні переваги, класифікацію та філософію сталого управління. Третій розділ присвячено аналізу розвитку глемпінгів в Івано-Франківській області, оцінено передумови, географію та потенціал локацій, проведено анкетування представників бізнесу та представлено власну розробку – мобільний застосунок для бронювання глемпінгів.

Новизна роботи полягає у поєднанні теоретичних підходів до сталого туризму з аналізом сучасного формату глемпінгів як ефективного інструменту екологічно дружнього туризму в регіональному контексті. Практичне значення дослідження полягає у розробці інтерактивного сервісу для локального туристичного ринку, а також у рекомендаціях щодо підтримки сталих туристичних практик в Карпатському регіоні.

Ключові слова: сталий туризм, глемпінг, екологічні заклади розміщення, мобільний застосунок, Карпати, Івано-Франківська область, екологічна відповідальність.

## **ABSTRACT**

The master's thesis explores the development of glamping accommodation facilities in the context of sustainable tourism business, using Ivano-Frankivsk region as a case study. The first chapter outlines the theoretical foundations of sustainable tourism, analyzes global trends, and highlights international practices that influence the shift towards environmentally responsible travel. The second chapter presents the concept and operational features of eco-hotels and glamping, examining their advantages, classification, and sustainable management philosophy. The third chapter focuses on the analysis of glamping development in the Ivano-Frankivsk region, evaluates local prerequisites and geographical distribution, includes results of a business stakeholders' survey, and introduces an original mobile application for glamping booking.

The novelty of the study lies in the integration of sustainable tourism theory with practical analysis of glamping as an innovative and environmentally friendly format of hospitality within a regional context. The practical value of the research is reflected in the creation of an interactive digital product for the local tourism market and the development of recommendations to support sustainable tourism practices in the Carpathian region.

**Keywords:** sustainable tourism, glamping, eco-accommodation, mobile application, Carpathians, Ivano-Frankivsk region, environmental responsibility.

## ЗМІСТ

|   |    |
|---|----|
| ВСТУП.....  | 8  |
| Розділ 1. Теоретичні засади розвитку туризму на принципах сталості.....                             | 11 |
| 1.1. Сутність сталого розвитку у сфері туризму .....  | 11 |
| 1.2. Міжнародні практики впровадження сталого туризму.....  | 17 |
| 1.3. Тенденції та виклики сталого розвитку туризму в Україні .....                                  | 23 |
| 1.4. Роль готельного господарства в реалізації концепції сталого туризму ..                         | 28 |
| Розділ 2. Еко-готелі як інструмент сталого розвитку: сучасні підходи та особливості глемпінгів..... | 34 |
| 2.1. Сутність і філософія еко-готелів .....   | 34 |
| 2.2. Класифікація екологічних закладів розміщення.....  | 39 |
| 2.3. Глемпінги як інноваційна форма еко-готелів .....   | 44 |
| 2.4. Переваги глемпінгів у контексті екологічного туризму .....                                     | 49 |
| Розділ 3. Передумови, стан та перспективи розвитку глемпінгів в Івано-Франківській області.....     | 53 |
| 3.1. Аналіз розвитку готельного господарства Івано-Франківської області..                           | 53 |
| 3.3. Стан, географія та потенціал глемпінгових локацій .....  | 65 |
| 3.4. Розробка дизайну мобільного додатку для бронювання глемпінгів .....                            | 69 |
| 3.5. Економічне обґрунтування проєкту .....   | 82 |
| ВИСНОВКИ.....   | 86 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....  | 88 |
| Додаток А .....   | 95 |

## ВСТУП

У ХХІ столітті туризм дедалі більше трансформується у напрямку екологічної відповідальності, інноваційності та пошуку нових форматів взаємодії людини з природою. Зміна парадигми від масового туризму до сталого, орієнтованого на збереження довкілля та автентичності регіонів, вимагає впровадження нових підходів до організації туристичного сервісу, зокрема в галузі розміщення. Однією з таких прогресивних форм стали глемпінги — заклади, що поєднують комфорт традиційного готелю з можливістю проживання в природному середовищі.

Івано-Франківська область, з її унікальними кліматичними та природними умовами, культурною спадщиною та туристичною привабливістю, є ідеальним регіоном для реалізації концепції сталого туризму, де глемпінгові локації можуть відігравати ключову роль у розвитку нової туристичної інфраструктури. Проте, незважаючи на потенціал, розвиток глемпінгів в регіоні є фрагментарним і недостатньо структурованим, що й зумовлює необхідність глибокого аналізу та практичних рекомендацій.

**Актуальність дослідження** полягає у потребі наукового обґрунтування глемпінгу як інноваційної моделі сталого туристичного розміщення, визначенні його ролі у формуванні екологічно орієнтованого бізнес-середовища та виявленні механізмів його інтеграції у просторову політику регіону.

**Мета роботи** – дослідити сучасний стан, передумови та перспективи розвитку глемпінгових закладів розміщення в Івано-Франківській області в контексті концепції сталого розвитку туризму, а також розробити пропозиції щодо підвищення ефективності їх функціонування через інноваційні інструменти, зокрема цифрові технології.

Для досягнення мети у роботі поставлено такі завдання:

- проаналізувати теоретичні засади сталого розвитку туризму та практики впровадження екотуризму в світі та Україні;

- охарактеризувати глемпінги як інноваційну форму розміщення, їхні переваги, види та потенціал у системі еко-готелів;
- провести просторово-структурний аналіз глемпінгових об'єктів в Івано-Франківській області;
- визначити основні передумови, виклики та можливості для розвитку глемпінгів у регіоні;
- провести анкетне опитування власників глемпінгів з метою виявлення ключових тенденцій і проблем функціонування;
- розробити концепцію мобільного застосунку для бронювання глемпінгів як інструмент цифрової трансформації туристичного сервісу;
- здійснити економічне обґрунтування запропонованого проєкту.

**Об'єкт дослідження** – система розміщення туристів у контексті сталого туризму.

**Предмет дослідження** – глемпінги як форма сталого туристичного розміщення в Івано-Франківській області.

**Методи дослідження:** аналіз та синтез наукових джерел; картографічний аналіз; просторове моделювання; метод експертного опитування (анкетування власників глемпінгів); метод SWOT-аналізу; проєктний підхід у розробці цифрового рішення; методи економічного аналізу.

**Наукова новизна дослідження** полягає у комплексному поєднанні географічного, екологічного та економічного підходів до аналізу глемпінгів як сучасної форми розміщення туристів, що інтегрується в регіональну модель сталого розвитку. Уперше запропоновано модель спеціалізованого мобільного застосунку з акцентом на екологічні характеристики локацій.

**Практичне значення роботи** полягає в можливості використання її результатів органами місцевого самоврядування, власниками туристичних об'єктів та інвесторами при плануванні нових форматів туристичного сервісу, зокрема у сільських громадах та віддалених природних зонах.

**Структура роботи:** магістерська дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів із підрозділами, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків.

# РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ НА ПРИНЦИПАХ СТАЛОСТІ

## 1.1. Сутність сталого розвитку у сфері туризму

Сталий розвиток є однією з ключових концепцій сучасного світового порядку, яка охоплює екологічні, економічні та соціальні аспекти життєдіяльності суспільства. У контексті туризму ця концепція набуває особливого значення, оскільки туристична галузь, з одного боку, є важливим чинником економічного зростання, а з іншого — чинить суттєвий вплив на навколишнє середовище та локальні спільноти.

Поняття «сталий розвиток» (від англ. *sustainable development*) було офіційно закріплене у 1987 році в доповіді Комісії ООН з навколишнього середовища і розвитку під керівництвом Гру Харлем Брундтланд. У цьому документі сталий розвиток визначається як «розвиток, що задовольняє потреби сучасного покоління без загрози для можливості майбутніх поколінь задовольняти свої власні потреби» [2].

У сфері туризму цей підхід передбачає впровадження практик, які мінімізують негативний вплив туристичної діяльності на довкілля, сприяють збереженню культурної спадщини та водночас створюють економічні вигоди для місцевих громад. Сталий туризм визнається як такий, що враховує повний спектр поточних та майбутніх економічних, соціальних і екологічних наслідків своєї діяльності (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 — Основні складові концепції сталого туризму

| Компонент   | Суть і приклади реалізації                                 |
|-------------|--|
| Екологічний | Збереження природи, мінімізація впливу, еко-інфраструктура |
| Соціальний  | Участь громад, збереження культурної спадщини              |
| Економічний | Сталі прибутки, зайнятість, розвиток локального бізнесу    |

Джерело: складено автором на основі [3, 4].

Концепція сталого туризму базується на кількох ключових принципах:

- Збереження довкілля — мінімізація впливу на природні екосистеми, скорочення викидів, використання відновлюваних джерел енергії, зменшення споживання ресурсів (води, електроенергії тощо).
- Соціальна відповідальність — повага до місцевих культур, традицій, звичаїв; залучення місцевих мешканців до прийняття рішень у сфері туризму; створення нових робочих місць для місцевого населення.
- Економічна ефективність — стимулювання місцевої економіки, підтримка малого та середнього бізнесу, диверсифікація джерел доходів.
- Довгострокова перспектива — планування розвитку туризму з урахуванням майбутніх потреб, сталий менеджмент туристичних дестинацій.

Ці принципи відображають необхідність створення такого туризму, який би забезпечував стабільне функціонування екосистем і сприяв збереженню туристичних ресурсів.

Міжнародні організації, зокрема Всесвітня туристична організація (UNWTO), ЮНЕСКО, Програма ООН з навколишнього середовища (UNEP), активно просувають концепцію сталого розвитку в туризмі. Зокрема, UNWTO визначає сталий туризм як форму туризму, яка повністю враховує поточні й майбутні економічні, соціальні та екологічні впливи, задовольняючи потреби відвідувачів, галузі, навколишнього середовища та приймаючих громад [7].

Згідно з Глобальними критеріями сталого туризму (GSTC), що були розроблені в межах ініціативи Global Sustainable Tourism Council, туристичні підприємства повинні дотримуватись таких вимог, як ефективне управління ресурсами, захист культурної та природної спадщини, забезпечення добробуту місцевих громад, підтримка прозорого управління [5, с. 39].

У сучасному світі сталий туризм розглядається як інструмент розвитку територій, зокрема сільських, гірських та екологічно чутливих регіонів. Впровадження принципів сталості дозволяє формувати туристичні продукти, що базуються на природних та культурних особливостях місцевості, створювати позитивний імідж регіону, залучати екологічно свідомих туристів.

Особливої актуальності набуває сталий туризм в умовах кліматичних змін, урбанізації, деградації природних ресурсів. Підходи до управління туристичними ресурсами повинні бути адаптивними, включати екологічний моніторинг, участь громадськості, а також розвиток інфраструктури з урахуванням екологічних стандартів.

Історично туризм розвивався як форма відпочинку та розваг, що здебільшого не враховувала наслідків своєї діяльності для навколишнього середовища чи соціокультурної рівноваги територій. Проте вже в другій половині ХХ століття, з розвитком масового туризму, стало очевидним, що така модель призводить до деградації природних ресурсів, урбанізаційного тиску на території з високим туристичним навантаженням, а також до втрати автентичності місцевих культур [8, с. 21].

Саме в цей період почали формуватися основи концепції сталого туризму як протипази масовому, неконтрольованому туризму. На першому етапі (1970–1980-ті роки) акцент робився на збереженні природного середовища, згодом фокус змістився на необхідність балансу трьох складових — екологічної, соціальної та економічної. Таким чином, туризм поступово трансформувався з індустрії споживання у сферу відповідального використання ресурсів та сталого територіального розвитку [2].

Для повного розуміння сутності сталого туризму доцільно розглянути його ключові компоненти в деталях.

#### 1. Екологічний компонент передбачає:

- збереження біорізноманіття;
- раціональне використання природних ресурсів;

- розвиток екологічно чистих технологій у сфері туризму (енергоефективність, утилізація відходів, водозбереження);
- мінімізацію вуглецевого сліду туризму;
- контроль антропогенного навантаження на території.

## 2. Соціальний компонент охоплює:

- розвиток людського капіталу (навчання, зайнятість у туризмі);
- збереження культурної спадщини та ідентичності місцевих спільнот;
- забезпечення справедливого розподілу вигод від туризму;
- соціальну інтеграцію вразливих верств населення.

## 3. Економічний компонент зосереджений на:

- підтримці місцевого бізнесу та виробників;
- диверсифікації економіки регіонів;
- створенні стабільних джерел доходу;
- залученні інвестицій у туристичну інфраструктуру, з урахуванням принципів сталості.

Усі три складові мають взаємодіяти комплексно, що передбачає системний підхід до планування, управління та оцінки туристичної діяльності.

У XXI столітті сталий туризм розглядається як ефективний інструмент реагування на глобальні виклики, серед яких:

Кліматичні зміни. Туризм водночас є як жертвою, так і джерелом кліматичних змін. З одного боку, підвищення температур, зменшення снігового покриву та зростання частоти природних катаклізмів впливають на привабливість туристичних дестинацій. З іншого — сам туризм спричиняє значні викиди парникових газів (переважно через авіаперельоти та енергоспоживання в готельному секторі) [10].

Виснаження природних ресурсів. Масовий туризм часто призводить до надмірного споживання води, забруднення ґрунтів і водойм, вирубки лісів. Сталий підхід передбачає оцінку екологічної ємності територій та впровадження обмежень відповідно до її рівня.

Соціальна нерівність. В окремих випадках прибутки від туризму концентруються в руках великих корпорацій, оминаючи місцеві громади. Сталий туризм протидіє цьому явищу шляхом розвитку локального підприємництва, кооперації та соціального партнерства.

Пандемії та глобальні кризи. Як показав приклад COVID-19, нестабільність світових процесів може поставити під загрозу функціонування туристичної галузі. Сталі моделі дозволяють формувати стійкіші до потрясінь туристичні системи [9].

Таким чином, сталий розвиток у сфері туризму є відповіддю на сучасні виклики, що дає змогу не лише зберегти ресурси, але й забезпечити довгострокове функціонування галузі.

Існує кілька визначень сталого туризму, запропонованих авторитетними організаціями. Зокрема, UNWTO трактує сталий туризм як «такий туризм, який відповідає потребам туристів та приймаючих регіонів сьогодні, водночас захищаючи та посилюючи можливості для майбутніх поколінь». Основною ідеєю є збереження туристичного потенціалу для наступних поколінь [70].

На основі цієї концепції сформовано низку критеріїв для оцінки сталості туристичних дестинацій і підприємств, серед яких:

- наявність політики екологічного управління;
- ефективне використання ресурсів;
- підтримка локальної культури та підприємництва;
- залучення громади до управління туризмом;
- наявність систем моніторингу впливу туризму.

Варто зазначити, що реалізація цих критеріїв потребує не лише зусиль з боку бізнесу, а й активної участі місцевої влади, громадських організацій, туристів і міжнародних партнерів.

Одним із ключових факторів ефективного впровадження принципів сталого розвитку у сфері туризму є належний рівень обізнаності учасників туристичного процесу щодо екологічної, соціальної та економічної

відповідальності. У цьому контексті особливу роль відіграє система освіти та наукових досліджень.

Сучасні освітні програми у сфері туризму повинні не лише формувати професійні компетентності, а й виховувати екологічно свідомих фахівців, здатних приймати рішення з урахуванням інтересів майбутніх поколінь. Важливим є включення до навчальних планів тем, пов'язаних із екомаркетингом, менеджментом сталого туризму, зеленою економікою, управлінням природними ресурсами та адаптацією до кліматичних змін [8].

Паралельно із цим, наукові дослідження відіграють провідну роль у формуванні доказової бази для управлінських рішень. Вони дозволяють:

- виявити реальний вплив туризму на навколишнє середовище;
- розробити екологічні стандарти для закладів розміщення;
- оптимізувати туристичні потоки з урахуванням екологічної ємності територій;
- створювати моделі поведінки сталого споживання.

Крім того, важливою складовою впровадження сталого туризму є інновації — зокрема цифрові технології. Сьогодні активно розвиваються мобільні застосунки для екотуристів, системи екомоніторингу, електронні карти з позначенням еко-локацій, а також онлайн-сервіси для бронювання сталих закладів розміщення (включаючи глемпінги, які розглядатимуться у наступних підрозділах). Такі інструменти сприяють поширенню екоорієнтованої поведінки серед туристів та стимулюють відповідальний вибір.

Таким чином, саме поєднання освіти, науки та інноваційних технологій формує підґрунтя для системного переходу до сталих моделей туристичної діяльності.

Попри значну кількість теоретичних напрацювань і міжнародних ініціатив, у реальній практиці впровадження сталих принципів стикається з низкою труднощів:

Недостатня нормативно-правова база. У багатьох країнах, включаючи Україну, відсутнє чітке законодавче визначення сталого туризму, що ускладнює розробку стратегій розвитку на державному та регіональному рівнях.

Брак фінансування. Реалізація сталих проектів вимагає інвестицій у новітні технології, модернізацію інфраструктури, навчання персоналу. Без належної фінансової підтримки від держави чи інвесторів такий розвиток залишається фрагментарним.

Низький рівень екологічної культури серед туристів. Часто туристи не усвідомлюють наслідків своєї поведінки (залишене сміття, порушення маршрутів, користування одноразовими виробами тощо), що ускладнює зусилля туристичних операторів і екологів.

Комерційна орієнтація туристичних підприємств. Основна мета бізнесу — прибуток, тому екологічні чи соціальні цілі відходять на другий план, особливо в умовах нестабільної економіки [1,3].

Подолання цих бар'єрів можливе за умови тісної взаємодії між владою, бізнесом, громадськістю та міжнародними партнерами. Ключем до успіху є інтегрований підхід до планування туризму, який враховує локальні потреби та глобальні виклики.

## **1.2. Міжнародні практики впровадження сталого туризму**

Практики різних країн демонструють, що ефективне впровадження сталого туризму можливе лише за умов цілісного стратегічного підходу, де екологічні, соціальні та економічні аспекти взаємодіють на всіх рівнях управління — від державної політики до місцевих ініціатив. Особливої уваги заслуговують успішні приклади регіонального рівня, які показують, як на основі глобальних принципів можна будувати локальні моделі розвитку туризму.

Одним із таких прикладів є Словенія, яка за останнє десятиліття трансформувала свій туристичний сектор відповідно до принципів «зеленої

економіки». Завдяки державній підтримці, прозорим сертифікаційним програмам і послідовній комунікації з громадою, країна перетворила сталий туризм не просто на тренд, а на ключовий елемент свого національного бренду. Розроблена тут система Green Scheme of Slovenian Tourism включає понад 100 сертифікованих «зелених» destinations, які щороку проходять аудит відповідно до міжнародних критеріїв сталості [10].

Схожі підходи спостерігаємо й у країнах Північної Європи, де сталий туризм поєднується з високими стандартами життя, соціальною відповідальністю та інноваційними технологіями. Наприклад, у Швеції активно розвиваються програми екологічного маркування готелів, використовується транспорт з нульовим рівнем викидів, а туристів залучають до участі в локальних екологічних ініціативах. Водночас, велике значення надається прозорості — підприємства регулярно звітують про свою екологічну діяльність, що зміцнює довіру з боку споживачів.

Не менш важливою є практика країн, що розвиваються, які розглядають сталий туризм як шанс для збалансованого економічного зростання. У цьому контексті показовим є приклад Коста-Рики — країни, що змогла перетворити екотуризм на головну рушійну силу економіки. Завдяки продуманій державній політиці, понад 90% енергії тут виробляється з відновлюваних джерел, а більше чверті території знаходиться під охороною. Запроваджена система CST (Сертифікат сталості туризму) стала національним стандартом для всіх туристичних підприємств, незалежно від їхнього масштабу [10].

Іншим унікальним кейсом є Королівство Бутан, де туризм жорстко регламентується державою відповідно до концепції «високоякісний туризм з низьким впливом (рис. 1.1).



Рис. 1.1 – Королівство Бутан як приклад жорсткої регламентації туризму

Основна ідея полягає в тому, щоб обмежити кількість туристів, але забезпечити високу якість послуг, екологічну безпеку та прибутки для місцевого населення. Такий підхід дозволив країні не лише зберегти культурну автентичність, а й сформувати сталу економічну модель, де туризм служить інструментом для збереження довкілля.

Очевидно, що в усіх перелічених прикладах спільним є поєднання державної політики, сертифікаційних систем, партнерства з місцевими громадами та активного залучення туристів до процесів сталого споживання. Проте окрему роль у просуванні сталого туризму відіграють міжнародні організації, які забезпечують методологічну базу, координацію зусиль і фінансову підтримку.

На глобальному рівні провідну роль у розвитку сталого туризму відіграє Всесвітня туристична організація (UNWTO). Вона є не лише джерелом аналітичної інформації, але й основним координатором реалізації Цілей сталого розвитку (SDGs) через призму туризму. UNWTO:

- формує загальні принципи та стандарти відповідального туризму;
- проводить масштабні дослідження щодо впливу туризму на довкілля та суспільство;

- організовує глобальні форуми, на яких обговорюються виклики та перспективи галузі;
- розробляє інструменти для оцінювання сталості туристичних дестинацій, зокрема UNWTO Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations [70].

Водночас вагомий внесок у формування практик сталого туризму робить Програма ООН з навколишнього середовища (UNEP), яка спільно з UNWTO впроваджує ініціативу “One Planet – Sustainable Tourism Programme”. Вона спрямована на підтримку урядів, підприємств і спільнот у переході до більш екологічно ефективного туризму, зокрема шляхом впровадження моделей "розумного споживання" ресурсів [70].

Також варто згадати діяльність Глобальної ради зі сталого туризму (GSTC) — неприбуткової організації, що встановлює загальноприйняті критерії сталості для туристичних підприємств і дестинацій. Ці критерії активно використовуються як базові в багатьох сертифікаційних системах, таких як Green Key, Travelife, EarthCheck, про які вже згадувалося вище.

Поряд з міжурядовими структурами, у сфері сталого туризму діють й неурядові організації, серед яких варто виділити WWF (Всесвітній фонд природи). WWF підтримує розвиток екотуризму в національних парках, займається охороною біорізноманіття, фінансує навчання гідів, а також розробляє інформаційні кампанії для туристів із метою популяризації відповідальної поведінки [35].

Одним із ключових елементів успішної реалізації політики сталого туризму в багатьох країнах є налагоджене партнерство між державою, бізнесом та громадським сектором. Саме така тристороння взаємодія забезпечує не лише ефективне управління ресурсами, а й широке охоплення цільової аудиторії — від інвесторів до звичайних туристів.

У Нідерландах, наприклад, створено платформу "Tourism Transition Pathway", яка об'єднує готельєрів, туроператорів, транспортні компанії та органи влади з метою спільної реалізації екологічних ініціатив. У рамках цієї

моделі підприємства отримують податкові пільги за впровадження сталих практик, а громади — можливість впливати на планування туристичних потоків і розвиток інфраструктури [64].

Успішним є також досвід Швейцарії, де муніципалітети спільно з місцевим бізнесом впроваджують стандарти екологічного менеджменту в готельному секторі. Це дозволяє не лише покращити якість послуг, а й формувати єдиний туристичний імідж території, орієнтований на свідомого туриста (рис. 1.2).



Рис. 1.2 – Швейцарія як взірцевий приклад стандартів екологічного менеджменту в готельному секторі

Таким чином, міжнародна практика свідчить, що лише в умовах взаємної відповідальності та узгоджених дій різних суб'єктів можна реалізувати сталу модель туризму, яка базується не на конкуренції, а на спільному управлінні ресурсами.

Окремим аспектом міжнародної практики є впровадження інноваційних цифрових рішень, які сприяють як підвищенню ефективності туристичної діяльності, так і забезпеченню її сталості. Серед них варто виділити:

- Системи Smart Tourism у Південній Кореї та Сінгапурі, що дозволяють регулювати туристичні потоки, запобігати

перевантаженню популярних об'єктів, а також вести екологічний моніторинг у реальному часі.

- Мобільні застосунки, які пропонують туристам маршрути з низьким вуглецевим слідом, інтегрують екологічні рекомендації, інформують про сертифіковані "зелені" заклади, нагороджують балами за екологічно відповідальну поведінку.
- Big Data та штучний інтелект, що використовуються для прогнозування сезонного навантаження на DESTИНАЦІЇ, оптимізації ресурсів та забезпечення довгострокового планування розвитку територій.

Наприклад, у Фінляндії використовується система Visit Finland DataHub, яка акумулює дані від туристичних операторів, місцевої влади, природоохоронних установ і дозволяє будувати аналітику щодо сталого розвитку галузі. Це створює передумови для ухвалення рішень, які одночасно підтримують економіку й зберігають екологічний баланс [56].

Міжнародна практика доводить, що усвідомленість і підготовка кадрів у сфері туризму є критично важливими для забезпечення його сталості. Саме через освіту формуються навички відповідального управління, розуміння екологічних викликів та здатність адаптувати бізнес до сучасних стандартів.

Так, у Німеччині діють освітні програми для студентів туристичних спеціальностей, де обов'язковими модулями є курси з екологічного менеджменту, циркулярної економіки, управління ресурсами. У партнерстві з UNWTO університети багатьох країн, зокрема Іспанії, Італії, Швейцарії, розвивають напрям Sustainable Tourism Studies, що поєднує академічну підготовку з практикою у сертифікованих еко-готелях [56].

Крім того, великі туроператори (наприклад, TUI Group) впроваджують програми навчання персоналу принципам сталого обслуговування, поводження з відходами, енергозбереження [59]. Це не лише підвищує рівень сервісу, а й формує відповідальне середовище в межах туристичної індустрії.

### 1.3. Тенденції та виклики сталого розвитку туризму в Україні

У контексті загальносвітової трансформації туристичної галузі в напрямку сталого розвитку, Україна, як держава з багатим природним, історико-культурним і рекреаційним потенціалом, також дедалі активніше включається в реалізацію відповідних підходів. Попри складні економічні та політичні умови, особливо у зв'язку з триваючою воєнною агресією з боку Російської Федерації, спостерігається низка позитивних змін, які формують підґрунтя для впровадження концепції сталого туризму в національному вимірі.

Останні роки засвідчили, що внутрішній туризм в Україні набуває нового значення — не лише як чинник економічної активності, але й як інструмент підтримки національної ідентичності, зміцнення соціальної єдності та психологічного оздоровлення населення. Водночас, зростає усвідомлення необхідності збереження туристичних ресурсів для майбутніх поколінь, що безпосередньо відповідає концепції сталого розвитку [11, 12].

У післякризовий період 2022–2025 років внутрішній туризм у країні демонструє стійке зростання (табл. 1.2).

Таблиця 1.2 — Динаміка зростання внутрішнього туризму в країні

| Рік            | Орієнтовна кількість внутрішніх туристичних подорожей (млн) | Середній витрачений на подорож (тис. грн) | Коментарі   |
|----------------|---|---|---|
| 2022           | 12,5  | 4,3                                       | Наслідки повномасштабної агресії, обмежена мобільність                |
| 2023           | 15,8  | 5,0                                       | Поствоєнне відновлення, зростання попиту на мікромандрівки            |
| 2024 (оцінка)  | 18,2  | 5,5                                       | Збільшення внутрішнього туризму, розвиток регіональної інфраструктури |
| 2025 (прогноз) | 20,0  | 6,2                                       | Подальший зріст, прискорення трендів сталого туризму                  |

Джерело: складено автором на основі [11,12].

Серед основних тенденцій, які впливають на трансформацію галузі в напрямку сталості, можна виокремити:

Регіоналізація туризму — попит на менш відомі, але екологічно привабливі місцевості, особливо в західних областях України (Карпати, Поділля, Буковина). Зростає зацікавленість у мікромандрівках, етнотуризмі, агротуризмі, глемпінгах тощо [10].

Популяризація екологічного і сільського туризму — туристи дедалі частіше обирають формати відпочинку на природі, у віддалених місцях, з мінімальним впливом на довкілля. Цей сегмент активно розвивається в Івано-Франківській, Львівській, Закарпатській областях.

Підвищення інтересу до локального продукту — споживачі все частіше орієнтуються на місцеві товари, гастрономію, сувеніри ручної роботи, що сприяє розвитку малого підприємництва.

Цифровізація туристичних послуг — розвиток онлайн-сервісів бронювання, мобільних додатків, платформ для самостійного планування маршрутів, що одночасно створює умови для ефективного моніторингу туристичних потоків.

Зростання уваги до безпеки, якості сервісу та екологічних стандартів, особливо в умовах поствоєнної відбудови та підвищеної соціальної вразливості населення.

Ці тренди відкривають нові можливості для розвитку сталого туризму, проте водночас загострюють і низку проблем, які перешкоджають його повноцінному функціонуванню.

Попри те, що Україна приєдналася до Цілей сталого розвитку ООН і задекларувала наміри підтримувати екологічно збалансований розвиток у сфері туризму, наразі відсутня окрема системна державна стратегія, яка б цілком і послідовно регламентувала реалізацію сталого туризму. Водночас, у національному правовому полі вже є документи, де окремі елементи концепції сталого туризму присутні. Зокрема, «Програма розвитку туризму та курортів України», затверджена наказом Міністерства економіки, передбачає

підвищення екологічної відповідальності суб'єктів туристичної діяльності, розвиток природно-заповідного фонду та підтримку екоініціатив. Окрім того, Національна економічна стратегія до 2030 року визнає сталий туризм як складову зеленої трансформації економіки. Однак ці документи охоплюють питання екотуризму лише частково і не містять чітко визначених індикаторів, механізмів сертифікації, моніторингу або державно гарантованої підтримки екологічно орієнтованих проєктів у туристичній сфері [14, 15]. Таким чином, існує потреба в розробці окремої національної політики або секторальної стратегії сталого туризму, що відповідатиме міжнародним підходам і забезпечить прозорі умови для розвитку цього напрямку в Україні.

Поняття сталого туризму не закріплене в чинному законодавстві як визначене поняття, відсутні офіційно затверджені стандарти, критерії або індикатори сталості туристичних об'єктів. Це ускладнює процес сертифікації та моніторингу, а також обмежує можливості для державної підтримки екологічно орієнтованих проєктів.

У ряді регіонів України спостерігаються позитивні приклади реалізації екотуристичних проєктів, однак ці практики залишаються ізольованими, часто не мають довготривалого фінансування або підтримки з боку центральної влади. Відсутність мережевої взаємодії між регіонами перешкоджає масштабуванню сталих підходів.

Стихійне відвідування природних локацій, порушення туристичної етики, ігнорування правил поведінки в національних парках або на територіях з підвищеною екологічною чутливістю є поширеними явищами. Це знижує екологічну привабливість регіонів і посилює навантаження на довкілля.

Через економічну нестабільність, воєнний стан і низьку довіру інвесторів, фінансування об'єктів, орієнтованих на сталий розвиток, є обмеженим. Особливо гостро це питання стоїть у контексті відновлення зруйнованих територій, де туризм може стати елементом комплексної реабілітації, але потребує значних стартових ресурсів [20].

Важливо також зауважити, що впровадження принципів сталого туризму в Україні часто залишається епізодичним, локалізованим у межах окремих проєктів або ініціатив громад, які не мають системної підтримки з боку держави. Тобто, навіть за наявності вдалих прикладів — наприклад, екологічних маршрутів у Карпатах, розвиток глемпінгів на природоохоронних територіях або активізація сільського туризму в Закарпатті — ці проєкти не інтегруються в загальнонаціональну туристичну політику [14]. Така розрізненість перешкоджає масштабуванню досвіду, обмежує його вплив на сусідні громади та знижує потенціал для обміну знаннями.

Ще однією проблемою, що гальмує сталий розвиток туризму, є низький рівень екологічної культури як серед частини споживачів туристичних послуг, так і серед самих суб'єктів туристичної діяльності. Відсутність чітко сформованих стандартів поведінки на природі, недотримання правил у рекреаційних зонах, використання одноразових пластикових виробів у закладах розміщення — все це вказує на те, що екосвідомість поки що не стала базовою складовою туристичного досвіду в Україні. Водночас, слабка інформаційно-просвітницька робота з боку туристичних операторів та органів місцевого самоврядування лише посилює цю проблему.

Не менш серйозним бар'єром для впровадження сталих практик залишається обмеженість фінансування. Станом на сьогодні держава практично не пропонує спеціальних механізмів підтримки для бізнесів, що впроваджують екологічно відповідальні технології або працюють за принципами циркулярної економіки. В умовах післявоєнної відбудови туризм потенційно міг би стати одним із драйверів відновлення регіонів, однак відсутність цільових інвестицій, податкових пільг чи програм державно-приватного партнерства значно обмежує ці можливості. Це особливо відчутно в сільських громадах, які мають багатий туристичний потенціал, але не можуть реалізувати його без зовнішньої підтримки (табл.1.3).

Таблиця 1.3 — Основні виклики впровадження сталого туризму в Україні

| Категорія виклику               | Приклади / опис                                  |
|---------------------------------|--|
| <b>Інституційний</b>            | Недостатнє фінансування, відсутність координації |
| <b>Екологічний</b>              | Незахищені природні території, забруднення       |
| <b>Освітній та поведінковий</b> | Низький рівень обізнаності, байдужість           |

Джерело: складено автором на основі [9].

Попри зазначені труднощі, в Україні останніми роками все ж можна спостерігати появу позитивних зрушень у напрямку формування засад сталого туризму. Зокрема, у 2020 році Кабінетом Міністрів України була затверджена Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2030 року, в якій, хоч і не прямо, але побічно враховуються окремі положення концепції сталого розвитку. Документ передбачає зростання ролі природоохоронного та сільського туризму, розвиток інфраструктури у сільських місцевостях, підтримку малих підприємств у сфері гостинності, а також стимулювання регіональних туристичних брендів. Хоча стратегія не має повного охоплення принципів сталого туризму в класичному розумінні, вона може слугувати основою для подальшого поглиблення цього підходу [9, 10].

Водночас дедалі більше уваги приділяється формуванню локальних стратегій розвитку туризму, де враховується не лише економічна вигода, а й потреба у збереженні природного та культурного середовища. Прикладами таких підходів можуть слугувати громади Івано-Франківської, Львівської та Чернівецької областей, де на основі краєзнавчого потенціалу розробляються тематичні туристичні маршрути, просуваються локальні бренди, відновлюються народні промисли, а також створюються нові формати екологічного розміщення, зокрема глемпінги. Важливо, що такі ініціативи не лише покращують туристичну привабливість територій, але й сприяють економічній активності сільського населення, зменшують рівень міграції та формують більш відповідальне ставлення до природних ресурсів. Саме на базі

таких місцевих практик може вибудовуватися національна модель сталого туризму, адаптована до українських реалій.

Підсумовуючи викладене, можна зробити висновок, що сучасний стан впровадження сталого туризму в Україні характеризується поєднанням позитивних тенденцій із комплексом системних проблем. І хоча на рівні окремих регіонів спостерігаються спроби імплементації елементів сталості, загалом ця практика залишається несистемною, маломасштабною та вразливою до зовнішніх факторів. Водночас, у період воєнного та повоєнного відновлення саме сталий туризм може стати ефективним інструментом регіонального розвитку, відновлення соціального капіталу та збереження природної спадщини.

#### **1.4. Роль готельного господарства в реалізації концепції сталого туризму**

Готельне господарство, як один із ключових елементів туристичної інфраструктури, відіграє важливу роль у досягненні цілей сталого розвитку туризму. Заклади розміщення, зокрема готелі, кемпінги, апарт-готелі, глемпінги та інші типи тимчасового проживання, мають прямий вплив на навколишнє середовище, споживання ресурсів, місцеву економіку та якість життя населення. Саме тому активне впровадження принципів сталого управління у готельному секторі є необхідною умовою для формування збалансованої туристичної моделі, яка базується на довготривалих соціально-економічних і екологічних вигодах.

У сучасних умовах спостерігається трансформація у підходах до управління готельним бізнесом: якщо раніше основною метою було максимізувати прибуток через масовий туризм, то сьогодні дедалі більше закладів орієнтуються на зниження енергоспоживання, відповідальне управління відходами, використання екологічно чистих матеріалів і підтримку локальної громади. Такі зміни обумовлені як зростанням запиту з боку

екологічно свідомих туристів, так і глобальними викликами, пов'язаними зі зміною клімату, вичерпанням ресурсів та урбанізаційним тиском [11, 14].

Особливо важливим є те, що готельний сектор є багатofункціональним: він одночасно є споживачем природних ресурсів, постачальником послуг, роботодавцем, інвестором у регіональну інфраструктуру та каналом взаємодії туриста з територією. Саме тому через механізми, які реалізуються в межах готельних об'єктів, можна досягти значного впливу на всі три складові сталого розвитку — екологічну, економічну та соціальну.

Одним із найбільш помітних напрямів трансформації готельного господарства в контексті сталого туризму є впровадження екологічно відповідальних технологій та практик у щоденне функціонування закладів розміщення. Сучасні готелі дедалі частіше застосовують моделі управління, орієнтовані на оптимізацію споживання ресурсів, зменшення обсягів утворення відходів і мінімізацію впливу на навколишнє середовище. Це, зокрема, стосується впровадження систем енергоефективності, повторного використання води, встановлення сонячних панелей, застосування теплоізоляційних матеріалів та світлодіодного освітлення [16].

Значну увагу приділяють і заходам зі зменшення обсягів споживання води, особливо в регіонах із нестачею водних ресурсів або високим туристичним навантаженням. Це досягається завдяки встановленню аераторів на кранах і душах, використанню систем контролю витрат води в пральнях, а також впровадженню політик повторного використання рушників і постільної білизни за згодою гостей. Крім того, все частіше використовуються очисні установки локального типу, що дозволяють зменшити навантаження на центральні комунікаційні системи та водні об'єкти.

Також важливим напрямом є екологічне управління відходами, що передбачає не лише сортування та зменшення обсягів сміття, але й відмову від одноразової пластикової продукції, перехід на багаторазові контейнери, використання біорозкладних пакувальних матеріалів. У деяких готелях світу вже впроваджені системи компостування органічних відходів і співпраці з

місцевими фермерськими господарствами, які приймають відходи як добрива. Такі практики, крім екологічного ефекту, підвищують довіру клієнтів та сприяють формуванню позитивного бренду закладу.

Не менш важливою є робота з персоналом та гостями, спрямована на підвищення екосвідомості. Сучасні готелі проводять навчання співробітників щодо раціонального використання ресурсів, впроваджують інформаційні кампанії серед туристів, заохочують до участі в природоохоронних ініціативах. Наприклад, гостям пропонують бонуси або знижки за відмову від прибирання номеру щодня, участь у сортуванні відходів або пересування екотранспортом (табл.1.4).

Таблиця 1.4. — Способи впровадження сталого розвитку в готельному господарстві

| <b>Напрямок діяльності</b> | <b>Конкретні дії / приклади</b>                        |
|----------------------------|--|
| <b>Енергоефективність</b>  | Сонячні панелі, LED-освітлення, теплоізоляція          |
| <b>Відходи</b>             | Сортування сміття, компостування, відмова від пластику |
| <b>Соціальна взаємодія</b> | Найм місцевих, співпраця з локальними постачальниками  |
| <b>Інформування гостей</b> | Еко-таблички, навчальні матеріали, еко-програми        |

Джерело: складено автором на основі [9, 11].

Варто підкреслити, що впровадження таких заходів має не лише екологічну, а й економічну доцільність. Скорочення витрат на енергію, воду, побутову хімію та утилізацію відходів дозволяє готелям підвищувати рентабельність без шкоди для якості обслуговування. Таким чином, екологічна відповідальність поступово перетворюється не на обов'язок, а на стратегічну перевагу на ринку туристичних послуг.

Поряд із екологічними аспектами, надзвичайно важливим є внесок готельного господарства у забезпечення соціальної складової сталого розвитку. Готелі та інші заклади розміщення, що працюють за принципами відповідального туризму, активно підтримують місцеві громади, сприяють збереженню культурної спадщини регіонів і створюють умови для гідної

зайнятості населення. Одним із ключових напрямів такої діяльності є залучення місцевих жителів до праці в готельному секторі, що сприяє зниженню рівня безробіття, особливо у віддалених і сільських районах [20].

Крім того, відповідальні готелі налагоджують співпрацю з локальними виробниками, закупаючи продукти харчування, текстиль, сувенірну продукцію або будівельні матеріали саме у місцевих постачальників. Це не лише підтримує локальну економіку, але й формує унікальний, автентичний туристичний продукт, який вигідно вирізняє регіон серед конкурентів. Наприклад, наявність у меню регіональних страв із локальних продуктів або продаж у готелі сувенірів, виготовлених вручну місцевими майстрами, посилює культурну привабливість території та водночас стимулює розвиток крафтового виробництва.

Ще одним проявом соціальної відповідальності є підтримка інклюзивності та рівних можливостей. Сучасні готелі, орієнтовані на сталий розвиток, адаптують свої простори для людей з інвалідністю, створюють безбар'єрне середовище, навчають персонал правилам обслуговування різних категорій клієнтів. Також важливою є участь закладів розміщення у місцевих ініціативах — благодійних акціях, екологічних толоках, культурних подіях, що сприяє зміцненню соціального капіталу на місцях [20, с. 32].

На глобальному рівні соціальна й екологічна відповідальність готелів все частіше фіксується через добровільну сертифікацію, яка підтверджує дотримання сталих стандартів. Існує низка міжнародних систем екомаркування, які дозволяють туристам обирати готелі, що працюють за принципами сталого розвитку. Найбільш відомими є такі сертифікати, як Green Key, Travelife, EarthCheck, EU Ecolabel, що враховують не лише екологічні показники, а й соціальні та економічні критерії. Заклади, що їх отримують, зобов'язані регулярно проходити аудит і вдосконалювати свої підходи до управління [4, 7].

Для України, де сертифікація готельного господарства здебільшого обмежується класифікацією за «зірками», актуальним є впровадження

національних стандартів екологічної та соціальної відповідальності, адаптованих до локальних умов. Впровадження таких систем дозволить не лише підвищити якість готельних послуг, а й стимулювати розвиток відповідального туризму на загальнодержавному рівні.

#### Висновки до розділу 1.

У першому розділі було досліджено теоретико-методологічні засади сталого розвитку туризму та окреслено ключові напрями трансформації туристичної галузі в контексті глобальних екологічних, соціальних та економічних викликів. Аналіз наукових джерел і міжнародних стратегій дозволив з'ясувати, що сталий туризм являє собою комплексну модель розвитку, яка передбачає досягнення балансу між потребами туристів, збереженням природного та культурного середовища й соціально-економічним добробутом місцевих громад.

Розгляд міжнародних практик засвідчив, що провідні країни світу вже активно впроваджують інструменти сертифікації, цифрового моніторингу, екологічного управління та партнерства між державою, бізнесом і громадами, що дозволяє формувати висококонкурентний і водночас відповідальний туристичний продукт. Водночас, ефективність таких моделей значною мірою залежить від державної політики, доступу до фінансування, рівня екоосвідомості населення та розвитку освітніх програм у сфері туризму.

Український контекст характеризується наявністю значного потенціалу для впровадження принципів сталого туризму, зокрема завдяки багатству природних ресурсів, ландшафтного різноманіття, культурної спадщини та зростаючій популярності внутрішнього туризму. Разом з тим, існує низка викликів, що уповільнюють цей процес: відсутність цілісної державної політики, недостатній розвиток нормативно-правової бази, низький рівень координації між суб'єктами галузі та обмежений доступ до ресурсів для реалізації екологічно відповідальних ініціатив.

Окрему увагу у цьому розділі приділено ролі готельного господарства як складової туристичної інфраструктури, здатної безпосередньо впливати на реалізацію концепції сталого розвитку. Доведено, що саме через діяльність закладів розміщення можна втілювати практики енергоефективності, водозбереження, управління відходами, підтримки локальних виробників, зайнятості місцевого населення й формування екосвідомості туристів. Таким чином, готельна сфера виступає важливою ланкою, що поєднує економічні інтереси з екологічною відповідальністю та соціальною користю.

## **РОЗДІЛ 2. ЕКО-ГОТЕЛІ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТАЛОГО РОЗВИТКУ: СУЧАСНІ ПІДХОДИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ГЛЕМПІНГІВ**

### **2.1. Сутність і філософія еко-готелів**

У сучасних умовах активного розвитку туристичної галузі та зростаючого впливу людини на природне середовище особливого значення набуває екологічна відповідальність усіх суб'єктів туристичного ринку. У цьому контексті важливе місце займає така форма розміщення туристів, як еко-готелі, які не лише надають послуги проживання, але й слугують інструментом впровадження принципів сталого розвитку на практиці. Еко-готелі стають альтернативою традиційним закладам розміщення, демонструючи нову філософію взаємодії між бізнесом, природою та споживачем.

Під поняттям "еко-готель" (від англ. eco-hotel) зазвичай розуміють такий заклад тимчасового розміщення, який функціонує з урахуванням екологічних, соціальних та економічних принципів сталості. Основними характеристиками таких готелів є раціональне використання ресурсів, мінімізація негативного впливу на навколишнє середовище, підтримка локальної економіки та формування екосвідомості серед клієнтів. Таким чином, еко-готель — це не просто інфраструктурний об'єкт, а складова концептуального підходу до туризму, в основі якого лежить відповідальність перед природою, суспільством та майбутніми поколіннями [25, с. 21].

Варто підкреслити, що сутність еко-готелів не обмежується лише зовнішніми ознаками — наявністю зелених насаджень, сонячних батарей чи відмовою від пластику. Йдеться про цілісну філософію, яка охоплює всі етапи діяльності — від планування, проєктування та будівництва до щоденного управління, маркетингу та комунікації з гостями. Така філософія передбачає глибоке усвідомлення впливу готелю на довкілля, громаду та регіон загалом, а

також готовність змінювати бізнес-процеси в напрямку відповідального споживання.

Серед ключових принципів, що формують філософію еко-готелю, можна виділити:

- природоцентризм, який передбачає гармонійне співіснування людини і довкілля, використання екологічно безпечних технологій та матеріалів;
- енергоефективність та ресурсозбереження, що реалізуються через застосування альтернативних джерел енергії, систем збору дощової води, теплоізоляції, сенсорного освітлення тощо;
- соціальна відповідальність, яка виявляється в підтримці місцевих громад, працевлаштуванні жителів, взаємодії з локальними постачальниками;
- культурна автентичність, яка забезпечується через інтеграцію традиційної архітектури, кухні, мистецтва, збереження місцевих традицій;
- освітня місія, спрямована на формування екологічної свідомості у відвідувачів через інформаційні матеріали, екскурсії, інтерактивні заходи (табл. 2.1).

Таблиця 2.1 — Принципи що формують філософію еко-готелю

| <b>Принцип</b>                    | <b>Зміст і реалізація на практиці</b>  |
|-----------------------------------|--|
| <b>Природоцентризм</b>            | Збереження природних ландшафтів, екологічне проектування, мінімальний вплив на довкілля  |
| <b>Енергоефективність</b>         | Використання сонячних панелей, теплоізоляції, енергоощадного освітлення та приладів      |
| <b>Ресурсозбереження</b>          | Збір дощової води, системи повторного використання води, мінімізація пластикових виробів |
| <b>Соціальна відповідальність</b> | Найм місцевого населення, співпраця з локальними виробниками, підтримка громади          |
| <b>Культурна автентичність</b>    | Збереження традицій в архітектурі, дизайні, кулінарії, популяризація місцевої культури   |
| <b>Освітня функція</b>            | Проведення еко-екскурсій, навчальних заходів, поширення інформаційних матеріалів         |

Джерело: складено автором на основі [25, 26].

Еко-готель — це завжди більше, ніж просто місце для сну. Це простір, у якому турист отримує не лише комфорт, а й досвід, що змінює його ставлення до світу. Такий досвід сприяє переосмисленню споживацьких звичок, формуванню нових моделей поведінки, які відповідають принципам сталого способу життя.

Історія виникнення еко-готелів тісно пов'язана з розвитком глобальної екологічної свідомості та еволюцією туризму в бік відповідального використання ресурсів. Перші концепції так званого «зеленого розміщення» з'явилися ще в 1970–1980-х роках у країнах Західної Європи та Північної Америки — саме тоді, коли людство почало усвідомлювати згубні наслідки масового туризму для довкілля. Зростання обсягів туристичних потоків у цей період призвело до значного навантаження на природні екосистеми, водні ресурси, інфраструктуру, що викликало потребу у нових формах туризму, орієнтованих на сталий розвиток [25, 26].

Першими еко-готелями вважалися невеликі приватні заклади у Швейцарії, Канаді та Скандинавських країнах, які почали практикувати повторне використання матеріалів, сортування відходів та зменшення споживання енергії. Згодом до цього руху приєдналися готелі середнього і великого класу, які прагнули не лише відповідати новим цінностям туристів, але й підвищити свою конкурентоспроможність на ринку. Вже у 1990-х роках виникають перші системи сертифікації еко-готелів, такі як Green Key, EarthCheck, LEED, EU Ecolabel, які дозволили уніфікувати вимоги та формалізувати критерії сталості [25, с. 34].

На сьогодні еко-готелі функціонують у понад 100 країнах світу, охоплюючи всі типи розміщення — від елітних готелів до кемпінгів і глемпінгів. Наприклад, EcoHotel El Agua в Іспанії пропонує повністю органічне харчування, використовує сонячну енергію та будівельні матеріали з переробленої сировини (рис. 2.1).



Рис.2.1 - EcoHotel El Agua в Іспанії як приклад неймовірного еко-готелю

У Швеції Treehotel забезпечує унікальний досвід проживання серед лісу, з мінімальним втручанням у природу та унікальною архітектурою. У Кенії еко-лоджі створюють умови для спостереження за дикою природою з дотриманням суворих екологічних правил і підтримкою місцевих племен.

Таке розмаїття форм і форматів еко-готелів свідчить про гнучкість цієї концепції — її можна адаптувати до будь-якого клімату, культури, рівня розвитку території. Водночас спільним для всіх таких об'єктів є прагнення мінімізувати негативний вплив на довкілля та посилити позитивний вплив на громади.

Зростає також і попит на еко-готелі з боку туристів. За даними звітів міжнародних туроператорів (наприклад, Booking.com, TUI Group), понад 70% сучасних мандрівників заявляють про готовність надавати перевагу закладам, які дотримуються екологічних принципів, навіть за умови вищої вартості проживання. Це свідчить про поступову зміну споживацької поведінки та формування нового типу туриста — свідомого, поінформованого, екологічно

відповідального, для якого важлива не лише якість сервісу, а й вплив його подорожі на довкілля та суспільство [26].

Отже, сучасна філософія функціонування еко-готелів значно виходить за межі суто екологічного підходу. Вона охоплює цінності поваги до природи, соціальної відповідальності, економічної рівноваги та культурної ідентичності, які поступово формують нову парадигму туристичного обслуговування. Відмова від надмірного споживання, впровадження етичних стандартів ведення бізнесу, прозорість у взаємодії з громадськістю — все це стає невід’ємними складовими філософії сталого готельного господарства.

У цьому контексті еко-готелі стають активними агентами змін, які здатні впливати не лише на довкілля, а й на свідомість туристів, формуючи культуру відповідального споживання та поведінки. Через власний приклад, відкриту комунікацію та просвітницьку діяльність вони сприяють трансформації туристичного простору, де переважають не тільки прагматичні інтереси, а й цінності співжиття та гармонії. Крім того, така філософія резонує з глобальними цілями сталого розвитку (ЦСР), зокрема ЦСР №12 (відповідальне споживання і виробництво), ЦСР №13 (боротьба зі зміною клімату) та ЦСР №8 (гідна праця та економічне зростання) [25-27].

Окремої уваги заслуговує потенціал еко-готелів у контексті розвитку туристичних дестинацій, особливо в умовах зростаючої конкуренції між регіонами. В умовах, коли туристи дедалі частіше шукають автентичність, спокій, чисте довкілля та можливість відчути себе частиною природного середовища, саме наявність екологічно орієнтованих закладів розміщення стає важливою конкурентною перевагою території. Це особливо актуально для таких регіонів, як Українські Карпати, Поділля чи Полісся, де природний потенціал значний, але потребує дбайливого ставлення та грамотного управління.

Розвиток еко-готелів також відкриває можливості для диверсифікації економіки сільських територій, створення нових робочих місць, зниження міграційного відтоку населення та зміцнення локальної ідентичності. На

відміну від масового туризму, який часто спричиняє соціальні конфлікти та екологічну деградацію, екологічно орієнтовані моделі туристичного розміщення забезпечують синергію між економічним розвитком і збереженням середовища існування.

Таким чином, еко-готелі є не просто одним із різновидів туристичного розміщення, а цілісною концепцією, що об'єднує принципи сталого розвитку, соціальної відповідальності та культурної автентичності. Їхня сутність полягає в гармонійному поєднанні комфорту для туриста та мінімального впливу на довкілля, а філософія ґрунтується на ідеї співіснування, а не споживання, на підтримці громади, а не її витісненні, на повазі до природи, а не її експлуатації.

Сьогодні еко-готелі активно інтегруються у світову туристичну систему як приклад нової якості подорожей, де кожна деталь — від матеріалів будівництва до харчування та поводження з відходами — набуває екологічного й етичного сенсу. Їхнє значення виходить за межі сфери гостинності, адже вони формують новий тип стосунків між туристом, простором і суспільством. Саме тому еко-готелі можуть стати однією з ключових моделей сталого розвитку туризму в Україні, зокрема в екологічно цінних регіонах, де розвиток глемпінгів та інших альтернативних форм розміщення відкриває широкі перспективи.

## **2.2. Класифікація екологічних закладів розміщення**

У межах сучасної туристичної системи екологічні заклади розміщення дедалі активніше позиціонуються як альтернативна, відповідальніша форма гостинності. Їх виникнення зумовлено не лише глобальними викликами (зміна клімату, урбанізація, деградація середовища), а й трансформацією цінностей мандрівників, які дедалі частіше надають перевагу відпочинку, що не шкодить довкіллю. Проте екологічні об'єкти не є однорідним явищем — вони різноманітні за архітектурними, функціональними, технологічними та

ідеологічними характеристиками. Саме тому виникає потреба у їх систематизації та класифікації за релевантними критеріями.

Одним із найпростіших і водночас найпоширеніших підходів є класифікація за формою функціонування та ступенем інтеграції з природним середовищем. На цій основі можна виокремити щонайменше п'ять типів закладів, які подано нижче (табл.2.2).

Таблиця 2.2 — Класифікація екологічних закладів розміщення

| Тип закладу                     | Коротка характеристика  | Приклади країн             |
|---------------------------------|---|----------------------------|
| <b>Еко-готелі</b>               | Стаціонарні будівлі, побудовані з екологічних матеріалів, із системами енерго- та водозбереження      | Швеція, Німеччина, Франція |
| <b>Еко-лоджі</b>                | Компактні будиночки або котеджі в природному середовищі, часто поблизу заповідників                   | Кенія, Канада, Коста-Рика  |
| <b>Глемпінги</b>                | Комфортні тимчасові конструкції (намети, куполи, юрти) з підвищеним рівнем сервісу                    | США, Італія, Україна       |
| <b>Біо-гостинні ферми</b>       | Туризм на базі сільського господарства з використанням натуральних продуктів і локального виробництва | Італія, Австрія            |
| <b>Плавучі готелі / хостели</b> | Об'єкти на воді, що використовують сонячну енергію, фільтрацію води, біо-туалети                      | Нідерланди, В'єтнам        |

Джерело: складено автором на основі [28].

Як можна побачити, різні форми еко-розміщення не тільки відрізняються за типом конструкції чи комфортом, а й демонструють різний рівень адаптації до природного середовища, що суттєво впливає на їхній екологічний слід та стійкість.

Окрім типу конструкції та локації, важливо враховувати спосіб організації життєдіяльності об'єктів, їхню функціональну мобільність, рівень автономності та інтенсивність використання ресурсів. У цьому контексті з'являється потреба у комплекснішій класифікації, що враховує технологічні та операційні параметри.

Нижче наведено таблицю, яка дає змогу системно порівняти ключові типи екологічних об'єктів розміщення за низкою важливих критеріїв. Це дозволяє побачити, наскільки глибоко вони інтегровані у принципи сталого

розвитку, а також визначити, який з них є найбільш гнучким і придатним для розвитку в умовах конкретної території (табл.2.3).

Таблиця 2.3 — Аналіз екологічних закладів розміщення

| <b>Критерій</b>               | <b>Еко-готель</b>         | <b>Еко-лодж (eco-lodge)</b>      | <b>Глемпінг</b>                    | <b>Біо-ферма</b>    | <b>Плаваючий готель</b>   |
|-------------------------------|---------------------------|----------------------------------|------------------------------------|---------------------|---------------------------|
| Тип конструкції               | Стаціонарна               | Напівстаціонарна                 | Тимчасова/мобільна                 | Стаціонарна         | Напівмобільна             |
| Джерело енергії               | Альтернативне + мережева  | Переважно сонячна                | Сонячна, газова                    | Мережева + сонячна  | Сонячна, акумулятори      |
| Водопостачання                | Централізоване/доощова    | Локальне/доощова                 | Дощова + резервуари                | Власна свердловина  | Опрацювання води на борту |
| Утилізація відходів           | Роздільне + компостування | Мінімізація + еколог. утилізація | Мінімум упаковки, мобільні рішення | Компост, сортування | Біоутилізація, фільтрація |
| Зв'язок із локальним бізнесом | Високий                   | Високий                          | Середній–високий                   | Дуже високий        | Низький                   |
| Рівень автономності           | Низький–середній          | Середній                         | Високий                            | Середній            | Високий                   |
| Інвестиційна вартість         | Висока                    | Середня–висока                   | Середня                            | Середня             | Висока                    |

Джерело: складено автором на основі [28].

Як свідчить аналіз, глемпінги вирізняються відносно низьким екологічним навантаженням, високим рівнем автономності та гнучкістю у виборі локації. Це робить їх особливо привабливими для впровадження в природних регіонах з обмеженою інфраструктурою — зокрема, таких як гірські райони Івано-Франківської області, що й буде розглянуто в 3-му розділі.

Також варто звернути увагу, що більшість видів еко-розміщення мають змішану модель ресурсозабезпечення, тобто поєднують відновлювані джерела з традиційними (централізованими) системами. Саме тому їхній рівень "екологічності" значною мірою залежить від реального управління — а не лише типу конструкції.

У світовій практиці питання класифікації екологічних об'єктів розміщення є предметом постійного вдосконалення, оскільки галузь швидко розвивається, з'являються нові формати, а критерії сталості стають дедалі ширшими. Важливу роль у систематизації відіграють міжнародні організації, які формують рамкові підходи до визначення рівнів екологічності туристичних об'єктів.

Найбільш визнаними є класифікації, запропоновані:

- UNEP (Програма ООН з навколишнього середовища),
- GSTC (Глобальна рада зі сталого туризму),
- Green Key (екологічна сертифікація),
- EarthCheck, LEED, Travelife тощо [25].

Ці підходи ґрунтуються не лише на типології об'єктів, а й на індикативних критеріях, які враховують ефективність управління ресурсами, участь громади, архітектурну інтеграцію в ландшафт, біорізноманіття, політику закупівель, використання екологічних технологій тощо (табл.2.4).

Таблиця 2.4 — Підходи та класифікації щодо екологічних закладів розміщення

| Організація / система | Основний підхід до класифікації                  | Категорії об'єктів                                  | Основні критерії                                       |
|-----------------------|--|---|--|
| <b>UNEP</b>           | Екологічний менеджмент, відповідальне споживання | Еко-готелі, еко-лоджі, еко-курорти                  | Енергоефективність, вода, відходи, матеріали           |
| <b>GSTC</b>           | Інтегрована оцінка сталості                      | Будь-які типи розміщення, що проходять сертифікацію | Екологія, культура, менеджмент, громади                |
| <b>Green Key</b>      | Готельна екологічна сертифікація                 | Готелі, хостели, кемпінги, конференц-центри         | Вода, енергія, відходи, освіта гостей                  |
| <b>LEED (США)</b>     | Сталий дизайн і будівництво                      | Готелі (як будівлі)                                 | Архітектура, енергоощадність, сертифіковані матеріали  |
| <b>EarthCheck</b>     | Глобальні індикатори сталого туризму             | Курорти, готелі, туроператори                       | Базується на науці: вуглецевий слід, споживання, вплив |

Джерело: складено автором на основі [25, 28].

Як видно з порівняння, різні системи використовують відмінні підходи, однак у всіх спільним є прагнення до створення універсальних стандартів, що дозволяють оцінювати не стільки формат закладу, скільки реальний вплив його діяльності на навколишнє середовище та соціальне середовище. Зокрема, GSTC розглядає не лише технічні показники, а й участь громади, освітні компоненти, прозорість управління.

Це свідчить про те, що в міжнародній практиці класифікація еко-розміщення не обмежується фізичними характеристиками об'єкта — вона є системною і функціональною, охоплюючи управлінські, поведінкові та комунікаційні аспекти. Саме тому об'єктом сертифікації може бути навіть невеликий глемпінг чи сімейна садиба — якщо вони відповідають принципам сталого функціонування.

У результаті аналізу різних підходів до класифікації екологічних закладів розміщення можна стверджувати, що загальновизнаних, уніфікованих стандартів класифікації поки не існує. Однак, у світовій практиці поступово сформувалися типові групи екологічного розміщення, які можна систематизувати залежно від конструкційної гнучкості, глибини екологічної інтеграції, рівня комфорту та інноваційних рішень.

У цьому контексті особливий інтерес становлять глемпінги, що поєднують мобільність, відносно невисоку вартість і високий рівень комфорту, залишаючись екологічно стійкими (рис.2.2.).



Рис. 2.2 – Глемпінг як поєднання екологічності та комфорту

У порівнянні з іншими формами розміщення, глемпінг виступає гібридною моделлю, яка поєднує переваги еко-туризму з привабливістю для масового споживача (табл.2.5).

Таблиця 2.5 — Параметри екологічних закладів розміщення

| Параметр             | Еко-готель                  | Еко-лодж    | Біо-ферма           | Глемпінг                      | Еко-хостел       |
|----------------------|-----------------------------|-------------|---------------------|-------------------------------|------------------|
| Комфорт              | Високий                     | Середній    | Середній            | Високий / середній            | Середній         |
| Мобільність          | Низька                      | Низька      | Відсутня            | Висока                        | Низька           |
| Ступінь автономності | Середній                    | Високий     | Середній            | Високий                       | Низький          |
| Вартість створення   | Висока                      | Середня     | Середня             | Помірна                       | Низька           |
| Глибина екологізації | Висока                      | Висока      | Висока              | Висока                        | Середня          |
| Цільова аудиторія    | Еко-туристи, бізнес-туристи | Еко-туристи | Еко-гурмани, родини | Молодь, сім'ї, digital-nomads | Молодь, студенти |

Джерело: складено автором на основі [33].

Як видно з таблиці, глемпінги займають проміжне, але стратегічно вигідне положення серед еко-розміщень: вони поєднують комфорт готельного рівня з адаптивністю кемпінгу, зберігаючи при цьому екологічні стандарти.

Це робить глемпінги не лише перспективним форматом на ринку сталого туризму, а й важливим об'єктом для дослідження в межах цієї роботи — особливо в контексті Івано-Франківської області, де поєднуються природна привабливість і високий туристичний потенціал.

### 2.3. Глемпінги як інноваційна форма еко-готелів

У межах глобального переходу туристичної галузі до більш екологічних, сталих і відповідальних моделей функціонування, особливе місце посідає глемпінг — сучасний формат розміщення, що поєднує зручності готельного сервісу з філософією природного відпочинку. Термін *glamping* (від англ. *glamorous camping*) виник у 2000-х роках як реакція на зростаючу потребу

мандрівників поєднати автентичний контакт із природою та високий рівень комфорту [28, с. 11].

На відміну від традиційних кемпінгів, глемпінги передбачають вже готове розміщення — часто у вигляді великих наметів, геокуполів, еко-будиночків, юрт, дерев'яних платформ або контейнерних модулів, — обладнаних зручними ліжками, освітленням, санвузлами, а іноді навіть кухнею, Wi-Fi та джакузі.

Глемпінги як тип еко-готелів вирізняються тим, що поєднують три важливі аспекти:

- Мобільність та легкість розгортання, що дозволяє створювати сезонні або тимчасові табори в екологічно вразливих зонах;
- Екологічність конструкції (використання натуральних матеріалів, автономні системи енергоживлення, біотуалети, збір дощової води тощо);
- Маркетингова привабливість: глемпінг як концепт добре продається на ринку — особливо серед туристів із середнім та високим рівнем доходу, які шукають "нестандартний" відпочинок (табл.2.6).

Таблиця 2.6 — Порівняльна характеристика глемпінгів та інших екологічних закладів розміщення

| Параметр                 | Глемпінг  | Кемпінг                 | Готель/Еко-готель               |
|--------------------------|---|-------------------------|---------------------------------|
| Рівень комфорту          | Середній / високий  | Низький                 | Високий                         |
| Форма власності          | Приватна / франшиза                                       | Приватна / муніципальна | Приватна / корпоративна         |
| Потреба в інфраструктурі | Мінімальна  | Мінімальна              | Висока                          |
| Енергозабезпечення       | Автономне / комбіноване                                   | Автономне               | Централізоване / змішане        |
| Мобільність              | Висока  | Середня                 | Відсутня                        |
| Екологічне навантаження  | Низьке  | Середнє                 | Середнє / високе                |
| Цільова аудиторія        | Еко-туристи, молоді пари, родини з дітьми, digital-pomads | Туристи з наметами      | Бізнес-туристи, сім'ї, іноземці |

Джерело: складено автором на основі [33].

Залежно від типу конструкції глемпінги можна умовно поділити на кілька основних категорій:

Купольні (геокуполи) — мають напівсферичну форму, відзначаються міцністю, теплоізоляцією та здатністю витримувати вітер і сніг. Часто використовуються в гірських регіонах.

Сафари-намети — традиційні глемпінгові конструкції на дерев'яній платформі, схожі на великі палатки з усіма зручностями.

Юрти / тіпі — базуються на традиційних формах житла кочових народів, мають високий рівень термоізоляції.

Будиночки на деревах — максимально інтегровані в природу, популярні в Карпатах і країнах Скандинавії.

Мобільні глемпінги / трейлери — пересувні варіанти, які можна транспортувати, не залишаючи слідів у природі.

Контейнерні глемпінги — базуються на модифікованих транспортних контейнерах, що дозволяє створювати модульні еко-комплекси (табл.2.7).

Таблиця 2.7 — Типи глемпінгів

| Тип глемпінгу                | Особливості конструкції                   | Переваги                       | Приклади країн/локацій   |
|------------------------------|---|--------------------------------|--------------------------|
| <b>Геокупол (купольний)</b>  | Металевий/дерев'яний каркас, покритий ПВХ | Міцність, теплоізоляція        | Карпати (UA), Альпи (CH) |
| <b>Сафари-намет</b>          | Полотно на дерев'яній платформі           | Простота, романтика, автентика | Італія, Півд. Африка     |
| <b>Юрта / тіпі</b>           | Натуральні матеріали, кругла форма        | Культурна автентичність        | Монголія, Карпати        |
| <b>Будиночок на дереві</b>   | Дерев'яна конструкція серед дерев         | Повне занурення в природу      | Швеція, Яремче (UA)      |
| <b>Контейнерний глемпінг</b> | Збірна модульна конструкція з контейнерів | Міцність, швидкість монтажу    | США, Німеччина, Львів    |
| <b>Пересувний трейлер</b>    | Автономний будинок на колесах             | Мобільність, незалежність      | Канада, Закарпаття       |

Джерело: складено автором на основі [28, 33].

Таке розмаїття форм дозволяє глемпінгам бути універсальними у використанні — вони можуть функціонувати як постійні, так і сезонні об'єкти, бути частиною національних парків, приватних садиб або навіть виступати у форматі корпоративного виїзного відпочинку.

Глемпінги мають низький екологічний слід порівняно з будівництвом стаціонарних готелів. Більшість таких об'єктів не потребують масштабних земельних робіт, підключення до централізованих мереж, а вивозяться або розбираються без шкоди для ландшафту. Саме тому цей формат широко підтримується в Європі у рамках стратегій «зеленого туризму».

Глемпінги мають низку очевидних переваг, які вирізняють їх серед інших форм екологічного розміщення та пояснюють їхню динамічну популярність у різних країнах, зокрема в Україні. З одного боку, вони задовольняють запит сучасного туриста на комфорт, унікальність і контакт із природою, з іншого — відповідають вимогам сталого розвитку, знижуючи навантаження на довкілля.

До основних переваг глемпінгів можна віднести:

- Екологічність — мінімальне втручання у природний ландшафт, використання природних та перероблених матеріалів, автономне водо- й енергозабезпечення;
- Мобільність і адаптивність — можливість створення тимчасових сезонних об'єктів без капітального будівництва;
- Економічна ефективність — нижча вартість запуску порівняно зі стаціонарними готелями;
- Швидкий запуск — монтаж конструкцій займає від кількох днів до кількох тижнів;
- Маркетингова привабливість — глемпінг легко просувається в соцмережах, працює як «туристичний магніт»;
- Локальний розвиток — стимулює зайнятість місцевого населення, розвиток крафтових продуктів і мікробізнесу.

Особливу роль глемпінги відіграють у віддалених природних регіонах, де великі готельні комплекси є неможливими або економічно недоцільними. Вони не лише розширюють географію туризму, а й допомагають зберегти цінні природні зони, надаючи їм нового функціонального змісту. Глемпінгові локації часто створюються у форматі етно-екопарків, освітніх платформ або ретритів, що збільшує їхню багатofункціональність і стійкість до сезонності.

Це дає підстави стверджувати, що глемпінги виступають не лише комерційним продуктом, а й інструментом просторового розвитку: вони оживляють сільські громади, сприяють збереженню культурної спадщини, залучають туристів з новим запитом на досвід, а не лише на сервіс.

Розширення формату глемпінгів в Україні також демонструє чітку динаміку кількісного зростання. Хоча до 2020 року ринок залишався нішевим і малопомітним, з початком пандемії COVID-19, а згодом — у післякризовий період воєнного часу, він набув нової актуальності. Глемпінг як альтернатива масовому відпочинку в закритих просторах виявився безпечнішим, гнучкішим і екологічно адаптивним варіантом для вітчизняних мандрівників. Крім того, економічна доцільність для власників і відносно низький стартовий поріг для інвесторів також стали факторами його популяризації [36].

Станом на кінець 2024 року в Україні функціонувало понад 60 глемпінг-локацій, розташованих переважно в екологічно привабливих регіонах: Прикарпаття, Закарпаття, Поділля, Бессарабія, Південне узбережжя. Водночас, спостерігається тренд на диверсифікацію форматів — від стандартних наметових комплексів до капсульних будиночків, геокуполів, дерев'яних мінідомів і мобільних платформ (табл. 2.8).

Таблиця 2.8 — Динаміка кількості глемпінгів в Україні (2019–2024 рр.)

| Рік  | Орієнтовна кількість глемпінгів | Примітки / джерело                            |
|------|---------------------------------|---|
| 2019 | ≈ 40                            | Старт активного розвитку сегменту до пандемії |
| 2021 | ≈ 35                            | Уточнено за даними Ribas Hotels Group         |
| 2022 | ≈ 37                            | Незначний приріст попри війну                 |
| 2023 | ≈ 60                            | Стрімкий попит на внутрішній еко-туризм       |
| 2024 | ≈ 63                            | Дані станом на вересень 2024 року             |

Джерело: складено автором на основі [45].

Ця динаміка підтверджує, що глемпінги вже не є експериментальною моделлю, а стають стабільним сегментом ринку, який стрімко адаптується до сучасних викликів — війни, зміни туристичної поведінки, попиту на екологічні подорожі. Особливо важливою є їхня територіальна гнучкість: глемпінги дозволяють оживляти малодоступні чи депресивні зони, які традиційний готельний бізнес часто оминає. Через це глемпінг не просто формує інфраструктуру відпочинку, а перетворюється на інструмент регіонального розвитку, відродження локальної економіки та просування екологічних стандартів гостинності.

Таким чином, глемпінги в умовах України не лише відповідають загальносвітовим трендам екологізації туризму, а й створюють власну модель стійкого розміщення, адаптовану до соціально-економічних реалій держави. Їхнє подальше впровадження та інституційна підтримка відкриває нові можливості для інтеграції сталого туризму у практику локального управління, формування нових туристичних кластерів і посилення конкурентоздатності регіонів.

#### **2.4. Переваги глемпінгів у контексті екологічного туризму**

Глемпінг як форма розміщення поєднує одразу кілька характеристик, які роблять його ідеальним інструментом для розвитку екологічного туризму. Він задовольняє потребу туриста у комфорті та водночас відповідає вимогам збереження навколишнього середовища, сприяє розвитку територій, культурній інтеграції та сталому управлінню ресурсами.

Однією з головних переваг глемпінгу є мінімальний вплив на природне середовище. Більшість глемпінгових конструкцій не потребують глибоких фундаментів або постійного втручання в екосистему. Вони можуть бути легко демонтовані або переміщені, не залишаючи значного сліду після експлуатації. Це дозволяє впроваджувати такі об'єкти в екологічно чутливих зонах, де будівництво капітальних споруд було б неприйнятним.

Також важливим є використання екологічних матеріалів і автономних технологій, таких як сонячні панелі, біотуалети, системи збору дощової води, меблі з натуральної деревини або вторинної сировини. Це дозволяє оптимізувати споживання енергії та води, знизити викиди вуглецю та кількість відходів (табл.2.9).

Таблиця 2.9 — Принципи екотуризму глемпінгів

| <b>Принцип екотуризму</b>         | <b>Як реалізується в глемпінгах</b>                                    |
|-----------------------------------|--|
| Мінімальний вплив на довкілля     | Демонтажні конструкції, мінімальна забудова                            |
| Рациональне використання ресурсів | Сонячна енергія, повторне використання води, сортування                |
| Освітня функція                   | Інформування туристів про природу, проведення еко-заходів              |
| Підтримка місцевої громади        | Найм місцевих, співпраця з фермерами, використання локального продукту |
| Культурна автентичність           | Архітектура з елементами етнічного стилю, місцева кухня                |

Джерело: складено автором на основі [33, 45].

Окрім екологічної складової, глемпінг має виражений соціально-економічний потенціал, особливо в регіонах із невисоким рівнем урбанізації. Завдяки своїй доступності, гнучкості у формуванні простору та відносно низьким витратам на запуск, глемпінгові об'єкти здатні активізувати економіку на місцевому рівні, створити робочі місця, стимулювати розвиток мікробізнесу.

В умовах таких регіонів, як Івано-Франківська область, це має особливе значення. Розміщення глемпінгів у сільській місцевості сприяє залученню місцевих жителів до обслуговування, ведення гостьових справ, екскурсій, ремесел і постачання продуктів харчування. У результаті формується екосистема взаємної вигоди, де турист отримує автентичний досвід, а громада — стабільний дохід і поштовх до самореалізації (табл.2.10).

Таблиця 2.10 — Сфери впливу екосистеми глемпінгів

| <b>Сфера впливу</b>        | <b>Конкретні ефекти / приклади</b>                                       |
|----------------------------|--|
| <b>Економіка</b>           | Нові робочі місця, підтримка фермерських господарств, локальні закупівлі |
| <b>Культура і традиції</b> | Популяризація ремесел, автентичної кухні, традиційного житла             |
| <b>Інфраструктура</b>      | Покращення доріг, підключення до мобільного зв'язку, розвиток логістики  |
| <b>Освіта і просвіта</b>   | Проведення майстер-класів, еко-екскурсій, навчання молоді                |
| <b>Збереження природи</b>  | Формування екологічної відповідальності, залучення до охорони природи    |

Джерело: складено автором на основі [40, 45].

Глемпінг, таким чином, не є ізольованим туристичним продуктом — він стає каталізатором сталого регіонального розвитку. У багатьох європейських країнах цей формат навіть включають у стратегії збалансованого відновлення сільських територій.

Узагальнюючи викладене, можна стверджувати, що глемпінг є не лише зручною і трендовою формою туристичного розміщення, а й ефективним інструментом екотуризму, який поєднує в собі економічну доцільність, соціальну відповідальність та природоорієнтований підхід. Завдяки своїм особливостям глемпінг сприяє:

- зниженню антропогенного навантаження на екосистеми;
- збереженню автентичності територій і традиційної культури;
- підвищенню рівня зайнятості у сільських громадах;
- розширенню туристичної пропозиції без шкоди для довкілля;
- формуванню екологічної свідомості серед туристів і місцевих жителів.

Не менш важливою є маркетингова привабливість глемпінгів, адже їхня унікальність, візуальна естетика, близькість до природи та комфорт роблять їх надзвичайно популярними серед сучасних туристів, особливо представників поколінь Y і Z, які цінують «експірієнс», а не просто сервіс.

Цей формат є гнучким і масштабованим: його можна адаптувати до будь-якої кліматичної зони, інфраструктурної доступності та цільової аудиторії. Усе це робить глемпінг перспективною формою туризму для

України, особливо в регіонах, де природа — основний ресурс, але капітальне будівництво є складним або небажаним.

## Висновки до розділу 2

У другому розділі дипломної роботи було розкрито теоретичні засади функціонування екологічних форм туристичного розміщення, зокрема еко-готелів та глемпінгів, у контексті сталого розвитку туризму.

Аналіз засвідчив, що еко-готелі є важливим компонентом відповідального туризму, який передбачає інтеграцію екологічних, соціальних та економічних принципів у всі аспекти функціонування закладів розміщення. Їхня філософія ґрунтується на ідеї гармонійного співіснування людини й природи, формування нової культури споживання, підтримки локальних громад і збереження культурної спадщини. Особливої ваги набуває історія становлення еко-готелів та роль міжнародних сертифікаційних систем у формуванні стандартів якості в цій сфері.

У межах класифікації екологічних закладів розміщення були виокремлені основні типи — еко-готелі, еко-лоджі, біоферми, кемпінги, глемпінги тощо. Було встановлено, що глемпінг виступає інноваційною моделлю, яка поєднує комфорт, мобільність, низьке навантаження на довкілля та маркетингову привабливість.

Особливу увагу було приділено аналізу переваг глемпінгів у контексті екологічного туризму. Доведено, що цей формат відповідає ключовим принципам сталого туризму — збереження природи, раціональне використання ресурсів, підтримка місцевого населення та культурна інтеграція. Глемпінг стимулює розвиток локальних економік, забезпечує зайнятість, підтримує мікробізнес, а також виступає платформою для екопросвіти.

Таким чином, глемпінг є не лише альтернативною формою розміщення, а й інструментом трансформації туристичного простору у напрямі стійкості, відповідальності та збалансованого розвитку.

## РОЗДІЛ 3. ПЕРЕДУМОВИ, СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГЛЕМПІНГІВ В ІВАНО-ФРАНКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

### 3.1. Аналіз розвитку готельного господарства Івано-Франківської області

Івано-Франківська область є одним із ключових туристичних регіонів України завдяки природному, культурному та рекреаційному потенціалу. Сфера розміщення туристів у регіоні динамічно розвивається, поступово адаптуючись до потреб внутрішнього туризму та викликів сталого розвитку.

Згідно з даними порталу Visicom, у 2023 році Івано-Франківську область відвідали понад 2,4 мільйона туристів, що на близько 17% більше, ніж у 2022 році. Паралельно зріс і обсяг туристичного збору: за офіційною інформацією Івано-Франківської обласної державної адміністрації, у 2023 році надходження від туристичного збору склали 20,41 млн грн, що на 13,7% перевищує показник попереднього року [45].

Такі позитивні тенденції демонструють активізацію внутрішнього туризму в регіоні та формують передумови для розвитку нових форматів розміщення, зокрема — глемпінгів, які є екоорієнтованими, мобільними та більш стійкими до інфраструктурних обмежень у гірських або сільських місцевостях (табл. 3.1).

Таблиця 3.1 — Основні показники готельного господарства Івано-Франківської області, 2022–2024 рр.

| Показник                      | 2022 рік | 2023 рік | 2024 рік              | Зміна 2022→2024    |
|-------------------------------|----------|----------|-----------------------|--------------------|
| Кількість туристів, млн       | ~2,05    | ~2,4     | ~2,5 млн <sup>1</sup> | +≈ 22%             |
| Туристичний збір, млн грн     | 17,95    | 20,41    | 33,1 млн <sup>2</sup> | +≈ 84%             |
| Частка внутрішніх туристів, % | >90 %    | >90 %    | >90 %                 | без суттєвої зміни |

Джерело: складено автором на основі [45].

Як видно, позитивна динаміка створює передумови для розширення мережі розміщення, включно з еко-орієнтованими готелями та глемпінгами.

Однак для повноцінного аналізу необхідно розглянути структуру готельного фонду — кількість кімнат, категорії, рівень завантаженості, а також забезпечення стандартів сталості. На жаль, детальної публічної статистики за цими параметрами для регіону має бути більше. Одне з досліджень зазначає, що висока концентрація готелів трапляється переважно в курортній зоні — що підкреслює потребу диверсифікації пропозиції у менш розвинених громадах.

З погляду сталого розвитку, важливими аспектами є: використання місцевих ресурсів, енергоефективність, підтримка місцевої зайнятості та мінімізація негативного впливу на природу. Саме тут регіон має значний потенціал, особливо в контексті гірських територій, які вимагають альтернатив до масових готельних комплексів.

Зростання туристичного потоку та надходжень від туристичного збору свідчить про стабільне відновлення туристичної галузі регіону навіть у післявоєнних умовах. Це особливо помітно на фоні загальноукраїнських викликів, де багато регіонів демонструють стагнацію або зниження активності через безпекову ситуацію. Водночас Івано-Франківська область, маючи порівняно безпечне розташування та багатий природний потенціал (гори, ліси, мінеральні води, етнічна самобутність), продовжує відігравати важливу роль у внутрішньому туризмі країни.

Структурно готельне господарство області переважає у трьох напрямках:

- курортно-рекреаційний (Яремчанська ТГ, Буковель, Татарів, Ворохта) (рис.3.1).
- міський культурно-пізнавальний туризм (Івано-Франківськ, Коломия);
- сільський та зелений туризм (віддалені громади Галичини та Покуття).



Рис.3.1 – Буковель як приклад потужного курортно-рекреаційного потенціалу області

Проте, незважаючи на позитивну динаміку, дослідження показують, що більшість об'єктів розміщення не відповідає екологічним стандартам сталого туризму. Як правило, це невеликі приватні садиби та готелі, збудовані за класичними зразками без урахування принципів енергоефективності, сортування відходів чи впливу на ландшафт. Це свідчить про обмежену інтеграцію концепції сталого розвитку у готельне господарство регіону, що вимагає змін не лише на рівні окремих ініціатив, а й на рівні політик громад.

Особливої уваги заслуговує ситуація в гірських громадах, які мають значний потенціал, але страждають від недостатньо розвиненої туристичної інфраструктури. У таких локаціях розміщення великих готельних комплексів часто є або економічно недоцільним, або екологічно небажаним. Саме тут відкриваються перспективи для розвитку глемпінгів як більш мобільної, екологічної та гнучкої моделі туристичного розміщення, що здатна гармонійно вписатися в природне середовище без шкоди для нього.

Упродовж 2021–2024 років в Івано-Франківській області сформувався окремий мікросегмент глемпінгових локацій, орієнтованих як на внутрішнього, так і на закордонного еко-туриста. За аналітичними даними, станом на 2024 рік в Україні діяло близько 63 глемпінги, з яких щонайменше 16 — в Івано-Франківській області. Це один із найвищих регіональних показників у країні (табл. 3.1) (рис. 3.2) [45].

Таблиця 3.1 — Найбільш відомі глемпінгові об'єкти Івано-Франківської області

| № | Назва об'єкта       | Розташування (ТГ / населений пункт) | Тип розміщення      | Кількість юнітів | Особливості                                       |
|---|---------------------|-------------------------------------|---------------------|------------------|---|
| 1 | Whiteberry Glamping | Татарів (Яремчанська ТГ)            | Геокуполи           | 6                | Панорамні куполи в горах                          |
| 2 | Dzen Camp           | Буковель (Поляницька ТГ)            | Геокуполи           | 8                | Wellness-простір                                  |
| 3 | GLAMPING.etc        | Верховина                           | Купольні намети     | 5                | Поруч із річкою                                   |
| 4 | Forest Dome         | Пістинь (Косівський район)          | Dome + A-frame      | 4                | Лісова зона, бездоріжжя                           |
| 5 | Карпатські Куполи   | с. Красник (Верховинський р-н)      | Геокуполи           | 3                | Без WI-FI, "ретріт"                               |
| 6 | Планований об'єкт   | с. Петрів (Олешанська ТГ)           | Контейнери/мобільні | 8 (+1 адмін)     | Перший всесезонний проєкт                         |
| 7 | Fomich Glamping     | Буковель (с. Поляниця)              | Геокуполи + сауни   | 6                | Частина мережі F&B Spa Resort                     |
| 8 | Happy Hill Glamping | Яблуниця (Буковельська зона)        | Модулі + намети     | 4                | Панорамний вид на гори, зона барбекю              |
| 9 | De Vibe Glamping    | Ворохта                             | Геокуполи           | ~3–5             | Естетичний дизайн, орієнтація на Instagram-туризм |

Джерело: складено автором на основі [45].



Рис. 3.2 – Fomich Glamping як поєднання природи та комфорту і затишку



Рис. 3.3 – Неймовірні види глемпінгу Harry Hill

Більш того, у регіоні спостерігається планування будівництва першого всесезонного глемпінгу біля села Петрів (Олешанська ТГ), із восьми будинками для туристів та одним адміністративним корпусом, що демонструє готовність інвесторів впроваджувати нові моделі.

Ці факти укріплюють аргумент про те, що глемпінги в області не просто потенційна ніша, а реально діючий сегмент, який варто враховувати при розробці стратегій сталого туризму та інфраструктурного розвитку.

Усі ці проєкти мають спільні риси — близькість до природних локацій, віддаленість від міського середовища, невеликий вплив на ландшафт, а також гнучку модель управління. Їхня поява демонструє, що в умовах Івано-Франківської області глемпінг стає не лише способом відпочинку, а й інструментом активізації туристичних точок за межами класичних курортів.

Варто також зазначити, що переважна частина наявних глемпінгів — приватні ініціативи з обмеженим числом місць (до 10 юнітів), орієнтовані на індивідуального мандрівника або малу групу. Це відкриває перспективи для створення мережевих проєктів, які дозволили б стандартизувати сервіс, покращити маркетинг і налагодити централізоване бронювання — зокрема через спеціалізовані мобільні додатки, що буде розглянуто в підрозділі 3.4.

Одним із ключових факторів, що впливає на розвиток готельного господарства в Івано-Франківській області, є нерівномірність просторового

розміщення туристичних об'єктів. Найбільше скупчення готелів та садиб спостерігається в Яремчанській міській територіальній громаді, зокрема в селах Поляниця (Буковель), Татарів, Микуличин, Ворохта. Водночас менш розвинені райони — Богородчанський, Рожнятівський, Тлумацький — майже не представлені на туристичній мапі регіону, незважаючи на наявність природного потенціалу. Це вказує на необхідність рівномірного перерозподілу туристичних потоків та активнішої роботи громад у сфері просування своїх територій.

Аналіз типології об'єктів розміщення вказує на переважання малої форми готельного бізнесу: приватні садиби, гостьові будинки, мініготелі. Вони становлять понад 70% від загальної кількості закладів розміщення, але часто не відповідають сучасним вимогам до комфорту, енергоефективності та сталості. Це створює потребу у модернізації об'єктів та впровадженні нових моделей розміщення, зокрема мобільних та екологічних — до яких належать і глемпінги.

Варто звернути увагу на дисбаланс між попитом та пропозицією в пікові туристичні сезони. У літні місяці та під час зимових свят (особливо в Буковельській зоні) спостерігається перевантаження існуючої інфраструктури, дефіцит місць для проживання та зростання цін. Це створює нішу для альтернативних моделей розміщення, які можуть швидко масштабуватися або бути сезонними — таких як мобільні глемпінги, кемпінги, контейнерні хостели.

У 2023–2024 роках посилилась тенденція до створення темпоральних туристичних кластерів, зокрема у форматі фестивальних просторів, еко-таборів, йога-ретривів. Вони потребують розміщення туристів на короткий термін, проте у комфортних умовах, наближених до природи. Цей тренд також сприяє популяризації глемпінгів, які швидко адаптуються до таких форматів і не вимагають тривалого будівництва.

І, нарешті, значну роль у динаміці розвитку готельного господарства відіграє туристичний збір як індикатор активності. За 2024 рік Івано-

Франківська область зібрала 33,1 млн грн туристичного збору, що є рекордом серед регіонів західної України (за даними if.gov.ua). Це свідчить не лише про зростання кількості туристів, а й про покращення фіскальної дисципліни в галузі, що, своєю чергою, створює кращі умови для легального розвитку нових форматів розміщення (табл. 3.2).

Таблиця 3.2 — Типологія закладів розміщення в Івано-Франківській області (2024)

| Тип закладу                         | Орієнтовна частка (%) | Характеристика                                 |
|-------------------------------------|-----------------------|--|
| <b>Приватні садиби</b>              | 45–50%                | Найбільш численні, неформальний сервіс         |
| <b>Мініготелі, гостьові будинки</b> | 20–25%                | До 10 номерів, переважно у гірських громадах   |
| <b>Готелі середні</b>               | 10–12%                | Мережеві та місцеві, розташовані біля курортів |
| <b>Глемпінги</b>                    | 3–5%                  | Новий, активно зростаючий сегмент              |
| <b>Кемпінги, хостели</b>            | 2–4%                  | Переважно сезонні, молодіжний сегмент          |
| <b>Апарт-готелі, санаторії</b>      | ~5%                   | Здебільшого в місті Івано-Франківськ та Яремче |

Джерело: складено автором на основі [45, 47].

Однією з характерних тенденцій розвитку готельної галузі регіону є зростання частки нестандартних типів розміщення, зокрема глемпінгів та кемпінгів, у загальній структурі. Ці формати, хоч і становлять поки невелику частку, демонструють стабільне зростання за рахунок привабливості для цільової аудиторії, що шукає "досвід" замість класичного сервісу. Такий тип туриста зазвичай молодший, екологічно свідомий і готовий витратити більше на унікальність і комфорт, ніж на кількість зірок у готелі.

Значну роль у розвитку готельного господарства відіграє і сезонна диференціація попиту. Взимку основні потоки туристів концентруються навколо гірськолижних курортів, таких як Буковель, Драгобрат, Яблуниця. Влітку — у районі Верховини, Косова, Надвірної та на території національних парків. Однак міжсезоння (весна й осінь) часто характеризується зменшенням завантаженості закладів. Це створює виклик для традиційного готельного

бізнесу, але одночасно — можливості для розвитку мобільних, всесезонних форматів, як-от глемпінги з опаленням або інфраструктурою для ретритів і корпоративів.

Івано-Франківська область демонструє також інвестиційну привабливість у готельному секторі: з'являються нові об'єкти, що працюють на стику готельного сервісу та рекреації, з розширеною інфраструктурою — спа-зонами, терасами, ресторанним обслуговуванням. Частина таких проєктів реалізується за участю внутрішніх інвесторів, зокрема підприємців, які раніше працювали за кордоном. Це створює передумови для реінтеграції капіталу в місцеву економіку та формування нових туристичних кластерів.

Важливим індикатором розвитку галузі є цифровізація сервісів. Все більше об'єктів розміщення в області присутні на міжнародних платформах — Booking.com, Airbnb, Google Maps. Це не лише підвищує прозорість ведення бізнесу, але й формує нову конкурентну культуру. Саме цифрова доступність і наявність відгуків стають основним критерієм вибору житла для сучасного туриста. У цьому контексті глемпінги мають значну перевагу: візуальна естетика куполів або модулів на фото в поєднанні з ексклюзивністю локації створює високу маркетингову вартість об'єкта вже на етапі онлайн-просування.

Таким чином, готельне господарство Івано-Франківської області, хоча й характеризується фрагментарністю, демонструє чіткий вектор розвитку в напрямку екологічно орієнтованих форматів, серед яких глемпінг займає провідну позицію. Його інтеграція в регіональну туристичну систему сприяє диверсифікації пропозицій, зниженню сезонності та розвитку слабо інфраструктурованих територій.

На завершення варто зазначити, що розвиток готельного господарства в регіоні не можна розглядати ізольовано від загального просторового планування. Наявність транспортних коридорів, водних об'єктів, культурних пам'яток та природоохоронних територій має інтегруватися у стратегічні документи місцевого розвитку. Глемпінги як частина сучасного підходу до

туризму можуть відігравати роль буферної інфраструктури між природою та туристом, забезпечуючи відповідальне споживання ресурсів і зменшуючи антропогенне навантаження.

### **3.2. Передумови розвитку глемпінгових об'єктів у регіоні**

Розвиток глемпінгових об'єктів в Івано-Франківській області зумовлений рядом природних, соціальних, економічних та інфраструктурних факторів, які в сукупності створюють сприятливе середовище для становлення цієї форми розміщення. Особливої актуальності цей формат набуває у гірських та передгірських районах області, де побудова капітальних готелів часто є технічно складною або екологічно недоцільною.

Природно-географічні передумови. Одним із основних факторів, що стимулює появу глемпінгів у регіоні, є наявність унікального природного середовища. Івано-Франківська область охоплює частину Українських Карпат, зокрема хребти Горгани, Чорногора, Покутсько-Буковинські Карпати. Високі ландшафтні якості, численні джерела мінеральних вод, гірські річки, ліси та чисте повітря створюють значний потенціал для відпочинку в природі без потреби в урбанізованій інфраструктурі.

Саме в таких умовах глемпінги — мобільні, екологічні та мінімально інвазивні форми розміщення — демонструють високу адаптивність і не шкодять природним екосистемам. Водночас вони відповідають сучасному попиту на естетичне, тихе та персоналізоване перебування в природі, особливо серед молоді та мешканців великих міст.

Соціально-економічні передумови. Івано-Франківська область має відносно високий рівень внутрішньої міграції у сільських громадах, що послаблює економіку малих населених пунктів. Розвиток малого туристичного бізнесу, зокрема глемпінгів, може стати інструментом залучення населення до локальних ініціатив. Для власників земельних ділянок — це шанс створити підприємництво на власній території з мінімальними витратами, а для громад

— підвищити туристичну привабливість без масштабних інфраструктурних змін.

Крім того, зростає зацікавленість до інвестування у малий туристичний бізнес зі сторони діаспори, ветеранів, внутрішньо переміщених осіб, які прагнуть повернутися до регіону та розпочати нову справу. Глемпінг як формат дозволяє зробити це швидше й дешевше, ніж у випадку будівництва стаціонарного готелю.

Інфраструктурні передумови. Хоча частина віддалених територій Івано-Франківської області має обмежений доступ до централізованих комунікацій, сучасні глемпінги якраз вирізняються автономністю. Багато з них функціонують на базі сонячних панелей, біотуалетів, баків для збору дощової води, а для обігріву використовують інфрачервоне чи пічне опалення. Така технологічна гнучкість дозволяє створювати глемпінги навіть у місцях без централізованих електро- чи водомереж, що знижує стартові витрати на підключення до інженерних систем.

Крім того, останніми роками в регіоні покращується транспортна доступність: проводиться ремонт автомобільних доріг (зокрема національного значення Н-09 «Мукачево – Львів»), відновлюються приміські автобусні маршрути, і навіть планується розвиток туристичних вело- та піших маршрутів, що особливо актуально для природоорієнтованого туризму.

Нормативно-правові та адміністративні передумови. Розміщення глемпінгових об'єктів часто відбувається без необхідності зміни цільового призначення земельної ділянки, оскільки ці конструкції належать до тимчасових або мобільних споруд. Це суттєво спрощує дозвільні процедури та пришвидшує старт бізнесу. Водночас держава поступово впроваджує ініціативи на підтримку малих форм підприємництва в туризмі (наприклад, програми мікрогрантів, підтримка зеленого туризму, фінансування через Дія.Бізнес тощо), що дає змогу охопити ширше коло потенційних інвесторів.

Попит і ринкові умови. Попит на екологічні та нетипові формати відпочинку в Україні стабільно зростає. За даними опитування Booking.com за

2024 рік, понад 76% мандрівників готові платити більше за проживання у закладах, які дотримуються принципів сталого розвитку. Ця тенденція особливо актуальна в умовах Івано-Франківської області, де природне середовище само по собі виступає головним туристичним магнітом. Глемпінг — це відповідь на запит споживача: не просто переночувати, а пережити унікальний досвід у природі з комфортом (табл. 3.3) [59, 64].

Таблиця 3.3 — Ключові передумови розвитку глемпінгів в Івано-Франківській області

| Категорія                   | Приклади передумов  |
|-----------------------------|---|
| <b>Природно-географічні</b> | Гори, ліси, річки, нацпарки, чисте повітря                                |
| <b>Соціально-економічні</b> | Високий рівень трудової міграції, зацікавленість місцевих громад          |
| <b>Інфраструктурні</b>      | Покращення доріг, автономні системи, наявність туристичних маршрутів      |
| <b>Нормативно-правові</b>   | Можливість розміщення без зміни цільового призначення, спрощення процедур |
| <b>Маркетингово-ринкові</b> | Попит на екоформати, підтримка від платформ (Booking, Airbnb)             |

Джерело: складено самостійно автором

Потенціал взаємодії з місцевими громадами. Однією з важливих соціальних передумов розвитку глемпінгових об'єктів в Івано-Франківській області є активізація місцевих громад, зацікавлених у додаткових джерелах доходу та збереженні населення на своїх територіях. Багато ОТГ (особливо у гірських районах) вже зараз виявляють ініціативу у створенні сприятливих умов для туризму — прокладають екомаршрути, організують етнофестивалі, формують партнерства з приватними інвесторами.

Глемпінг, як форма тимчасового та некапітального розміщення, дає змогу таким громадам:

- використати землю без її забудови та руйнації ландшафту;
- створити нові робочі місця без значних витрат;
- залучити туристів до автентичного досвіду життя в селі, з акцентом на локальну кухню, ремесла, природу.

У перспективі, такі об'єкти можуть стати не просто бізнесом, а осередками культурної та екологічної освіти, де турист отримує не лише відпочинок, а й знання та емоційне занурення в життя регіону.

Перспективи розвитку глемпінгів у регіоні. Серед перспективних напрямів розвитку глемпінгів в області можна виділити:

- Мережеву модель глемпінгів, що дозволить охопити більше громад, стандартизувати сервіс і просування;
- Інтеграцію глемпінгів у тематичні туристичні маршрути (етнотури, ретрит-тури, wellness-програми);
- Партнерство з освітніми та природоохоронними організаціями, що дозволить поєднувати відпочинок із екопросвітою;
- Використання цифрових технологій: мобільні додатки, онлайн-броювання, віртуальні тури, автоматизоване обслуговування.

З огляду на сучасні запити туристів, а також обмеження для традиційної готельної забудови в гірських районах, глемпінг у найближчі роки може стати одним із ключових драйверів сталого туризму в регіоні. Його розвиток має підтримуватись на всіх рівнях — від громад до державної політики, з акцентом на екологічність, етичність і культурну чутливість.

Хоча передумови для розвитку глемпінгів в Івано-Франківській області є сприятливими, не варто ігнорувати певні виклики, які можуть гальмувати цей процес. Серед них:

- Недостатня нормативна база: в українському законодавстві поки немає чіткого визначення глемпінгу як форми розміщення, що ускладнює реєстрацію, сертифікацію та правовий захист таких об'єктів.
- Обмежений доступ до фінансування для малих підприємців, які прагнуть започаткувати еко-бізнес без значного стартового капіталу.
- Сезонність — багато глемпінгів працюють тільки з травня по жовтень, що впливає на прибутковість і стабільність.

- Недовіра з боку туристів до нових форматів розміщення, особливо якщо немає гарантій якості чи зручного бронювання через відомі платформи.

Таким чином, розвиток глемпінгів в Івано-Франківській області базується на сильних природних і соціально-економічних передумовах, які формують основу для інтеграції цієї форми у регіональний туристичний простір. Однак для реалізації повного потенціалу необхідно враховувати як технічні обмеження, так і нормативні ризики.

### **3.3. Стан, географія та потенціал глемпінгових локацій**

На 2024 рік глемпінговий сектор Івано-Франківської області демонструє активний розвиток, з помітною концентрацією об'єктів у гірських і передгірських районах. За відкритими джерелами та польовим аналізом ідентифіковано щонайменше 11 активних глемпінгових локацій, більшість з яких зосереджені в Поляницькій, Яблуницькій, Яремчанській та Верховинській територіальних громадах.

Ці об'єкти здебільшого орієнтовані на:

- преміум-сегмент (купольні намети, сауни, панорамне скління);
- ретрит-туризм (відокремлені місця з медитативною тишею);
- інста-туризм — візуально привабливі локації з унікальною атмосферою.

Серед провідних об'єктів — Whiteberry Glamping (Татарів), Fomich Glamping (Буковель), De Vibe (Ворохта), Happy Hill (Яблуниця). Переважна частина з них працює цілий рік або має адаптації для холодної пори року (камінне опалення, утеплені конструкції, гідроізоляція).

Також геопросторовий аналіз демонструє, що більшість глемпінгових локацій тяжіє до:

- туристичних транспортних коридорів (дорога Н-09 Мукачєво–Львів),

- існуючих кластерів масового туризму (Буковель, Ворохта, Яремче),
- рекреаційних зон Карпатського біосферного заповідника та парків.

Це пояснюється як логістичною зручністю для туристів, так і бажанням власників скористатись уже сформованим потоком клієнтів. Разом із тим, ця модель призводить до надмірної концентрації, що може суперечити екологічній логіці розвитку. Альтернативою є децентралізація глемпінгових локацій у менш освоєні райони — Косівський, Рожнятівський, Тлумацький, що мають достатній природний потенціал, але залишаються поза фокусом туристичної активності.

Однією з особливостей сучасного глемпінгового ринку Івано-Франківської області є те, що більшість локацій розміщені в межах найпопулярніших туристичних напрямів, таких як Буковель, Ворохта, Татарів і Верховина. Це пояснюється зручністю логістики, наявністю інфраструктури, а також сформованим іміджем цих територій як "місць для відпочинку". Разом із тим, така концентрація туристичного бізнесу створює ризик перенавантаження природного середовища та поступового зниження унікальності локацій — саме тієї якості, яку глемпінг зазвичай обіцяє.

У зв'язку з цим дедалі актуальнішою стає потреба виведення глемпінгових об'єктів за межі традиційних курортних зон, у менш освоєні, але не менш мальовничі райони області. Наприклад, потенційно привабливими для розвитку глемпінгу є Косівщина, Рожнятівщина, Солотвинська та Олешанська громади. У цих місцевостях спостерігається висока якість природного середовища, відсутність великої забудови, а також відкритість місцевих громад до участі у туристичних ініціативах.

Щоб краще зрозуміти реальний стан справ і пріоритети тих, хто вже займається глемпінговим бізнесом, було проведено анкетне опитування серед власників глемпінгів в Івано-Франківській області. Опитування мало на меті з'ясувати мотивацію відкриття бізнесу, бар'єри розвитку, екологічні ініціативи та бачення сталого зростання. Загалом у ньому взяли участь 7 респондентів —

власники діючих глемпінгів або особи, безпосередньо залучені до управління об'єктами (додаток А). Безпосередньою базою опитування виступала спільнота [glamping.ua](http://glamping.ua) [5].

Серед ключових результатів анкетування:

- 71% опитаних вважають екологічність важливою або дуже важливою складовою свого бізнесу;
- 57% використовують відновлювані джерела енергії (сонячні панелі, теплові насоси);
- 43% впроваджують сортування відходів або компостування;
- 85% зазначають, що основною перешкодою є нестабільна нормативно-правова база, а також труднощі з підключенням до комунікацій у гірських районах.

Отримані результати анкетного опитування дозволяють зробити важливі висновки щодо підходів до ведення глемпінгового бізнесу в регіоні. Попри те, що більшість респондентів позиціонують свої заклади як екологічно орієнтовані, у практичній площині спостерігається різний рівень впровадження принципів сталості. Наприклад, лише частина власників реально контролює водоспоживання або впровадила систему переробки органічних відходів. Часто екологічність обмежується відмовою від пластику та використанням сонячних панелей, що є важливим, але не вичерпним аспектом сталого функціонування.

Загалом підприємці визнають, що питання екології, хоч і важливе, все ще поступається більш пріоритетним завданням — прибутковості та окупності інвестицій. Більшість респондентів зізналися, що еко-складова бізнесу використовується радше як маркетинговий інструмент, ніж як частина цілісної філософії. Разом із тим, 42% власників висловили готовність проходити навчання або брати участь у грантових програмах з впровадження практик сталого розвитку, що свідчить про наявність потенціалу для еволюції бізнес-моделі в бік більшої відповідальності (табл. 3.4).

Таблиця 3.4 — Узагальнені результати анкетування власників глемпінгів в Івано-Франківській області (n = 7)

| Питання   | % відповідей «так» |
|---|--------------------|
| Чи вважаєте екологічність важливою складовою бізнесу?             | 71%                |
| Чи використовуєте альтернативні джерела енергії?                  | 57%                |
| Чи здійснюється сортування або компостування відходів?            | 43%                |
| Чи маєте документи щодо цільового використання земельної ділянки? | 100%               |
| Чи відчуваєте складнощі з підключенням до комунікацій?            | 85%                |
| Чи готові брати участь у грантових або навчальних програмах?      | 42%                |

Джерело: складено автором самостійно

У підсумку видно, що глемпінг як форма туристичного бізнесу в області вже набуває зрілих рис: формуються нові стандарти сервісу, зростає конкуренція, а самі власники стають більш відкритими до змін. Саме високий рівень адаптивності до викликів та здатність гнучко змінювати формат — одна з головних переваг глемпінгу в порівнянні з класичними готелями.

Важливим аспектом, що вирізняє глемпінг як перспективну модель розміщення, є його висока гнучкість щодо вибору локації. Оскільки глемпінги зазвичай не потребують капітального будівництва, вони можуть розміщуватись у районах з обмеженою інфраструктурою, де класичні готелі були б економічно недоцільними. Це відкриває потенціал для активізації віддалених територій області, зокрема передгірських та лісових зон, які наразі не включені до основних туристичних маршрутів.

У межах даного дослідження було проведено попередню просторову оцінку територій, які можуть бути перспективними для створення глемпінгових об'єктів. До них, зокрема, належать:

- Верховинський район — завдяки своїй автентичності, близькості до Чивчинських гір і малій щільності забудови;
- Долинський район (Мізунь, Вишків) — через наявність мінеральних джерел і річкових долин;
- Косівський район — з унікальною культурною спадщиною, що сприяє розвитку етно-глемпінгів;

- Надвірнянщина — з ділянками біля озера Молодості та біля Горганських лісів.

З огляду на результати анкетування та просторовий аналіз, можна виокремити кілька стратегічних напрямів для подальшого розвитку глемпінгових мереж:

- Розосередження туристичних потоків через створення невеликих глемпінгів у менш завантажених зонах;
- Інтеграція глемпінгів у регіональні туристичні маршрути (пішохідні, велосипедні, тематичні);
- Розширення послуг на базі глемпінгів — екоосвіта, спостереження за природою, творчі майстер-класи;
- Створення платформи кооперації між власниками глемпінгів, місцевими громадами та туристичними операторами.

Таким чином, Івано-Франківська область володіє не лише сприятливими природними умовами, а й соціально-економічними передумовами для масштабування глемпінгів. Наявність зацікавлених власників, висока туристична привабливість та актуальність сталого туризму у глобальному контексті створюють підґрунтя для цілеспрямованої політики підтримки мобільних, екологічних форматів розміщення. Глемпінги в цьому контексті виступають не як модний тренд, а як інструмент просторової рівноваги та соціально відповідального розвитку регіону.

### **3.4. Розробка дизайну мобільного додатку для бронювання глемпінгів**

У межах дослідження сталого розвитку туристичного бізнесу в Івано-Франківській області одним із практичних результатів стало створення концепції та дизайну мобільного додатку для бронювання глемпінгів. Такий сервіс покликаний вирішити актуальні виклики, зокрема відсутність централізованої платформи для пошуку та бронювання еко-орієнтованих місць відпочинку у Карпатському регіоні.

Розробка дизайну мобільного застосунку тривала близько двох місяців. Весь процес реалізовувався з використанням сучасного дизайнерського інструменту Figma, що дозволило створити повноцінний інтерактивний прототип з високим рівнем деталізації інтерфейсів. Основна мета — забезпечити інтуїтивно зрозумілий, естетично привабливий та зручний у користуванні інтерфейс для різних категорій користувачів — як туристів, так і власників глемпінгів.

Під час створення дизайну було враховано принципи UX/UI-дизайну, адаптивність інтерфейсу до мобільних платформ Android та iOS, мінімалістичний стиль з природною палітрою (відтінки зеленого, білого, сірого), що асоціюється з екологічністю, чистотою та довірою. Кожен екран був розроблений з урахуванням цілей користувача: швидкий пошук, бронювання, навігація, збереження улюблених локацій.

Функціонал додатку передбачає можливість фільтрування локацій за типом глемпінгу, перегляд карт із цінами, рейтингами, а також персоналізований профіль користувача.

Однією з ключових причин створення мобільного додатку для бронювання глемпінгів стало усвідомлення відсутності централізованого цифрового інструменту, який би ефективно об'єднував усі доступні глемпінгові локації в межах Івано-Франківської області. На тлі зростання попиту на екологічні форми відпочинку та підвищення інтересу до унікальних типів розміщення, таких як глемпінги, виникла потреба в інструменті, який був би водночас простим у користуванні, адаптованим до потреб сучасного мандрівника і сприяв би розвитку сталого туризму. На відміну від глобальних сервісів бронювання, запропонований застосунок орієнтований саме на локальний ринок, відображає специфіку українських глемпінгів, а також враховує екологічні, культурні та інфраструктурні особливості Карпатського регіону.

Попри популярність глобальних платформ бронювання, таких як Booking.com чи Airbnb, вони не завжди відповідають специфіці українського

глемпінгового ринку. По-перше, глемпінги як вид альтернативного розміщення часто не представлені або слабо видимі на цих платформах, особливо якщо йдеться про новостворені або невеликі локальні об'єкти. По-друге, власники глемпінгів, з якими було проведене опитування в рамках дослідження, часто не бажають співпрацювати з великими агрегаторами через високі комісії, складнощі з підтримкою та обмежену можливість гнучко налаштувати контент.

Окрім цього, глобальні сервіси зазвичай не дають змоги якісно відфільтрувати саме екологічно орієнтовані об'єкти, не мають окремих тегів або категорій для глемпінгів, а також не враховують культурні й ландшафтні особливості регіону. У результаті, користувач змушений витратити більше часу на пошук релевантних варіантів, або ж взагалі не знає про існування таких локацій. Застосунок Glampok який було розроблено вирішує цю проблему, оскільки спеціалізується виключно на глемпінгах, доступних у природних зонах України, з акцентом на сталий розвиток, унікальний досвід і локальну ідентичність.

У перспективі, додаток зможе виконувати функцію інформаційної платформи, де користувачі зможуть дізнаватися про новини зі світу еко-туризму, ініціативи зі збереження довкілля, нові локації, акції, майстер-класи, етно-фестивали тощо. Це дасть змогу створити не просто сервіс бронювання, а екосистему для сталих подорожей, де поєднуються комфорт, відповідальність, природа та локальний досвід.

Наразі мобільний застосунок буде орієнтований переважно на Івано-Франківську область, як один із найпопулярніших регіонів для глемпінгу в Україні. Водночас архітектура застосунку та його функціонал спроектовані таким чином, щоб його легко можна було масштабувати на інші регіони країни. Завдяки гнучкій системі фільтрів, відкритій структурі додавання локацій і універсальному дизайну, платформа готова до інтеграції глемпінгів з усієї України, формуючи єдину цифрову екосистему сталого відпочинку.

Також важливо відзначити, що власний застосунок дозволяє впроваджувати локалізовані механіки підтримки місцевих ініціатив — наприклад, частину прибутку можна спрямовувати на висадку дерев або збереження річкових екосистем, а глемпінги з найвищим еко-рейтингом можуть отримувати спеціальні відзнаки. Таким чином, застосунок стає не лише технічним рішенням, а соціально значущим інструментом.

У мобільному застосунку Glampok реалізовано onboarding — вступну послідовність екранів, яка допомагає користувачу швидко ознайомитись із функціоналом сервісу та його цінностями. Такий підхід дозволяє не лише створити позитивне перше враження, а й чітко донести основні принципи, якими керується платформа: відповідальний туризм, перевірені локації та підтримка локальних громад (рис. 3.4).

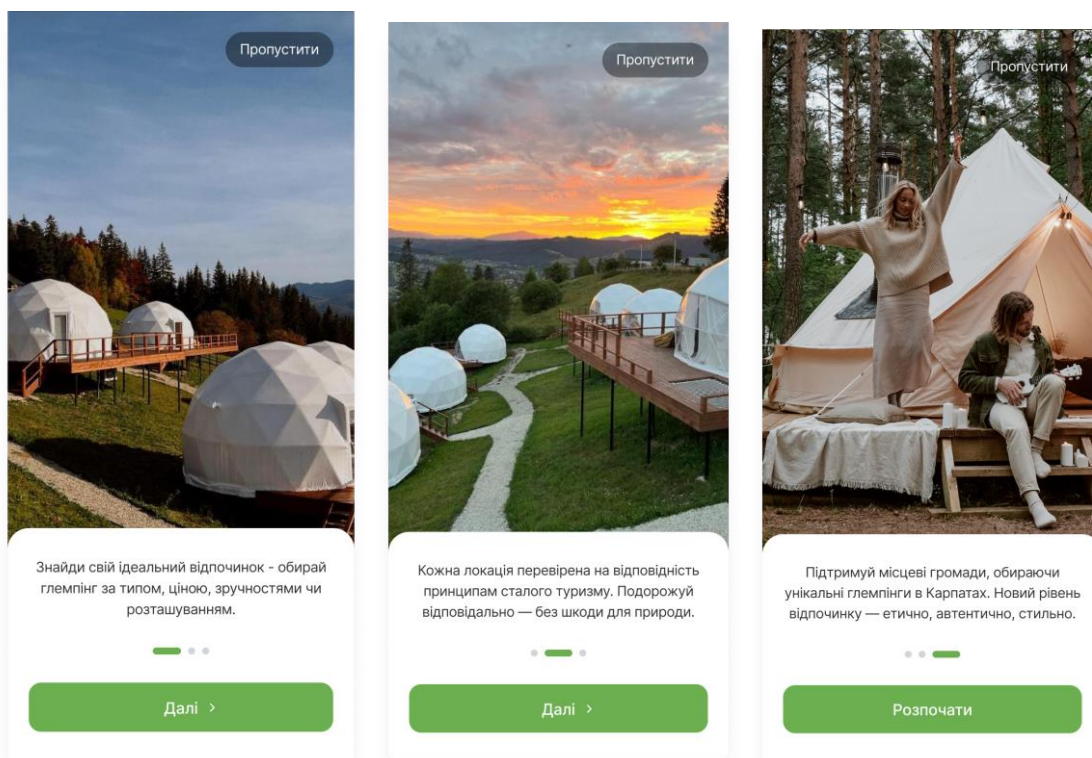


Рис. 3.4 – Онбординг в застосунку Glampok

Онбординг складається з трьох слайдів, кожен з яких візуально супроводжується відповідним зображенням та лаконічним повідомленням. У першому слайді користувач дізнається про можливість зручно обирати глемпінги за параметрами; другий наголошує на екологічності та дотриманні

принципів сталого туризму; третій — акцентує на соціальній складовій, тобто підтримці місцевого бізнесу. Такий формат дозволяє сформувати емоційний зв'язок із користувачем ще до початку основної взаємодії із застосунком.

Головна сторінка мобільного застосунку Glampok є інформаційним центром для користувача, з якого починається все знайомство. Інтерфейс побудований з урахуванням принципів доступності, мінімалізму та швидкої навігації. У верхній частині екрану користувач бачить назву застосунку та кнопку доступу до профілю. Нижче розташований зручний селектор регіону (наразі — Івано-Франківська область), який дозволяє фільтрувати глемпінги відповідно до географічних уподобань мандрівника (рис. 3.5).

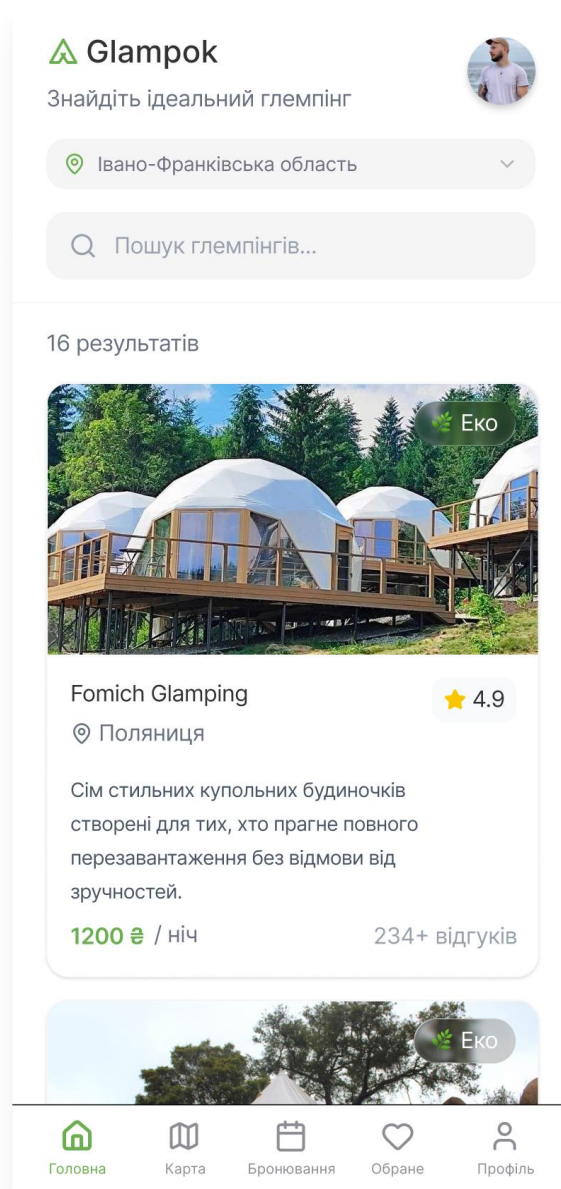


Рис. 3.5 – Головна сторінка застосунку

Основний функціонал включає поле пошуку глемпінгів за назвою або ключовими словами, а також блок із зазначенням кількості знайдених результатів. Це дозволяє швидко оцінити обсяг пропозицій у вибраній області.

Картки глемпінгів на головному екрані — це візуально привабливі елементи з фотографією локації, її назвою, рейтингом, коротким описом, ціною за ніч та кількістю відгуків. Також є позначка "Еко", яка сигналізує про відповідність об'єкта принципам сталого туризму. Таким чином, користувач з перших хвилин бачить не лише вартість і вигляд глемпінгу, але й його екологічну характеристику, що є ключовим у даній концепції.

У нижній частині екрана — навігаційне меню, яке включає п'ять вкладок: Головна, Карта, Бронювання, Обране та Профіль. Актуальна вкладка (у цьому випадку "Головна") підсвічується зеленою іконкою, що робить навігацію інтуїтивно зрозумілою.

Ця сторінка створює позитивне перше враження та дозволяє швидко зорієнтуватися у функціоналі додатку, почати пошук відповідного глемпінгу або переглянути рекомендації — усе з урахуванням екологічної орієнтації сервісу.

Карта глемпінгів — візуалізує розташування доступних локацій у форматі мапи з маркерами, на яких вказано вартість проживання. Користувач може фільтрувати результати за типом глемпінгу: купол, модуль, кемпінг або переглядати всі варіанти. Це рішення дозволяє швидко зорієнтуватися в географії пропозицій, оцінити їх доступність і ціновий діапазон, що є особливо корисним для візуальних користувачів (рис. 3.6).

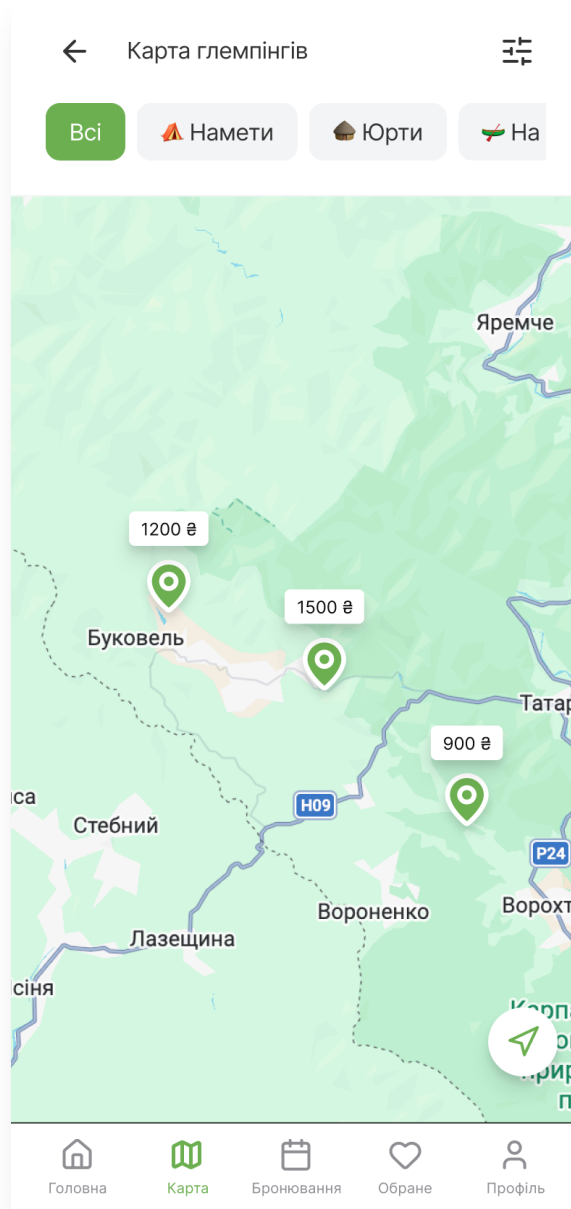


Рис. 3.6 – Карта глемпінгів із зручною фільтрацією

Мої бронювання — відображає поточні та майбутні бронювання користувача. У кожній картці вказано назву глемпінгу, локацію, дату, статус бронювання (наприклад, "Оплачено", "Очікує підтвердження") та загальну вартість. Додатково користувач має змогу переглянути деталі або скасувати бронювання. Такий підхід забезпечує максимальну прозорість у плануванні відпочинку та дозволяє краще контролювати свої подорожі (рис. 3.7).

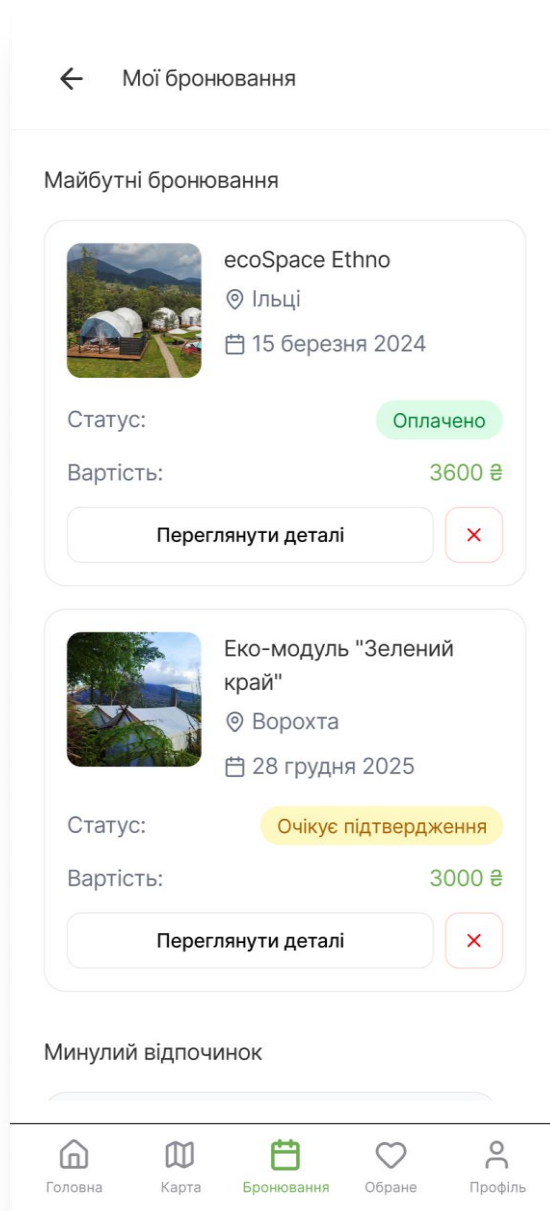


Рис. 3.7 Сторінка моїх бронювань

Обране — є важливою частиною персоналізації досвіду. Тут зберігаються глемпінги, які користувач відмітив як улюблені, щоб легко повертатися до них у майбутньому. Якщо список порожній, додаток інформує про це повідомленням та закликає додати улюблені локації. Це мотивує користувача формувати власну добірку найкращих пропозицій (рис. 3.8).

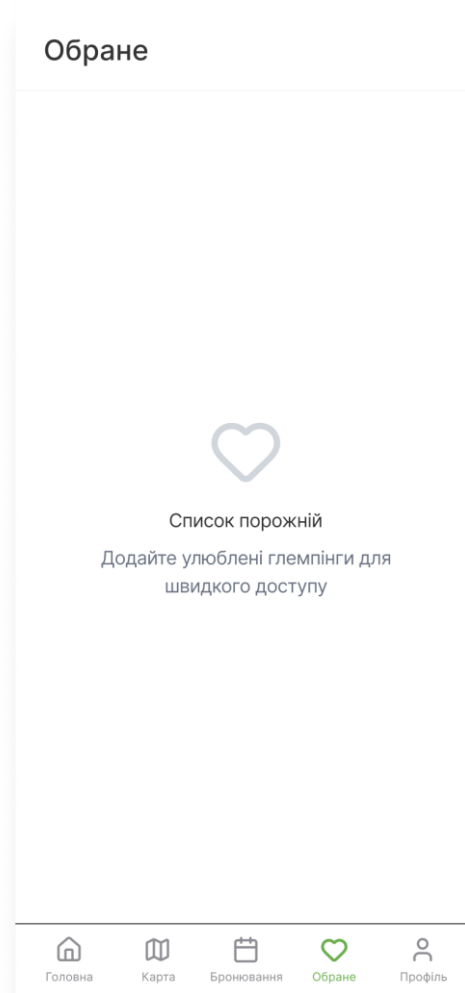


Рис. 3.8 Сторінка Обране в застосунку

Останнім з основних екранів додатку є екран профілю, який забезпечує користувачу персоналізований доступ до його основних дій, історії бронювань та налаштувань. У верхній частині відображається ім'я користувача та електронна пошта, що створює відчуття персонального сервісу та дозволяє легко ідентифікувати обліковий запис (рис. 3.9).

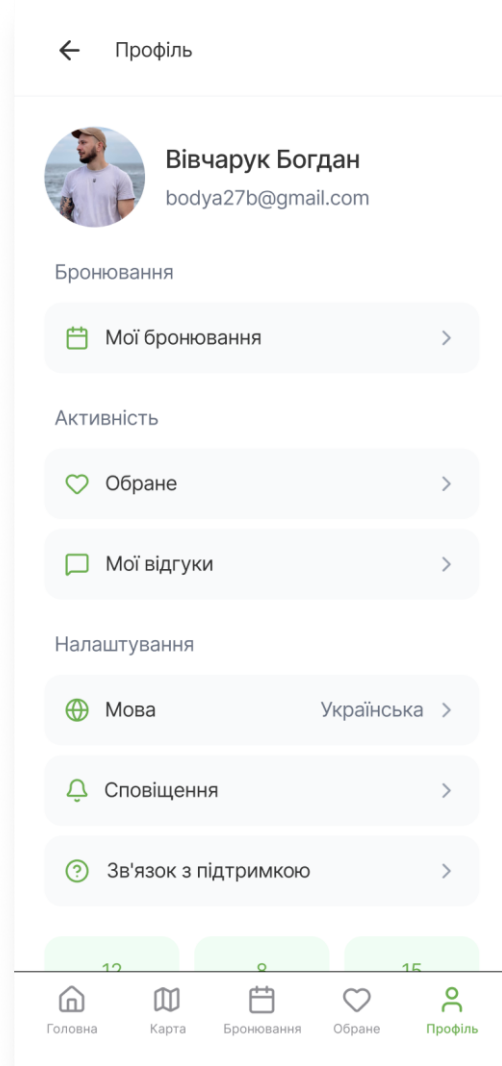


Рис. 3.9 Сторінка профілю в застосунку зі всіма налаштуваннями

Блок «Бронювання» дає можливість швидко перейти до списку актуальних або завершених бронювань, що особливо зручно при плануванні подорожей. Далі йде розділ «Активність», що включає «Обране» — для швидкого доступу до улюблених локацій, а також «Мої відгуки», які дозволяють відслідковувати залишені оцінки і коментарі.

Секція «Налаштування» включає зміну мови інтерфейсу (наприклад, між українською та англійською), керування сповіщеннями про нові локації, акції чи важливі оновлення, а також функцію зв'язку з підтримкою — що дає змогу швидко вирішити можливі проблеми чи задати запитання.

Дизайн цього екрану продовжує загальну стилістику застосунку: світлий інтерфейс, зрозумілі іконки, зручне розміщення елементів. Така структура

дозволяє користувачеві швидко знайти потрібну інформацію і керувати своїм досвідом використання додатку максимально ефективно.

Інтерфейс бронювання реалізований через послідовну взаємодію з кількома екранами, що забезпечують інтуїтивну навігацію користувача й високий рівень прозорості всіх дій. На першому екрані представлена детальна інформація про глемпінг-локацію — фото, назва, рейтинг, ціна, опис і перелік зручностей (наприклад, Wi-Fi, душ). Цей екран також має кнопку «Забронювати», що веде до форми бронювання (рис. 3.10).

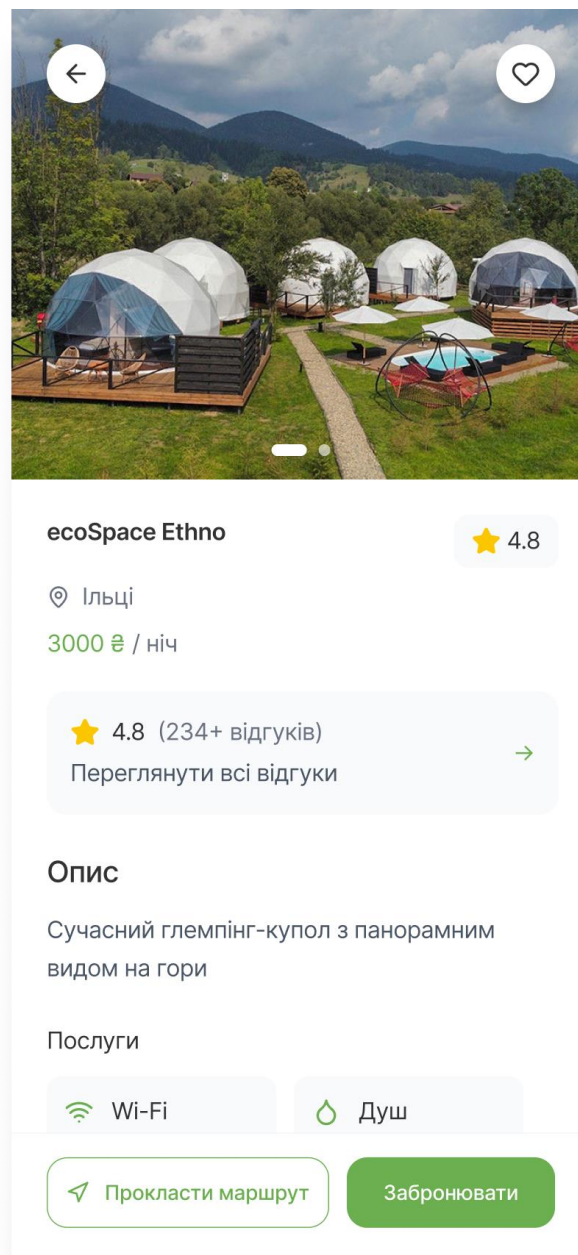
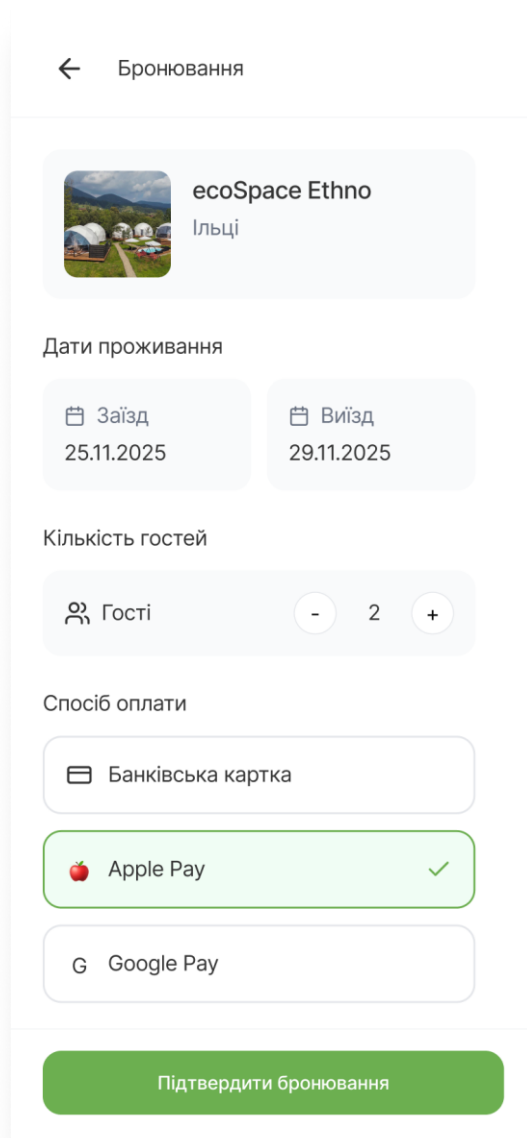



Рис. 3.10 Детальна сторінка глемпінгу з можливістю прокласти маршрут на забронювати

Другий екран дозволяє користувачу обрати дати заїзду та виїзду, кількість гостей, а також спосіб оплати. Всі поля відображені чітко, з підписами й іконками, а також інтерактивними елементами типу календаря. Варіанти оплати — банківська картка, Apple Pay або Google Pay — подані у вигляді вибіркових блоків, що забезпечує швидкий доступ до бажаного методу.

Наступний етап — підтвердження даних. На цьому екрані користувач бачить вибрані дати, кількість осіб і спосіб оплати. Також підсумовується вартість перебування, враховуючи сервісний збір. Кнопка «Підтвердити бронювання» підсвічується тільки після заповнення всіх полів (рис. 3.11).



← Бронювання

 ecoSpace Ethno  
Ільці

Дати проживання

📅 Заїзд  
25.11.2025


📅 Виїзд  
29.11.2025


Кількість гостей

👤 Гості - 2 +

Спосіб оплати

Банківська картка

 Apple Pay ✓

 Google Pay

Підтвердити бронювання

Рис. 3.11 Сторінка бронювання глемпінгу

Завершальним етапом є екран підтвердження. Користувач бачить повідомлення про успішну операцію: «Бронювання підтверджено! Деталі надіслано на вашу електронну пошту». Така структура процесу бронювання дозволяє знизити кількість помилок і підвищити задоволення користувача від взаємодії із застосунком (рис. 3.12).

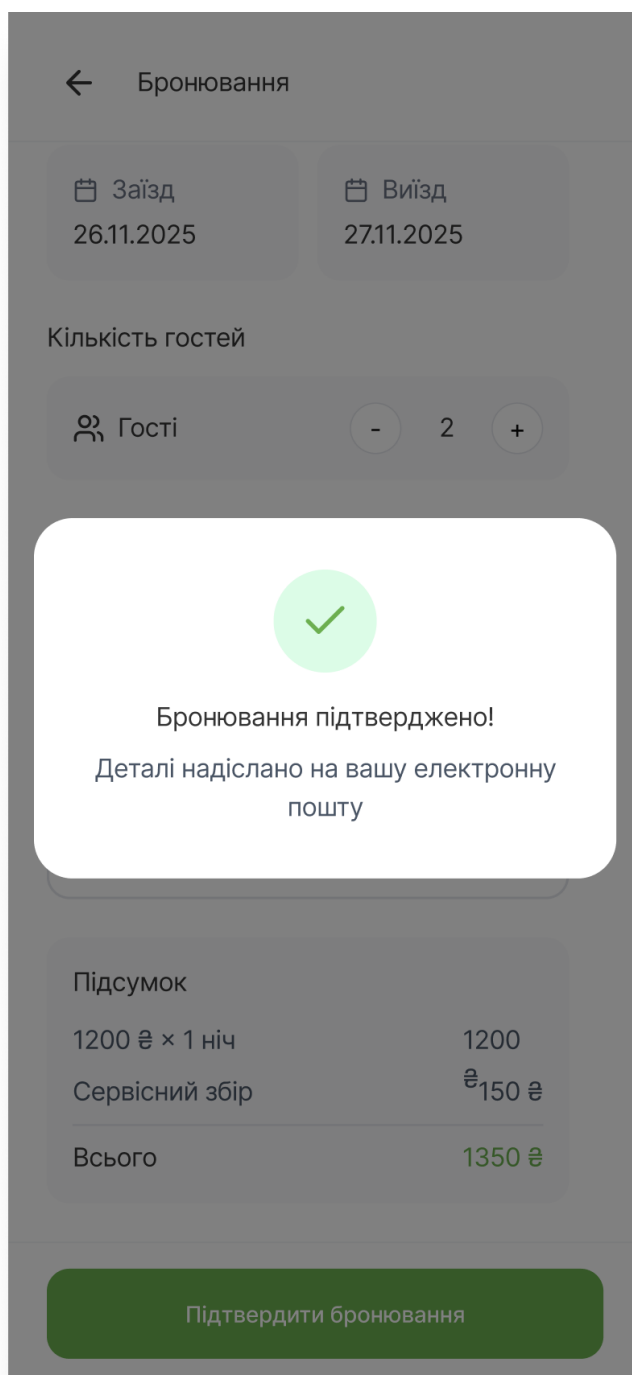


Рис. 3.12 Фінальний екран підтвердження бронювання

Таким чином, застосунок Glamprok — це не просто сервіс для бронювання глемпінгів, а цифрова екосистема, що об'єднує сталий туризм, локальні ініціативи та сучасні цифрові рішення. Його ключова місія полягає в тому, щоб надати користувачам зручний, швидкий і прозорий інструмент для пошуку унікальних природних локацій з акцентом на екологічність і відповідальне споживання туристичних послуг.

У процесі розробки особливу увагу було приділено користувацькому досвіду: кожен екран є логічним продовженням попереднього, навігація проста, а структура інтерфейсу — інтуїтивно зрозуміла. Важливо й те, що всі глемпінги в застосунку проходять базову перевірку на відповідність принципам сталого туризму, що створює додаткову цінність для цільової аудиторії, яка все більше прагне відповідального відпочинку.

Glamprok також виконує соціальну функцію — підтримує локальні громади, популяризує екологічні ініціативи та сприяє економічному розвитку віддалених регіонів. У перспективі він зможе перетворитися на багатофункціональну платформу з новинами, еко-подіями, майстер-класами, фестивалями та спеціальними акціями для сталих мандрівників.

На момент завершення цього дослідження, додаток реалізований для Івано-Франківської області, але його архітектура дозволяє масштабування на всю територію України. Це відкриває широкі можливості для подальшого розвитку, співпраці з місцевими громадами, залучення інвесторів і, найголовніше, формування нової культури мандрівки — усвідомленої, дбайливої й надихаючої.

### **3.5. Економічне обґрунтування проєкту**

Розробка мобільного застосунку — це не лише креативний та технічний процес, але й серйозне інвестиційне рішення. У цьому підрозділі представлено економічне обґрунтування доцільності створення та впровадження Glamprok — цифрової платформи для пошуку та бронювання глемпінгів з фокусом на сталий туризм.

Першочергово проєкт позиціонується як стартап на перетині туризму та цифрових технологій. Ринок туризму після пандемії продовжує демонструвати зростання, зокрема в напрямках екологічного та локального відпочинку. Зростаюча популярність глемпінгів створює сприятливі умови для появи інноваційних сервісів. Glamprok орієнтований на молоду, екологічно свідому аудиторію, яка звикла до цифрових рішень і цінує індивідуальний досвід.

Для оцінки економічної ефективності проєкту було використано такі базові показники:

- Стартові інвестиції — сума, необхідна для розробки MVP.
- Операційні витрати — щомісячні витрати на підтримку.
- Дохід — обраховується від комісії з бронювань.
- Чиста прибутковість — дохід мінус витрати.
- Період окупності — коли інвестиції повністю повертаються.

1. Загальний період створення першої версії складав приблизно 2 місяці активної роботи. Нижче наведено узагальнену таблицю витрат на розробку (табл. 3.5).

Таблиця 3.5 — Початкові інвестиції розробки застосунку

| Стаття витрат               | Сума, грн          |
|-----------------------------|--------------------|
| UX/UI-дизайн                | 25 000             |
| Розробка Front-end          | 50 000             |
| Розробка Back-end           | 45 000             |
| Тестування                  | 10 000             |
| Хостинг, домен, API         | 5 000              |
| Маркетинг (стартовий пакет) | 15 000             |
| <b>Разом (Інвестиції)</b>   | <b>150 000</b> грн |

Джерело: складено самостійно автором

## 2. Операційні витрати.

Орієнтовні щомісячні витрати на утримання:

Хостинг, API, бази даних — 2 000 грн

- Підтримка та дрібні оновлення — 3 000 грн
- Маркетинг (мінімум) — 5 000 грн

Разом щомісяця:

Операційні витрати=2000+3000+5000=10000 грн

3. Доходи від бронювань.

Припустимо, середній чек бронювання — 3 000 грн. Комісія сервісу — 10%.

Середній дохід з 1 бронювання:

$D1=3000*0.1=300$  грн

При кількості бронювань на місяць:

$N=150$  бронювань

Тоді загальний дохід на місяць:

$D=D1*N=300*150=45000$  грн

4. Чистий прибуток на місяць:

$P=D$ –Операційні витрати=45000–10000=35000 грн

5. Період окупності інвестицій:

$T=$ Інвестиції/Чистийприбуток=150000/35000 $\approx$ 4,3 місяці

Проект має реалістичний період окупності менше ніж за 5 місяців при середньому завантаженні в 150 бронювань/міс. За умови ефективного маркетингу та розвитку партнерств із глемпінгами в інших регіонах України, прибутковість може зростати експоненційно.

У разі масштабування та монетизації додаткових функцій (реклама, платне розміщення, преміум-доступ), проект має потенціал перетворитися на сталу бізнес-модель з високим рівнем рентабельності.

Загальні висновки до розділу 3

У третьому розділі було проведено практичне дослідження глемпінг-туризму в Івано-Франківській області як перспективного напрямку сталого туризму. Аналіз статистичних даних та польових досліджень дозволив окреслити ключові тенденції розвитку глемпінгового господарства, визначити його роль у просторовому розвитку регіону, а також зафіксувати реальні виклики та потенціал цієї ніші.

Було виявлено, що глемпінги Івано-Франківщини активно розвиваються у форматі малих екологічних ініціатив з акцентом на унікальний природний ландшафт, локальну культуру та якісний рекреаційний досвід. Під час аналізу функціонування глемпінгів регіону виявлено, що значна частина власників орієнтується на принципи сталого розвитку, зокрема: використання природних матеріалів, сортування сміття, мінімальний вплив на навколишнє середовище та співпрацю з місцевими громадами.

Результати анкетування власників локацій дозволили зробити висновок, що екологічний компонент дійсно має пріоритетне значення для багатьох операторів глемпінгів. Водночас, потребує вдосконалення система популяризації екоцінностей серед туристів, а також бракує централізованого цифрового рішення для бронювання таких локацій.

У цьому контексті була розроблена концепція мобільного застосунку Glamprok, що має на меті полегшити пошук, фільтрацію та бронювання глемпінгів, а також створити платформу для просування екотуризму. Було спроектовано повноцінний дизайн інтерфейсу, протестовано функціональні модулі й запропоновано можливості масштабування сервісу на всю Україну.

Крім того, виконано економічне обґрунтування проєкту, що підтвердило його фінансову доцільність. За прогнозами, застосунок може окупитися вже впродовж перших 4–5 місяців після запуску за умов помірної активності користувачів. Це доводить не лише практичну корисність і актуальність проєкту, а й його реальну бізнес-привабливість.

## ВИСНОВКИ

У ході проведеного дослідження було комплексно проаналізовано розвиток глемпінгових закладів розміщення в контексті сталого розвитку туристичного бізнесу на прикладі Івано-Франківської області. Теоретичні, методологічні та практичні аспекти, висвітлені в роботі, дозволили сформулювати цілісне уявлення про потенціал глемпінгу як сучасного та сталого формату організації туристичного простору.

У першому розділі було розкрито теоретичні засади сталого розвитку у сфері туризму, охарактеризовано міжнародні практики та виклики, з якими стикається Україна в цій галузі. Особливу увагу було приділено ролі готельного господарства в імплементації принципів сталості, що заклало концептуальне підґрунтя для подальших практичних досліджень.

У другому розділі увагу було зосереджено на характеристиці екологічних форм розміщення, зокрема еко-готелів і глемпінгів як їх інноваційного підвиду. Було окреслено сутність та філософію еко-готелів, проведено класифікацію екологічних закладів, проаналізовано переваги глемпінгів у системі сталого туризму. Це дозволило виокремити глемпінг як перспективну та гнучку модель для сталого розвитку туристичного простору, особливо в регіонах з високим природним потенціалом.

У третьому розділі здійснено практичний аналіз готельного господарства Івано-Франківської області, вивчено стан і динаміку розвитку глемпінгових локацій. На основі статистичних даних, картографічного аналізу та результатів опитування власників глемпінгів було виявлено ключові переваги, проблеми та перспективи галузі. Окрему увагу приділено розробці мобільного застосунку Glamprok, який слугує інструментом цифрової трансформації ринку глемпінгів в Івано-Франківському регіоні.

Автором описано логіку, структуру та вигляд застосунку, що було розроблено за допомогою платформи Figma. Додаток орієнтований на бронювання глемпінгів із зручною фільтрацією, картою, профілем

користувача, функцією «обране», історією бронювань тощо. У перспективі платформа зможе стати повноцінною інформаційною екосистемою для просування сталого туризму.

Економічне обґрунтування проекту – важлива складова його реалізації. На підставі розрахунків, застосування формул окупності та сценарного аналізу, доведено інвестиційну доцільність створення такого продукту. Очікуваний період окупності становить 4–5 місяців, що свідчить про високий потенціал прибутковості й масштабування.

Таким чином, усі завдання, визначені метою магістерської роботи були реалізовані виконані. Дослідження має як теоретичну, так і практичну цінність, адже окрім аналітичної частини, пропонує реальне цифрове рішення — застосунок, який уже може бути адаптований до ринку сталого туризму Івано-Франківської області та України в цілому.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Богуш Л. Г. Глемпінг як перспективна форма розвитку туризму // Наукові записки НУ «Львівська політехніка». 2017. №26(1). С. 13–17.
2. Бондаренко Л. А., Горбатюк Н. А. Глемпінг-туризм як перспективний розвиток для регіональної індустрії гостинності // Економіка та суспільство. 2024. №63. С. 42–47.
3. Валюк В. В. Потенціал розвитку екологічного туризму в Україні // Вісник Чернівецького нац. ун-ту. Географія. 2020. Вип. 828. С. 78–83.
4. Грищенко П. М. Роль соціального капіталу в розвитку зеленого туризму // Соціальні інновації в туризмі. 2020. Вип. 2. С. 67–74.
5. Glamping.ua – повна підтримка вашого глемпінг-бізнесу [Електронний ресурс]. URL: <https://glamping.ua/> (дата звернення: 5.11.2025).
6. Державне агентство розвитку туризму України. Статистичний звіт про стан туристичної галузі в Україні у 2023 році. Київ: ДАРТ, 2024. 35 с.
7. Дмитренко О. П. Екологічна компонента індустрії гостинності: виклики та перспективи розвитку // Екологія та суспільство. 2022. №3. С. 47–55.
8. Дорошенко І. В. Сучасні тренди в малому туристичному бізнесі України // Туризм та інновації. 2023. №2. С. 33–42.
9. Єфремова О. М. Проблеми сертифікації екологічних засобів розміщення в Україні // Економіка і право. 2022. №9. С. 58–66.
10. Ігнатенко О. П. Сучасні тенденції розвитку екологічного туризму в Україні // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. 2021. №2. С. 47–53.
11. Ковальчук Л. І. Екотуризм в Україні: стан та перспективи розвитку // Географія та туризм. 2020. №51. С. 57–62.
12. Колесник В. Л. Класифікація та стандарти туристичних об'єктів // Туристична індустрія: виклики та рішення. 2020. №12. С. 13–

13. Костенко Т. В. Цифрові рішення у сфері екотуризму: мобільні додатки для сталих мандрівок // Інновації в туризмі. 2023. №1. С. 32–38.
14. Краснопольська І. С. Можливості глемпінгу для активізації туризму в Карпатському регіоні // Туризмознавчі студії. 2022. №1. С. 39–45.
15. Литвиненко І. П. Нові форми розміщення: аналіз світового досвіду та можливості використання в Україні // Готельно-ресторанний бізнес. 2021. №5. С. 44–52.
16. Мартинюк Т. С. Інтеграція локальної культури в туристичний продукт Карпатського регіону // Карпатський альманах. 2023. Т. 14. С. 112–120.
17. Міністерство охорони довкілля та природних ресурсів України. Національна стратегія зі збереження біорізноманіття. Київ, 2020. 48 с.
18. Назаренко А. П. Інструменти локального розвитку туристичної інфраструктури // Науковий вісник туризму. 2023. №3. С. 41–51.
19. Олійник О. В. Перспективи розвитку готелів у стилі глемпінг в Україні // Журнал інноваційних досліджень. 2019. №3. С. 23–28.
20. Паламарчук М. В., Шостак Л. О. Розвиток сталого туризму як складова частина регіонального розвитку // Економіка. Управління. Інновації. 2021. №2(28).
21. Павленко С. Ю. Цифрові технології у сфері туристичних послуг: сучасний стан та проблеми // Туризм: теорія та практика. 2022. №8. С. 54–61.
22. Руденко О. М. Роль місцевих громад у розвитку туризму Карпатського регіону // Соціально-економічні перспективи. 2022. №6. С. 72–79.
23. Савицька Н. І. Досвід ЄС у впровадженні принципів сталого туризму // Актуальні проблеми міжнародних відносин. 2021. №153. С. 89–95.
24. Сидоренко Н. І. Менеджмент якості в готельно-туристичному бізнесі // Бізнес-інформ. 2021. №10. С. 89–97.

25. Сич І. А. Вплив туристичної діяльності на екологічний стан природних територій Карпатського регіону // Туристична індустрія. 2020. №2. С. 27–35.
26. Стельмах В. І. Екотуризм: теоретико-методичні засади та практика. Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2020. 192 с.
27. Тарасенко Л. В. Туристичні ресурси Івано-Франківської області: оцінка розвитку // Географія і регіони. 2021. №2. С. 39–46.
28. Туризм і сталий розвиток: навч. посіб. / За ред. Т. В. Костенко. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 212 с.
29. Устименко А. О. Глемпінг як новий тренд на туристичному ринку України // Економіка і суспільство. 2021. №26. С. 108–113.
30. Хомяк Л. О. Еко-брендинг як інструмент просування туристичного продукту на ринку // Маркетинг і цифрові технології. 2022. №1. С. 59–65.
31. Чернявська Л. П. Готельно-ресторанний бізнес в умовах сталого розвитку: виклики та рішення // Індустрія гостинності. 2020. №4. С. 72–80.
32. Чорна Н. В. Тренди сталого туризму в Україні: соціальний аспект // Соціальні технології. 2022. №6. С. 44–49.
33. Шевчук І. Г. Маркетингові інструменти просування еко-туристичних продуктів на регіональному рівні // Маркетингові дослідження в економіці. 2023. №7. С. 21–31.
34. Шевчук Я. М. Глемпінг як елемент нової культури відпочинку // Молодий вчений. 2021. №12 (112). С. 91–95.
35. Шелест С. І. Цифровізація туристичних послуг: сучасні виклики // Інформаційне суспільство. 2023. №2. С. 51–58.
36. Шумська Т. О. Вплив сталого туризму на розвиток локальних територій в Карпатах // Вісник Львівського університету. Серія географічна. 2022. №60. С. 133–139.
37. Юрченко С. В. Інноваційні формати розміщення туристів у сільських громадах // Регіональна економіка. 2023. №1. С. 28–34.

38. Яковенко Т. М. Екотуризм як фактор збереження природних ресурсів // Актуальні проблеми економіки і природокористування. 2021. №3. С. 99–106.
39. Ярова І. Б. Становлення концепції глемпінгу в Україні: проблеми і перспективи // Туризм: наука і практика. 2020. №5. С. 45–50.
40. Яценко О. В. Економічна ефективність альтернативних форм туристичного розміщення // Готельний бізнес: сучасність і майбутнє. 2021. №2. С. 56–61.
41. Яценюк О. П. Застосування цифрових платформ у просуванні локального туризму // Цифрова економіка і туризм. 2023. №1. С. 63–70.
42. Яворський О. В. Якість туристичного обслуговування в умовах сталого розвитку // Туризм і гостинність. 2022. №3. С. 77–85.
43. Якубів М. П. Якість сервісу як конкурентна перевага глемпінгів // Менеджмент та маркетинг у туризмі. 2021. №4. С. 101–109.
44. Якимчук І. Б. Ядерні принципи побудови еко-інфраструктури глемпінгових локацій // Екосистема регіонального розвитку. 2023. №2. С. 65–74.
45. Ярошенко С. В. Якість екологічних практик у туристичному бізнесі України // Вісник екологічного туризму. 2020. №1. С. 15–23.
46. Якушенко Т. М. Явища та тенденції розвитку альтернативних форм розміщення в Україні // Туризм: наука і практика. 2024. №7. С. 54–63.
47. Яременко Л. І. Якість екскурсійного обслуговування в умовах глемпінг-туризму // Український журнал туризму. 2021. №5. С. 43–51.
48. Яцків М. О. Яскраві туристичні продукти: глемпінг як інноваційний формат // Розвиток місцевого туризму. 2022. №3. С. 28–36.
49. Яценко П. І. Якість життя та розвиток локальних туристичних ініціатив // Журнал регіонального розвитку. 2021. №9. С. 89–97.
50. Ярова Н. В. Явища та чинники популярності глемпінгів серед молоді // Туристичний менеджмент. 2023. №2. С. 71–79.

51. Ярошук Д. С. Якість екологічних сертифікацій у сфері зеленого туризму // Екологія і право. 2022. №8. С. 33–42.
52. Becken S. Sustainable Tourism and Climate Change. London: Routledge, 2018. 312 p.
53. Buckley R. Outdoor Tourism: Nature, Culture, Sustainability. Wallingford: CABI, 2021. 276 p.
54. Cohen S. A., Higham J. E. S. How Ecotourism is Transforming Sustainable Tourism. *Journal of Ecotourism*, 2020. Vol. 19(3).
55. Dodds R., Joppe M. CSR and Sustainability in the Hospitality Industry. *Hospitality Review*, 2019. Vol. 37(1).
56. Fennell D. A. Ecotourism. London: Routledge, 2021. 344 p.
57. Gössling S., Scott D., Hall C. M. Tourism and Water: Interactions, Impacts and Challenges. Bristol: Channel View, 2018. 395 p.
58. Hall C. M., Gössling S., Scott D. The Routledge Handbook of Tourism and Sustainability. London: Routledge, 2020. 608 p.
59. Honey M. Ecotourism and Sustainable Development, Second Edition: Who Owns Paradise? Washington, DC: Island Press, 2008. 416 p.
60. IUCN & UNWTO. Guidelines for Protected Area Tourism. Gland & Madrid: IUCN & UNWTO, 2015.
61. Jamal T., Camargo B., Dredge D. Knowledge Co-Production in Tourism and Sustainable Development. *Journal of Sustainable Tourism*, 2020. Vol. 28(7).
62. Lew A. A., Hall C. M., Williams A. M. A Companion to Tourism. Oxford: Wiley Blackwell, 2022. 558 p.
63. Liu Z. Sustainable Tourism Development: A Critique. *Journal of Sustainable Tourism*, 2019. Vol. 27(7).
64. Mowforth M., Munt I. Tourism and Sustainability: Development, Globalisation and New Tourism in the Third World. London: Routledge, 2015. 456 p.

65. Nepal S. K. Mountain Tourism and Sustainable Development. Bristol: Channel View, 2018. 183 p.
66. Peeters P., Gössling S. Tourism and Global Environmental Change. Annual Review of Environment and Resources, 2019. Vol. 44.
67. Pigram J. J. Sustainable Tourism Management. Bingley: Emerald Group Publishing, 2021. 232 p.
68. Roe D., Elliott W. Pro-Poor Tourism Strategies in Practice. Journal of Sustainable Tourism, 2022. Vol. 30(2).
69. Sharpley R. Tourism, Tourists and Society. London: Routledge, 2018. 304 p.
70. Thomas R., Middleton J. Guidelines for Management of Sustainable Tourism. Manchester: UNEP, 2021.
71. UNWTO. International Tourism Highlights (annual report). Madrid: UNWTO, 2024.
72. United Nations. Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development. UN, 2015.
73. Weaver D. B. Sustainable Tourism: Theory and Practice. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2019.
74. World Bank. Tourism for Development: Volume I & II. Washington, DC: World Bank, 2018.
75. Yang Y., Wong K. K. F., Zhang H. Tourism and Environmental Responsibility. Journal of Travel Research, 2023. Vol. 62(3).
76. Zhang H. Q., Cole S. T. Tourism and Sustainable Livelihoods. Journal of Sustainable Tourism, 2019. Vol. 27(10).
77. Zhao W., Ritchie J. R. B. Tourism and Sustainability Metrics. Tourism Management, 2021. Vol. 85.
78. Gössling S., Hall C. M., Peeters P. The Eco-efficiency of Tourism. Journal of Sustainable Tourism, 2020. Vol. 28(12).
79. Hall C. M. Tourism and Digital Transformation. Journal of Tourism Futures, 2022. Vol. 8(1).

80. Ram Y., Bjork P. Technology and Tourism Sustainability. *International Journal of Tourism Research*, 2021. Vol. 23(5).
81. Kastenholz E. *Rural Tourism and Sustainability*. Routledge, 2018.

## ДОДАТОК А

### Анкета з оцінки сучасних підходів у глемпінговому сервісі

#### Вступне слово:

Вітаю!

Мене звати Богдан, я студент магістерської програми з туризму. Наразі я працюю над дипломною роботою на тему: «Розвиток глемпінгових закладів розміщення в контексті сталого розвитку туристичного бізнесу на прикладі Івано-Франківської області».

У межах цієї роботи я проводжу опитування представників глемпінгового бізнесу — зокрема, власників, керівників, менеджерів та осіб, залучених до організації й управління такими локаціями.

Метою опитування є зібрання актуальної інформації щодо особливостей функціонування глемпінгів, застосування екологічних практик, викликів, із якими стикається бізнес, а також потенційного попиту на цифрові інструменти підтримки. Результати будуть використані виключно в навчально-дослідницьких цілях. Ваша участь надзвичайно важлива для формування об'єктивної картини і допоможе представити реальні потреби та перспективи глемпінгів у нашому регіоні.

Дякую за Ваш час та відверті відповіді!

#### Питання анкети:

1. Який формат глемпінгу ви використовуєте?

Вкажіть основний тип розміщення

Купольні будиночки

Юрти / намети

Дерев'яні міні-котеджі

Інше (вказіть): \_\_\_\_\_

2. Скільки років функціонує ваша локація?

- Менше 1 року
- 1–2 роки
- 3–5 років
- Більше 5 років

3. Наскільки важливою для вас є екологічна складова у веденні бізнесу?

- Дуже важлива
- Скоріше важлива
- Не пріоритетна
- Не враховується

4. Які екологічні практики впроваджено на локації? (можна обрати кілька варіантів)

- Сортування сміття
- Використання відновлюваних джерел енергії
- Використання природних матеріалів
- Місцеві постачальники
- Біотуалети
- Мінімальне втручання в природу
- Інше: \_\_\_\_\_

5. Чи користуєтесь ви платформами на зразок Booking.com або Airbnb для розміщення вашого глемпінгу?

- Так, активно використовую
- Так, але рідко
- Ні, не користуюсь

5.1 Якщо ви не користуєтесь або плануєте відмовитись від таких платформ — що саме стало (чи може стати) причиною? (можна обрати кілька варіантів)

- Занадто високі комісії
- Відсутність персоналізації пропозицій
- Обмежений контроль над умовами публікації/бронювання
- Труднощі зі службою підтримки
- Недостатній фокус на локальному / екологічному туризмі
- Інше: \_\_\_\_\_

6. Чи зацікавлені ви у використанні локального додатку для бронювання саме глемпінгів?

- Так, це було б зручно
- Так, але залежить від умов
- Ні, використовую тільки власний сайт
- Поки не визначився/-лась

7. Що було б для вас найважливішим у такому додатку? (оберіть до 3 варіантів)

- Низька або нульова комісія
- Проста панель для керування бронюваннями
- Можливість додавати сезонні акції
- Аналітика / відгуки
- Інтеграція з Google Maps
- Підтримка української мови
- Новини галузі / екотуризму

8. Як ви бачите розвиток глемпінгу у своєму регіоні найближчими роками?

(відкрите запитання)

9. Чи хотіли б ви долучитися до спільноти глемпінгів на рівні області (обмін досвідом, спільні проекти, платформа)?

Так

Можливо

Ні