

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

Южно-Уральский государственный университет  
(национальный исследовательский университет)  
Институт спорта, туризма и сервиса  
Кафедра туризма и социально-культурного сервиса

РАБОТА ПРОВЕРЕНА

Рецензент,

\_\_\_\_\_/ /  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2020 г.

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой,

д.п.н., профессор

\_\_\_\_\_/Т.Н. Третьякова/  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2020 г.

### Проектирование глэмпинга в окрестностях озера Аракуль

#### ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ ЮУрГУ–43.03.03.2020.273.ПЗ ВКР

Консультанты

Безопасность жизнедеятельности,  
ст. преподаватель

\_\_\_\_\_/И.А. Горбунова  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2020 г.

Экономическая часть,  
к.п.н., доцент

\_\_\_\_\_/И.А. Фрейнкина  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2020 г.

Руководитель ВКР, к.г.н., доцент

\_\_\_\_\_/Н.П. Тарханова  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2020 г.

Автор ВКР, студент группы СТ-453

\_\_\_\_\_/Г.Е. Иванов  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2020 г.

Нормоконтролер, ст.преподаватель

\_\_\_\_\_/М.Н. Малыженко  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2020 г.

## АННОТАЦИЯ

Иванов Г.Е. Проектирование глэмпинга в окрестностях озера Аракуль – Челябинск: ЮУрГУ, СТ – 453, 2020. – 65 с., 3 рисунка, 13 таблиц, библиограф. список – 37 наим., 4 прил., 1 презентация – CD-R.

Курсовая работа выполнена с целью обоснования проекта глэмпинга на особо охраняемой территории «Озеро Аракуль».

В курсовой работе определена сущность понятия «глэмпинг», его значение и требования к его размещению, в частности на ООПТ.

Обоснование необходимости размещения глэмпинга базируется на анализе существующего рынка туристических услуг и спроса на эти услуги в дальнейшем.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
1 ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ГЛЭМПИНГА В УСЛОВИЯХ ОСОБО ОХРАНЯЕМЫХ ПРИРОДНЫХ ТЕРРИТОРИЙ.....	7
1.1 Характеристика глэмпинга как средства размещения.....	7
1.2 Требования и специфика проектирования глэмпинга на особо охраняемой природной территории «Озеро Аракуль».....	11
1.3 Основание для разработки проекта глэмпинга на озере Аракуль.....	13
Выводы по главе один.....	28
2 РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА ГЛЭМПИНГА НА ООПТ «ОЗЕРО АРАКУЛЬ»...	29
2.1 Концепция глэмпинга «ШИХАН», озеро Аракуль.....	29
2.2 Экономическое обоснование проекта глэмпинга «ШИХАН».....	34
2.3 Безопасность функционирования глэмпинга.....	41
Выводы по главе два.....	47
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	48
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	50
ПРИЛОЖЕНИЯ	
ПРИЛОЖЕНИЕ А. Анализ рынка.....	54
ПРИЛОЖЕНИЕ Б. Анализ поисковых запросов.....	58
ПРИЛОЖЕНИЕ В. Жилые тенты.....	60
ПРИЛОЖЕНИЕ Г. Макет глэмпинга «ШИХАН».....	63
ПРИЛОЖЕНИЕ Д. Электронная версия ВКР	
ПРИЛОЖЕНИЕ Е. Презентация на CD-R диске.	

## ВВЕДЕНИЕ

Экологический туризм в настоящее время является активно развивающимся направлением туристической отрасли как в мире, так и в России.

По данным Ростуризма, более 11 млн туристов в 2017 г. как российских, так и иностранных, посетили особо охраняемые природные территории. Однако, в целом, доля экотуризма в общем объеме туристической индустрии в стране порядка 1%, хотя в мире эта доля около 10%, и, следовательно, есть перспективы для развития.

Актуальность работы обусловлена нарастающим в обществе интересом к экотуризму. Мы создадим глэмпинг в гармонии с природой в комфортных условиях.

Основной проблемой, которую решает выпускная квалификационная работа, является недостаточная вариативность предложений по размещению на Урале. Часть жителей округа хочет выезжать на отдых на природу, но не готовы отказаться от привычных благ цивилизации.

Целью является создание проекта глэмпинга на территории ООПТ «Озеро Аракуль».

Объектом исследования являются особенности проектирования глэмпинга в условиях особо охраняемых природных территорий.

Предметом исследования является разработка проекта комфортабельного глэмпинга.

Задачи:

- 1) изучить характеристику и требования к проектированию глэмпинга в условиях особо охраняемых природных территорий;
- 2) исследовать рынок услуг размещения на особо охраняемых природных территориях Челябинской области;
- 3) создать проект глэмпинга «ШИХАН».

Методы, примененные в курсовой работе: анализ и систематизация, позволившие оформить первую главу, и проектный метод, использованный для

создания проекта глэмпинга «ШИХАН» на основе текущих природных и антропогенных ресурсов на «озере Аракуль».

Теоретическую базу ВКР составили исследования путей развития познавательного туризма Тарасовой В.В., мнение Борейко В.Е. и Шевченко С.Н. по вопросам основных проблем экологического туризма и проработка основных вопросов развития системы особо охраняемых природных территорий Яковлевой

Основой нормативной базы стали следующие документы:

– Федеральный закон «Об особо охраняемых природных территориях» от 15 февраля 1995 года;

– ГОСТ Р 57287–2016 Туристские услуги, предоставляемые на особо охраняемых территориях. Требования;

– ГОСТ Р 56642–2015 Туристские услуги. Экологический туризм. Общие требования;

– ГОСТ Р 58187–2018 Туристские услуги. Кемпинги. Общие требования.

Новизна ВКР заключается в нестандартном, почти не реализованном на Урале подходе к отдыху на природе, как к комфортному времяпровождению.

Практическая значимость работы – готовый проект гостиничного продукта для реализации на ООПТ «Озеро Аракуль».

Базой написания ВКР стала ООПТ «Озеро Аракуль» и его природные ресурсы.

Этапы подготовки работы включают в себя:

1) январь – февраль 2020. Ознакомление с требованиями к средствам размещения на ООПТ;

2) февраль – март 2020. Составление теоретической модели глэмпинга;

3) март – апрель 2020. Экономические расчеты по выбранной теме;

4) май – июнь 2019 год. Оформление пояснительной записки выпускной квалификационной работы, техническое редактирование.

Цель и задачи работы обусловили ее структуру, состоящую из введения, двух глав, заключения, списка литературы. Всего в ходе выполнения курсовой работы было задействовано 20 источников.

# 1 ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ГЛЭМПИНГА В УСЛОВИЯХ ОСОБО ОХРАНЯЕМЫХ ПРИРОДНЫХ ТЕРРИТОРИЙ

Озеро Аракуль отнесено к памятникам природы областного значения решением исполнительного комитета Челябинского областного Совета народных депутатов от 21 января 1969 года № 29 «Об охране памятников природы в области» [5].

## 1.1 Характеристика глэмпинга как средства размещения

Для того чтобы разобраться в требованиях к проектированию средств размещения характеристике комфортабельного кемпинга нужно, в первую очередь, определить понятие глэмпинга. Оксфордский словарь дает следующее определение понятию глэмпинг.

Глэмпинг – это вид кемпинга, использующий тенты и другие средства размещения, удобства и т.д., которые более комфортные и дорогие, чем используемые в обычных кемпингах [17]. Это определение безусловно верное, но не до конца отражающее суть термина. Глэмпинг – комфортабельный палаточный лагерь со всеми благами цивилизации: электричеством, душем, удобными кроватями и даже собственной мини-кухней. Однако, сами модули для проживания не являются капитальными строениями и максимально хорошо вписываются в природные ландшафты в летний период и могут быть собраны и перемещены в зимний.

Термин «глэмпинг» соединяет в себе 2 слова «гламур» и «кэмпинг», что отражает саму суть формата. Отличительные особенности глэмпинга – роскошные условия проживания в природной среде. Туристам предлагаются максимальные варианты удобств, при этом владельцы глэмпинга строго следят за соблюдением режима природопользования [4].

Обычно глэмпинги предлагают высокий уровень личного сервиса, направленный на удовлетворение запросов каждого конкретного гостя. Удобства,

которые предлагаются в глэмпингах зачастую превосходят по уровню сервиса даже многие отели.

Хотя понятие «глэмпинг» активно начали использовать недавно, считается, что корни явления уходят далеко в Средневековье. Предшественниками гламурного кемпинга можно назвать выездные поселения любого средневекового короля. В те времена для правителей выстраивали не просто палаточные лагеря, а огромные шикарно оформленные и оборудованные всем самым необходимым шатры – царские покои в миниатюре.

Однако, как вид отдыха для обеспеченных туристов, формат глэмпинга базируется на «сафари-турах» в Африке. В 20-е годы XX в. богатые путешественники, в основном из Британии и Северной Америки, приезжали на охоту в Африку, при этом требования к условиям проживания предъявлялись высокие. Все делалось для удобства требовательных туристов – на стоянках устанавливались генераторы, складные ванны, горячая вода и свет были доступны даже в пустыне, а лучшие повара готовили изысканное меню. Все это требовало больших первоначальных вложений от организаторов «сафари-туров», при этом приносило стабильную прибыль за экзотический вид отдыха богатых туристов. Тогда никто не говорил о сохранности природной среды размещения подобных площадок, но со временем формат стал более экологичным и начал завоевывать популярности среди экотуристов по всему миру [35].

Современный глэмпинг, как инфраструктурная единица экологического туризма, произошел из кемпингов. Наиболее активно формат начал развиваться в США на базе кемпингов, находящихся в рекреационных зонах национальных парков. А сам термин появился в 2005 г.

В настоящее время существует мнение, что настоящий глэмпинговый бум начался в Великобритании в связи с Brexit [13]. Британцы все чаще стали выбирать комфортный отдых на родных природных просторах, а не выезды за границу. В целом, в Европе за последние годы в разы выросло количество зон для глэмпинга. Все чаще состоятельные путешественники выбирают на природу со всеми удобствами.

Экологичность данного вида туризма, минимальный вред для окружающей природы делают глэмпинг идеальным вариантом для тех, кто заботится о планете. Оригинальность и новые впечатления привлекают любителей всего неизведанного. Те, кто любят красивые пейзажи и не могут жить без комфортных условий, найдут здесь это сочетание [34].

Кроме того, путешественники избавляются от необходимости везти с собой массу снаряжения. Всё это предоставит принимающая сторона, еще и поможет с устройством. А гостям остается только отдыхать и наслаждаться гостеприимством.

Глэмпинг, в зависимости от пожеланий потенциальных гостей, может быть реализован в следующих форматах:

- сафари-тент – просторное жилище для отдыха под открытым небом. Состоит из деревянного каркаса, внутренней палатки из натуральной ткани и верхнего тента. Подходят для глэмпинга в жарких регионах;

- белл-тент – маленькая и компактная палатка. В центре конструкции установлен шест, по бокам от которого натянута полотнище. Внутри размещается кровать и пару тумб;

- типи – тематическое индейское сооружение. В центре находится 6 шестов, поверх натянута брезентовое полотнище, украшенное орнаментами;

- юрты – теплое жилище коренных народов севера. Поверх согнутых реек и брусьев – теплая циновка;

- геокупол – легко устанавливаются на любой местности. Очень светлая постройка с большими панорамными окнами;

- экодома – открыть такой бизнес сложнее, но подобное решение оценят туристы. На берегу реки стоит полноценный дом с большими панорамными окнами;

- вагончики – классические трейлеры, популярные в Америке [20].

Каждому жителю мегаполиса иногда необходим отдых от своего интенсивного ритма жизни. Но в реальном мире не всегда хочется отказываться от привычного городского комфорта ради тихого отдыха на природе.



Глэмпинг позволяет не отказывать себе в удовольствии согреться горячим душем, выспаться на ортопедическом матрасе и насладиться завтраком в постели на белоснежных простынях в отдалении от всего, среди дикой-дикой природы.

Глэмпинги предлагают большой объем развлечений и занятий. Летом доступны водные активности – каякинг, сап-борды, рыбалка, купание в реке или озере, катание на лодке. Также можно взять квадро и джип-туры, отправиться на барбекю, заняться медитацией, посвятить время велопрогулкам, бадминтону, пойти в трекинг. Вечером поучаствовать в дегустации вин, устроить песни у костра, посетить баню.

Зимой можно прогуляться по лесу со снегоступами, прокатиться на снегоходе или даже в собачьей упряжке с хаски. Или научиться варить глинтвейн и лепить снеговиков.

Глэмпинги интересны людям, много где побывавшим и «насмотревшимся» на особенности и красоты других стран и культур. Это люди, «опробовавшие» качество сервиса, предоставляемого повсеместно за границей. Они ценят своё время и прекрасно понимают, что продуманный детально комфорт и качество не могут стоить мало, но всё же остаются доступными.

Творческим личностям будет интересно провести выходные в окружении леса, даже если в кемпинге нет связи и интернета. В такие места тянутся новаторы, интересующиеся саморазвитием, целостные люди, простые в общении и лёгкие на подъём. Поэтому если вы попробуете оставить своего внутреннего интроверта в палатке и познакомиться с кем-нибудь в общем шатре лагеря – велика вероятность остаться там до поздней ночи в разговорах с новыми приятелями.

Однозначно глэмпинг подойдет парам и семьям. Отключение от привычной ежедневной рутины позволит замедлиться и узнать кое-что новое друг о друге. Многие будут удивлены, насколько может быть приятным сон под открытым небом, сколько удовольствия приносят сбор ягод и трав, катание на велосипеде вдоль реки, ходьба на сапе на закате. Особенно для маленьких гостей такие выходные станут огромным приключением с кучей исследовательских открытий.

И, конечно же, формат глэмпинга будет интересен старшим поколениям. Это особая атмосфера романтики походов, посиделок у костра в тишине звёзд и необходимые для комфортной жизни комфорт.

Итак, глэмпинг – это новый, интересный формат отдыха, заключающийся в размещении в загородных комфортабельных тентах в течение непродолжительного времени. Благодаря возможности совместить в себе атмосферу единства с природой и необходимые для человека XXI века блага цивилизации, глэмпинг имеет большие перспективы для развития, т.к. наносит минимальный вред экологической среде и подходит большому количеству людей разных возрастов и социальных статусов.

## 1.2 Требования и специфика проектирования глэмпинга на особо охраняемой природной территории «Озеро Аракуль»

В целом, формат глэмпинга очень популярен в мире, а у России есть отличные перспективы догнать и обогнать другие страны. На территории Англии сейчас насчитывается около 2500 проектов, во всём мире – 8000. Рынок внутреннего туризма России, согласно данным Росстата, показывает рост на протяжении последних 7 лет. Учитывая высокий потенциал развития экотуризма в нашей стране со всеми её возможностями и разнообразием направлений, мы можем занять лидирующие позиции среди стран, специализирующихся на этом [10].

Как бизнес, глэмпинг имеет ряд очень важных преимуществ:

– так как отдых комфортный и для клиента организованы все удобства, то и окупаемость бизнеса быстрая, а прибыль высокая. Всё зависит от того, как вы будете заманивать своих клиентов, что им предлагать и как поддерживать спрос;

– в России эта сфера бизнеса ещё не перегружена. А сам факт того, что Российская природа одна из самых богатых в мире, даёт шансы всегда начать там, где нет других предприятий размещения;

– экономическая и политическая ситуация возможно пойдёт только на пользу. На сегодняшний день в России существует ярко выраженная тенденция на внутреннюю ориентированность продуктов, в том числе туристических;

– глэмпинг можно начинать постепенно, с одной-двух «палаток», а по мере развития бизнеса увеличивать территорию глэмпинга.

Мы намерены открыть глэмпинг на особо охраняемой природной территории (далее ООПТ). Статус этого места определяет ряд особых требований к средствам размещения. Для того чтобы их обозначить, в первую очередь, необходимо определить, какие территории имеют статус особо охраняемых природных территорий. «К землям особо охраняемых природных территорий относятся земли государственных природных заповедников, в том числе биосферных, государственных природных заказников, памятников природы, национальных парков, природных парков, дендрологических парков, ботанических садов» [4].

В соответствии с действующим законодательством к особо охраняемым территориям относятся земли, имеющие особое природоохранное, научное, историко-культурное, эстетическое, рекреационное, оздоровительное и иное ценное значение.

Развитие сети особо охраняемых природных территорий является одним из механизмов обеспечения долгосрочного сохранения биологического и ландшафтного разнообразия как на национальном, так и на региональном и международном уровнях.

Регулирование отношений в сфере особо охраняемых природных территорий в России в первую очередь осуществляется Федеральным законом РФ от 14марта 1995г. №33-ФЗ «Об особо охраняемых природных территориях», а также Федеральным законом РФ от 10января 2002г. №7-ФЗ «Об охране окружающей среды», Земельным кодексом Российской Федерации от 25октября 2001 №136-ФЗ, рядом законов субъектов РФ и подзаконных актов.

Особо охраняемые природные территории имеют исключительное значение для сохранения биологического и ландшафтного разнообразия как основы биосферы. С учетом возрастания угроз природных катастроф и изменений

природной среды в результате хозяйственной деятельности, основным предназначением ООПТ является:

- поддержание экологической стабильности территорий, существенно измененных хозяйственной деятельностью;
- воспроизводство в естественных условиях ценных возобновляемых природных ресурсов;
- поддержание здоровой среды для жизни людей и создания условий для развития регулируемого туризма и рекреации;
- реализация эколого-просветительских программ;
- проведение фундаментальных и прикладных исследований в области естественных наук.

В соответствии с ГОСТ Р 57287–2016 «Туристские услуги, предоставляемые на особо охраняемых территориях. Требования», большинство требований и условий организации средств рекреации на территории ООПТ регулируются властями каждого конкретного субъекта. Но есть и ряд общих правил [6].

На особо охраняемых природных территориях, предназначенных для сохранения природной среды в естественном состоянии, допускается посещение посетителей в целях экскурсий, туризма, отдыха на природе и изучения природных ценностей [7].

Исполнители туристских услуг на особо охраняемых природных территориях должны гарантировать доброжелательное отношение к посетителям и информирование их о соблюдении безопасности и природоохранной практики.

При предоставлении туристских услуг на особо охраняемых природных территориях необходимо соблюдать соответствующее законодательство Российской Федерации

Сооружения и зоны, предназначенные для отдыха и досуга посетителей (например, средства размещения, экологические тропы, места для рыбной ловли, детские игровые площадки и др.). должны быть легко доступными и приспособленными в соответствии с законодательными и нормативными требованиями.

На территории должны быть четко обозначены туалеты, предназначенные для посетителей с ограниченными физическими возможностями, и/или комнаты для ухода за младенцами.

Если сооружения используют для детей, исполнители должны предусмотреть возможность контроля за ними родителями или сопровождающими взрослыми.

Сооружения должны функционировать таким образом, чтобы обеспечить комфортность посетителям. Если это невозможно, посетители могут быть проинформированы об этом заблаговременно.

Исполнители должны обеспечивать безопасность зданий и сооружений с учетом минимизации негативных воздействий на окружающую природную среду и интенсивности использования зон отдыха без ухудшения их состояния.

Сооружения следует конструировать с учетом принципов экономного потребления энергии, используя, где это возможно, возобновляемые источники энергии.

Существующие сооружения, здания и объекты следует содержать в надлежащем состоянии и своевременно осуществлять ремонтно-восстановительные работы.

Исполнители должны организовывать рекреационные зоны, предназначенные для досуга и свободного времяпрепровождения, с учетом сохранности ресурсов территорий и безопасности посетителей.

Гостиницы и иные средства размещения, имеющие категорию, должны соответствовать требованиям, установленным порядком классификации объектов туристской индустрии [12].

Сегодня нормы строительства глэмпинга регулируются ГОСТ Р 58187–2018 «Туристские услуги. Кемпинги. Общие требования» [7].

Кемпинги, независимо от их вида, уровня сервиса и специализации, должны соответствовать следующим обязательным критериям:

– подготовленная огороженная территория определенной площади с контролем доступа для обеспечения безопасности;

– обустройство размеченных обозначенных мест для размещения туристов (питчей), размеры и количество которых зависит от общей площади, уровня кемпинга и типа размещаемой единицы;

– наличие административного пункта с понятной и удобной (off-line или on-line) системой получения туристами информации и всех необходимых услуг;

– наличие необходимого количества санитарных узлов (мест общего пользования) в зависимости от вместимости и уровня сервиса кемпинга;

– наличие в кемпинге определенного количества и качества точек подключения туристов к инженерным сетям.

Кемпинги могут быть расположены на землях особо охраняемых природных территорий и зон охраны объектов культурного наследия.

Организация кемпингов в границах особо охраняемых природных территорий допускается при соблюдении Федерального закона [14]. Обустройство кемпингов на земельных участках, расположенных в границах зон охраны объектов культурного наследия, следует вести с учетом режима охраны и использования данной территории, предусмотренных Федеральным законом.

Основной мерой по реализации государственной политики в сфере обеспечения экобезопасности является «установление особых режимов природопользования и охраны окружающей природной среды, включая мониторинг её загрязнения» [5].

Одним из форматов, наиболее отвечающим запросу щадящего природопользования и комфортного пребывания в экологическом туризме, в мире является глэмпинг.

Наличие туристских ресурсов – важная, но не единственная составляющая индустрии туризма. Второй необходимой составляющей является развитая инфраструктура [1].

Складывается она из имеющихся в регионе средств размещения и обслуживания туристов – гостиниц, туристских баз, пансионатов и профилакториев, а также специализированных туристских фирм,

обеспечивающих информационное и справочное сопровождение и обслуживание туристов.

Благодаря формирующейся инфраструктуре происходит освоение туристских ресурсов, повышаются их привлекательность, доступность для туристов, увеличивается туристская емкость территории (без ущерба для окружающей среды), компенсируется неблагоприятное воздействие природно-климатических условий региона.

Туристская инфраструктура – это комплекс действующих сооружений и сетей производственного, социального и рекреационного назначения, предназначенный для функционирования сферы туризма, обеспечивающий нормальный доступ туристов к турресурсам и их надлежащее использование в целях туризма, а также обеспечение жизнедеятельности предприятий индустрии туризма [3].

Инфраструктура туризма является неотъемлемой частью индустрии туризма (см. рисунок 1), в составе которой выделено два элемента.



Рисунок 1 – Инфраструктура туризма как часть индустрии

Первый элемент – индустрия гостеприимства, куда следует отнести предприятия, предоставляющие услуги по размещению и питанию. На сегодняшний день на территории ООПТ «Озеро Аракуль» есть лишь 1 такое предприятие – ГК «Деревенька Аракуль».

К положительным аспектам работы гостиничного комплекса можно отнести достаточно большой объем предоставляемых услуг (аренда гостевого домика(до 8 человек) +мангальная зона, охраняемая парковка (2 парковочных места на каждый домик), аренда русской бани с бильярдом (до 12 человек), кафе и летняя терраса, детская игровая площадка, настольный теннис, пляжный волейбол, аренда лодок, аренда катамаранов, катание на прогулочном катере, прокат зимнего инвентаря (лыжи, коньки, сани), организация экскурсий на горный хребет Аракульские Шиханы, организация игры - пейнтбол в полуразрушенном пионерском лагере, аренда рыболовного инвентаря, прокат снегоходов Ямаха) и относительно продолжительное время работы на рынке.

А к слабым, по итогу анализа, мы отнесли следующие аспекты:

- нет интересной концепции;
- долгое отсутствие реконструкций;
- отсутствие предложений для индивидуальных гостей;
- отсутствие работы с системами бронирования;
- крайне неудовлетворительная работа с соц. Сетями;
- низкое качество интернет-сайта сайт;
- отсутствие возможности онлайн-бронирования;
- средняя оценка на популярных отзовиках (4 на TripAdvisor на основании 6 отзывов при одной 2 и одной 3).

Нам, как организации, которая будет работать на одном рынке с «Деревенькой Аракуль», необходимо поддерживать высокий уровень сервиса и работать над аспектами, указанных в слабых сторонах Деревеньки Аракуль чтобы не допустить те же ошибки. Это позволит стать более успешным предприятием.

Второй элемент индустрии туризма является инфраструктурной составляющей, которая представляет собой трехуровневую систему.

Первый уровень инфраструктуры туризма представлен производственной инфраструктурой – комплексом действующих сооружений, зданий, транспортных сетей, систем, непосредственно не относящихся к производству турпродукта (в отличие от структур двух последующих уровней), но необходимых для



предоставления туристских услуг, - транспорт, связь, энергетика, коммунальное хозяйство, финансы, страхование, безопасность. На сегодняшний день основой этого инфраструктурного уровня на территории ООПТ «Озеро Аракуль» является близлежащая деревня Аракуль. В деревне уже существуют необходимые коммуникации: электричество, дорога от трассы до деревни, подъезд к озеру, коммунальные услуги и спутниковая связь.

Второй и третий уровни туристской инфраструктуры формируют предприятия и организации, непосредственно участвующие в туристской деятельности и формировании турпродукта. На сегодняшний день таких предприятий в деревне нет, кроме упомянутого выше ГК «Деревенька Аракуль». Это еще одна причина, по которой наш проект станет успешным.

Индустрия туризма является крупной отраслью с множеством ответвлений и составляющих. Схематично можно представить отрасль так, как показано на рисунке 2 [8].



Рисунок 2 – Основные составляющие туристской индустрии

Особую роль играет информационное обеспечение.

В отличие от других секторов экономики, роль областных структур в информационном обеспечении туристской деятельности должна быть ведущей. Для предоставления услуг на высоком уровне нам необходимо выполнять следующие требования:

- предоставление справок по телефону;

– создание и распространение рекламных материалов о туристских и санаторно-курортных возможностях.

Огромное значение имеет усиление природоохранной деятельности, включая жесткое противодействие загрязнению окружающей среды. Наш проект является экологически чистым и полностью соответствует данному требованию.

В этом параграфе были изучены требования и специфика проектирования глэмпинга на территории ООПТ «Озеро Аракуль». В процессе изучения были сделаны следующие выводы:

1) несмотря на высокую привлекательность глэмпинга как бизнеса, необходимо соблюдать большое количество требований, предъявляемым к охраняемым природным территориям;

2) как часть туристской инфраструктуры, глэмпинг не может работать обособлено. В ходе функционирования предприятия оно будет взаимодействовать с другими предприятиями отрасли либо как взаимодополняющие структуры, либо на уровне конкурентов.

### 1.3 Основание для разработки проекта глэмпинга на озере Аракуль

Федеральное агентство по туризму, Русское географическое общество и туристическая компания RussiaDiscovery в ходе Восточного экономического форума во Владивостоке подписали соглашение о развитии в России глэмпингов – формата размещения туристов в условиях дикой природы [31].

«Мы ознакомились с мировым и российским опытом создания и работы глэмпингов и считаем, что именно этот формат размещения туристов сегодня очень актуален для России», – говорит руководитель Ростуризма Зарина Догузова. – Создание глэмпинга не связано с масштабными инвестициями и длительными сроками строительства, что делает их привлекательными для инвесторов и представителей малого и среднего предпринимательства. При помощи глэмпингов мы можем быстро насытить качественной туристической

инфраструктурой те места, где о существовании отелей и гостиниц приходится только мечтать» [24].

По данным исследования системы бронирования отелей booking.com, более 30% туристов по всему миру хотели бы отдохнуть или уже планируют отдых в люксовых шатрах на природе (глэмпингах). В начале 2019 года агентство Research and Markets опубликовало исследование американского рынка глэмпингов. По данным агентства, только американский объем рынка к 2024 году оценивается в 1 млрд долларов.

По оценкам RussiaDiscovery, через 5-6 лет в России будет не менее 500 глэмпингов. В марте этого года Минэкономразвития включило туризм в список приоритетных отраслей поддержки бизнеса в России. Основная цель на ближайшее время — снижение административных барьеров для ведения туристического бизнеса.

Анализ мирового рынка подтвердил, что глэмпинг можем стать потенциально успешным предприятием в России. Мы решили, что необходимо создать атмосферу единства с природой без отказа от привычных благ цивилизации. Именно этот девиз и стал основной идеей создания проекта «ШИХАН». Эта цель отражает дух компании и будет проявляться во всех начинаниях – от выбора технического оснащения глэмпинга до политики общения с гостем

«ШИХАН» займется предоставлением услуг индивидуального и коллективного размещения для семей и групп преимущественно из Челябинской и Свердловской областей. Мы понимаем, что эта индустрия – конкурентная среда и прежде, чем запустить бизнес, мы провели SWOT-анализ для выявления Сильных (Strengths) и слабых (Weaknesses) сторон нашего проекта, наших возможностей (Opportunities) и внешних угроз (Threats).

Strengths (сильные):

– расположение. Объект расположен на относительно небольшом расстоянии от 2 областных центров – Челябинска и Екатеринбурга, что может обеспечить нам расширение круга целевой аудитории. Еще один плюс заключается в том, что

глэмпинг находится рядом с крупным туристским объектом - Аракульский Шихан;

- уникальность. На Урале мало средств размещения подобного типа;

- качество технического оснащения. Мы используем только проверенных поставщиков материалов для тентов и перенимаем все лучшее из их опыта в эксплуатации объектов;

- квалифицированные специалисты в области гостиничного бизнеса, которые будут работать с гостями, предоставляя им наилучший сервис;

- богатые природные ресурсы ООПТ «Озеро Аракуль». Озеро Аракуль и расположенный рядом с ним Аракульский Шихан – одно из самых красивых и запоминающихся мест на Среднем Урале;

- на ООПТ «Озеро Аракуль» разрешено достаточно много видов деятельности, что открывает большие перспективы для рекреации на территории ООПТ: проведение экскурсий, организация и обустройство экологических учебных троп, купание и многие другие.

Weaknesses (слабые):

- мы являемся новым бизнесом и на начальном этапе это может принести нам некоторые сложности в работе с туристическими компаниями и новыми гостями;

- на начальном этапе мы не располагаем финансовыми ресурсами, необходимыми для соответствия другим существующим средствами размещения в отношении создания наибольшей доступности: у нас не будет возможности проложить более качественную дорогу для стимулирования движения к нашему объекту;

- статус особо охраняемой природной территории подразумевает наличие достаточно большого количества ограничений: невозможность движения транспорта по территории озера, особые условия для размещения парковки и другие [16].

Opportunities (возможности):

- мы находимся на равном расстоянии от 2 областных центров и открыты для работы на любых мероприятиях, которые будут организованы в обоих городах;

– так же мы имеем возможность для организации собственных мероприятий в случае необходимости. Например, проведение съезда художников или любителей йоги.

#### Threats (угрозы)

Некоторые из угроз, с которыми, вероятно, столкнется «ШИХАН» – это неблагоприятная государственная политика, неблагоприятные погодные условия, спад в экономике, который повлияет на потребительские расходы, появление новых конкурентов близ нашей территории и возможный консерватизм части потенциальной целевой аудитории к новому формату.

Из SWOT-анализа следует, что проект глэмпинга на Урале имеет отличные перспективы для успешного развития благодаря вышеупомянутому ряду сильных сторон и возможностей, но необходимо ответственно подходить к планированию ресурсов и анализу внешних рыночных условий.

Следующим шагом обоснования проекта глэмпинга на территории ООПТ «Озеро Аракуль» стала работа с потенциальными гостями. Нам необходимо выяснить, будет ли наш продукт востребован на рынке.

Для его проведения, в первую очередь, определим целевую аудиторию глэмпинга. Целевой рынок глэмпинга охватывает людей из разных слоев общества. Его можно разделить на три различные группы:

- основная группа – это пары, семьи и группы друзей, которые хотят провести выходные на природе или весь свой отпуск;
- образовательные учреждения, для которых глэмпинг отличная возможность для проведения выездных экскурсий, лекций и пр.;
- организации и клубы по интересам, которые стремятся к объединению команды или нуждаются в площадке для проведения мероприятий.

В компании «ШИХАН» в рамках нашей маркетинговой стратегии мы будем уделять внимание продвижению нашего глэмпинга чтобы привлечь семьи, группы друзей, корпоративные организации к выбору наших услуг размещения.

Наше предложение выгодно отличается сочетанием в себе городского комфорта и бережного отношения к природе. Мы можем претендовать на звание

самого экологически безопасного на Урале. В дополнение к этому, мы хорошо позиционированы и люди могут легко добраться до нашего объекта, наши цены доступны среднестатистическому потребителю, и у нас есть полный пакет услуг для семей и организованных групп.

На сегодняшний день, по результатам маркетинговых исследований по всему миру установлено, что наиболее эффективные и доступные формы продвижения туристических объектов – это каналы социальных сетей, связь со СМИ и различные виды присутствия в масс-медиа, а также передача информации C2C через обзоры как в интернете, так и устные [32].

Помимо социальных сетей, интернет-присутствие «ШИХАН» будет основано на его веб-сайте, на котором гости смогут познакомиться с нашим торговым предложением, узнать больше об оборудовании глэмпинга и забронировать проживание.

Так же мы будем распространять аккаунты «ШИХАН» в социальных сетях и у местных СМИ.

Помимо возможности бронирования на веб-сайте, гости так же смогут забронировать проживание на популярных системах бронирования: Airbnb, booking.com, expedia.com, glamping.com и другие

Наряду с присутствием на этих поисковых площадках, мы будем стараться максимально увеличивать свое присутствие на этих сайтах, оплачивая рекламные баннеры.

Отзывы, полученные на этих сайтах и различных популярных сайтах, размещающих отзывы, будут иметь огромное значение для расширения нашей компании.

Столь же важно, как и цифровая репутация, которую наш глэмпинг будет приобретать локально, по мере распространения информации от гостя к гостю.

Для обеспечения укрепления доверия и поддержания репутации «ШИХАН» так же будет поддерживать связь с журналистами-путешественниками, блогерами и другими важными распространителями информации, поощряя их остановиться в нашем глэмпинге.

На сегодняшний день в первую очередь необходимо подготовиться к продвижению, определить точки контакта (технологии, сотрудники, материалы, бизнес-процессы, коммуникации). Процесс продвижения можно разделить на несколько основных этапов [37]:

1) создание брендбука продукта.

В него будет входить позиционирование, слоган, 100 слов (возможно меньше) о том, что проект собой представляет, визитная карточка со средствами коммуникации (электронная почта, социальные сети, мессенджеры), фотосессия, рекомендации и отзывы (рекомендательные письма от наставников, партнеров, лидеров общественного мнения), сайт, средства коммуникации (электронная почта, мессенджеры, социальные сети), коммерческие предложения, элементы лояльности;

2) формат «B2B».

На этом этапе продвижения будут проводиться выступления на мероприятиях (конференциях, круглых столах, форумах, веб-мостах, вебинарах, веб-конференциях) в качестве докладчика. Есть так же возможность быть организатором мероприятия (это принесет дополнительные финансовые ресурсы, нетворкинг, базу участников, хорошую репутацию). Выступление на радио и телевидении (требует стартовой известности) в качестве гостя, эксперта. Написание публикаций в профессиональных, отраслевых, общих изданиях (газеты, журналы, онлайн-издания). Возможно связаться с редакцией и предложить им тему по проекту с целью ведения персональной рубрики или колонки. Активное участие в интернет-среде (форумы, социальные сети). Создать информативный и яркий видеоролик и выложить на YouTube и RuTube. Сделать презентацию для туристических операторов и для будущих гостей, выложить на SlideShare.

Так же возможно взаимодействие с компаниями, которые намерены провести лекции/тимбилдинг/мероприятие на природе;

3) формат «B2B2C».

Продвижение через сторонних крупных туроператоров.

Увеличение объемов продаж через системы бронирования благодаря созданию привлекательной ценовой и акционной политики, качественно заполненному описанию тарифного плана.

Основные системы бронирования, которые мы выберем для начала нашей деятельности: Airbnb, booking.com, expedia.com, glamping.com, глэмпинг.рф, 101hotel, s7.ru, hotels.com, agoda.com, hrs.com, броневик, академсервис;

4) формат «B2C».

Необходимо создание положительного образа компании у будущих гостей путем общения с путешественниками.

Всего можно выделить несколько групп потенциальных гостей среди физических лиц, которых может заинтересовать наше предложение:

– молодые люди обоих полов от 18 до 25 лет;

Для которых главный мотиватор – возможность провести время с друзьями на природе

– молодые семьи от 20 лет до 35 лет;

Им интересен активный отдых с семьей на природе с возможностью приехать с детьми от 0 до 7 лет и оставаться в привычном для себя городском комфорте

– семьи от 35 до 50 лет;

Представители этой группы устали от шума мегаполиса, обладают достаточной платежной способностью и готовы платить за высокий уровень комфорта, находясь на природе.

– предпенсионный возраст и пенсионеры;

В эту группу входят люди старшей возрастной группы, которые ищут относительно активный отдых в комфорте или просто приезжают вместе с семьей;

5) формат «B2G».

Взаимодействие с Центром развития туризма Челябинской области.

Государственные организации, которым требуются лекции для проведения мероприятий



Центральное место в ведении бизнеса имеет структура конкурентных цен. Наша система ценообразования будет основываться на стоимости наших затрат и существующей ценовой политике в стране на сегодняшний день.

Мы учитываем необходимость варьирования цен в зависимости от сезонности, необходимости предоставления дисконтных услуг, поощрения наших постоянных клиентов и организованных групп. Цены на наши услуги не должны разительно отличаться от текущих цен на рынке размещения Челябинской области.

Далее мы провели анализ поисковых запросов жителей Уральского Федерального округа и выяснили, существует ли спрос на туристические услуги в нашем регионе.

Население Уральского Федерального округа на 2020 год: 12 360 540 [30].

Из них входят в ЦА около 37% или 4 500 000 человек.

Всего запросов по нашей выборке (Приложение Б – Анализ поисковых запросов), связанных с нашей деятельностью согласно Yandex Wordstat 261 179 в месяц

Т.е. наш продукт уже, без дополнительных вложений на рекламу только по запросам Yandex Wordstat мог бы заинтересовать 5% жителей Уральского Федерального Округа

Даже при условии, что всего 1% от всех запросов станут реальными покупателями, потенциально мы сможем этим количеством обеспечить глэмпинг размещениями на 3 года вперед.

Как бизнес, «ШИХАН» будет стремиться стать неотъемлемой частью туристского сегмента экономики Урала, развивая партнерские отношения с другими туристическими предприятиями и правительством области.

Несмотря на необходимость конкурировать на популярном и развивающемся рынке предприятий размещения Урала, «ШИХАН» станет конкурентно способным по ряду причин:

1) удачное месторасположение. Равная удаленность от двух областных центров – Екатеринбурга и Челябинска, что обеспечит большой охват целевой аудитории;

2) низкий уровень конкуренции. На сегодняшний день, несмотря на популярность озера Аракуль как места для отдыха, на территории ООПТ действует лишь 1 средство размещения вместимостью на 30 чел;

3) интересная концепция, достойных аналогов которой еще нет на Урале. Глэмпинг – направление, динамично развивающееся по всему миру;

4) работа только в сезон наибольшей туристической активности. Глэмпинг предполагает возможность сбора конструкции, когда в ней нет необходимости, что избавит проект от убытков в сезонные спады;

5) захват различных целевых аудиторий. Проживание в глэмпинге будет интересно парам, наслаждающимся романтическим отдыхом, семьям с детьми, компаниям друзей, спортсменам и людям творческих профессий;

6) экологичность. Наш главный приоритет – забота об экологии. Наши тенты не являются капитальным строением, производятся из натуральных материалов и не наносят вреда окружающей среде. Это обеспечит приток туристов, которые заботятся об окружающей среде. А также позволит надеяться на создание положительных взаимоотношений с государственными структурами.

Следующим шагом маркетингового исследования рынка гостиничных услуг стал анализ предприятий размещения области.

В Челябинской области существуют средства приема и размещения разного уровня качества предоставляемых услуг. Для того чтобы успешно конкурировать на рынке необходимо соответствовать высокому уровню сервиса. Особое внимание стоит обратить на существующие на сегодняшний день проекты глэмпинга на Урале – глэмпинг «Кристалл» и глэмпинг «Утес». Подробно анализ существующих предприятий размещения представлен в приложении А.

По итогу исследования был сделан ряд выводов.

На сегодняшний день на рынке предприятий размещения Челябинска можно выделить несколько основных проблем:

- 1) низкое качество сервиса;
- 2) низкое качество маркетинговой политики средств размещения;
- 3) отсутствие предприятий с интересной концепцией.

На основании общий анализ рынка глэмпинга России и мира, приведенного в параграфе SWOT-анализа, анализа ЦА и ключевых каналов продвижения глэмпинга и анализ запросов жителей УрФО по запросам, связанным с глэмпингом, можно заключить, что проект глэмпинга «ШИХАН» является перспективным для реализации.

#### Выводы по главе один

В данной главе были рассмотрены особенности проектирования комфортабельного кемпинга в условиях ООПТ. На основании изученных теоретических материалов были сделаны следующие выводы:

1) глэмпинг как средство размещения имеет хорошие перспективы для развития благодаря своей экологической безопасности, широкому охвату ЦА и разнообразию предлагаемых услуг

2) к глэмпингу на ООПТ, как к части туристской инфраструктуры региона, предъявляются серьезные требования с точки зрения экологичности предприятия. Соблюдая их, глэмпинг может стать важным участником рынка гостиничных услуг региона.

3) проектируемое предприятие «ШИХАН» может успешно конкурировать на рынке гостиничных услуг благодаря новизне своей идеи, правильно расставленным приоритетам в маркетинге, высокому качеству предоставляемых услуг и ориентированность не только на гостей из Челябинской области, но из УрФО в целом.

## 2 РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА ГЛЭМПИНГА НА ООПТ «ОЗЕРО АРАКУЛЬ»

Развитие индустрии экотуризма туризма – одно из самых перспективных направлений для бизнеса в России в первую очередь благодаря богатству природных ресурсов нашей страны.

### 2.1 Концепция глэмпинга «ШИХАН», озеро Аракуль, Челябинская область

Мы планируем установить глэмпинг на территории ООПТ «озеро Аракуль» из 7 тентов, каждый из которых будет располагаться на небольшом расстоянии друг от друга. Тенты будут установлены в шахматном порядке так, чтобы из каждого был вид на озеро Аракуль. Берег озера, санузел, пати-тент и все жилые тенты будут соединены деревянной пешеходной дорожкой. Каждый из наших тентов оборудован всем необходимым для комфортного пребывания: электричество, освещение, обогреватель, удобная двухместная кровать с функцией подогрева, комод для личных вещей, и мини-кухня с плитой и холодильником.

На небольшом расстоянии от тентов мы установим помещение, состоящее из 5 блоков – по 1 на каждую комнату. Каждый блок будет представлять собой санузел, состоящий из душевой кабинки и уборной. Владельцы всех тентов будут иметь по 1 собственному комплекту ключей от санузла. Это позволит создать для постояльцев комфорт, не отличимый от городского. Предполагаемый внешний вид тентов и санузлов приведен в приложении А.

Еще одним необходимым сооружением нашего глэмпинга будет «пати-тент» – место для совместного пребывания гостей – вместимостью 25 человек. В нем постояльцы смогут общаться друг с другом, отдыхать и проводить различные мероприятия.

Так же нам понадобится техническое помещение, которое будет использоваться в качестве:

- места размещения работников;

- рабочего пространства администратора;
- хранилища для ценных вещей;
- мини-кухни.

Предполагается, что парковка будет размещена на территории глэмпинга. Для создания 10 парковочных мест необходимо 120 м<sup>2</sup>. Материал, необходимый для создания парковки, – гравий.

Макет будущего глэмпинга представлен в приложении Г.

Помимо услуг, непосредственно связанных с размещением гостя, в нашем глэмпинге будут реализованы услуги «видеонаблюдение» и «бесплатный WI-FI» на территории лагеря. Для этого необходимо приобрести оборудование в количестве 4 камер видеонаблюдения и 2 WI-FI маршрутизаторов.

Выбранная концепция палаточного лагеря дает возможность для предоставления множества дополнительных услуг. Разделим их на 3 основные группы:

- мероприятия;
- выполнимые с небольшими финансовыми вложениям;
- дорогостоящие.

Мероприятия:

- организация выездных свадебных церемоний;
- выездные занятия йогой;
- выездные занятия живописью;

Выполнимые с небольшими финансовыми вложениями:

1) организация вечерних костров, на которых смогут отдохнуть все постояльцы глэмпинга. Будут организовываться собственными силами учредителей;

2) спортивные игры: бадминтон, фрисби и др.;

3) мини-тир для стрельбы из лука. Будет организовываться собственными силами учредителей. Может быть платной услугой;

4) рыбалка.

Дорогостоящие:

1) хождение на катамаранах. Обучение будет организовываться собственными силами учредителей. Будет реализовываться как платная услуга;

2) создание спортивной площадки: футбольное, волейбольное поля;

3) создание пейнтбольной площадки. Будет реализовываться как платная услуга;

4) создание скалодрома. Будет реализовываться как платная услуга.

Процесс открытия глэмпинга по предварительным подсчетам займет около 6 месяцев. За это время необходимо провести предварительные маркетинговые исследования, организовать систему продажи средств размещения, установить глэмпинг и подвести все необходимые коммуникации. Подробный план мероприятий по подготовке к глэмпинга к открытию представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Организационный план

№	Наименование этапа работы	Описание	Дата начала	Дата окончания
1	Маркетинговые исследования востребованности продукта	1. составление плана исследования и организационных мероприятий; 2 осуществление поиска респондентов, исследование; 3 проведение статистического и системного анализа полученных данных; 4 составление отчета, подготовка теоретических выводов и практических рекомендаций.	01.11.2020	31.11.2021
	КРІ этапа:	1 Отчет о целесообразности открытия глэмпинга на территории ООПТ «озеро Аракуль» 2 Составленный план действий		
2	Предварительный маркетинг продукта, начало предпродаж	1 Позиционирование глэмпинга на различных системах бронирования 2 Развитие веб-сайта 3 Позиционирование глэмпинга в социальных сетях 4 Установление контактов со СМИ 5 Начало предварительных продаж	01.12.2020	15.05.2021
	КРІ этапа:	1 20 000 человек суммарной аудитории во всех социальных сетях 2 Предварительная бронь 20% номерного фонда к 15.05.2021		
3	Установка глэмпинга на территории ООПТ «озеро Аракуль»	1 Покупка тентов и их внутреннего наполнения 2 Приобретение необходимого оборудования для проведения коммуникаций 3 Проведение коммуникаций (вода, электричество, канализация, интернет) 4 Установка лагеря	01.12.2020	15.05.2021
	КРІ этапа:	1 Глэмпинг установлен и полностью готов к использованию 2 Опробирование (проживание сроком 1 ночь) прошло успешно		
4	Работа проекта	1 Встреча первых гостей 2 Контроль за функционированием глэмпинга 3 Увеличение популярности глэмпинга «ШИХАН» в России	16.05.2021	16.09.2021
	КРІ этапа:	1 Поддержание количества положительных отзывов на уровне 95%		
5	Конец 1 сезона работы проекта	1 Сбор и складирование глэмпинга	16.09.2021	20.09.2021
	КРІ этапа	1 Хранение глэмпинга в сухом закрытом помещении до следующего сезона		

Открытие нового предприятия размещения – сложный процесс, связанный с огромными рисками. Было выделено 5 основных видов риска, они проанализированы в таблице 2.

Таблица 2 – Анализ рисков проекта

Вид риска	Степень риска	Методы страхования от риска
Неблагоприятные изменения рыночной конъюнктуры	Неизбежный	– глубокое маркетинговое исследование рынка, проводимое систематически; – применение прогрессивных методов обслуживания клиентов
Противодействие конкурентов. Недобросовестная конкуренция	Допустимый	– использование методов судебной защиты; – отслеживание конъюнктуры рынка; – использование аппарата маркетинга
Инфляционные процессы	Допустимый	– проведение разумно обоснованной ценовой политики: рост цен не отстаёт от уровня инфляции
Форс-мажорные обстоятельства	Чрезмерный	– страхование имущества и клиентов
Финансовые риски	Неизбежный	– создание высокого финансово-кредитного потенциала

В ходе анализа был сформулирован ряд необходимых мер обеспечения страхования от возникающих рисков. Реализовывая нижеперечисленные мероприятия можно избежать/смягчить большинство негативных сценариев:

- использование современных методов работы;
- проведение тщательного анализа всех условий рыночной среды.

В параграфе описана концепция предлагаемого гостиничного продукта. Им станет лагерь из 7 комфортабельных тентов с индивидуальным санузелом. Важной особенностью глэмпинга «ШИХАН» станет большой объем предлагаемых дополнительных услуг.



## 2.2 Экономическое обоснование проекта глэмпинга «ШИХАН»

Весь экономический анализ деятельности предприятия был произведен с использованием следующих допущений:

- отсутствие крупного кризиса и сильной инфляции в течение всего периода построения модели;
- стабильность политической обстановки;
- курс валют (покупаем и продаем в рублях).

Финансирование может быть получено путем инвестиционных вложений в проект. Сумма инвестиций необходимых для запуска предприятия из 7 палаток - 5 100 000 рублей. Расчеты, представленные в проекте рассчитаны на 5 лет. При этом:

1) коэффициент загрузки мест составляет 0,80 в первый год реализации проекта. Объем продаж ежегодно возрастает на 5% до 95%;

2) выручка от прочих услуг принята в размере 10% от выручки от основной деятельности;

3) ежегодный рост цен составляет 10%.

Всего выручка от продаж за 5 лет составила 20 030 тыс. рублей

Первая и основная статья расходов на будущий глэмпинг – капитальные затраты. В них вошли расходы на тенты, вспомогательные зоны, коммуникации, устройство территории, расходы на административные мероприятия. Всего капитальных затрат: 3 960 000. Подробно смета представлена в таблице 3.

Таблица 3 – Смета капитальных затрат

Статья расходов	Сумма, тыс. рублей
Расходы на тенты	2898
В том числе:	
а) приобретение тентов (7 жилых + 1 пати-тент)	1825
б) санузлы (8 шт)	363

Окончание таблицы 3

Статья расходов	Сумма, тыс. рублей
в) подиумы	150
г) наполнение тентов	440
д) наполнение санузлов	80
е) установка тентов	40
Вспомогательные зоны	220
В том числе:	
а) техническое помещение (медпункт, СР, комната персонала, кухонная зона)	120
б) оборудование для СР и комнаты персонала	50
г) оборудование для кухонной зоны	50
Коммуникации	510
В том числе:	
а) оборудование	320
б) проведение коммуникаций	100
в) экстренный генератор электричества	30
г) wi-fi и видеонаблюдение	60
Устройство территории	330
В том числе:	
а) Благоустройство территории	150
б) Ограждение своей территории	30
в) Оповестительные знаки, указатели на дорогу	30
г) Парковка	120
Административные расходы	145
д) система бронирования	20
е) создание сайта глэмпинга	50
ж) кассовое оборудование	50
ж) регистрация юридического лица	25
Всего затрат	3958

Способ начисления амортизации – линейный.

Срок полезного использования 15 лет

Средневзвешенная норма амортизационных отчислений – 6,7%

Сумма амортизации за месяц: 63,6 тыс. руб.

Сумма амортизации за сезон: 254,5 тыс. руб.

Все дальнейшие расчёты ведём по первому году реализации проекта; для каждого последующего года все виды затрат будут увеличены на 10% ежегодно.

В таблице 4 представлены затраты на расходные материалы, необходимые для нормального функционирования глэмпинга.

Таблица 4 – Затраты на расходные материалы.

Показатели	Основные материалы		
	Материалы для укомплектования гостиницы (бельё и т.п.), комплектов	Расходные материалы (моющие средства и т.п.), наборов	Топливо (бензин, л)
Количество, необходимое для устойчивой работы гостиницы;	30	10	50
Плюс необходимое количество запасов на конец года	5	5	-
Итого:	35	15	50
Минус величина запасов на начало года;	-	-	-
Итого количество материалов для закупки;	35	15	50
Цена единицы материалов, тыс руб.	1,5	2	0,045
Итого затраты на расходные материалы, тыс.руб.	53	30	2
Втого затраты на расходные материалы, тыс.руб.	85		

В таблице 5 приведен перечень расходов по оплате труда сотрудников

Таблица 5 – Смета расходов по оплате труда на 1 год реализации проекта

Показатели	Сумма
Заработная плата административного персонала, тыс. рублей	12
Заработная плата административного персонала, тыс. рублей	25
Итого расходы по оплате труда за сезон, тыс.руб.	148
Единый социальный налог по ставке 26% с налогооблагаемой базы, тыс.руб.	38
Стоимость организации питания для 2 работников за сезон, тыс. руб	90

Общее количество сотрудников: 2 чел.

В таблицах 6 и 7 была произведена оценка постоянных и переменных расходов будущего кемпинга.

Таблица 6 – Смета постоянных расходов первый год работы проекта (тыс.руб.)

Показатели	Сумма
Энергия и освещение;	50
Хранение инвентаря в неэксплуатационный период	60
Аренда земельного участка;	200
Расходы на услуги связи	12
Амортизация	255
Расходы на рекламу;	30
Охранные услуги	20
Обработка территории от насекомых	10
Итого постоянные расходы	587

Таблица 7 – Смета переменных расходов на первый год работы проекта (тыс.руб.)

Статьи расходов	Сумма
Расходы связанные с оплатой труда;	276
Заработная плата коммерческих агентов;	162
Страхование;	40
Вспомогательные материалы;	85
Всего переменные расходы	563

В таблице 8 выполнен расчёт предполагаемой выручки

Таблица 8 – Расчет предполагаемой выручки

Показатели	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	ВСЕГО
Объём предоставляемых услуг	672	714	972	1026	1026	4410
Прогнозируемая цена номера, руб	3,55	3,73	3,92	4,11	4,32	-
Рентабельность	0,70	0,70	0,70	0,70	0,70	
Выручка от основной деятельности тыс.руб.	2387	2663	3807	4219	4430	17 507
Выручка от неосновной деятельности тыс.руб. (10% доп услуги + парковка 70% гостей 250р/сутки)	356	391	551	601	623	2522
Итого выручка от продаж	2 744	3 055	4 358	4 821	5 053	20 030

Все предыдущие расчёты сведём в таблице 9.

Таблица 9 – План доходов и расходов гостиницы по годам (тыс.руб.)

Показатели, тыс. рублей	Годы реализации проекта				
	1	2	3	4	5
Выручка от продаж;	2 744	3 055	4 358	4 821	5 053
Переменные издержки, тыс.руб.4	563	620	774	852	852
Постоянные издержки, тыс.руб.;	587	645	806	887	887
Валовая прибыль, тыс.руб.;	1 594	1 790	2 777	3 082	3 314
Налог на прибыль по ставке 6%;	96	107	167	185	199
Чистая прибыль, тыс. рублей	1 498	1 682	2 610	2 897	3 115

В таблице 10 приведен расчёт окупаемости проекта.

Таблица 10 – Расчёт окупаемости проекта

Показатель	1	2	3	4	
Чистый денежный поток, тыс. рублей	1 753	1 937	2 165	3 152	
Чистый денежный поток нарастающим итогом, тыс. рублей	1 753	3 690	5 855	9 006	
Чистый дисконтированный денежный поток	1619	1767	1951	2747	
Чистый дисконтированный денежный поток нарастающим итогом	1619	3386	5337	8084	
PP	1	1	0,98	0	2,98
DPP	1	1	1	0,17	3,17
ROI	62,62				

В таблице 11 приведен анализ безубыточности проекта, на основании которого можно сделать вывод об общей рациональности реализации проекта, качественных и количественных значениях точки безубыточности проекта и запасе его финансовой прочности.

Таблица 11 – Расчёт критического объёма продаж и зоны безопасности

Показатели	Годы реализации проекта					Отклонение 5 года от 1 года
	1	2	3	4	5	
Выручка от продаж, тыс.руб.;	2 744	3 055	4 358	4 821	5 053	2 309
Переменные издержки, тыс.руб.4	563	620	774	852	852	289
Постоянные издержки, тыс.руб.;	587	645	806	887	887	301
Переменные издержки на 1 проживание в глэмпинге, тыс. руб	0,84	0,87	0,80	0,83	0,83	
Стоимость 1 суток проживания, тыс. рублей	3,55	3,73	3,92	4,11	4,32	0,77
Точка безубыточности, номеров	216	225	258	270	254	38,27
Точка безубыточности, тыс.руб.;	768	841	1012	1112	1098	331
Точка безубыточности, %	32,16	31,57	26,59	26,34	24,79	
Запас финансовой прочности, тыс.руб.	1 976	2 214	3 345	3 709	3 955	1 979

Таким образом, запас финансовой прочности глэмпинга постоянно растёт, увеличившись за 5 лет реализации проекта вдвое.

Точка безубыточности достигается при доходе в 768 тыс. рублей. Для этого необходима заполняемость 32% номеров в 1 год реализации проекта. Предполагаемая заполняемость – 80%.

Далее была проведена оценка эффективности проекта за 5 лет его функционирования.

Для этого в первую очередь были проанализированы денежные потоки за первые 5 лет работы (см. таблица 12).

Таблица 12 – Денежные потоки за первые 5 лет, тыс. рублей

Ri1	Ri2	Ri3	Ri4	Ri5	за 5 лет
1 753	1 937	2 165	3 152	3 370	7 268

И на их основании в таблице 13 рассчитана чистая приведенная стоимость проекта (NPV) за 5 лет. Первоначальные инвестиции были вычтены при суммировании NPV за 5 лет.

Таблица 13 – Чистая приведенная стоимость проекта за первые 5 лет

NPV, ставка 24%					
1	2	3	4	5	за 5 лет
1414	1562	1746	2542	2717	4873

Рисунок 3 наглядно показывает изменение чистой приведенной стоимости проекта в течение первых 5 лет существования.

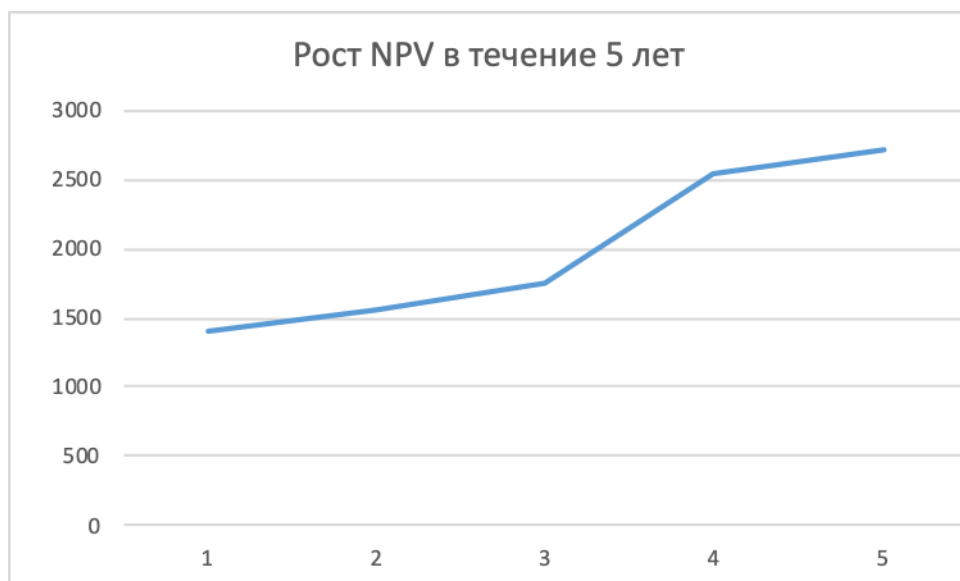


Рисунок 3 – изменение чистой приведенной стоимости в течение 5 лет

Таким образом, при ставке дисконтирования 24% проект экономически эффективен ( $NPV > 0$ ). Чистая приведенная стоимость проекта в этом случае с 1 года до 5 увеличивается почти в 2 раза

В параграфе описано экономическое обоснование предлагаемого проекта глэмпинга. По результатам расчетов выяснилось, что срок окупаемости проекта – 3 года, а за 5 лет функционирования он может принести 6 700 000 рублей.

Экономически показатели проекта являются достаточно высокими для того чтобы проект можно было называть потенциально достойным реализации на ООПТ «Озеро Аракуль»

## 2.3 Безопасность функционирования глэмпинга

Формирование гостиничного продукта – процесс, сопряженный с множеством рисков не только экономических, но и природного, техногенного и антропогенного характера. Проектируя глэмпинг «ШИХАН» был выявлен ряд аспектов, на которые необходимо обратить внимание во избежание потенциальных проблем.

Общую характеристику к требованиям по обеспечению безопасности туристов дают ГОСТ 32611 Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов и ГОСТ Р 56643 Туристские услуги. Личная безопасность туриста. В частности, пункт 6.3.7 требований ГОСТ 32611 гласит: «на территории кемпинга следует обеспечивать необходимые условия для безопасного размещения и отдыха туристов с учетом». И, действительно, создания безопасных условий – основное требование при создании глэмпинга.

Более конкретный перечень требований к безопасности глэмпинга регламентируется национальным стандартом Российской Федерации ГОСТ Р 58187–2018 Туристские услуги. Кемпинги. Общие требования. Документ устанавливает:

1) общие требования безопасности и охраны окружающей среды

В рамках этой категории требований в глэмпинге «ШИХАН» будут:

– соблюдаться санитарно-эпидемиологические требования к содержанию территории и помещений;

– оборудованы видимыми предупреждающими знаками/надписями или информационными табличками места, куда проход туристам может быть запрещен или может представлять опасность для их жизни и здоровья;

– обеспечена возможность экстренной эвакуации туристов с территории кемпинга в случае чрезвычайных ситуаций;

– территория кемпинга обеспечена средствами экстренного оповещения;



– территорию кемпинга и места общего пользования будут содержаться в надлежащем санитарном состоянии;

– на территории кемпинга должны быть вывешены в доступном для обозрения месте планы действий сотрудников кемпинга и отдыхающих в чрезвычайных ситуациях.

## 2) требования пожарной безопасности

В рамках этой категории требований в глэмпинге «ШИХАН» будет:

– разработана инструкция о мерах пожарной безопасности;

– на всей территории размещены таблички с указанием номера телефона вызова пожарной охраны, планы (схемы) эвакуации;

– предусмотрена система оповещения людей, находящихся на территории глэмпинга;

– по фронту палаток через каждые 150 м следует установлены пожарные щиты, укомплектованные огнетушителями, бочкой с водой, двумя совковыми лопатами, ломом, багром и топором.

## 3) требования охраны окружающей среды

В рамках этой категории требований в глэмпинге «ШИХАН» будет:

– предусмотрена система санитарной очистки и уборки территории (рациональный сбор, быстрое удаление, надежное обезвреживание, целесообразная утилизация бытовых отходов)

## 4) требования к водоснабжению и водоотведению

В рамках этой категории требований глэмпинг «ШИХАН»:

– будет обеспечен водой через бурение скважины;

– будет использовать автономную канализацию в виде устройства, перерабатывающего и очищающего стоки (септик).

## 5) требования к отоплению и вентиляции

В рамках этой категории требований в глэмпинге «ШИХАН» будут:

– оборудованы системами отопления и вентиляции жилые и административно-бытовые помещения благодаря переносным обогревателям в каждом тенте.

Несмотря на важность всех вышеперечисленных мероприятий, важнейшую роль имеет пожаробезопасная локализация глэмпинга. Месторасположение глэмпинга «ШИХАН» было выполнено с учетом рекомендаций, указанных в исследовании А.С. Ермаковым и Д.А. Черепановым [9]. Они предлагают методику отбора площадок для кемпинга исходя из мотиваций туриста и оценки пожарного риска.

Наш глэмпинг будет располагаться на расстоянии 80 метров от береговой линии озера, что соответствует природноохранным требованиям ООПТ «Озеро Аракуль» и мотивациям потенциальных гостей, а вероятность пожарных угроз минимизируется благодаря близости автомобильных троп, отделяющих глэмпинг от опасности, близости к водоему и выполнению требований противопожарной безопасности в соответствии с ГОСТ Р 58187–2018 Туристские услуги. Кемпинги. Общие требования.

Вторым по частоте возникновения природным катаклизмом, характерным для РФ является ураганный ветер. Для глэмпинга «ШИХАН» эта проблема будет менее актуальна, т.к. глэмпинг будет располагаться у подножья Аракульского Шихана, что значительно уменьшит опасность урагана. Так же, каждый тент будет оборудован системой защиты от ветра благодаря растягивающим тент элементом. Третьим важным фактором защиты от урагана является лесная зона, защищающая глэмпинг с двух сторон.

Помимо природных явлений, потенциальную угрозу могут представлять террористические акты. Кроме вышеупомянутых схем действий при терактах, в глэмпинг «ШИХАН» будет оборудован тревожной кнопкой с непосредственным выводом на соответствующие силовые структуры.

Существует ряд чрезвычайных ситуаций, с которыми неизбежно придется столкнуться любому гостиничному предприятию. Обслуживающий персонал гостиницы должен знать, как вести себя в чрезвычайных ситуациях. К ним относятся: пожары, землетрясения, наводнение, ураганы, смерчи и т.д., если они касаются гостиницы. Также персоналу следует учитывать разработку мероприятий

по поведению в медицинских несчастных случаях. Мероприятия для ЧС должны регулярно прорабатываться в любой непредвиденной ситуации. Члены персонала, которые действуют в таких ситуациях быстро, и умело, могут помочь предотвратить панику и избежать ущерба, повреждений и жертв.

Гостиницы сталкиваются с серьезными заболеваниями, повреждениями и даже смертью среди гостей и работников. В этом случае персонал должен быть готовым правильно себя вести. Персонал СПиР главным образом обеспечивает координирующую функцию в таких случаях. Многие гостиницы имеют список местных поликлиник, больниц, дающих гостям свободу выбора. Этот список находится в СПиР. Гостиница должна разработать механизм получения консультаций по телефону о болезни, госпитализации или смерти гостя.

Поскольку гостиницы имеют хотя бы несколько касс в здании, кассиры могут сталкиваться с вооруженным ограблением. Им следует попытаться отреагировать настолько разумно, насколько это возможно в зависимости от обстоятельств. Кассиру следует подчиниться командам грабителя, не делать резких движений, которые могут быть расценены грабителем как попытка помешать ему. Они не должны делать ничего, что может угрожать их жизни или жизни других людей. Неожиданные действия или отсутствие согласованности может вызвать применение оружия.

Обеспечение пожарной безопасности гостиницы возлагается на их руководителей или уполномоченных лиц. На предприятиях с численностью работающих 50 и более человек решением трудового коллектива может создаваться пожарно-техническая комиссия. В исключительных случаях ее функции может выполнять комиссия по охране труда.

Современный гостиничный комплекс оснащен большим количеством различного оборудования и имущества. В нем работает большое количество обслуживающего персонала, происходит постоянная смена постояльцев. В гостиницах должны проводиться мероприятия по профилактике травматизма, созданию нормальных санитарно-гигиенических условий, электробезопасности, обучению персонала.

Общее руководство работой по охране и безопасности труда в гостинице осуществляет директор (работодатель). Он обязан обеспечить выполнение требований законов о труде, правил и норм по охране труда, государственных стандартов, а также выполнения обязательств, предусмотренных коллективным договором (контрактом). Директор гостиницы приказом назначает ответственного за безопасность труда, формирует состав службы охраны труда, назначает ответственных за состояние охраны труда в каждом подразделении и ответственных за обучение персонала гостиничного бизнеса и проверку знаний по охране труда.

Работник гостиницы обязан придерживаться норм, правил, инструкций по охране труда, уметь правильно применять коллективные и индивидуальные средства защиты, немедленно сообщать своему непосредственному руководителю о любом несчастном случае.

Работники гостиничного бизнеса допускаются к работе только после прохождения инструктажа по технике безопасности. Видами инструктажа является вводный, первичный, повторный, внеплановый, текущий. В средствах размещения должны быть обеспечены безопасные условия для жизни и здоровья проживающих туристов, сохранность их имущества и соблюдаться правила и требования, установленные нормативными правовыми актами Российской Федерации и нормативными документами федеральных органов исполнительной власти, региональными законодательными актами в части безопасности, и ГОСТ Р 35611.

Все санитарно-техническое, технологическое и другое оборудование, приборы, мебель и инвентарь должны соответствовать и эксплуатироваться с соблюдением требований нормативных и технических документов. В средствах размещения должны соблюдаться санитарно-гигиенические, противоэпидемиологические правила и нормы, в т.ч.:

- содержание прилегающей территории, мест общего пользования, общественных зон и помещений средств размещения;
- уборка номеров/жилых комнат и общественных помещений;
- уборка и обработка санузлов, помещений для самостоятельного приготовления пищи;

- обработка белья (стирка, глажение, хранение);
- содержание и обработка уборочного инвентаря;
- удаление отходов и защита от насекомых и грызунов;
- освещение и состояние микроклимата в номерах/жилых комнатах и общественных помещениях.

Питьевая вода должна быть безопасна в эпидемиологическом отношении и безвредна по химическому составу. При отсутствии гарантии качества питьевой воды в средствах размещения должно быть установлено оборудование для дополнительной очистки воды, обеспечено наличие кулеров или бутилированной питьевой воды.

Уровень шума на территории и в жилых помещениях не должен превышать нормы, установленные законодательством Российской Федерации.

Препараты, используемые для дезинфекции, дезинсекции, дезодорации, моющие средства должны быть безопасными для здоровья туристов, иметь документы, подтверждающие их безопасность, и сопровождаться товаросопроводительной документацией, обеспечивающей их прослеживаемость.

Средства размещения рекомендуется располагать в районах с благоприятными экологическими и климатическими условиями. Средства размещения должны функционировать в соответствии с положениями законодательства об охране окружающей среды. В средствах размещения не допускается:

- использование оборудования, не отвечающего требованиям экологической безопасности;
- сброс в открытые водоемы загрязненных производственных и бытовых сточных вод без соответствующей предварительной очистки;
- сброс сточных вод непосредственно на прилегающую территорию и акваторию;
- выброс вредных веществ в атмосферу, превышающий показатели, установленные для населенных пунктов санитарными нормами.

Персонал гостиницы и клиенты выступают важнейшей составной частью подсистемы пожарной безопасности, т.к. они являются основными источниками

угрозы возникновения пожара и существенно влияют на степень ущерба от него. Ответственность за обучение персонала, постоянная бдительность, профессионализм, умелая профилактическая работа с гостями намного снижают вероятность возникновения пожара. Для этого с персоналом проводятся инструктаж и обучение. Клиентов гостиницы знакомят с правилами и требованиями пожарной безопасности с помощью брошюр, памяток и планов эвакуации, расположенных в номерах отеля и на этажах.

В параграфе описаны основные источники угроз безопасности работников и гостей глэмпинга и основные способы защиты от них. Ключевую роль в обеспечении безопасности является соответствие средства размещения всем требованиям законодательных актов, в частности ГОСТ Р 58187–2018 Туристские услуги. Кемпинги. Общие требования.

#### Выводы по главе два

В ходе подготовки практической части выпускной квалификационной работы:

- 1) разработана концепция глэмпинга «ШИХАН» – предприятия размещения из 7 тентов с большим количеством дополнительных услуг
- 2) выполнено экономическое обоснование проекта. Срок его окупаемости – 3 года, а за 5 лет функционирования он может принести 6 700 000 рублей.
- 3) проведен анализ возможных угроз безопасности гостиничного продукта и приведен перечень мероприятий по защите глэмпинга.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На сегодняшний день гостиничное дело – высоко конкурентная среда и для успешного функционирования предприятия необходимо, во-первых, соответствовать требованиям государства к гостинице заявленной категории, а во-вторых, иметь конкурентные преимущества относительно других средств размещения региона.

Организованный экотуризм на особо охраняемых природных территориях представляет экономически выгодную активную форму рекреации, основанную на рациональном использовании объектов природы. При рекреационной нестабильности на многих ООПТ экологический туризм может служить механизмом управления рекреацией, организации и круглогодичного использования природных территорий

Целью выпускной квалификационной работы была разработка проекта глэмпинга на ООПТ «Озеро Аракуль».

В ходе исследования, проведенного в рамках теоретической части ВКР, была изучена характеристика и требования к проектированию глэмпинга в условиях ООПТ и проведен анализ рынка услуг размещения на особо охраняемых природных территориях Челябинской области.

Было подтверждено, что глэмпинг «ШИХАН» сможет успешно конкурировать на рынке гостиничных услуг Урала, т.к.:

1) на сегодняшний день концепция глэмпинга является идеально вписывающейся в концепцию туризма России в соответствии с природными ресурсами страны и ее инфраструктурой;

2) на сегодняшний день концепция глэмпинга является новой и интересной для России. На Урале существуют лишь 2 предприятия, попытавшиеся реализовать концепцию глэмпинга. Сравнивая это число с общим числом загородных предприятий размещения, можно сделать вывод, что рынок остается относительно свободным для новых предприятий.

Но для успешного функционирования нужно соблюдать ряд требований, установленных законодательной системой Российской Федерации. Особое внимание необходимо уделить специальным требованиям к средствам размещения на ООПТ, в частности, на «Озере Аракуль».

В ходе подготовки практической части ВКР, цель была достигнута. Разработан и экономически обоснован проект глэмпинга «ШИХАН». Всего на предприятии будет действовать функционировать 7 тентов с индивидуальными санузлами. Дополнительные сооружения – пати тент для массовых мероприятий и административное помещение, как и все прочие инфраструктурные элементы (благоустройство территории, коммуникации, парковка и др.) будут установлены в непосредственной близости к жилым тентам с разделением зон на общую и жилую.

Так же было выполнено экономическое обоснование проекта. Сумма инвестиций необходимых для запуска предприятия из 7 палаток – 5 100 000 рублей. Срок окупаемости проекта – 3 года, а за 5 лет функционирования он может принести 6 700 000 рублей. Всего же чистая прибыль за время функционирования предприятия увеличится на 1 617 000 рублей.

Несмотря на новизну идеи, хорошие экономические показатели и высокий потенциал глэмпинга как средства размещения, существует ряд внешних угроз природного и антропогенного характера. В глэмпинге будет реализован ряд мер по защите от этих угроз в соответствии с текущим законодательством Российской Федерации.



## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Авдеева, Д.В. Туризм в особо охраняемых природных территориях: мировой и отечественный опыт / Д.В. Авдеева. – М: Научный аспект, 2019. – 286 с.
- 2 Борейко, В.Е. Троянский конь экотуризма: смерть для заповедной природы / В.Е. Борейко. – Киев: Киевский эколого-культурный центр, 2010. – 116 с.
- 3 Воронов, Б.А. Разработка и описание эко туристических маршрутов: методические рекомендации / Б.А. Воронов. – Хабаровск: МАНТ, 2000. – 239 с.
- 4 Голубева, Е.И. Экологический туризм на ООПТ: состояние и проблемы / И.Е. Голубева. – М: Мост, 2015. – 139 с.
- 5 ГОСТ Р 58187–2018. Туристские услуги. Кемпинги. Общие требования. Введен 01.03.2019. – М.: Изд-во стандартов, 2019. – 6 с.
- 6 ГОСТ Р 57287–2016. Туристские услуги, предоставляемые на особо охраняемых территориях. Требования. Введен 01.09.2017. – М.: Изд-во стандартов, 2017. – 3 с.
- 7 ГОСТ Р 56642–2015. Туристские услуги. Экологический туризм. Общие требования. Введен 01.07.2016. – М.: Изд-во стандартов, 2017. – 5 с.
- 8 Дроздов, А.В. Основы экологического туризма / В.А. Дроздов. – М.: Гардарики, 2005. – 27 с.
- 9 Ермаков, А.С. Локализация пожаробезопасного и комфортного кемпинга / А.С. Ермаков, Д.А. Черепанов. – М.: Пожаровзрывобезопасность, 2016. – 48-57 с.
- 10 Задевалова, М.И. Экологический туризм на особо охраняемых природных территориях / М.И. Задевалова, Н.П. Смирнов. – СПб: Санкт-Петербургский Государственный Университет, 2009. – 34 с.
- 11 Земельный кодекс РФ №136-ФЗ. Введен 10.10.2001. – М.: Изд-во стандартов, 2002. – 3 с.
- 12 Крюкова, О.В., Развитие экологического туризма на особо охраняемых природных территориях России / О.В. Крюкова, О.К. Печорина – М: Современные проблемы науки и образования, 2014. – 147 с.

13 Михайлова, С.Г. Особенности регионального надзора на ООПТ / Г.С. Михайлова // Арктика: XXI век. Естественные науки. – 2017. – 86 с.

14 Постановление правительства Челябинской области от 18.02.2008 года № 414-П «О положениях о памятниках природы Челябинской области» с изменениями на 28.05.2019.

15 Распоряжение Правительства РФ от 31.05.2014 № 941 «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года»:

16 Решение исполнительного комитета Челябинского областного Совета народных депутатов от 21.01.1969 № 29 «Об охране памятников природы в области».

17 Суржиков, В.И. Подход к развитию экологического туризма на особо охраняемых природных территориях на основе системного анализа / И.В. Суржиков, К.В. Шевченко // Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, 2019. – 82 с.

17 Тарасова, В.В. Развитие познавательного туризма на особо охраняемых природных территориях федерального значения / В.В. Тарасова. – СПб.: Речь, 2015. – 180 с.

19 Федеральный закон от 15.02.1995 № 33 ФЗ «об особо охраняемых природных территориях»

20 Шевченко, С.Н. Организация и управление развитием экологического туризма на особо охраняемых природных территориях / С.Н. Шевченко. // М: Современные проблемы науки и образования. – 2013. – 135 с.

21 Шустов, С.П. Экологический туризм на пути в Россию. Принципы, рекомендации, российский и зарубежный опыт / С.П. Шустов. – Тула: Гриф и К, 2002. – 118 с.

22 Яковлева, И.А. Актуальные вопросы развития системы особо охраняемых природных территорий / И.А. Яковлева. – СПб.: Фундаментальные исследования, 2015. – 205 с.

23 Официальный сайт издания «The Guardian» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/small-business-network/2017/jul/13/glamping-brexist-staycation-domestic-tourism-british-campsites> (дата обращения: 05.04.2020)

24 Официальный сайт издания «Russiadiscovery» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.russiadiscovery.ru/news/glamping\\_russiadiscovery/](https://www.russiadiscovery.ru/news/glamping_russiadiscovery/) (дата обращения: 12.06.2020).

25 Официальный сайт издания «Wild Harvest» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wildharvest.org/glampsite-success/> (дата обращения: 13.06.2019).

26 Официальный сайт оксфордского словаря «Oxfordlearnersdictionaries» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/glamping/> (дата обращения: 12.06.2020)

27 Официальный сайт «особо охраняемые природные территории РФ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/main/rosstat/ni/slatislies/environment/#>

28 Официальный сервис по подбору глэмпинга в России «глэмпинг.рф» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [глэмпинг.рф/type](http://glamping.rf/type) (дата обращения: 15.06.2019)

29 Официальный сайт производителя тентов для глэмпинга «Дикий дом» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dikiydom.com/> (дата обращения: 15.06.2020).

30 Официальный сайт Совета Федерации Федерального Собрания России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://council.gov.ru/services/reference/10487/> (дата обращения: 13.06.2020)

31 Официальный сайт федерального агентства по туризму «Ростуризм» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.russiatourism.ru/news/14895/> (дата обращения: 10.06.2020).

32 Официальный сайт юридического агентства «Персона Грата» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://persona-grata.ru/yuridicheskie->

uslugi/razrabotka-strategij-turisticheskogo-razvitiya-territorij/ekoturizm (дата обращения: 12.01.2019).

33 Knight, J. Glamping Getaways / Jonathan Knight. // Wales, 2016. – 286 p.

34 Lazzaris, S. Glamping As a Business: Owning and Running a Glampsite / Samantha Lazzaris. // Birmingham, 2016. – 165p.

35 Liddle, C. Handmade Glamping: Add a touch of glamour to your camping trip / Charlotte Liddle. // London, 2018. – 77 p.

36 Lickus, J. Have You Ever Been ‘Glamping? / Jay. Lickus // Portland, 2019. – P.1-17.

37 Maciha, M. Outdoor Hospitality Essentials: A Foundation for Success/ Mark J Maciha. // New York, 2019. – 133 p.

## ПРИЛОЖЕНИЯ

### ПРИЛОЖЕНИЕ А

#### Анализ рынка

Таблица А.1 – Анализ рынка гостиничных услуг в Челябинской области

Компания	Локация от глэмпинга «ШИХАН»	Сильные стороны	Слабые стороны	Возможные проблемы	Прайс
Гостевой комплекс «Деревенька Аракуль», ООПТ «Озеро Аракуль»	<1 км	-Давно на рынке -Хорошее расположение	-Нет интересной концепции -Долгое отсутствие реконструкций -Нет предложений для индивидуальных гостей -Не работают с системами бронирования -Очень плохо работают с соц. сетями -Недоработан сайт -Отсутствие возможности онлайн-бронирования -Средняя оценка на популярных отзывах (4 на TripAdvisor на основании 6 отзывов при одной 2 и одной 3)	Непосредственный конкурент, имеет свою базу постоянных гостей и будет переманивать к себе часть гостей, располагающихся на озере Аракуль Решение: необходимо поддерживать высокий уровень сервиса и работать над аспектами, указанных в слабых сторонах Деревеньки Аракуль чтобы не допустить те же ошибки. Это позволит выигрывать конкуренцию как минимум в рамках озера Аракуль	6 000 р за 8 местный домик в будние дни 8 000р в выходные 6 000 р в выходные при бронировании от 2 суток

Продолжение таблицы А.1

Компания	Локация от глэмпинга «ШИХАН»	Сильные стороны	Слабые стороны	Возможные проблемы	Прайс
Глэмпинг «Кристалл», ООПТ «Озеро Тургояк»	120 км	-комплекс давно на рынке, глэмпинговое предложение появилось недавно -первые в области попытались реализовать концепцию глэмпинга -высокая вариативность основных и дополнительных услуг	-малое число палаток -основной приоритет развития – комплекс, глэмпинг – лишь малая часть, которой уделяется мало внимания -не работают с системами бронирования -средне работают с соц. Сетями -нет возможности онлайн-бронирования -плохая оценка на популярных отзовиках (3 на TripAdvisor на основании 9 отзывов) -работают в основном на рынке Челябинской области	Уже имеют несколько палаток, используемых как мини-глэмпинг. Будут переманивать часть гостей, для которых важно не место отдыха, а размещение в комфортабельной палатке. Решение: необходимо увеличивать известность нашего кемпинга благодаря профессиональной маркетинговой политике, предоставлять больший набор услуг и качественно выигрывать у конкурента благодаря профессионализму работников нашего глэмпинга и отличному техническому оснащению каждого тента.	5 000 р за 4-местную палатку
База отдыха «Эко-парк Зюраткуль», ООПТ «национальный парк Зюраткуль»	204 км	-расположены близко к городу с более чем миллионным населением Челябинску -3 варианта размещения: гостиница стандарт, гостиница эконом и коттедж	-ориентированы в основном на гостей из Челябинской области. -устаревший сайт, отсутствие возможности онлайн-бронирования -длительное отсутствие модернизации жилых номеров. -плохо работают с соц. сетями -слабая работа в системах бронирования -нет интересной концепции	Благодаря уже имеющейся клиентской базе будут продолжать работу Решение: необходимо донести до аудитории эко-парка «Зюраткуль» информацию о появившемся месте отдыха с более высоким качеством сервиса.	От 2800 за 2-местный номер в гостинице эконом

Продолжение таблицы А.1

Компания	Локация от глэмпинга «ШИХАН»	Сильные стороны	Слабые стороны	Возможные проблемы	Прайс
<b>ГОСТИНИЦА «ТАГАНАЙ»,</b> ООПТ «национальный парк Таганай»	174 км	-расположены близко к городу с более чем миллионным населением Челябинску -хорошая оценка на популярных отзывиках	-ориентированы в основном на гостей из Челябинской области. -устаревший сайт, отсутствие возможности онлайн-бронирования -низкая вариативность предложений -плохо работают с соц. Сетями -нет интересной концепции	Благодаря уже имеющейся клиентской базе будут продолжать работу  Решение: необходимо донести до аудитории гостиницы «ТАГАНАЙ» информацию о появившемся месте отдыха с более высоким качеством сервиса.	От 1800 за 2 местный номер
<b>«Баден-Баден Термы Еткуль»,</b> ООПТ «Еткульскинский бор»	205 км	-расположены близко к городу с более чем миллионным населением Челябинску -информативный сайт -высокая вариативность основных и дополнительных услуг	-ориентированы в основном на гостей из Челябинской области. -средняя оценка на популярных отзывиках (3,5 на TripAdvisor на основании 142 отзывов) -долгое отсутствие реконструкций	Будут продолжать вести свою деятельность благодаря гостям, которым важна медицинская  Решение: Мы не считаем гостей, которые намерены отправиться на оздоровительные процедуры своей целевой аудиторий.	От 3000 за 2 местный номер
<b>Парк–отель «Юность»,</b> ООПТ «Озеро Чебаркуль»	157 км	-расположены близко к городу с более чем миллионным населением Челябинску -реконструкция заканчивается в 2020 году	-ориентированы в основном на гостей из Челябинской области. - средняя оценка на популярных отзывиках (4 на TripAdvisor на основании 142 отзывов) -недостаточное количество размещений в системах бронирования -новый штат сотрудников, малый опыт работы части персонала. -нет интересной концепции	Новая гостиница, перспективы можно только предположить. Не является конкурентом географически. Решение: необходимо поддерживать высокий уровень сервиса	Гостиница находится на реконструкции

Окончание таблицы А.1

Компания	Локация от глэмпинга «ШИХАН»	Сильные стороны	Слабые стороны	Возможные проблемы	Прайс
<b>Отель «SMOLINORA RK», ООПТ «Озеро Смолино»</b>	146 км	-расположены близко к городу с более чем миллионным населением Челябинску -высокая оценка на популярных отзовиках (4,5 на TripAdvisor на основании 244 отзывов) -высокая вариативность основных и дополнительных услуг	-ориентированы в основном на гостей из Челябинской области. -устаревший сайт -нет интересной концепции -высокая стоимость проживания	Одной из важнейших ниш для этого отеля является проведение крупных мероприятий (свадеб, форумов и др).  Решение: необходимо находить и разрабатывать еще незанятые сферы. Например, сфокусироваться на более мелких мероприятиях, таких как «выездная тренировка по йоге», «выездное занятие группы художников» и т.п.	От 3500 за 2 местный номер
<b>Отель «Утес», ООПТ «Озеро Смолино»</b>	156 км	-интересная концепция -давно на рынке -крупный бизнес с большим количеством предприятий питания -хорошо работают с соцсетями-высокая оценка на популярных отзовиках	-ориентированы в основном на гостей из Челябинской области. -слишком популярное название? Мешает в поиске -лишь часть комплекса? Основное внимание уделяется базе отдыха -не передана атмосфера единства с природой необходимой глэмпингу -очень высокая стоимость проживания	Основной конкурент]/ работающий с той же концепцией, что и у нас  Решение: глэмпинг «ШИХАН» может выиграть конкуренцию благодаря более привлекательному соотношению цена и качество, грамотно расставленным приоритетам в маркетинге и полной реализацией концепции глэмпинга как места, уединенного от городской суеты	От 5000 за тент



## ПРИЛОЖЕНИЕ Б

### Анализ поисковых запросов

Таблица Б.1 – анализ поисковых запросов жителей УрФО

Запрос	Количество
Отдых база	121398
Отдых область	19173
Хороший отдых	15085
Путевки +из екатеринбурга	13314
Путевка +в санаторий	13144
Челябинский отдых	10646
Отдых озеро	10623
Кемпинг	8769
Выходной день тур	8394
Шиханы	4649
База отдыха челябинск	4388
Загородный отель	3515
Путевки +из челябинска	3382
Отдых +в челябинском области	3126
День природа	2656
Природа отдых	2505
Отдых +на природе	2227

Окончание таблицы Б.1

Запрос	Количество
Отдых +в челябинске	2126
Активный отдых челябинск	1908
Аракульский шихан	1629
Загородный отдых	1622
Археологический памятник	1494
Загородные отели екатеринбурга	1396
Базы отдыха челябинск официальный	905
Челябинск отдых цены	826
Сайты баз отдыха челябинск	782
База отдыха челябинск официальный сайт	779
Глэмпинг	623
Кемпинг екатеринбург	592
Озеро аракуль	503

## ПРИЛОЖЕНИЕ В

### Жилые тенты

#### **Сафари тент Юг (каркас 6х4 м, палатка 3х4 м), базовая модель**



#### **Каркас 6х4 м:**

Оцилиндрованный брус D100 мм

Покрытие: антисептик прозрачный Tikkurila

Коннекторы металлические D106мм

Покрытие: порошковая покраска

Цвет: черный матовый

#### **Палатка 3х4 м:**

Синтетическая комбинированная ткань, вход дублирован  
москитной сеткой, одно типовое окно, дублированное  
москитной сеткой, крепление к полу через люверс, липучку  
50 мм выход через люверс для провода в коньке - 1шт.

#### **Кровельный тент:**

Водонепроницаемый

Материал: ПВХ

Цвет: бежевый

Люверсы D 1см по периметру.

Комплектующие для палатки

Рисунок В.1 – Сафари тент ЮГ

### Пати тент

Конструкция 6х6 м на основе каркаса КОЙОТ разработана для проведения мероприятий вместимостью **25 человек**.



Площадь комнаты 36 м кв.

#### **Каркас 6х6 м:**

Оцилиндрованный брус D100 мм

Покрытие: антисептик прозрачный Tikkurila

Коннекторы металлические D106мм

Покрытие: порошковая покраска

Цвет: черный матовый

#### **Кровельный тент:**

Водонепроницаемый

Рисунок В.2 – Пати тент

### Туалет 800х1200х2000 мм



Палатка

Доски для деревянного каркаса

Комплектующие:

Окно из прозрачного ПВХ

Рисунок В.3 – Санузел 1

**Душ 800x1200x2000 мм**



Палатка

Доски для деревянного каркаса

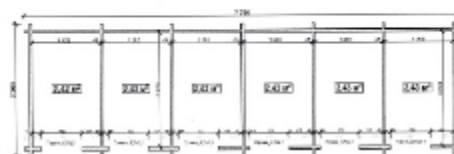
Комплектующие:

Окно из прозрачного ПВХ

Рисунок В.4 – Санузел 2

---

**Модуль Душ/Туалет (7 блоков) 7700x2300x2250 мм**



Стеновой комплект из профилированного бруса.

Деревянные входные двери.

Крыша из ПВХ.

Помост по стеновой комплект

Рисунок В.5 – Санузел 3

ПРИЛОЖЕНИЕ Г  
Макет глэмпинга «ШИХАН»



Рисунок Г.1 – Макет глэмпинга «ШИХАН» на берегу ООПТ «Озеро Аракуль»

ПРИЛОЖЕНИЕ Д  
Электронная версия ВКР

ПРИЛОЖЕНИЕ Е  
Презентация на CD-R диске