

УДК 379.8

**М. Т. Заворотынская, Н. Д. Петров,**  
факультет естествензнания, географии и туризма,  
Ленинградский государственный университет им. А. С. Пушкина,  
Пушкин  
Научный руководитель: канд. геогр. наук, доц. С. В. Писаренко

## «Глэмпинг» и его роль в спортивной рекреации: оценка осведомленности потребителей о данном виде туризма

**Аннотация.** В статье рассматривается понятие «глэмпинга» и определяется его роль в сфере спортивной рекреации. Прослеживается зависимость расположения глэмпингов в непосредственной близости от экологических троп. Представлены результаты интернет-анкетирования по вопросу осведомленности о глэмпингах потребителей различных возрастных групп.

**Ключевые слова:** глэмпинг, отдых на природе, туризм, гостиничная деятельность, экотуризм, новые виды туризма.

**Г**лэмпинг (от *glamorous camping*) — отдых на природе со всеми удобствами и полноценным отельным обслуживанием. Термин «глэмпинг» начал использоваться сравнительно недавно, однако само явление возникло еще в Средневековье. Прообразом глэмпинга можно считать выездные поселения средневековых королей. Глэмпинг развивался и изначально рассматривался как экзотический вид отдыха для богатых туристов. Если раньше не многие путешественники могли себе позволить данный вид отдыха, то сейчас он уже получил широкое распространение [2].

Роль развития глэмпингов в сфере спортивной рекреации заключается в том, что их размещение на природе позволяет эффективно интегрировать активный отдых и досуг. Различные формы ландшафтов и природных ресурсов дают возможность широко использовать разнообразные виды активного отдыха, проведения мероприятий, спортивных сборов и т. д.

Стоит учитывать следующий фактор: глэмпинги обычно располагаются в непосредственной близости от экотроп. Экотропы же — пример туризма не только экологического, но и спортивного. Размещение в глэмпингах предполагает активный отдых, а экотропы позволяют людям не только провести время на природе, но и больше узнать о территории с помощью стендов, смотровых площадок и экскурсий. Размещение глэмпингов и последующее их продвижение можно предполагать, опираясь на существующие экологической тропы. Экологические тропы в тан-

деме с глэмпингами — это очень удачная пара для привлечения туристов, и тогда лес превращается в полноценный рекреационный центр, без вреда природе и экологии.

На базе Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина студентами специальности «Гостиничное дело» было проведено интернет-анкетирование на тему «Глэмпинг». В опросе участвовало 144 человека различных возрастов и регионов России.

*Темой* интернет-анкетирования стала оценка осведомленности потребителей различных возрастных групп о «глэмпинге». Проблема исследования заключается в низкой популярности этой сферы туризма и гостиничной индустрии. Возможно, население не привлекает такой вид отдыха, как глэмпинг, по причине их слабой осведомленности. *Цель* исследования — определить причины слабой популярности глэмпингов, выявить целевую аудиторию данной сферы туризма и гостиничного дела и вызвать интерес у различных возрастных групп к такому явлению.

Среди респондентов было выделено три возрастные группы. На основе полученных данных исследования было сделано несколько выводов. С возрастом уровень осведомленности респондентов о таком новом виде туризма, как глэмпинг, падает. В исследовании была подробно обоснована данная корреляционная зависимость.

В процессе анкетирования респондентам была предоставлена информация о средней цене на глэмпинг. Было выявлено, насколько это совпало с их ожиданиями. Более взрослое поколение имело

размытое представление о цене на данный вид отдыха: 50 % думали, что это дешевле. При этом, имея представления о ценах на глэмпинг, более молодое поколение считает, что данный вид отдыха им по карману.

По данным Ассоциации глэмпингов России, на 2023 г. в России открыто 180 глэмпингов. Наибольшее количество глэмпингов находится в Ленинградской области, Краснодарском крае, Республике Карелия и Тверской области [1]. Почти половина опрошенных (48 %) думали, что их меньше.

Результаты исследования показали, что 84 % опрошенных хотят попробовать сочетание классического отдыха на природе с предоставлением сервисного обслуживания. Но если смотреть подробнее, то такой вид отдыха больше привлекает молодежь.

Проведенное исследование позволяет сделать вывод о перспективности и актуальности данного направления туризма и гостиничной сферы.

Глэмпинг — перспективный вид туризма, но слабая осведомленность потенциальных потребителей замедляет рост данной сферы. Было выявлено, что данный вид отдыха интересен и финансово доступен потребителям возрастной группы от 23 до 35 лет, но их низкая информированность не позволяет им воспользоваться услугами глэмпинга. В целом уровень заинтересованности у населения высокий, но четко прослеживается зависимость интереса к новым видам туризма от возраста. Для старшего поколения характерен консерватизм, поэтому интерес с возрастом падает. Уровень осведомленности у потенциальных потребителей низкий. Они не имели четкого представления о цене, а 36 % опрошенных и вовсе первый раз услышали понятие «глэмпинг». Отсюда можно сделать вывод о необходимости проведения информационной кампании, внедрения данного понятия в «массы», и тогда это увеличит узнаваемость вида туризма и, следовательно, его развитие.

1. Ассоциация Глэмпингов : [сайт]. — URL: [glamping-association.ru](http://glamping-association.ru) (дата обращения: 25.04.2023).
2. Глэмпинги России : [сайт]. — URL: <https://glamping-russia.ru/> (дата обращения: 29.04.2023).