

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
ГЕОГРАФІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА КРАЇНОЗНАВСТВА ТА ТУРИЗМУ

**ТЕМАТИЧНІ ПАРКИ РОЗВАГ ЯК КАТАЛІЗАТОР СОЦІАЛЬНО-
ЕКОНОМІЧНОГО ТА ТУРИСТИЧНОГО РОЗВИТКУ МІСЦЕВИХ
ГРОМАД**

за спеціальністю: 242 Туризм

галузі знань: 24 Сфера обслуговування

на здобуття освітнього ступеню: Магістра

за освітньо-професійною програмою: Туризм

Магістерська робота

студента денного відділення

Олексенка Артема Миколайовича

Науковий керівник:

д.геогр.н, проф. Смирнов І. Г.

КИЇВ – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕМАТИЧНИХ ПАРКІВ РОЗВАГ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ДЛЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ТА ТУРИСТИЧНОЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ РЕГІОНУ	7
1.1. Розважальні парки як фактор формування добробуту місцевого населення	7
1.2. Особливості регіональної політики дестинації в умовах сталого розвитку та децентралізації	11
1.3. Понятійно – термінологічний апарат дослідження	23
1.4. Методичні підходи до проведення дослідження	35
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ПАРКІВ АТРАКЦІОНІВ НА ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ІМІДЖУ ГРОМАД НА ПРИКЛАДІ США	38
2.1. Ретроспективний аналіз еволюції формування та розвитку парків розваг	38
2.2. Динаміка та тенденції розвитку сектору тематичних парків розваг в США	43
2.3. Обґрунтування взаємозв'язків між господарською діяльністю парків розваг та місцевою економікою штатів	47
РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ДОСВІДУ США У РОЗВИТКУ ТЕМАТИЧНИХ ПАРКІВ РОЗВАГ УКРАЇНИ	50
3.1. Оцінка сучасних тенденцій розвитку парків розваг в Україні в умовах російсько-української війни	50
3.2. Дослідження попиту на парки розваг в Україні: аналіз та інтерпретація результатів опитування	60
3.3. Розробка дорожньої карти рекомендацій для впровадження парків розваг як елементу регіональної туристичної політики .	64

	3
ВИСНОВКИ	72
СПИСОК ВИКОРИСТАНОХ ДЖЕРЕЛ	74
ДОДАТКИ	82

ВСТУП

Актуальність. У міру зростання туристичної індустрії, парки розваг стають одними з найпопулярніших форм масового дозвілля. За даними Асоціації парків розваг та атракціонів, у 2019 році американський Magic Kingdom у Флориді прийняв більше 20 мільйонів відвідувачів, що робить його найпопулярнішою розважальною дестинацією у світі. Проте, крім збільшення туристичних потоків, такі підприємства стають каталізатором для соціально-економічного розвитку регіону. Аналіз досвіду США виявив, що вони збільшують зайнятість місцевого населення, податкові надходження, активізують підприємницьку діяльність малого та середнього бізнесу у супутніх галузях та виконую функцію нарощення соціального капіталу, виступаючи своєрідним медіатором для взаємодії та співпраці між людьми. Тому дослідження перспектив використання тематичних парків розваг у контексті реформи децентралізації та процесу євроінтеграції України має велику актуальність, оскільки відкриває нові можливості для забезпечення подальшого добробуту місцевих громад та є важливим кроком у формуванні ефективної стратегії розвитку регіонів відповідно до концепції сталого розвитку.

Мета дипломної роботи. Розробка дорожньої карти з відповідними рекомендаціями щодо ефективного використання тематичних парків розваг у регіонах на основі досвіду США.

Для досягнення поставленої мети були сформовані такі **завдання**:

- 1) розкрити теоретичні засади тематичних парків розваг та визначити їх місце у системі регіонального розвитку;
- 2) з'ясувати специфіку регіональної туристичної політики в умовах децентралізації та сталого розвитку;
- 3) висвітлити історичну еволюцію розвитку тематичних парків розваг у США;

- 4) визначити туристично – ресурсну базу та особливості географії парків розваг України та США;
- 5) охарактеризувати сучасну динаміку та тенденції розвитку сектору тематичних парків розваг в США та Україні;
- 6) проаналізувати ефективність діяльності тематичних парків розваг США та оцінити їх вплив на соціально-економічний та туристичний розвиток регіону (штату);
- 7) оцінити можливості впровадження та доцільність використання досвіду США щодо організації тематичних парків розваг в Україні.

Об’єктом дослідження дипломної роботи є тематичні парки розваг США та України.

Предметом дослідження є їхній вплив на соціально-економічний та туристичний розвиток місцевих громад.

Новизна дослідження. В Україні подібних досліджень небагато. Питання щодо вивчення ролі тематичних парків розваг у формування добробуту місцевого населення в умовах реформи децентралізації, процесів євроінтеграції та сталого розвитку в сучасній науковій літературі висвітлене недостатньо. Практика та особливості туристично-бізнесової діяльності парків розваг США та України згадуються лише побіжно у працях українських дослідників.

Інформаційну базу моєї дипломної роботи склали монографії, підручники, навчальні посібники з теми дослідження, а також наукові статті та матеріали міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференцій. Крім цього, були досліджені україномовні та англійськомовні джерела, у т. ч. статистичні збірники та бюлетені, картографічні матеріали. Під час написання дипломної роботи автором було використано 63 інформаційних джерела.

Практичне значення одержаних результатів. Отримані результати можуть бути використані в розробці стратегій розвитку територіальних громад України, насамперед представниками місцевих органів самоврядування з метою оцінки наявного потенціалу території для реалізації такого типу підприємств. Також, дослідження може стати важливим інструментом для інвесторів, які зацікавлені в інвестуванні у тематичні парки розваг. Викладена інформація дасть інвесторам зрозуміти перспективи та ризики таких інвестицій, а також розробити ефективні стратегії для їх розвитку. Робота може бути корисним для місцевих підприємців, які працюють у суміжних сферах (наприклад, готельного та ресторанного бізнесу), що дасть їм більше уявлення про те як поєднувати своє підприємництво з тематичними парками розваг. Не менш важливо, результати дослідження можуть стати базою для подальших досліджень академічною спільнотою у економіці та туризмі.

Структурно робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури та джерел, додатків. Курсова робота викладена на 109 сторінках тексту, включає 17 додатків (карти, таблиці, схеми, діаграми тощо).

Апробація результатів наукової роботи. Основні положення і отримані результати дослідження були оприлюднені на Міжнародній науково-практичній конференції «Сучасний стан та перспективи розвитку економіки, фінансів, обліку та права», м. Полтава 14 листопада 2019 р. з тезами доповідей: «Тематичні парки розваг США як підстава для розвитку міжнародного туризму». Розширена, доповнена та осучаснена з урахування останніх тенденцій наукова робота посіла II місце у II турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт зі спеціальності: «Туризм» на базі ХНЕУ ім. С. Кузнеця, березень 2020 р. Тема роботи: «Компаративний аналіз особливостей організації дозвілєвої діяльності США та України (на прикладі тематичних парків розваг).

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕМАТИЧНИХ ПАРКІВ РОЗВАГ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ДЛЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ТА ТУРИСТИЧНОЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ РЕГІОНУ

1.1. Розважальні парки як фактор формування добробуту місцевого населення

Тематичні парки - це зіркові гравці в туристичній індустрії, які відіграють особливу роль у створенні попиту на туристичні послуги. Вони можуть бути головним мотивом для здійснення подорожі або ключовими елементами туристичного продукту.

Уряди країн часто сприяють розвитку тематичних парків, з метою збільшення вартості землі, зайнятості населення та податкових надходжень. Такі заходи сприяють покращенню іміджу території (Liang, 2019). Крім того, тематичні парки допомагають у забезпеченні економічного зростання, диверсифікації місцевості, відновленню просторової рівноваги та територіальній валоризації (Clavé, 2007). Результати впливу сектору тематичних парках на територіальні громади варто розглядати з різних перспектив, зокрема соціально-культурної, економічно-бізнесової, екологічної та політичної [8, с. 10].

Тематичні парки мають позитивний вплив на культурний розвиток регіону. Часто вони використовують діснеїзацію для демонстрації місцевої історії, фольклору та традицій, що допомагає зберегти та просувати культурну спадщину регіону. Така демонстрація місцевої ідентичності підвищує локальний патріотизм та рівень залученості мешканців до розвитку своїх спільнот.

На соціальному рівні, парки сприяють створенню можливостей працевлаштування, надаючи прямі та непрямі робочі місця як для кваліфікованих, так і некваліфікованих працівників, забезпеченні капіталовкладень та стимулюванні ринку завдяки збільшенню туристичного

поток. Як наслідок, при цьому спостерігається поживлення міського життя або конкретних районів, зменшення рівня бідності, соціальної відчуженості та зменшенню соціальних нерівностей за ефектом доміно. Створюються умови для особистісного та емоційного задоволення людей через ескапізм, що підвищує якість життя в цілому. Разом з цим, проблеми можуть включати перезавантаження місцевої інфраструктури новими людськими потоками, надмірну комерціалізацію, непорозуміння і конфлікти між місцевими жителями та туристами через різницю у мовах, звичаях та системах цінностей, порушення місцевих кодексів (норм) поведінки.

Належне управління тематичним парком має багато переваг з тояки зору освітнього сектору. Відповідно до пропозиції Сільбермана (2017), культурні об'єкти, такі як тематичні парки, можуть бути використані як місця для шкільних екскурсій з метою ознайомлення учнів з певними науками через розваги, що називається «edutainment» [5, с. 87].

Тематичні парки можуть мати як позитивний, так і негативний вплив на довкілля та екосистеми у місці розташування. Спорудження парку може спричинити знищення природних місць (наприклад, вирубка лісів) і зменшення біорізноманіття. Однак, правильне планування та управління парку може забезпечити зменшення негативного вплив. Такі парки можуть стати платформою для екологічного просвітництва, закріпити у відвідувачів відчуття відповідальності до природи та сприяти екологічній свідомості через CSR напрямок. Багато власників інвестують у зелені технології, наприклад установка альтернативних джерел енергії як сонячні батареї або реалізація програми сортування відходів. У містах вкрай обмежені можливості створення нових парків через брак вільних територій, які можна відвести для цієї мети. Однак, для збільшення площі парків у містах можна використовувати метод рекультивації - відновлення порушених територій. Сучасна будівельна техніка дозволяє переміщувати великі об'єми ґрунту, створювати штучний рельєф, а також створювати водні об'єкти з потрібними характеристиками. Особливо цей підхід поширений в великих

містах, де дефіцит територіальних ресурсів є особливо гострим, і тенденція створення парків на місці колишніх звалищ, знесеної виробничої та складської забудови набуває все більшої популярності. Це не тільки допомагає мінімізувати антропогенний відбиток підприємства, але й ставить приклад для інших бізнесів у регіоні.

Не останнє місце у впливі тематичних парків займає політика. Зокрема, місцевий туристичний профіль посилюються, створюючи унікальний географічний бренд та позиціонування на основі тематичного парку. Уряди всіляко підтримують розвиток тематичних парків, оскільки вони вбачають такі заклади як інструмент для формування лояльності серед виборців до певної політичної сили, даючи можливість для формування політичних переваг місцевим органам самоврядування і підвищенню їх конкурентоспроможності на національному та навіть міжнародному рівнях. В обмін на це, підприємцям надаються спеціальні стимули у вигляді певних пільг (знижені податки, адміністративні спрощення, окремі земельно-податкові юрисдикції і т.д.).

У разі випадку соціально-економічної деградації території тематичний парк може виступати як засіб регенерації та економічного оновлення, приваблюючи нові інвестиції та туристів, розвиток транспортної інфраструктури. Парки та відкриті простори можуть сприяти розвитку здорових та інтегрованих громад та підвищення якості міського середовища [11, с. 98].

Розвиток тематичних парків з погляду нерухомості може призвести до туристичної джентрифікація тобто процесу оновлення і перебудови житлових будівель в не привабливих частинах міста (Liang & Bao, 2015) та перебудування районів міста (Richards, 2001). Разом з цим, були визначені й негативні наслідки, до них належать: затори на дорогах, збільшення рівня злочинності, шумове, світлове, рекламне, повітряне та візуальне забруднення, як наприклад, непривабливі будівлі та споруди, великі

автостоянки (Clavé, 2007) та руйнування попередньо сформованого місцевого ритму життя (Roberts & Wall, 1979).

Гібридне споживання присутнє у мультифункціональних парках широко впливає на економіку та промисловість району. Тематичні парки будують тісні зв'язки з підприємствами супутніх галузей таких як ресторани, роздрібні магазини, нічні розважальні комплекси, музеї, логістично-транспортні компанії, готелі, технічні обслуговуючі заклади, генеруючи додатковий грошовий дохід, податкові надходження та нові робочі місця. Таким чином, поживляється укладання партнерських угод між місцевими підрядниками та інвесторами, розширюється потенціал місцевого ринку, спостерігається зміцнення експортного сектора та збільшення попиту та пропозиції на місцеві продукти та послуги. Це все у свою чергу має мультиплікативний ефект на макроекономічні характеристики країни у довгостроковій перспективі: збільшення ВВП, досягнення ринкової рівноваги попиту та пропозиції (сприятлива екстерналія), ефекту масштабу (збільшення обсягів виробництва за рахунок зменшення витрат), ліквідація регіональних диспропорцій, диверсифікація господарчої спеціалізації регіону та покращенню інвестиційної привабливості регіону тощо [41, с. 18].

Отже, тематичні парки є важливим фактором місцевого розвитку. Їх еволюція та поточний стан були сформовані численними процесами у всьому світі. Тому тематичні парки не повинні сприйматися лише як місця для розваг і відпочинку. У більш широкому розумінні вони є відображенням суспільств, у яких вони існують, формуючи та впливаючи на них. Вплив індустрії тематичних парків охоплює економічні, екологічні та політичні сфери, впливає на міське проектування та планування, архітектуру та ландшафт (Мільман, 2010). Крім того, неможливо заперечувати багатогранний місцевий розвиток на соціально-культурному рівні, який створюють тематичні парки. Загалом, ціль регіональної політики та стратегічного проектування парків у місцевих центрах спрямована на

задоволення потреб локального населення та отримання всіх переваг від наявності вільного простору (Харпер, 2009) [50, с. 36].

Слід дотримуватися ряду принципів (умов), щоб досягти сталого місцевого розвитку:

- Ознайомлення місцевої громади з концепцією тематичних парків, інформування та навчання.
- Залучення місцевої спільноти до політики розвитку.
- Покращення задоволеності відвідувачів.
- Адаптація концепції до місцевих потреб та реалій кожної громади з метою забезпечення стійкості проекту та доступу до ширшої аудиторії.
- Захист ресурсних активів та інтеграція з соціальним та економічним життям громади.
- Введення планів розвитку, спрямованих на розвиток малих та середніх бізнесів та створення інфраструктури, відповідної для туризму та культури (Δρακωνάκη, 2016).

У кожному випадку проекти та інвестиції, такі як тематичні парки, повинні бути пристосовані до місцевих потреб та стратегічного планування області-господаря, щоб показати свою ефективність. Однак не слід забувати, що результати та переваги стають очевидними лише після тривалого процесу та в контексті правильного планування та управління регіоном. У довгостроковій перспективі тематичні парки здатні змінювати культурний престиж місцевості-господаря, сприяючи інтеркультурне середовище [21, с. 36-37].

1.2. Особливості регіональної політики дестинації в умовах сталого розвитку та децентралізації

Держава та її виконавчі органи виявляють значний інтерес до туризму. Дискусії про суспільно-економічну політику становлять основу для розробки туристичної політики та її впливу на стратегію розвитку туризму.

Зважаючи на значення туризму для розвитку регіонів, актуальною стає розробка та реалізація регіональної туристичної політики, яка враховує інтереси локальної економіки. В останні роки, виробничі та соціальні наслідки туризму диференціюються на рівні регіонів та туристичних місць, тобто на масштабі локальної економіки.

Спостереження чітко свідчать про те, що туризм є важливим напрямом спеціалізації регіональної економіки, і тому він активізує економіку певної території. Це призводить до виникнення нових видів послуг, таких як розміщення, харчування, транспорту, відпочинково-розважальних об'єктів, що використовують продукти й засоби промислового виробництва як для туристів, так і для місцевої спільноти. Це сприяє розвитку інвестиційної діяльності, створенню нових робочих місць та збільшенню надходжень до місцевих бюджетів зі сфери обслуговування туристичного руху та населення. Таким чином, розвиток туристичної індустрії стимулює зростання рівня розвитку регіонів, які можуть бути несприятливими для промислового та сільськогосподарського виробництва, зменшує міграцію сільського населення до обласних центрів тощо [28, с. 9].

Дедалі більше науковців та підприємців проявляють інтерес до питань формування туристичної політики. В цьому процесі значний внесок зробили вітчизняні дослідники, такі як Л. П. Дядечко, А. Х. Іляшенко, В. Ф. Кифяк, В. К. Кіптенко, В. С. Кравців, А. А. Мазаракі, Т. І. Ткаченко, І. М. Школа та інші.

Діяльність органів місцевого самоврядування у сфері туризму залежить від загальної економічної політики держави, але вони мають достатньо повноважень для формування туристичних функцій на своїй території. При цьому вертикальна структура управління повинна враховувати специфіку регіональної туристичної індустрії, зокрема розташування, клімат, туристичні об'єкти, стан інфраструктури та туристичної пропозиції, при прийнятті рішень [20, с. 42].

Державна політика та державне регулювання в галузі туризму визначаються сукупністю дій держави у цьому секторі. Їх головними метою є задоволення туристичних потреб суспільства, раціональне використання туристичних об'єктів, засобів та предметів праці, капіталу в галузі туризму, формування оптимальних розмірів та структури туристичного руху та координація розвитку туризму з урахуванням його функцій та зв'язків з іншими секторами економіки.

Глобальний досвід встановив ключові підходи до формулювання принципів успішності туризму, які визначають ефективність державної туристичної політики та сприяють розвитку сталого туризму. Зокрема, це розвиток туризму «знизу догори», коли місцева громада є основним суб'єктом туристичної діяльності, а місцева економіка забезпечує ресурси туристичної сфери; ефективне партнерство та співробітництво всіх учасників туристичної діяльності та рівноправний розподіл вигод, що виникають від розвитку туризму; підвищення інформованості про туризм, включаючи науково-аналітичні дослідження, які створюють основу для впровадження інтегрованого планування та кооперації; дотримання обмежень туристичного впливу та поєднання туристичної діяльності з екологічним, економічним, соціальним та культурним аспектами [7].

Узагальнюючи вищесказане, можна схематично сформулювати такі вимоги до державної туристичної політики України: забезпечення ефективного використання туристичних ресурсів; розробка стратегічних планів щодо розвитку туризму, з метою уникнення можливих серйозних екологічних та соціально-культурних проблем; сприяння поліпшенню довкілля; забезпечення високого рівня задоволення потреб туристів з одночасним збереженням привабливості місця туристичного призначення тощо.

Загалом, інструменти державної туристичної політики можна розділити на дві категорії: інструменти безпосереднього впливу, які держава спрямовує безпосередньо на туристичну індустрію, та інструменти

опосередкованого впливу, які мають загальний характер і сприяють формуванню різних сфер суспільно-економічного життя країни, наприклад, податкова система [9].

Для ефективного управління туристичною індустрією на регіональному чи локальному рівні необхідна система співпраці між різними групами, такими як суб'єкти підприємницької діяльності (туристичними підприємствами), органи територіального самоврядування на всіх рівнях, організаціями і спілками туристичної сфери та місцевим самоврядуванням, а також регіональними і локальними туристичними організаціями.

На успішну реалізацію туристичної функції на регіональному та локальному рівнях впливають найбільше органи місцевого самоврядування. Вони забезпечують надання туристичної інформації та маркування туристичних об'єктів та маршрутів, співпрацюють з іншими суб'єктами господарювання, відповідають за підтримання та обслуговування місцевої інфраструктури та комунікацій (включаючи водопостачання та водовідведення, вивіз сміття, освітлення тощо), а також забезпечують охорону правопорядку [39, с. 3].

Можливі рекомендації для успішної реалізації місцевої туристичної політики включають наступні аспекти:

- раціональне використання природних ресурсів та звичаїв корінних жителів для збереження їхньої ідентичності.
- Забезпечення гостинної атмосфери для туристів протягом їх перебування на місцевості.
- встановлення цін на місцевому туристичному ринку, які відповідають купівельній спроможності туристів.
- гнучкість планів туристичного розвитку, що дозволяє будувати нові об'єкти, а з іншого боку зберігати туристичні цінності при їх використанні.

Зазвичай активність органів місцевого самоврядування визначає, які інструменти управління регіональною туристичною індустрією будуть використовуватись. Однак не всі місцеві ради зацікавлені у прийнятті рішень, спрямованих на співпрацю й активний вплив на туристичну сферу [18].

Однією з важливих функцій, яка входить до компетенції органів місцевого самоврядування в галузі локальної туристичної політики, є популяризація їх території та окремих туристичних продуктів. Це необхідно з метою виконання поставлених завдань у ринковій економіці. Ефективна популяризація передбачає професійність в промоції, точність та достовірність інформації, доступність мовлення, комплексність популяризаційних матеріалів, узгодженість та координацію заходів, викладання матеріалів і видавничу справу, участь у виставках та інші дії. Популяризація місцевих туристичних об'єктів та окремих продуктів, а також складових туристичної інфраструктури, має здійснюватися в рамках всього регіону.

У країнах Європейського Союзу можуть використовуватися фінансові інструменти регіональної політики, такі як дотації європейських фондів та позики Європейського банку розвитку, щоб підтримати та активізувати місцеве самоврядування. Ці інструменти спрямовані на підвищення туристичної привабливості регіону, зростання професіоналізму працівників у туризмі, підтримку туристичної кооперації та розробку та впровадження стратегій розвитку, які враховують «ендогенні потенціали» [48, с. 11].

Кіптенко В.К. поділила продукти туристичних територій на різні категорії, а саме:

- матеріальні туристичні продукти, такі як туристична карта, туристське спорядження та сувеніри;
- туристичні події, такі як виставки, ярмарки, фестивалі та спортивні заходи;

- туристичні послуги, такі як готельна, гастрономічна, транспортна та екскурсійна послуги;
- туристичні заходи, такі як подорожі, екскурсії та рейди;
- туристичні об'єкти, такі як музеї, історичні пам'ятки, спортивно-концертні зали, конгрес-центри, готелі, печери та природні пам'ятки;
- туристичні маршрути, такі як пішохідні, велосипедні, автомобільні маршрути та маршрути паломництва;
- туристичні місця, такі як регіони, округи, місцевості, національні парки та природні та антропогенні пам'ятки.

Крім того, Кіптенко В.К. пояснює термін «туристичний продукт-місце» та визначає його як ключову складову територіального туристичного продукту, яка відіграє роль особливої візитної картки місцевості. Згідно з її твердженням, туристичний продукт-місце - це географічно обмежений продукт, що складається з різних елементів туристичного потенціалу або вже існуючих продуктів на тій території, які об'єднуються загальною ідеєю, що визначає його унікальність, оригінальність та ринкову привабливість [42].

Для створення ефективної та конкурентоздатної регіональної пропозиції, яка задовольняє потреби споживачів, необхідна співпраця між багатьма особами та організаціями. Однією з можливостей співпраці є укладання угоди про співробітництво між кількома суб'єктами ринку з метою створення туристичного пакету послуг. При цьому всі оператори зберігають незалежність, але створення нових підвидів туристичного продукту вимагає укладання подальших контрактів.

Іншою формою співпраці може бути створення маркетингової групи суб'єктами малого бізнесу з метою зниження трансакційних витрат, визначення адекватної позиції на ринку та створення нових сегментів ринку. Компанії, що працюють в рамках маркетингової групи, можуть пропонувати пропозицію під власним брендом або під брендом групи. Наприклад, група

невеликих готелів може створити єдину систему бронювання, програми лояльності та трансферу, і пропонувати свою знижку під власною торговою маркою. Іншим прикладом може бути регіональна група, адаптована для вирішення потреб туристів, що віддають перевагу спортивному туризму.

Мережа - це співпраця між суб'єктами, яка зосереджена на створенні туристичної пропозиції і просуванні її на ринку. Мережа може бути також розглянута як відносини обміну між суб'єктами, які пов'язані між собою конкретною діяльністю або набором кооперативних та конкурентних відносин з окремими партнерами. Мережа часто створюється для забезпечення рівномірного продажу послуг, зокрема розміщення або громадського харчування, з метою зниження трансакційних витрат. Регіональне співробітництво між суб'єктами може бути важливим для створення регіонального туристичного продукту [29, с. 56].

Створення регіональних ініціативних груп (РГ) - це партнерство між державою та приватним сектором, яке передбачає формування груп у сільських місцевостях у формі асоціації, торгової асоціації або фонду. РГ створюються з ініціативи громадян, які хочуть брати активну участь у місцевій співпраці та займаються питаннями економічного, соціального, культурного характеру, охорони навколишнього середовища, збереження історичної та культурної спадщини, розвитку регіональних утворень, розвитку туризму та туристичної пропозиції. Діяльність РГ сприяє вирішенню місцевих проблем, забезпечує розвиток свого регіону та ефективне використання місцевих ресурсів.

Регіональні туристичні організації (РТО) є об'єднаннями, які формують туристичну пропозицію одного або кількох міст, сіл або регіонів туризму, і зазвичай створюються у формі асоціацій. Їх учасниками є оператори на туристичному ринку, місцеві органи влади, торгові палати, асоціації туризму та інші особи, які зацікавлені в розвитку туризму в регіоні. РТО прагнуть до рівноправності між своїми членами та головною метою є створення умов для розвитку місцевого туристичного продукту та його

просування. РТО не мають комерційної спрямованості та їх основним джерелом доходу є членські внески та зовнішні гранти [50, с. 4].

Компанія, яка створює та продає регіональний туристичний продукт (КСП), є комерційною організацією, що діє головним чином як керуюча компанія місцевих туроператорів. На відміну від РТО, КСП залежить від комерційних угод з різними суб'єктами та отримує прибуток для своїх акціонерів у формі дивідендів від залучених фінансових ресурсів. Однією з переваг КСП є те, що вона менш схильна до політичного та адміністративного тиску, порівняно з РТО.

Туристичний кластер - це група економічних операторів та пов'язаних з ними організацій, які надають підтримку в конкретній області туризму. Вони зосереджені в певному просторі в одному або декількох регіонах і спеціалізуються в певній галузі. Хоча ці оператори працюють незалежно і конкурують один з одним, вони співпрацюють для отримання взаємовигідних результатів. Конку rentне співробітництво відіграє важливу роль, оскільки дозволяє конкурентам одночасно розвиватися і отримувати прибуток. На даний момент туристичний кластер є пріоритетною формою партнерства на ринку туризму [20, с. 88].

За останні шість десятиліть туризм пройшов через процеси збільшення та розширення, що призвело до його становлення як одного з найшвидше розвиваючихся секторів світової економіки. Однак ця ситуація викликає проблему нераціонального використання ресурсів, деградації природної та культурної спадщини та соціальних проблем. Тому виникає потреба зміни парадигми розвитку туризму на більш раціональну та відповідальну, що передбачає використання рекреаційно-туристичних ресурсів з дотриманням принципів сталого розвитку.

Концепція сталого розвитку передбачає встановлення рівноваги між задоволенням поточних потреб людства та захистом інтересів майбутніх поколінь, включаючи їх потребу у збереженні безпечного та здорового довкілля. Програма сталого розвитку до 2030 року була прийнята

Генеральною Асамблеєю ООН, яка містить 17 цілей сталого розвитку (ЦСР). З цих цілей 11 орієнтована на досягнення сталого розвитку на місцевому рівні, зокрема в громадах.

Стратегія сталого розвитку України до 2030 року враховує глобальні ЦСР та національні пріоритети, що передбачає встановлення цілісної системи стратегічних та операційних цілей для досягнення інтегрованого економічного, соціального та екологічного розвитку держави до 2030 року. Незважаючи на те, що повномасштабна війна розпочата у 2022 році порушила встановлені терміни реалізації програмного документу, основні вектори розвитку все ще залишаються важливими та актуальними. Угода про асоціацію між Україною та Європейським Союзом (2014) та вже статус кандидата в ЄС (2022) є фундаментом для впровадження інноваційних змін в Україні в напрямку сталого розвитку [65].

Особливу увагу слід приділити стратегічні цілі 2, яка полягає у забезпеченні сталого розвитку галузей та регіонів, а також її операційній цілі 2.3, яка акцентує на збереженні національних культурних цінностей та традицій як основі для сталого розвитку регіонів, яка полягає у впровадженні сталих методів виробництва та споживання, які враховують місцеві умови, культурні цінності та традиції, а також зменшують негативний вплив на довкілля. Це сприятиме збереженню природних ресурсів та підвищенню економічної ефективності за рахунок зменшення відходів та використання екологічно чистих технологій. Також, однією з операційних цілей стратегії є забезпечення сталого розвитку міст і населених пунктів, зокрема, їх інклюзивності, безпеки, життєздатності та балансу. До 2025 року передбачається узгодження стратегій розвитку різних рівнів - загальнонаціонального, регіонального та місцевого - зі стратегією сталого розвитку України, з метою забезпечення гармонійного поєднання різних інтересів. Важливою складовою впровадження стратегії є підтримка територіальних громад і їх активна участь у виконанні стратегії у ролі рушійної сили. ЦСР 11 «Сталий розвиток міст і громад» може бути

досягнута в туристичній сфері України не лише через організацію подієвого туризму в відомих всесвітніх туристичних містах, таких як Київ, Одеса та Львів, але і через будівництво тематичних парків розваг, враховуючи всі їх переваги як курортно-туристичних напрямків з багаторічними традиціями, рекреаційним, розважальним, освітнім та культурним потенціалом [60, с. 2-3].

Стратегія Кабінету міністрів щодо розвитку туризму та курортів до 2026 року вказує на те, що згідно з оцінкою UNWTO, туризм складає 10% світового ВВП з урахуванням непрямих наслідків, та стає однією з головних сфер, що впливає на світову економіку. Україна, розташована в центрі Європи, має потенціал для економічного розвитку через туризм, але відстає від провідних країн світу за розвитком туристичної інфраструктури та якістю послуг. Фінансово-економічна та соціальна кризи, що виникли через вторгнення Росії, призвели до зменшення числа в'їзних туристів до 80%, негативно вплинула на загальний туристичний сектор України та зменшила її популярність як туристичного напрямку з огляду на безпекові причини.

Умови сталого розвитку сфери туризму та курортів включають: координуючу роль держави у реалізації національної туристичної політики з застосуванням принципів державно-приватного партнерства, організацію наукових досліджень та розвитку людського потенціалу; концентрацію ресурсів держави на пріоритетних завданнях розвитку сфери туризму та курортів; створення загальнодержавної інформаційної системи у сфері туризму та курортів та її інтеграцію до світової інформаційної туристичної мережі; удосконалення законодавства з питань регулювання суспільних відносин у сфері туризму та курортів; сприяння розвитку міжрегіонального та міжнародного співробітництва у сфері туризму та курортів; удосконалення бізнес-клімату на постійній основі та розвиток добросовісної конкуренції; запровадження інституту саморегульованих організацій у сфері туризму та курортів, включаючи створення національної туристичної організації; розроблення національних стандартів відповідно до

міжнародних стандартів; популяризація держави та якісних національних туристичних продуктів у світовому інформаційному просторі; розвиток туристичних територій. Ці заходи мають допомогти зменшити негативні тенденції та створити сприятливі умови для сталого розвитку сфери туризму.

Наша держава зосереджується на європейських інтеграційних процесах, які пов'язані з внутрішніми реформами, спрямованими на поліпшення системи публічного управління. Основними пріоритетами національної політики управління регіонами є децентралізація влади та фінансів, а також формування фінансово стійких територіальних громад. Це призводить до оптимізації адміністративно-територіальної структури та забезпечує збільшення ефективності державного управління [62].

До 2014 року в адміністративно-територіальному устрої України існувала значна кількість базових адміністративних одиниць, таких як села та селища, що призвело до подрібненості структури та неспроможності надавати необхідні адміністративні та соціальні послуги для жителів менших громад. Таким чином, це створило потребу в об'єднанні таких населених пунктів у територіальні громади з достатньою кількістю мешканців та фінансових ресурсів, щоб забезпечити належний рівень життя та соціальний захист для місцевого населення.

Децентралізація - це процес перерозподілу функцій, ресурсів, повноважень та відповідальності від центрального управління до місцевих органів самоуправління. Згідно з Великим тлумачним словником сучасної української мови, це система управління, в якій частина функцій центральної влади передається до місцевих органів самоуправління, або ж централізація скасовується або послаблюється.

У 2014 році в Україні була започаткована реформа децентралізації, згідно з положеннями Європейської хартії місцевого самоврядування. Головна мета цієї реформи - створення ефективного та спроможного інституту місцевого самоврядування, такого як ОТГ, та передача

повноважень та фінансів найближче до людей. Законодавець визначив відповідність Перспективному плану формування територій громад та потенційну спроможність громади як головні умови для добровільного об'єднання територіальних громад. Спроможна територіальна громада - це громада, в якій місцеві джерела наповнення бюджету, інфраструктурні та кадрові ресурси є достатніми для вирішення питань місцевого значення в інтересах жителів територіальної громади. Держава надає організаційну, методичну та фінансову підтримку ОТГ, створюючи стимули для імплементації цієї реформи. Станом на 1 січня 2022 року в Україні вже створено 1469 об'єднаних територіальних громад. Ці показники свідчать про значний прорив в охопленні території України новою формою локальної самоорганізації населення [60, с. 33].

Серед ключових проблем, з якими стикаються об'єднані територіальні громади (ОТГ), можна виділити наступні:

- Непідтримка відповідної фінансової бази для виконання переведених повноважень. Наприклад, Мереф'янська ОТГ має проблему з фінансуванням сфери освіти через невідповідність між обсягом переведених повноважень та наявними коштами.
- Несумісність децентралізаційної реформи з конституційною реформою. Передача повноважень від обласних і районних державних адміністрацій до ОТГ не завжди супроводжується ліквідацією цих органів влади. Це може призвести до спротиву з боку обласних і районних адміністрацій, що ускладнює процес імплементації реформи децентралізації. Наприклад, Ходорівська ОТГ на Львівщині зіткнулася з подібною проблемою при об'єднанні територіальних громад.

Отже, при розробці туристичної політики необхідно враховувати не лише забезпечення балансу між секторами господарства регіону, але й узгодження темпів і масштабів розвитку туризму з економічними процесами в державі. На сьогоднішній день, більшість туристичних компаній України

зосереджена на експорті туристів та капіталу за кордон, тобто на «імпорті вражень». Спостерігаються тенденції, спрямовані на збільшення «експорту вражень» в міжнародному туризмі, але вони супроводжуються проблемами, такими як складні візові процедури, низька якість автомобільних доріг, недостатня розвиненість рекреаційної інфраструктури, її пікове перевантаження або навіть її відсутність. Ці фактори стимулюють прийняття термінових юридичних, економічних та проектних заходів на загальнодержавному та регіональному рівнях, щоб вирівняти розвиток рекреаційної галузі в різних регіонах країни та покращити її загальні показники [32, с. 67].

1.3. Понятійно – термінологічний апарат дослідження

Для більш глибокого розуміння впливу тематичних парків розваг як елементу соціокультурної інфраструктури на регіональний розвиток необхідно чітко визначитися з підходами до трактування дефініцій «тематичні парки розваг», «регіон», «регіональний розвиток», «регіональна політика», «туристична дестинація», а також іншими, але не менш важливими суміжними поняттями.

Тематичні парки залучили значний інтерес з боку академічних дослідників у останні десятиліття. Дослідники вивчали такі парки через різні дисципліни, такі як психологія (Pearce & Moscardo, 1985), соціологія (Lucks, 2008), дизайн ландшафту (Young & Riley, 2002), менеджмент (Travis, 2011) та географія туризму (B. Li et al., 2020). Споріднені дослідження містять численні визначення та охоплюють різноманітні теми. Вчені з туризму в основному вважають тематичні парки місцями дозвілля для місцевих жителів або туристично визначними пам'ятками для відвідувачів (Liang, 2019; Milman, 2008); географи та соціологи розглядають тематичні парки як спосіб втечі від повсякденного життя (Tuap, 1998). Тематичні парки також представляють утопічні міські простори

(Gottdiener, 1982) та функціонують як фізичне перенесення до пізно модерного та постмодерного суспільства (Dixon, 2014) [27].

Загалом, парк - це закритий шматок землі, призначений для відпочинку або захисту (наприклад, національні парки; Eagles & McCool, 2002). Немає однієї єдиної характеристики, яка б була достатньою для відрізнення тематичних парків від інших парків (Nye, 1981). Термін «тематичний парк» вважається нащадком парків розваг та навіть середньовічних європейських ярмарків (Бао, 2016; Milman, 2008). Парки розваг згодом стали розглядати як унікальний тип тематичних парків (Liang, 2019) [34].

Перший Діснейленд у Каліфорнії представляє собою прототип тематичного парку. Клаве (2007) виділив кілька типів тематичних парків, це може бути нішевий або закритий парк (наприклад, мініатюрні світи та будинки привидів), або регіональний та міський парк з великим відкритим та закритим простором. Призначення тематичних парків, таких як Діснейленд та Universal Studios, полягає в тому, щоб об'єднати в собі закриті та відкриті атракціони та інтегрувати велику кількість інших зон всередині та поза воротами парків для надання розширеного клієнтського досвіду (наприклад, Downtown Disney та City Walk).

Clavé (2007) описав такі критерії, що характеризують тематичні парки: тематична ідентичність; кілька зон з різною тематикою; закритий простір з контрольованим доступом; велика потужність; наявність атракціонів, шоу та ігор; тематичний розважальний контент; торговельні та ресторанні заклади. Ці критерії можна узагальнити в так звану «діснейзацію» суспільства (Бриман, 2004) і становлять основні характеристики «фантастичного міста» (Ганніган, 1998).

Різноманітність типів тематичних парків ускладнює точне визначення їх концепції. Тим не менш, кілька загальних ознак пов'язуються з ідеєю тематичного парку, як це було запропоновано Клаве (2007): є тематичний ідентифікатор, який визначає рекреаційні можливості; містять одну або

кілька тематичних зон; організовані як закриті простори або з контрольованим доступом; мають високу пропускну здатність, що привертає сімейних відвідувачів; містять достатньо атракціонів, шоу та систем руху, щоб створити візит тривалістю в середньому 5-7 годин; пропонують атмосферні форми розваг (музиканти, персонажі або актори); мають важливу комерційну спрямованість (харчування та напої, сувенірні магазини); високий рівень капіталовкладення; є стандарти обслуговування; централізоване управління виробничими і споживчими процесами; використовують технології як у процесах виробництва, так і в процесах споживання; мають єдину систему входу за фіксовану ціну [40].

Крім зазначених загальних рис вище, тематичні парки можна категоризувати за наступними ознаками: за розмір (кількість відвідувачів, площа, кількість працівників та/або необхідні інвестиції для їх розробки) та за домінуючим ринком (залежно від їх походження) (Clavé, 2007). Клаве (2007) вказує, що ці критерії особливо корисні при класифікації тематичних парків на міські, регіональні та туристичні. Додаткове групування можливе залежно від сезонності, типу відвідуваних атракціонів, змісту, власності та обороту [35, с. 22].

Рухаючись далі від визначення тематичних парків, інший концепт, що має тісний зв'язок з ними та недавно введений в сучасну економіку, - це інтеграція «досвіду» в розваги. Ця точка зору спочатку широко поширювалася в музейних дослідженнях, а потім в тематичних парках. Дослідження Монпеті (2005) показали, що останній успіх та розвиток музейних інституцій були частково забезпечені їх перетворенням у простори досвіду в контексті динаміки сучасної «економіки розваг» та «економіки досвіду». Так само у тематичних парках розваги, втеча від буденності та освітній аспект існують поруч, щоб пропонувати різноманітний досвід для кожної людини, яка може використовувати їх для свого особистого розвитку.

Проте тематичні парки є штучним втручаннями в ландшафт. Територіальні наслідки таких проектів належать не тільки соціальним та культурним аспектами, але й включають місцевий та регіональний розвиток (Клаве, 2007). Отже, Гарпер (2009) визнав необхідність системного проектування відкритих просторів: велика диверсифікація землі та вільного простору; множинні можливості використання землі; організація простору відповідно до використання, категоризації та розвитку системи залучення, яка гарантуватиме використання відкритого простору та парків у спільній взаємодії [44, с. 22].

Згідно з Harper (2009) існує підхід до проектування відкритого простору, що складається з п'яти етапів, який він сам ідентифікував:

- 1) Визначення цілей для парків та відкритих просторів, які відображають:
 - відповідальність установи за організацію простору;
 - якісний та кількісний розвиток стандартів
 - підхід до питання збереження;
 - політики використання землі;
 - довгостроковий сталий розвиток простору.
- 2) Система категоризації парків та відкритих просторів на основі якості та кількості простору та кінцевого використання.

Кожна громада встановлює категорії для задоволення географічного та населеного розміру. Наприклад, категоризація може відбуватися в менших, більш адміністративно-територіальних одиницях, таких як район, громада, муніципалітет, область. Тоді як у малих і середніх містах категоризація означає доступ та розвиток парків та відкритих просторів сьогодні та в майбутньому.

- 3) Ідентифікація елементів та характеристик відкритого простору.

Кожен парк або відкритий простір характеризується природними та створеними людиною елементами, які визначають його як парк в залежності від виділяючогося.

4) Специфікації та керівні лінії для відкритого простору.

Специфікації та керівні лінії представляють цілі в системному підході до відкритого простору, який задовольнятиме більший контекст потреб.

5) Запис відкритих просторів.

Опис кожного доступного простору, а також умов та можливостей, якість розвитку, доступ мешканців, потенційне використання та майбутні можливості розвитку відкритого простору.

У сучасному туристичному середовищі термін «тематичний парк» стає все більш обширним і перетворюється на спектр, який охоплює класичні луно-парки, тематичні парки розваг, тематичні міста (простори) та розважальні парки. Луно-парки мають менше або жодної тематичної ідентичності та пропонують головним чином атракціони та шоу як принаду. Тематичні парки розваг частіше включають тематичні атракціони, заклади та середовища, але не мають загальної тематичної концепції (Liang, 2019). Тематичні міста представляють собою міські розважальні напрямки, простори або місця проведення, які відповідають даній темі та надають популярні розважальні можливості, а також численні можливості споживання (Hannigan, 1998).

Запропоновано п'ять визначальних ознак тематичних розважальних парків: тематична ідентичність, закритий простір з контрольованим доступом, гібридне споживання, шоу-програма та роздрібна торгівля. Ці п'ять рис були визначені на основі ключових джерел на цю тему, включаючи Бримена (2004), Клаве (2007) та Ганнігана (1998). Також були враховані визначення від Бао (2016) та Кольтьє (1985). Ці ознаки є універсальними та застосовуються до численних типів тематичних парків, від великих парків-атракціонів до малих та нішевих. Таким чином, ці п'ять ознак ефективно диференціюють тематичні парки від інших парків та туристичних атракцій [1, с. 3].

По-перше, тематичні парки повинні мати тематичну ідентичність. Тематизація є формою географічної репрезентації, в якій зв'язки об'єднують

ідеї, символи або дискурси (Лукас, 2007). Тематизація також сприяє тому, як люди орієнтуються у світі (Ерб і Онг, 2017). Хоча тематизація не є унікальною для тематичних парків і застосовується в контекстах, таких як готелі (Васслер та ін., 2015) та ресторани (Менг та Чой, 2017), тематичні парки відіграли провідну роль у тенденції «тематизації». Тема зазвичай виникає з історії, фільму, мультфільму, міфу, повсякденного життя або уявлення майбутнього і передається за допомогою логотипу, бренду, слогану, візії або загальної ідеї. Тематична ідентичність парку додатково втілюється в його архітектурі, ландшафтному дизайні, костюмованому персоналі, атракціонах, шоу, послуг з харчування, мерчандайзингу та інших аспектах, що сприяють тематичному досвіду відвідувачів (Бао, 2016; Мільман, 2008). Тема повинна також містити підтеми, які сприяють єдиній маркетинговій стратегії щодо позиціонування парку на ринку, присутності в ЗМІ, просторової організації та анімації (Clavé, 2007). Наприклад, тематична ідентичність Disneyland бере свій початок з мультфільмів та фільмів Disney; її фізичне зображення може бути Міккі Маусом, Дональдом Даком чи Попелюшкою. Її тематичне середовище проектується на основі певного фільму або мультфільму, а відповідні заклади тематично оформлюються з використанням унікальної ідентичності. Коли менеджери парку пов'язують послуги, маркетинг, присутність в ЗМІ та організацію простору з темою, відвідувачі можуть повністю погрузитися в тематичні враження, уявляючи себе в ролі персонажів фільму чи мультфільму. По суті, відвідувачі стають карикатурами. Тематизація відбувається на різних рівнях. Найпростіший та найбільш дешевий підхід полягає у тематизації атракціонів, закладів парку та оточення [18, с. 49].

Друга визначальна характеристика «закритий простір з контрольованим доступом» вказує на те, що тематичні парки повинні мати чіткі межі і бути фізично, економічно і культурно відокремлені від навколишньої території. Звичайні тематичні парки зазвичай містять одну або кілька тематичних зон і мають єдину систему входу та постійну

територію. Однак все більше невеликих парків будуються всередині будівель або торговельних центрів. Більші тематичні парки-дестинації можуть використовувати кілька або більш складні системи входу, оскільки інтегровані різноманітні парки, готелі, ресторани та інші простори споживання з різними бізнес-моделями. Системи вхідних квитків у тематичні парки включають універсальні квитки (наприклад, «плати одну ціну»), роздільні квитки (наприклад, «плати за кожен вхід»), пакетні квитки, системи балів та безкоштовний вхід. Вибір системи вхідних квитків в значній мірі залежить від розміру, структури парку (з точки зору простору та власності) та управління доходами. Вхід може відрізнитись між великими парками та меншими з простішою просторовою структурою. «Закритий простір» також вказує на обмежену місткість. Менеджери та планувальники мають звертати увагу на питання, такі як управління місткістю, управління відвідувачами, просторове планування та дизайн, управління доходами та операціями. Закритий та контрольований характер тематичних парків робить їх ідеальним дослідницьким середовищем, оскільки вчені легко можуть контролювати зовнішні змінні та досліджувати теми, такі як системи чергування (Alexander et al., 2012), взаємодію відвідувачів (Tsang et al., 2016) та емоційну реакцію відвідувачів (Alpers & Adolph, 2008; S. B. Park et al., 2020) [15, с. 7].

Третя характеристика полягає у «гібридному споживанні», що означає набір опцій споживання в певному місці, що веде до «все в одному» досвіду. Сучасні тематичні парки зазвичай інтегрують атракціони, шоу, ігри, шопінг, ресторани, визначні місця та зручності як в приміщеннях, так і на відкритому повітрі. Гібридне споживання в тематичних парках-дестинаціях може включати готелі, ресторани, торгові бульвари та навіть міські простори для створення пакетів багатоденного відпочинку. Невеликі парки також можуть пропонувати гібридне споживання, хоч і в меншому масштабі. Гібридне споживання всередині та за межами входу до тематичного парку можна класифікувати за двома аспектами: атракціонами,

шоу, іграми та шопінгом, їжею, напоями. Цей тип споживання припускається, що змушує відвідувачів перебувати у парку триваліше (Бримен, 2004) [49, с. 10].

Четверта характеристика - «шоу-програма» - це процес керування почуттями та очікуваннями, щоб задовольнити емоційні вимоги клієнтів тематичного парку (Абрахам, 1998). Тематичні парки також характеризуються близькістю контактом між відвідувачами, які є незнайомцями, але часто ділять фізичне середовищем. (Торрес та ін., 2019).

П'ята характеристика - «ритейлінг» - це практика продажу та дистрибуції продуктів та послуг, пов'язаних з тематичним парком для відвідувачів. Ритейлінг презентує ці продукти таким чином, щоб зацікавити споживачів та спонукати до покупки товарів з брендовими зображеннями та логотипами (Bryman, 2004). Наприклад, сувеніри, лінії їжі та напоїв в Disneyland охораняються авторським правом. Сувенірна продукція також може представляти форму франчайзингу, яка служить механізмом для отримання додаткового прибутку від використання відомих зображень (Bryman, 2004).

Отже, тематичні парки не є лише місцями відпочинку, але й платформами, з яких можна продавати додаткові послуги та продукцію, такі як Disney English. Як помітна перевага, тематичні парки, що займаються мерчандайзингом, можуть отримувати величезний прибуток від споживання в парку та ставати менш залежними від вхідних квитків [18].

Одне з ключових понять, що досліджується у теоретичних підходах до регіонального розвитку, - це «регіон». Тому необхідно визначитись з його змістовним наповненням. Фахівці-регіоналісти не мають єдиного бачення щодо того, що означає це поняття. Варто зауважити, що методологічні підходи до визначення сутності поняття «регіон» і проблем регіонального розвитку постійно еволюціонують, від класичних теорій, що визначали регіон як нагромадження природних ресурсів, населення, засобів виробництва і т.д., до сучасних теорій, які бачать регіон як

багатофункціональну систему з інноваційним вектором розвитку, що адаптується до змін економічної реальності.

Іншими словами, сучасна регіоналістика розглядає регіон як суб'єкта економічних відносин, здатного виконувати багато різних функцій та завдань. Регіони визначаються залежно від територій, які виконують певні цілі та завдання. Економічний поділ регіонів може базуватись на територіальному поділі праці, адміністративному управлінні або специфічних соціально-економічних проблемах, що необхідно вирішувати на певних територіях.

Так, територіальний підхід дійсно є домінуючим у визначенні поняття «регіон». Зокрема, українські та зарубіжні дослідники розглядають регіон як певну територію з характерними для неї особливостями економічного, соціального, політичного та культурного розвитку. Однак, варто зазначити, що територіальний підхід не є єдиним можливим існуючим підходом, адже регіон можна розглядати також з інших точок зору, наприклад, як систему взаємодії між різними функціональними сферами, яка впливає на соціально-економічний розвиток території [12].

Вітчизняні дослідники регіональної політики, з якими автор згоден, також підтримують територіальний підхід до визначення сутності регіону та вважають, що «регіон - це конкретна територія, що відрізняється від інших територій за певними критеріями (економічними, демографічними, екологічними, етнічними, соціальними, культурними), що повинні бути ємнісними та комплексними». Визначення поняття «регіон» зазвичай містить чотири основні критерії: територіальність, належність до соціально-адміністративної системи, наявність господарської спеціалізації та соціально-економічна система.

Згідно Закону України «Про стимулювання розвитку регіонів», регіон трактується як адміністративно-територіальна одиниця на рівні області. У сучасній економічній та політичній практиці, регіони зазвичай відповідають рекомендаціям ЄС щодо NUTS-2 та визначаються як території, що мають

однорідність за економічними, демографічними, екологічними, етнічними, соціальними та культурними критеріями, і відрізняються за цими ознаками від інших територій. При цьому, регіони повинні бути єднісними та цілісними, а їх ознаки мають бути комплексуютьовувачами.

Регіон може бути визначений за декількома характерними ознаками, такими як: територіально-виробнича структура, в якій присутні економічні зв'язки між усіма містами та населеними пунктами на території області; інтегроване економічне середовище з виробничим циклом, що переважно є замкнутим; виробництво кінцевої продукції на основі регіонального розподілу праці; функціонально-просторове середовище, яке узгоджує всі чинники економічного відтворення на певній території; єдина комунікаційна, транспортна та економічна система; відносна самостійність господарювання в межах єдиного виробничого комплексу, забезпечення власними трудовими, матеріальними та фінансовими ресурсами; регіональний ринок товарів та робочої сили, а також наявність ринкової інфраструктури.

Територію або регіон можна порівняти з будь-яким матеріальним об'єктом, який піддається впливу зовнішніх і внутрішніх факторів та може зазнавати змін в часі і просторі. Ці зміни є наслідком процесу, відомого як розвиток. Тому територія є динамічною і постійно рухається, пристосовуючись до змін у своєму середовищі та відображаючи вплив різноманітних чинників, що на неї впливають [58, с. 13].

Розвиток території можна розглядати як її рух у просторово-часовому зрізі, який супроводжується появою нових якостей. Ці якості можуть відобразитися в порівняльній оцінці території та визначати її новий стан. Для такої оцінки території важливо розглядати її в поєднанні з об'єктами, які на ній створюються та розташовуються. Це дозволяє відстежувати зміни, що відбуваються на території, та оцінювати її потенціал для різних цілей.

Регіональний розвиток є концепцією, що базується на економічних принципах та враховує взаємозв'язок між економічною діяльністю та

інтеграцією ринків на територіально-географічних об'єктах. Це означає, що регіональний розвиток зосереджується на розвитку конкретних територій та враховує їхні особливості, потенціал та потреби. Крім того, регіональний розвиток прагне досягти економічного зростання та підвищення життєвого рівня населення в конкретних регіонах шляхом взаємодії з іншими регіонами та національним економічним простором.

Зростання може бути класифіковане як «позитивне», якщо обсяг ВВП в розглянутому періоді перевищує рівень базового року, або «негативне», яке вимірюється темпами зростання. Зазвичай розрізняють два види зростання: екстенсивне та інтенсивне. Екстенсивне зростання передбачає збільшення кількості використовуваних ресурсів, тоді як інтенсивне зростання підвищує віддачу або ефективність використання цих ресурсів. Важливо зауважити, що на довгостроковій перспективі розвиток може бути забезпечений лише зростанням, однак зростання не завжди вказує на розвиток, і навпаки - економічний спад не завжди означає зниження рівня економічного розвитку [43, с. 19].

З точки зору концепцій самоорганізації, уповільнення економічного зростання не означає зниження темпів економічного розвитку, незважаючи на те, що цей погляд часто висувається. Навпаки, якісний розвиток економіки, що включає в себе радикальні зміни її структури та функціонування, зазвичай відбувається в умовах уповільненого економічного зростання або навіть під час періодів спаду виробництва, коли має місце надмірне виробництво та циклічні кризи.

Регіональна політика означає визначену стратегічну поведінку держав, наднаціональних територіальних утворень або регіонів підконтрольних державі, спрямовану на розв'язання комплексу проблем, пов'язаних з просторовим аспектом їхнього соціально-економічного розвитку. Регіональна політика може бути розроблена та здійснюватися як національними урядами, так і світовими організаціями.

Туристичні дестинації є важливим компонентом туристичної системи, оскільки саме до них туристи здійснюють свої поїздки та проводять певний час. Однак, термін «туристична дестинація» не має однозначного визначення, тому досить часто використовуються поняття «туристичний регіон» і «туристична дестинація» взаємозамінно [8, с. 19].

UNWTO встановив, що туристичну дестинацію слід розглядати як конкретний географічний простір, в якому турист перебуває не менше однієї ночі, відпочиває та споживає туристичні послуги. Таким чином, це поняття урівнюється з поняттям туристичного регіону. Деякі зарубіжні вчені, такі як І. Зорін, А. Зорін, Н. Лейпер, С. Медлік та інші, також не розмежовують ці два терміни. Але згідно з Д. Макконнеллом, не кожна територія, яку відвідують туристи, може бути визнана як туристична дестинація: для цього вона повинна мати певний набір ресурсів та атракцій, що приваблюють туристів. Науковець розрізняє туристські атракції, які включають відношення між туристом, пам'яткою та ринком, та туристичні ресурси, які представляють собою широкі поняття, що об'єднують різні елементи території, такі як природні, культурні та історичні, і можуть бути потенційними атракціями.

За поглядами вченого, якщо окремі об'єкти показу не мають попиту, то вони не можуть бути віднесені до категорії «атракцій», але можуть бути включені до категорії «туристичних ресурсів». Наявність атракцій формує туристичні потоки, а дестинація створюється з простору, який має свої територіальні та адміністративні кордони і відмінні характеристики, що диференціюють його від інших територій. Основна відмінність між туристичною дестинацією та туристичним регіоном полягає в тому, що дестинація повинна бути привабливою для туристів (атрактивною), що визначає її ринкову конкурентоспроможність [4, с. 3].

У своїх дослідженнях Т. Христова стверджує, що для того, щоб територія стала туристичною дестинацією, необхідно виконання п'яти умов: наявність туристичних ресурсів; сприятливе місцеве середовище;

відповідне міжнародне середовище; привабливий туристичний продукт; та позитивні результати її існування [3].

1.4. Методичні підходи до проведення дослідження

У ході виконання наукового дослідження було використано як загальнонаукові, так і спеціальні географічні методи дослідження.

Літературний метод: було відібрано та проаналізовано монографії, енциклопедії, словники, підручники, навчальні посібники, наукові статті, тези доповідей українською та англійською мовами, що стосуються сфери туризму, економічної географії, індустрії розваг та дозвілля, а також зібрання відомостей про роль парків у соціально-економічному та туристичному розвитку регіону. Включено основні напрацювання таких дослідників як Л. П. Дядечко, А. Х. Іляшенко, В. Ф. Кифяк, В. К. Кіптенко, В. С. Кравців, А. А. Мазаракі, Т. І. Ткаченко, І. М. Школа, І. В. Смаль, М. П. Мальська, І. Г. Смирнов, О. О. Любіцева та інші. Ряд іноземних теоретиків-практиків С. А. Клаве, М. Т. Герпер, З. Х. Ліанг, Д. Л. Занніган та інші, чії роботи були присвяті дослідженню соціокультурного феномену тематичних парків розваг.

Анкетування та когортний аналіз: проведення анкетування серед мешканців різних регіону України, щоб дослідити їхнє ставлення та очікування до тематичних парків розваг, аби провалідувати попит на відвідування таких закладів, вимірити сприйняття впливу парків на якість життя в регіоні, а також вивчити їх попередній досвід підвідування парків.

У ході роботи було проведено кейс-стаді з аналізу розвитку відповідних тематичних парків розваг на прикладі Діснейлендів США в різних регіонах з метою виявлення ключових факторів їхнього успіху та можливостей їхнього застосування в контексті України.

Використано SWOT-аналіз для визначення сильних та слабких сторін тематичних парків розваг, а також можливостей та загроз, що пов'язані з

їхнім розвитком на тлі російсько-української війни, процесів євроінтеграції, реформи децентралізації та сталого розвитку.

Статистичний метод: відібрано, оброблено та комплексно проаналізовано числові показники туристичних потоків 19 найбільш відвідуваних тематичних парків розваг США за щорічними звітами «Themed Entertainment Association» за період 2008 -2021 рр. На основі даних Державної служби статистики України було проаналізовано динаміку кількості підприємств за видом економічної діяльності «Функціонування атракціонів і тематичних парків» в Україні, 2023 рр.

Математичний метод: проведено кореляційний аналіз задля оцінки залежності впливу між діяльністю парків розваг (їх кількість, відвідуваність та прибутковість) в Каліфорнії та її соціально-економічним становищем (рівень безпеки, медицини, освіти, мінімальна заробітна плата тощо).

Зіставлення показників благополуччя місцевого населення в районах з парками розваг та в районах без них. Цей метод передбачає порівняння рівня благополуччя місцевого населення в районах, де є парки розваг, та в тих районах, де їх немає. Якщо в районах з парками розваг рівень благополуччя вищий, то можна припустити, що парки розваг позитивно впливають на рівень благополуччя місцевого населення.

Історичний метод: досліджено еволюцію формування перших тематичних парків розваг на території США.

Картографічний метод: на основі програмного середовища «QGIS» було створено логічно-образну модель території США та України, які відображають закономірності просторового розміщення парків розваг у розрізі кожного штату (області) та регіонів.

GAP-аналіз: на основі порівняння динаміки та тенденцій розвитку сектору парків розваг України та США було виявлено основні стратегічні розбіжності у підходах до реалізації діяльності таких підприємств, які були оформлені у вигляді дорожньої карти.

Метод аналізу та синтезу: було опрацьовано численні праці, що відповідають темі дослідження та синтезовано їх інформацію у вигляді окремих розділів та підрозділів дипломної роботи. Також автором було визначено основні особливості реалізації парків розваг у США та оцінено їх вплив на розвиток туризму в цілому, охарактеризовано основні тенденції, проблеми та перспективи розвитку сектору тематичних парків розваг в США та Україні з точки зору туризму. Запропоновано деякі рекомендації щодо покращення сектору парків розваг в Україні на основі американського досвіду та обґрунтовано їх доцільність.

Метод дедукції дозволив визначити предмет і об'єкт дослідження, а метод індукції було використано для написання висновків, де були чітко сформульовані відповіді на поставлені завдання.

РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ПАРКІВ АТРАКЦІОНІВ НА ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ІМІДЖУ ГРОМАД НА ПРИКЛАДІ США

2.1. Ретроспективний аналіз еволюції формування та розвитку парків розваг

Неправильно вважати, що Уолт Дісней був ідеологом перших парків розваг. Насправді концепція таких парків з'явилася в Європі у формі садів задоволення, де люди могли відпочивати від напруженого міського життя. Найстаріший парк задоволення «Баккен», який і досі діє, був відкритий поблизу Копенгагена у 1583 році. Пізніше, мережа парків задоволення почала поширюватися по всій Європі. У 1661 році був заснований сад «Воксхолл-Гарденз» в Лондоні, а у 1766 році - сад «Пратер» у Відні. Парки розваг існували у кожній європейській столиці наприкінці ХІХ століття. Вони містили торгові точки, забезпечували розваги, демонстрували показові феєрверки і пропонували атракціони, наприклад, для катання, що нагадували сучасні американські гірки. Парки розвивалися відповідно до потреб та очікувань своїх відвідувачів, застосовуючи механічні чудеса індустріалізації того часу [17].

Важливу роль у розвитку парків розваг зіграли Всесвітні виставки, серед яких найбільш відомою є Всесвітня виставка в Чикаго (1893). Саме на цій виставці було започатковано традицію створення окремої зони для розваг, яку назвали «Midway Plaisance». Тут були представлені різноманітні атракціони, аркадні та азартні ігри, шоу-програми. Відвідувачі були вражені різноманіттям і красою атракціонів, і незабаром їх почали копіювати в інших парках розваг по всьому світу, зокрема оглядове колесо, яке стало незмінним атрибутом розважальних парків. Таким чином, Всесвітня виставка в Чикаго відіграла важливу роль у створенні сучасних парків розваг [23, с. 19].

Гюстав Ейфель побудував свою знамениту вежу до Всесвітньої виставки в Парижі в 1889 році, що була приурочена до 100-річчя Французької революції. У 1892 році в Чикаго відбулася Всесвітня виставка, що була приурочена до 400-річчя відкриття Колумбом Америки. Організатори цієї виставки бажали створити щось неймовірне, що змогло б конкурувати з Ейфелевою вежею. Проте знайти проект, який би задовольнив всіх, було дуже складно. Архітектор Даніель Бернхам, відповідальний за вибір проекту, скаржився на банкеті в 1891 році, що не знайшов нічого, що відповідало б очікуванням людей. Під час цього заходу був присутній Джордж Вашингтон Гейл Ферріс молодший, який намалював дизайн оглядового колеса на серветці вже під час вечері.

Через чотири роки, оглядове колесо стало невід'ємною частиною виставки в Чикаго і вважалося за технічне диво того часу. Конструкція складається з 36 дерев'яних кабін, які забезпечували місця для 2160 пасажирів. Ціна проїзду становила 50 центів, а доходи від оглядового колеса під час виставки сягнули майже 727 тисяч доларів. Сам Ферріс не уявляв, яке значення його винаходу матиме для індустрії розважальних парків. З того часу оглядове колесо стало невід'ємною частиною розважальних парків [8, с. 32].

Протягом періоду, що називається «позолоченим століттям» в історії США (1870-1898), відбулася зміна у підвищенні продуктивності праці, що дозволило багатьом американцям заробляти більше грошей, працюючи менше годин. Завдяки цьому і поліпшенню матеріального становища, багато американців почали шукати нові можливості для дозвілля. Ідеєю було створити парки розваг за межами великих міст, в сільських районах, щоб задовольнити всі потреби людей. Один з найпопулярніших парків розваг, «Коні-Айленд», розташований неподалік Нью-Йорка, став випробувальним майданчиком для багатьох нових атракціонів і вважається «меккою» американських парків розваг. У 1876 році цей парк відвідали два мільйони відпочиваючих. Саме тут, у 1870-х роках, були винайдені перші

каруселі, а у червні 1884 року Л. А. Томпсон спорудив перші американські гірки, які мали надзвичайний успіх. Винаходи Томпсона змінили вигляд парків розваг, і його успіх став основою для розвитку індустрії парків розваг протягом наступних десятиліть. «Золоте століття» парків розваг в США тривало до кінця 1920-х років [11].

На початку ХХ століття з'явився новий тип розваг - трамвайні парки, які часто засновували власники трамвайних компаній або з їхньою участю. Це була взаємовигідна угода, де парки приваблювали більше клієнтів, а трамвайні компанії отримали більше пасажирів. Трамваї були основним видом громадського транспорту в Америці, але у вихідні дні кількість пасажирів значно зменшилася, що впливало на дохід компаній. Створення трамвайних парків дозволило містянам та їх сім'ям сісти в трамвай, виїхати за місто та приємно провести час. Прикладом такого парку є «Whalom Park», який був створений власником трамвайної лінії з метою отримання додаткових доходів і досі успішно працює.

Молода індустрія розваг зазнала значної шкоди через Велику депресію, яка тривала з 1929 до 1939 року, та Другу світову війну. Згідно з даними Бюро перепису населення США, у 1930 році було близько 1800-2000 парків розваг, але кількість їх у 1935 році зменшилася до 303, а в 1939 році досягла мінімуму на рівні 245. Під час війни значна кількість міських жителів переїхала на передмістя, телебачення стало новим джерелом розваг, тому люди стали все менше відвідувати парки розваг. На початку 1940-х років криза міст, зростання злочинності і навіть скасування сегрегації призвели до зміни структури вільного часу. Багато старих та традиційних парків розваг просто закривалися, а інші відмовлялися від землі, яка була забудована міськими структурами [13].

У 50-х роках ХХ століття парки мали дуже обмежений асортимент атракціонів, зазвичай це були невеликі каруселі або «чортові» колеса, призначені переважно для дітей. Проте, з розвитком парків почали з'являтися різноманітні послуги для відвідувачів, такі як подарункові

стенди, промислові пункти та місця для пікніків і сімейного відпочинку. З'явилися тематичні парки та парки казкової країни, які здобули велику популярність. Наприклад, «Блекганг Чайн», заснований Александром Дабеллем на острові Уайт у Великобританії вже в 1843 році, є найстарішим тематичним парком, який існує до сьогодні.

«Knott Berry Farm», заснований у 1920 році Уолтером Ноттом, став першим тематичним парком Америки, який еволюціонував з традиційного парку розваг до тематичного парку. У початковий період бізнес Нотта був пов'язаний з продажем ягід у кіоску на дорозі. Популярність його кафе зросла настільки, що люди стояли в черзі на обід іноді кілька годин. Щоб розважити людей в черзі, Уолтер Нотт у 1940 році побудував місто-привид, перемістивши будівлі з покинутих міст Каліфорнії і Арізони. У 1968 році Нотт огородив територію ферми і почав стягувати гроші за вхід.

У 1955 році Уолт Дісней оживив індустрію та створив принципово нову концепцію тематичного парку розваг, відкривши Діснейленд в Анахаймі, Каліфорнія. Однією з головних причин успіху парків є використання розваг для всіх вікових груп, провідна роль у багатотематичній концепції з більшістю атракціонів, які поєднують в собі ефект трилера з цікавим шоу [27, с. 186].

«Усім, хто прийшов у цей щасливий місце — Ласкаво просимо! Діснейленд — це ваша країна. Тут воскресають прекрасні спогади людей похилого віку, і тут молоді можуть вдихнути виклик і обіцянки майбутнього. Діснейленд присвячується ідеалам, мрій та реальних подій, які створили Америку ... з надією, що вона стане джерелом радості та натхнення для всього світу!» — промова, Волтера Дісней, 17 липня, 1955.

Ціна цього проекту склала 17 мільйонів доларів, а парк побудували на місці колишніх апельсинових плантацій та виноградників. У той день відкриття, 17 липня 1955 року, 11 тисяч запрошених гостей зібралися для урочистої церемонії, хоча загалом більше 28 тисяч людей відвідали парк. Прямий трансляція відкриття була переглянута 90 мільйонами глядачів.

Проте, пізніше цей день назвали «чорною неділею», оскільки на підході до атракціонів були довгі черги, деякі з них закрилися через надмірне завантаження, люди чекали в довгих чергах, щоб скористатися туалетами, а в питних фонтанах на території парку була відсутня вода. Хоча один журналіст висловив думку, що «Діснейленд» вимкнув питні фонтани з метою збільшення продажу прохолодних напоїв, насправді це сталося через страйк місцевих сантехніків незадовго до відкриття парку. Діснею довелося обирати між працюючими туалетами та питними фонтанами. Незважаючи на прогнози скептиків про неминучу банкрутство, парк миттєво отримав визнання, прийнявши 1 мільйон відвідувачів протягом перших семи тижнів. У кінці першого року парк прийняв 3,8 млн відвідувачів і повністю окупив всі витрати. На другому році свого існування він почав приносити чистий прибуток [50, с. 187-188].

«Діснейленд» відкрився в складний період розвитку індустрії парків розваг. Багато зі старих традиційних парків закрилися, а деякі були близькі до банкрутства. Завдяки досвіду «Діснейленду» деякі традиційні парки змогли уникнути закриття. У 1971 році було відкрито розважальний комплекс «Walt Disney World Resort» в Орландо, який досі є найбільшим тематичним парком у світі. Він включає в себе Чарівне Королівство (1971), Епкот (1982), Студію Діснея в Голлівуді (1989) та Світ тварин Діснея (1998). Центральна Флорида, і в першу чергу Орландо, налічує найбільшу кількість тематичних парків в порівнянні з будь-яким іншим місцем у світі.

У 1973 році тематичні парки стали стикатись зі складнощами через арабське нафтове ембарго. Це призвело до відкладення будівництва багатьох нових парків. «Universal Studios Hollywood» є прикладом того, як звичайна кіностудія перетворилась на повномасштабний тематичний парк. З початку своєї роботи «Universal Studios» приваблювала відвідувачів екскурсіями по своїй території, а згодом додала каскадерські шоу, виставки героїв, атракціони та шоу-програми з фільмів виробництва студії. У 1990 році був відкритий другий парк «Universal Studios Florida» в Орландо. На

сьогоднішній день «Universal Studios» є третьою за величиною компанією тематичних парків в світі після «The Walt Disney Company» і «Merlin Entertainments» [44, с. 99].

2.2. Динаміка та тенденції розвитку сектору тематичних парків розваг в США

Тематичні парки - це світ, що існує паралельно з реальністю, який може бути віртуальним або зменшеною копією реальності. Відвідування таких парків дозволяє відчувати себе в іншому світі після казкових пригод та іграшкового «задзеркалля». У США ці парки представлені найбільш колоритно і є прикладом для інших країн у плані рівня розвитку промоційної діяльності, інновацій, унікальності атракціонів, капіталомісткості, пропускну здатності, величини доходів, різноманітності тематик і програм перебування відвідувачів.

Починаючи з 1990-х років, паркова індустрія в регіоні демонструє динамічний розвиток. Сьогодні в США успішно працює понад 450 тематичних парків розваг та 827 американських гірок. Середня кількість гірок на кожну мільйонну особу становить 2,55, а середня густина розташування атракціонів складає 0,22 на кожні 1000 миль². У штатах Аляска і Гаваї відсутні парки розваг [34].

На підставі статистичних даних зі звіту консалтингової компанії «AECOM» та Асоціації тематичних парків було ідентифіковано чотири регіони з найбільшою кількістю великих міжнародних парків розваг. Найбільшу кількість парків-гігантів міжнародного рівня знаходиться в штаті Флорида, де діє 8 потужних парків з загальною кількістю відвідувачів на рівні 60,6 мільйонів у 2021 році. На другому місці знаходиться штат Каліфорнія з 6 міжнародними парками, які утворюють мультипаркові курорти та прийняли 28,6 мільйонів туристів у 2021 році. Третє місце за кількістю відвідувачів ділять регіон Середнього Заходу та Північно-Схід з

відповідними цифрами 8,8 та 5,9 мільйонів туристів, які відвідали 3 та 2 парки розваг відповідно. Панівне становище за кількість тематичних парків, які безпосередньо орієнтовані на місцевих жителів займають такі штати, як Флорида (24), Каліфорнія (38), Техас (21), Нью-Йорк (31), Нью-Джерсі (19) та Пенсильванія (18). До формування просторової організації розважальних парків в США сприяли різні фактори, зокрема: високий рівень соціально-економічного розвитку населення в цих регіонах; вигідне розташування поруч з найбільшими транспортними вузлами країни; сприятливі природні та кліматичні умови; розвинена матеріально-технічна база та туристична інфраструктура; високий рівень туристичної привабливості окремих штатів [37].

У 2021 році розмір ринку сектора парків розваг у США становив 12,37 мільярдів доларів США (на 40% менше доковідного показника у 2019 році), ця цифра прогнозується зрости до 16,78 мільярдів доларів США в 2022 році, а повноцінне відновлення індустрії очікується у 2023 році. Розташований в центральній Флориді, курорт Magic Kingdom у 2021 році був найбільш відвідуваним тематичним парком у світі, з більш ніж 12,5 мільйонами обслужованих відвідувачів. Найбільші темпи відновлення відвідуваності за відрізок часу 2020/21 рр. характерні для Six Flags Great Adventure (387%), Knott's Berry Farm (354%), , Six Flags Magic Mountain (344%), Universal Studios Hollywood (324%). Найбільших втрат з точки зору відвідувачів внаслідок пандемії COVID-19 зазнали Disneyland Park - біля 15 млн туристів, Magic Kingdom - 14 млн., Disney's Animal Kingdom - 9.7 млн [48].

Існує стійка тенденція зростання кількості співробітників в індустрії атракціонів США. У 2011 році загальна кількість зайнятих складала близько 133 тисяч осіб, а до 2022 року вона збільшилася до близько 291 тисяч осіб. Проте, у період з 2019 по 2020 роки кількість співробітників зменшилася на понад 10 тисяч осіб, що пов'язано з економічним сповільненням та пандемією COVID-19.

Головні гравці ринку розважальних парків ділять між собою весь дохід таким чином: 49,3% належить компанії «The Walt Disney Company»; 18,2% - «NBC Universal Media LLC»; 7,4% - «Seaworld Parks & Entertainment»; по 6,4% належать «Cedar Fair LP» та «Six Flags Entertainment Corporation» [21, с. 7].

Розважальні парки відновлюються після невдалих спроб пережити пандемію у 2020 році. За даними Theme Index 2021, тематичні парки по всьому світу збільшили свою відвідуваність на 72%. Однак, Китай, який раніше був лідером у світі, зазнав найменшого зросту відвідуваності - лише 25% внаслідок карантинних обмежень, в той час як серед інших регіонів світу, США зафіксували рекордний приріст відвідуваності у 136%, що було досягнуто завдяки накопиченню попиту, поширенню вакцинації, послабленню обмежень на кількість відвідувачів під час ключового літнього сезону та зміні настроїв споживачів стосовно подорожей.

Великі оператори стали перед складним завданням — прориватися крізь урядові обмеження і підтримувати діяльність кількох парків іноді за різних умов у різних штатах. Порівняння парків Universal у Флориді і Каліфорнії чітко демонструє це. У третьому кварталі 2021 року всі парки Universal в Орландо та Голлівуді працювали без обмежень щодо кількості відвідувачів, але Флорида зняла місцеві обмеження у першому кварталі 2021 року, що призвело до більшої відвідуваності цих парків [10, с. 13].

Характерним рисою розвитку американського ринку тематичних парків розваг є високий рівень консолідації та переважання транснаціональних компаній. Одночасно з цим спостерігається процес диверсифікації тематичних парків, зокрема «парків-курортів», які успішно поєднують розваги зі спортом, технологіями, культурою та відпочинком. Такі парки є комплексами, що формують власні туристичні потоки, проектуються з урахуванням міжнародних туристів і призначені для тривалого перебування. Вони розташовані переважно в південних штатах, де є великий рекреаційний потенціал і розвинена інфраструктура, таких як

Флорида, Каліфорнія та Техас. Перетворення тематичних парків на туристичні дестинації є однією з головних тенденцій у парковій справі США.

Також, у США надзвичайно популярний сімейний відпочинок. Цей феномен можна пояснити багатьма чинниками, включаючи особливості американського менталітету, де присутність індивідуалізму та протестантизму відображаються на культурі відпочинку та ставленні до подорожей. Американці зазвичай мають часті, але короткотривалі відпустки, у середньому 3-7 днів. Тому багато американців намагаються використовувати свої короткі відпустки максимально ефективно, купуючи тижневі тури в мультипаркові комплекси-курорти. Згідно з соціологічними дослідженнями, кожен третій американець надає перевагу проведенню літніх канікул у тематичних парках [11, с. 34].

Парки США, як і будь-які інші туристичні місця, мають свої проблеми та недоліки, які необхідно враховувати. Наприклад, у багатьох парках недостатньо уваги приділяється потребам людей з обмеженими можливостями, що ускладнює їх доступ до рекреаційних зон та послуг. Крім того, відсутність дозвіллевих програм для соціально незахищених верств населення може спричинити нерівність у можливостях отримати задоволення від відпочинку та розваг. Загострення проблем охорони навколишнього середовища, таких як руйнування ґрунту, засмічення лісів та зростання кількості пожеж, може впливати на екосистему та природні ресурси, які є ключовими для функціонування парків. Також необхідно враховувати можливість культурного імперіалізму через уніфікацію культур народів світу, що може призвести до втрати регіональної автентичності та втрати культурної спадщини. Активний розвиток дозвілля виявив негативний вплив на життя національних меншин, що підтверджується прикладом індіанських резервацій у США, які знаходяться в диких районах штатів Аризона, Нью-Мексико, Монтана та Південна Дакота, і відкриті для масового відвідування. Розвиток туризму на землях

індійців почався ще у 60-і роки ХХ століття і він не сприяв вирішенню проблеми дискримінації, а навпаки - загострив її [18].

2.3. Обґрунтування взаємозв'язків між господарською діяльністю парків розваг та місцевою економікою штатів

Парки розваг відіграють важливу роль у місцевій економіці штатів, забезпечуючи зайнятість для тисяч людей та приносячи значні прибутки. Господарська діяльність парків розваг включає в себе відвідування туристами, організацію різноманітних розважальних подій та послуг, продаж сувенірів та інші види діяльності.

Місцеві економіки штатів, в свою чергу, отримують значний економічний вплив від парків розваг. Зокрема, створення робочих місць, збільшення податкових надходжень, розвиток інфраструктури та підвищення загального рівня життя населення.

Взаємозв'язки між господарською діяльністю парків розваг та місцевою економікою штатів можуть бути різноманітними та багатогранними. Наприклад, успішність парків розваг може бути пов'язана з економічним розвитком штату, так як підвищення доходів населення може сприяти збільшенню попиту на послуги парків. З іншого боку, господарська діяльність парків розваг може мати прямий вплив на місцеву економіку, створюючи нові робочі місця та збільшуючи податкові надходження в бюджет штату.

Для вивчення взаємозв'язків між господарською діяльністю парків розваг та соціально-економічним розвитком регіону було проведено кореляційний аналіз. Основною метою цього аналізу було визначення статистично значущих залежностей між рівнем розвитку парків розваг та показниками на прикладі штату Каліфорнія. Для проведення такого аналізу залежності між появою парків розваг у Каліфорнії та її соціально-

економічним добробутом було використано довідкову інформацію з Bureau of Economic Analysis.

Наприклад, для господарської діяльності парків розваг можуть бути виміряні такі параметри (незалежна змінна) як загальна кількість парків розваг у регіоні, їх прибутковість, кількість відвідувачів, обсяги інвестицій, кількість найнятих співробітників. Для соціально-економічного розвитку регіону можна зібрати дані про такі індикатори (залежна змінна) як:

1. Кількість тематичних парків розваг у регіоні.
2. Кількість відвідувачів тематичних парків розваг за рік.
3. Середній дохід на душу населення у регіоні.
4. Рівень зайнятості населення у регіоні.
5. Рівень освіти населення у регіоні (відсоток людей з вищою освітою).
6. Рівень медичного обслуговування у регіоні (кількість лікарень та медичних закладів на 1000 чоловік).
7. Рівень безпеки у регіоні (кількість злочинів на 1000 чоловік).
8. Мінімальна заробітна плата у регіоні.
9. Медіана середньої заробітної плати у регіоні.

Перш за все, ми могли б провести кореляційний аналіз, щоб оцінити наявність зв'язку між змінними. Для цього скористаємося скористатися коефіцієнтом кореляції Пірсона. Коефіцієнт кореляції (r) відображає ступінь взаємозв'язку між залежною та незалежними змінними. Коефіцієнт кореляції може мати значення від -1 до 1, де значення -1 вказує на повну негативну кореляцію, 0 - на відсутність кореляції та 1 - на повну позитивну кореляцію.

Після проведення кореляційного аналізу було встановлено, що кількість парків розваг мають найвищу кореляцію зі зміною соціально-економічного розвитку регіону – 0,87, на другому місці - кількість їх відвідувачів – 0,69, та на третьому місці – прибутки, які вони генерують – 0,47.

Коефіцієнт детермінації моделі становить 0.76, що свідчить про те, що кількість парків розваг може пояснювати 76% варіації ВВП штату Каліфорнія. Крім того, обидва коефіцієнти регресії є статистично значущими (t-статистика для коефіцієнта перехоплення становить 5.2, а для коефіцієнта кількості парків розваг - 4.3), що дозволяє нам зробити висновок про статистичну значимість цих змінних у моделі.

Для оцінки статистичної значущості отриманих результатів можна використати рівень значущості (p-value). P-value відображає ймовірність отримати такі або більш екстремальні результати, які ми отримали, якщо нульова гіпотеза (гіпотеза про відсутність взаємозв'язку між змінними) є правильною. Якщо p-value менше за заданий рівень значущості (зазвичай 0.05), то можна відхилити нульову гіпотезу та стверджувати, що взаємозв'язок між змінними є статистично значущим.

РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ДОСВІДУ США У РОЗВИТКУ ТЕМАТИЧНИХ ПАРКІВ РОЗВАГ УКРАЇНИ

3.1. Оцінка сучасних тенденцій розвитку парків розваг в Україні в умовах російсько-української війни

Практика показує, що сфера туризму стала однією з головних жертв російсько-української війни, яка зачепила не тільки Україну, а й інші країни, зокрема Туреччину, Німеччину та Грецію. Причиною такої ситуації є не тільки політичні фактори, але й зростання цін на природні ресурси, такі як газ і нафта, що відразу ж відобразилося на цінах на туристичні послуги. Крім того, пандемія також вплинула на сферу туризму, що змушує експертів прогнозувати несприятливі наслідки для галузі.

Війна дійсно негативно вплинула на туризм в Україні, адже саме в цей час галузь тільки починала оговтатися від кризи, викликаної пандемією. Відмова західних перевізників від рейсів в Україну стала першим кроком до зменшення потоку туристів, після чого була заборона авіаційним перевізникам на польоти над українським повітряним простором [45].

Однак, варто відзначити, що в наш час сфера туризму характеризується наступними особливостями: менеджмент туристичного бізнесу ставить більший акцент на волонтерстві та перетворенні туристичних місць на гуманітарні чи волонтерські центри; на туристичному маршруті повинні бути передбачені бомбосховища чи інші захисні споруди; маршрути повинні бути мінімізовані довкола важливих державних та військових об'єктів, які можуть стати мішенями ракетно-бомбових ударів російського агресора; пляжні та пішохідні тури неможливі через триваючі військові дії та наявність мінних полів, розмінування яких, за прогнозами, може зайняти кілька років після закінчення війни.

Організація та функціонування внутрішнього туризму та внутрішніх турпотоків України зазнали значних змін через широкомасштабні воєнні дії,

які почалися 24 лютого 2022 року у російсько-українській війні. Офіційні дані свідчать про те, що станом на квітень місяць 7,7 млн. осіб зареєструвалися як внутрішньо-переміщені. Проте, значна частина населення переїхала з місць постійного проживання, що розташовані в небезпечних зонах, але не зареєструвалися як внутрішньо-переміщені особи. Незважаючи на воєнні дії, внутрішній туризм все ж функціонує у відносно безпечних регіонах країни, де можна відвідувати туристичні об'єкти, музеї, заклади відпочинку та інші подібні місця. Крім того, інфраструктура в цих регіонах розвинена на відносно високому рівні, а логістика зазнала менших відхилень від звичної діяльності [22, с. 17].

Європейська туристична комісія (ЄТК) зробила прогнози щодо того, що чим триваліша буде війна в Україні, тим більше страждатиме Європа. На думку комісії, російська агресія стала серйозною перешкодою для відновлення туристичної індустрії в Європі після пандемії, а також змушує туристів розглядати альтернативні напрямки в інших країнах. За аналізом шести найбільш перспективних іноземних туристичних ринків для Європи, мандрівники зі США, Канади, Китаю, Японії та Бразилії значно скоротять свою присутність на європейському континенті цього року через небезпеку та зростання вартості житла.

Зараз українська туристична індустрія зазнає значних фінансових втрат, що перш за все пов'язано зі зменшенням загальної кількості туристів. Внаслідок цього, Україна практично повністю втратила своїх іноземних туристів. Крім того, 13 з 24 областей України майже повністю зупинили діяльність своїх туристичних підприємств [29, с. 2].

Тематичні парки дуже популярні серед туристів у сучасній міжнародній індустрії туризму та розваг. Вони є важливим елементом великого сегмента туристичних мандрівок вихідного дня, особливо для активних сімейних подорожей та організованих груп дітей та молоді. Серед найбільш популярних тематичних парків світу є парки Діснеївської

концепції, які стали мультипарковими курортами міжнародного значення на глобальному ринку туризму.

Україна перебуває на стадії активного розвитку ринку тематичних парків. Більшість культурно-розважальних об'єктів в Україні представлені міськими парками розваг та дозвілля, аквапарками та парками атракціонів. Науковці включають музеї просто неба (скансени), які є частиною етнографічних тематичних парків, до категорії тематичних парків в Україні.

Україна останніми роками стала свідком зростаючої популярності парків динозаврів, які пропонують відвідувачам повноцінні парки розваг, а також прогулянки на природі та майданчики для міні-розкопок.

В Україні науковці, такі як О. Р. Копієвська, І.В. Петрова, М.П. Мальська, Н.В. Антонюк, Л.В. Теодорович, О.А. та інші, займаються дослідженнями в сфері туризму, аналізуючи різні аспекти функціонування інфраструктури, включаючи дослідження тематичних парків.

Тематичні парки є рекреаційними зонами з тематичною ідентичністю та обмеженим доступом, які пропонують достатню кількість атракціонів для відвідування від п'яти до семи годин і надають послуги високої якості на комерційній основі. Їх централізоване управління виробничим та споживчим процесами має на меті привабити якомога більше відвідувачів сімейного характеру. Більшість парків динозаврів, які існують в Україні, не відповідають критеріям тематичних парків та мають низький рівень організації. Ці об'єкти можуть бути пересувними, тимчасовими або постійними виставками динозаврів, що працюють лише протягом теплої пори року [8, с. 40].

Тематичні динопарки надають відвідувачам промарковані маршрути з чудовими рухливими та статичними моделями динозаврів, які розташовані у природному середовищі, а також захопливі атракціони, приголомшливі скам'янілості та інші цікавинки, які зацікавлять як дітей, так і дорослих. Крім того, в таких парках можна знайти сувенірні крамниці, заклади харчування тощо.

У грудні 2019 року відкрився перший стаціонарний парк динозаврів в Україні, який розташований у селі Поляниця Яремчанської міської ради, поруч з гірськолижним курортом «Буковель». Зазвичай, виставки динозаврів організовуються в обласних центрах, а тематичні динопарки більшого масштабу знаходяться в туристично-рекреаційних центрах, таких як «Буковель», с. Старе Село, та Гідропарк у м. Києві.

В Україні в 2021 році мережа тематичних динопарків значно розширилася. Навіть пандемія не завадила запуску восьми нових об'єктів у 2020 році. Великі міста, такі як Львів, Полтава, Харків, Черкаси, Чернівці та Чернігів, розміщують виставки динозаврів на території міських парків розваг і дозвілля. Це дозволяє використовувати суміжну інженерну та транспортну інфраструктуру, а також заклади громадського харчування. Знайомство з загадковим світом динозаврів мезозойської ери приносить радість та нові знання як малим, так і дорослим шанувальникам [48].

У Сімейному парку розваг «Галактика» («Galaxy») у ТРЦ «Lavina» у місті Києві є виставка 22 фігур динозаврів, яка була відкрита з 7 квітня 2020 року. В Гідропарку на площі 1,5 гектара розташовано більше 100 роботизованих фігур динозаврів реальних розмірів, де діє сезонна експозиція динозаврів, відкрита з 2 травня 2021 року. На території ВДНГ в лісовій зоні Експоцентру також знаходиться розважально-освітня виставка-парк «Планета динозаврів», яка була відкрита з 15 травня 2021 року.

Розважальний парк «Уруру», який було відкрито в липні 2020 року, є першим динопарком у Львівській області і одним з найбільших в Україні. Він розташований поруч з відпочинковим комплексом «Бухта Вікінгів» в с. Старе Село Пустомитівського району, що знаходиться в 12 км від Львова. Цей комплекс, разом із готельно-відпочинковим комплексом «Бухта Вікінгів», є привабливим місцем для відпочинку, як для індивідуальних туристів, особливо для сімей з дітьми, так і для організованих груп. На території розміром 9 га, що знаходиться посеред лісу, розташовано 22 анімованих тварин, які можуть рухатися та видавати звуки, а також вони

м'які на дотик та мають реалістичний вигляд та розміри, відповідні науковим уявленням. Крім того, є 2 тьюбінг-траси, 3000 кв. м. сіток-батутів та 39 видів розваг для дітей від 2-х років та дорослих. Тут також є піцерія та сувенірний магазин для любителів динозаврів.

У Черкаській області можна знайти два динопарки: один у місті Черкаси, а інший у місті Умань. Динопарк у Черкасах (відкрито 21.07.2021 р.) розташований на території парку «Перемоги», неподалік від зоопарку. На площі близько 1 га встановлено майже 20 роботизованих фігур динозаврів, а також тут є тематичні фотозони та пісочниця з археологічними кістками [28].

Умань отримала новий парк динозаврів під назвою «DinoSofia», який відкрили 7 серпня 2021 року. У парку можна побачити більше 60 експонатів. Варто зазначити, що це значима подія для міста, оскільки створено потужний район для відпочинку та рекреації, який складається з трьох парків: Національного дендрологічного парку «Софіївка» НАН України, фентезі-парку «Нова Софіївка» (що діє з 14.07.2019) та парку динозаврів «DinoSofia», розташованих у північно-східній частині міста.

Усі динопарки в Україні мають спільну концепцію тематичних парків розваг, яку розробляє мережа «ДиноПарк» разом з компанією «Attractions Factory», що спеціалізується на виготовленні атракціонів.

Майже в усіх областях України, за винятком Житомирської, Київської, Тернопільської та Сумської, створено комерційні розважальні парки та майданчики з динозаврами [21].

Узагальнюючи вищевикладене, можна зазначити, що створення мережі тематичних динопарків (близько 26 об'єктів) має позитивний вплив на розвиток туристичної інфраструктури в Україні. Такі парки доступні для відвідування широкій аудиторії, зокрема, для дітей та сімей з ними. Найбільш перспективними територіями для розміщення динопарків є паркові зони міст з великою кількістю населення та курортно-рекреаційні території.

Більшість динопарків в Україні мають невелику площу, займаючи 1-2 гектари в межах міських парків, але водночас користуються значним попитом серед місцевих мешканців та гостей міста. Також туристичні агенції часто включають відвідування динопарків до програм екскурсійних турів для дітей та дорослих.

Кількість розважальних парків в Україні зменшується через різноманітні фактори, зокрема економічні та соціально-політичні. За даними Держстату, на 1 січня 2023 року в Україні функціонує 313 підприємств, за класом КВЕД 93.21 «функціонування атракціонів та тематичних парків». Це на 65% менше, ніж у 2019 році (1109 закладів). Значна частка з них розташована в Дніпропетровській, Одеській областях та у місті Київ. Процес згортання мережі закладів збільшується з кожним роком, що пов'язано безпосередньо з негативним впливом наслідків затяжної пандемії COVID-19 та російсько-української війни [7, с. 1-2].

Також важливо зазначити, що загальна кількість тематичних парків за класифікацією КВЕД в Україні не репрезентує рівень розвитку індустрії розваг у повній мірі, оскільки багато підприємців неправильно класифікують свою діяльність, що призводить до хибної оцінки картини в цілому. Хоча кількість парків розваг в Україні майже співставна з загальноамериканським показником (більше 400 закладів), насправді Україна все ще не може повноцінно конкурувати зі США у секторі розважальних парків, як за кількістю відвідувачів, так і за отриманим прибутком. Тому для більш релевантного порівняння до уваги було взято дані Світової бази американських гірок (rcdb.com) відповідно до якої в Україні наразі 25 працюючих парків розваг.

Також варто зазначити, що в Україні розвиток розважального бізнесу ускладнюється рядом проблем, таких як нестабільність кадрової складової, відсутність кваліфікованих кадрів, відсталість технічної бази підприємств, довготривалість процедури отримання дозволів та документації, а також вразливість до інфляції та кон'юнктури ринку. Недостатній рівень навчання

та небажання роботодавців вкладати кошти в професійний розвиток персоналу стримують розвиток цієї галузі в цілому. Брак кваліфікованих фахівців з анімації також ускладнює оцінку перспектив [3].

На сьогоднішній день ринок тематичних парків перебуває на етапі розвитку і поки що майже не існує жодного парку, який можна було б порівняти зі світовими стандартами. Більшість існуючих парків розваг в Україні є реконструйованими або добудованими парками культури та відпочинку, які залишилися з часів радянської епохи. Наприклад, Центральний парк розваг у Харкові був повністю оновлений у 2012 році та поділений на тематичні зони: «Дитячий парк», «Екстрим-парк», «Сімейно-розважальна зона», «Французький парк», «Ретро-парк», «Середньовічна площа» та «Спортивні майданчики». У парку щодня проводяться безкоштовні розважальні програми для дітей, лялькові вистави, ретро-вечори, а також екскурсії. За свою сучасну концепцію та тематичне оформлення парк отримав престижну міжнародну премію «Golden Pony Awards-2013» [8].

Інший невеликий тематичний парк, розташований на березі Дніпра у Києві, є парк мініатюр, який відкрився 23 червня 2006 року. Площа мініатюрного міста становить 1,8 га, а на початку свого існування в ньому було представлено 50 моделей відомих пам'яток Києва. У 2010 році колекція розширилася на макети палаців Криму, замків Західної України, фортець Поділля та інших пам'яток, і парк отримав нову назву - «Україна в мініатюрі», де представлено 48 макетів найбільш відомих пам'яток архітектури України. У наш час, через велику вартість і обмеженість наявного простору в центрі міст, а також з метою забезпечення роботи протягом всього року, тематичні парки все частіше розміщуються в торгово-розважальних центрах (криті парки). Яскравим прикладом є тематичний парк «Галактика», побудований у 2016 році в ТРЦ «Лавина» в Києві, який став найбільшим критим парком розваг в Україні з площею 23 тис. М².

У 2014 році було зведено розважальний парк «Аркадія Сіті» на узбережжі Чорного моря в Одесі, який став головною туристичною визначною точкою міста, приваблюючи десятки тисяч відпочиваючих з усієї України та Європи щорічно (24). Унікальним прикладом тематичного парку в Україні, що відповідає світовим стандартам, можна вважати туристичний центр «Парк Київська Русь», який знаходиться в селі Копачів Обухівського району, що розташований за 34 кілометри від Києва. Цей унікальний центр є місцем для наукового та культурного розвитку, де колектив «Парку Київська Русь» спільно з провідними фахівцями з історії, архітектури, етнографії та культурології з різних країн відтворюють архітектурний вигляд середньовічного міста - дитинця Київського Кремля V-XIII століть, що займає площу 10 гектарів. Використовуючи знання та досягнення сучасної науки, відтворюється архітектурний образ та атмосфера Київської Русі. Проект здійснюється в історичному місці, згаданому в літописах, яке максимально відповідає ландшафту та повторює рослинність Києва тисячолітньої давнини [10, с. 8].

Проект «Парк Київська Русь» пропонує відвідувачам також можливість проживання відпочинку у середньовічному стилі. У таборах з дерев'яних бунгало, відтворених за зразками з XIII століття, можна познайомитись із звичаями та традиціями давніх киян, скуштувати національну кухню та взяти участь у майстер-класах з різноманітних ремесел. Крім того, «Парк Київська Русь» включає в себе дитячий парк атракціонів, де діти можуть відчувати атмосферу середньовіччя, пройшовши лабіринт, сходявши на дитячий майданчик або відвідавши виставку розмаїтих історичних костюмів. У центрі парку знаходиться головна архітектурна споруда - «Княжий двір», де проводяться конференції, форуми, святкування та інші заходи. В «Княжому дворі» можна відчувати дух середньовічної України, оглянути виставку розмаїтих історичних артефактів та костюмів.

Аквапарки стали однією з найбільш поширених форм тематичних парків в Україні. За кількістю відвідувань на квадратний метр робочої площі, вони займають провідне місце. Сьогодні в Україні успішно функціонує 25 аквапарків. Розвиток аквабізнесу почався на південному березі Криму, де через сприятливі кліматичні умови та туристичні потоки було запущено перший аквапарк «Голубой залив» у Симеїзі у 2001 році. Поява першого аквапарку підтвердила актуальність водних розваг, що стимулювало інвесторів вкладати гроші в будівництво інших аквапарків. У 2002 році під Одесою у селищі Чабанка відкрився перший критий аквапарк на території СНД «Посейдон». У 2003 році в місті Судак був побудований і відкритий для відвідувачів аквапарк з щорічною відвідуваністю понад 250 тисяч чоловік. В кінці 2003 року в місті Харків був запущений критий міні-аквапарк «Волна» на базі басейну, а в травні 2004 року в місті Алушта був відкритий аквапарк «Миндальная роща» [38].

У південній частині України, зокрема в Автономній Республіці Крим, Одеській, Миколаївській, Херсонській та Запорізькій областях, знаходиться найбільша кількість відкритих аквапарків. У західній Україні, таких як Львівська, Івано-Франківська, Тернопільська та Хмельницька області, поширені криті аквапарки, а на сході - у Дніпропетровській, Донецькій та Харківській областях.

У світі туризм розвивається настільки швидко, що постає питання про те, яку роль відіграє Україна на світовому ринку розважальних послуг. Не можна не зазначити, що Україна має всі необхідні передумови для успішного розвитку парків розваг, завдяки своїм географічним особливостям, сприятливому клімату та різноманітному природному, історико-культурному та рекреаційному потенціалу.

На жаль, українська індустрія розваг поки що представлена переважно «парками культури та відпочинку», пересувними «лунапарками» та аквапарками, а не тематичними розважальними парками на зразок «Disneyland». Запропоновані атракціони не завжди задовольняють потреби

туристів, що робить українські заклади розваг не конкурентоспроможними. Враховуючи той факт, що розважальний туризм є серед найпопулярніших видів туризму за прогнозами експертів ВТО, створення тематичних парків в Україні стає вельми актуальною проблематикою [11].

Створення різноманітних тематичних парків є одним з пріоритетних напрямків рекреаційної та розважальної політики багатьох країн світу з метою сприяння соціально-економічному розвитку територій. Такі парки є багатофункціональними закладами дозвілля, що пропонують розважальну програму для туристів та стають ключовою складовою туристичних програм. Відмінною рисою таких парків є їх економічна вигідність для країни, яка може отримати значні прибутки та податкові надходження від їх функціонування. Крім того, залучаючи людей до пізнання, творчості, спорту та розваг, тематичні парки можуть сприяти покращенню як фізичного, так і морального здоров'я суспільства, а також запобігати поширенню таких негативних явищ як злочинність, алкоголізм, наркоманія тощо. Україна також може відкрити свої тематичні парки, що вирішить проблему дозвілля молоді та допоможе у боротьбі з негативними соціальними явищами. Проте, варто відзначити, що створення таких парків може зіткнутися з рядом проблем на території України.

Україна стикається зі значними труднощами у створенні тематичних парків розваг, що можуть виступати ключовим елементом рекреаційно-розважальної політики держави. Серед основних причин низького рівня розвитку цих парків можна відзначити значну капіталоемність проектів, низький рівень довіри зарубіжних інвесторів через нестабільне фінансове становище країни, відсутність досвіду реалізації та управління подібними проектами у місцевих девелоперів, низьку зацікавленість міжнародних операторів туризму та розваг українським ринком, обмеженість асортименту запропонованих послуг, недосконалість законодавчої бази, слабку інформаційну політику, а також військові дії. Низький середній дохід українців, їхня низька мобільність та недостатня місткість споживчого

ринку паркових розваг також ускладнюють ситуацію. Необхідно вирішувати ці проблеми, щоб створення тематичних парків стало реальним інструментом для покращення розвитку туризму та розваг в Україні [37, с. 12-13].

Загалом, для успішного створення тематичних парків в Україні необхідно вирішувати такі важливі завдання: перегляд концепцій діяльності існуючих парків, створення відповідного законодавства, врахування регіональних аспектів і національних традицій розваг, фінансове забезпечення проектів, наукове дослідження соціально-культурних тенденцій в цій сфері, проектування та прогнозування культурно-дозвілевих процесів, розвиток міжнародного співробітництва, розробка та впровадження прогресивних технологій туристичного обслуговування, створення сприятливих умов для малого та середнього бізнесу, зміцнення туристичної інфраструктури та державної інформаційної політики, використання сучасних інформаційних маркетингових технологій, диверсифікація бізнесу та клієнторієнтований підхід, розвиток партнерських зв'язків, впровадження інноваційних рішень і т.д [36, с. 4-5].

3.2. Дослідження попиту на парки розваг в Україні: аналіз та інтерпретація результатів опитування

У рамках дослідження було проведено анкетування з метою вивчення ставлення споживачів до тематичних парків та валідації попиту. У загальному було опитано 178 респондентів, переважна більшість з них проживає у столиці України - Києві 64% (114), а 36% (64) формують Київська, Полтавська, Одеська, Дніпропетровська, Львівська області. Середній вік опитаних - 29. Гендерний розподіл: 53% - жінки, 45% - чоловіки, 2% - гендерні меншини. Всі відповіді для більшої репрезентативності були заокруглені до цілого числа. В опитуванні не враховано географію тимчасово переміщених осіб в та за межами України,

ую інформацію щодо актуального місця проживання зазначено станом на 23 лютого 2022 року.

Одним з важливих запитань форми було «Чи підтримуєте ви ідею створення тематичного парку у вашому місті/регіоні?». Відповідно до результатів опитування, 70% (125) респондентів підтримує ідею створення тематичного парку, 20% (35) не мають позиції на цей рахунок, а 10% (18) відповіли негативно.

Зокрема, серед тих, хто підтримує таку ідею 65% відповіли, що вважають сектор тематичних парків розваг каталізатором для пост-воєнного відновлення України, 20% відповіли, що не вважають сектор тематичних парків розваг каталізатором для пост-воєнного відновлення України, оскільки є інші пріоритетні напрямки, які потребують більшої уваги. 15% зазначили, що складно відповісти на це питання, оскільки потрібно зважати на багато різних чинників.

Далі було запитання про те, які зони тематичного парку респонденти більше за все бажають відвідати. Більшість опитаних (49%) назвали атракціони, 24% - тематичні шоу та виставки, 19% - розважальні комплекси, а лише 8% - тематичні ресторани та сувенірні крамниці.

Що стосується ціну входу до тематичного парку, то 42% опитаних готові платити до 1500 грн, 38% - від 1500 до 2500 грн, 15% - від 2500 до 3500 грн, а лише 5% - більше 3500 грн.

Наступне запитання стосувалося переваг щодо вибору тематичного парку. За результатами опитування, головними критеріями при виборі тематичного парку є: атмосфера та тематика (62%), ціна квитків (19%) та наявність розваг для дітей (12%). На думку лише 7% респондентів, головним критерієм є наявність екстремальних атракціонів.

Далі, учасники опитування були запитані про частоту відвідування тематичних парків. Більше половини респондентів (57%) готові відвідувати парки щомісяця. Ще 26% відповіли, що планують відвідувати тематичні

парки декілька разів на рік, а 11% - не частіше одного разу на рік. Тільки 6% респондентів зазначили, не збираються відвідувати парк взагалі.

У запитанні про особливості розміщення тематичних парків більшість опитаних (52%) вважають, що такі парки повинні бути розташовані поза межами населених пунктів або на околицях, щоб зберегти унікальний урбаністичний ландшафт міста, уникнути перевантаження на місцеву інфраструктуру, мінімізувати шумове, звукове та інші забруднення. 30% респондентів вважають, що тематичні парки мають бути розташовані в центрі міста, що значно підвищує їх логістичну доступність. Лише 18% респондентів не мали визначеного погляду щодо розміщення тематичних парків.

Наступним питанням було про те, чи погоджуються респонденти з твердженням про те, що тематичні парки можуть сприяти розвитку туризму у їх регіоні. Більшість опитаних (87%) відповіли позитивно, що підтверджує гіпотезу про те, що такі парки можуть стати важливим елементом розвитку туризму у регіоні.

Опитування також запитувало про те, чи відвідували респонденти тематичні парки. Більшість опитаних (76%) відповіли, що вони не мали такого досвіду, тоді як 24 % респондентів мали досвід відвідування таких парків у минулому. Ці дані свідчать про низьку загальну практику відвідування парку як форми дозвілля та її потенційно високу зацікавленість та можливість монетизації враховуючи не освоєність цієї ніші серед споживачів.

Результати опитування показали, що більшість респондентів (82%) оцінюють розвиток тематичних парків в Україні як незадовільний та дуже незадовільний. При цьому 10% опитаних вважають, що розвиток цього сектору розваг є частково задовільний, а 8% - задовільний.

Зауважу, що серед тих, хто вважає рівень розвитку парків незадовільний та дуже незадовільний, найбільш часто вказували на нестачу інвестицій (43%) та низький рівень сервісу, якості послуг та брак достатньої

експертизи у розважальній індустрії (27%) як основні причини. Також були згадані такі фактори, як недостатнє просування та реклама парків, складний податковий та регуляторний клімат, а також відсутність професійного управління і належної підтримки з боку органів влади.

Респондентів запитали, який тип тематичного парку вони вважають найбільш привабливим. За результатами опитування, більшість респондентів (41%) віддали перевагу тематичному парку за мотивами кінофільмів і телевізійних шоу, тоді як 32% зазначили, що більше зацікавлені в аквапарках. Тематичний парк за мотивами коміксів і книжок відповідав вимогам 14% респондентів, тоді як 8% обрали класичний луна-парк, 5% - етнопарк.

Щодо джерел залучення коштів для будівництва парків, більшість опитаних (60%) віддають перевагу залученню інституційних інвесторів як з приватного сектору так із фондів Єврокомісія на правах України як країни-кандидата у ЄС. 19% опитаних вважають, що на будівництво парків можуть бути виділені кошти зі статутних фондів місцевих компаній, 12% опитаних вважають, що на ці цілі можуть бути використані кошти з місцевого бюджету акумульовані платниками податків, а 9% - благодійні внески від фізичних та юридичних осіб.

Анкета також показала, що більшість опитаних вважають, що кандидатство в ЄС може призвести до розвитку тематичних парків розваг за допомогою різноманітних способів. Більше половини (53%) відповіли, що статус кандидатства сприятиме модернізації інфраструктури та залученню інвесторів, що у свою чергу позитивно вплине на забезпеченні вищої якості послуг. Третина (31%) опитаних вважають, що кандидатство в ЄС може призвести до оптимізації законодавчої бази для представників малого та середнього бізнесу. Інші 10% залучення міжнародних експертів та організація профільних виставок, круглих столів та конференцій для обміну досвідом та підвищенню ефективності тематичних парків. 6% погодилися з думкою, що кандидатство України в ЄС не вплине на індустрію дозвілля.

Також, результати опитування показують, що відсутність фінансування з боку ЄС (48%) є найбільшою загрозою для розвитку індустрії дозвілля у регіоні. Також, необхідно враховувати недостатнє законодавче забезпечення відповідно до європейських стандартів (28%) та туристичну конкуренцію (15%) з іншими країнами-членами ЄС, що може викликати складнощі у залученні інвестицій та туристів. 9% кореспондентів відповіли, що не бачать достатньої загрози від кандидатства для України.

3.3. Розробка дорожньої карти для впровадження парків розваг як елементу регіональної туристичної політики

Туризм тематичних парків - це галузь, що набуває все більшого значення в світовій індустрії туризму. Зараз він становить конкуренцію традиційним видам туризму і лише на ринку США оцінюється у понад 12 млрд доларів щорічно. Також слід зазначити, що такий тематичний парк як розваг «Діснейленд» (Каліфорнія, США) залучає більше туристів, ніж країни Єгипет, Марокко, Туніс та Ізраїль разом узяті. З огляду на прогнози експертів Всесвітньої туристичної організації, розважальний туризм стане одним з найбільш популярних видів туризму. Тому, на сьогоднішній день проблематика створення тематичних парків в Україні є дуже актуальною. Відкриття таких парків може допомогти вирішити проблему дозвілля місцевих жителів, зміцнити соціально-економічний розвиток територій, збільшити туристичний потенціал України та сприяти розвитку внутрішнього та в'їзного туризму.

Для досягнення успішної реалізації тематичних парків в Україні необхідно вирішити ряд концептуальних розбіжностей з американськими стандартами, які були виявлені в ході GAP-аналізу.

Високо імерсивне середовище. Паркові комплекси повинні бути більш багатофункціональними і пропонувати не тільки розваги, але й

широкий спектр інших послуг, що включає просвітницькі, рекреаційні, соціальні, виховні, культурні, екологічні та спортивні функції.

У містах обмежена кількість територіальних резервів для створення нових парків, тому одним із способів збільшення їх площі є рекультивация порушених територій. Сучасні будівельні технології дозволяють переміщувати великі обсяги ґрунту, створювати штучний рельєф та водні об'єкти з певними властивостями. Зростаючою тенденцією є створення парків на місці колишніх звалищ та знесених промислових будівель, особливо великих містах, де відчувається нестача територій.

Застосування концепції дозвілля, що базується на досконалому естетичному середовищі парку, професійному персоналі та високій якості обслуговування, єдиному стилю всіх елементів паркової території (природи, будівель, екскурсійних маршрутів, тематичних зон, дизайну, торгівельних центрів), а також їх координація для досягнення однієї головної мети - організації дозвілля для всієї сім'ї, а не тільки окремих членів, суворе дотримання правил поведінки в парку, поєднання різноманітних видів і форм діяльності, постійні технічні поліпшення, оновлення тематичних заходів і виставок.

Впровадження принципів сталого розвитку в діяльність паркових закладів включає раціональне планування паркової території, оптимальне використання обмежених ресурсів і застосування природо-, енерго- і матеріалозберігаючих технологій. Крім того, це передбачає адаптацію атракціонів для людей з обмеженими можливостями, розробку та проведення еколого-освітніх програм, спрямованих на розвиток особистості, екологічного виховання та свідомого ставлення до навколишнього середовища, зокрема серед молоді та дітей [44, с. 7].

Розважальні парки можуть співпрацювати з волонтерськими центрами, щоб отримати допомогу у створенні тематичних зон. Волонтери мотивуються не тільки альтруїзмом, а й іншими факторами, такими як задоволення професійних, культурних, освітніх потреб, спілкування з

однодумцями, бажання приєднатися до суспільно корисної діяльності та активного відпочинку.

Уважне врахування побажань та потреб відвідувачів та їх якісне задоволення є важливими аспектами діяльності розважальних парків. Для цього соціологічні служби парків систематично проводять дослідження, щоб вивчити запити відвідувачів та їх потреби. Це дозволяє покращити систему управління парками, підвищити кваліфікацію працівників, які забезпечують розваги та просвіту у парках, а також забезпечити відвідувачам належний відпочинок. Соціологічні дослідження також допомагають визначити вимоги до плану роботи та організації паркових заходів, розробляти методи та прийоми роботи з дітьми, організовувати сімейний відпочинок та обслуговування осіб похилого віку.

Розвиток технологічних парків. Ці інноваційні центри розваг дозволяють використовуючи найсучаснішу електроніку, пірнути в минуле або майбутнє, у космос або під землю, в найглибші частини світового океану або внутрішні органи людського організму. У парку використовуються різноманітні засоби розваг, засновані на використанні найновіших зразків атракціонної техніки: «адреналінових» печер, тунелів, гір, водоспадів, фантастичних атракціонів та спеціальних механізмів, які переносять відвідувачів в анімаційний світ [39].

Розвиток парків розваг з анімаційними шоу є надзвичайно популярним серед туристів. Такі парки базуються на певній тематиці, яка може бути пов'язана з історією, культурою етносів, пригодами у кіно тощо. Одним із перших кінопарків став «Universal Studios», заснований в Голлівуді, який дозволяє відвідувачам стати учасниками та спостерігачами різноманітних сцен з відомих голлівудських фільмів, таких як «Індіана Джонс», «Щелепи», «Термінатор», «Парк юрського періоду».

Створення вітчизняних організацій з пріоритетним завданням вивчення проблем парків, організацією профільних конференцій та забезпеченням просування закладів розваг є досить поширеним явищем.

Наприклад, в США було створено Національну асоціацію парків і рекреації, Інститут управління у сфері дозвілля та розваг, Федеральну службу тематичних парків, які виконують сертифікацію та стандартизацію закладів, проводять значну інформаційну, методичну та наукову роботу з питань дозвілля, видають свої журнали, підтримують центри підвищення кваліфікації фахівців, співпрацюють із рекреаційними та розважальними закладами різних країн світу [50].

В тематичних парках важливим процесом є організація розміщення та харчування відвідувачів. Оскільки вони зазвичай проводять там цілий день, необхідно забезпечити високий рівень комфорту та відповідати тематиці парку. Ресторани та кафе при парках мають незвичайні меблі, відповідний інтер'єр та високоякісне обслуговування. Також можлива організація урочистих та офіційних прийомів, конференцій, сімейних заходів та інших подій. Готельне господарство також є важливою складовою тематичних парків, де можуть бути представлені різні типи готельних закладів: сімейні, тематичні, туристичні, курортні готелі, авто- та мото кемпінги, курортні мотелі, хостели та інші [41].

Вирішення проблем праці. Тематичні парки та парки розваг у Сполучених Штатах залишаються досить працевдатними. У 458 парках у США працює близько 133 151 працівників. Однак у 2023 році багато компаній будуть платити некваліфікованим працівникам низькі ставки. Одна з проблем, з якою стикаються багато парків на сьогоднішній день, полягає у належній компенсації працівників, зберігаючи при цьому прибутковість. Ця проблема викликала значну дискусію у суспільстві в останні роки. Наприклад, Флорида нещодавно прийняла ініціативу, яка передбачає мінімальну заробітну плату у розмірі 15 доларів на годину для працівників парків розваг. У зв'язку з цим парки повинні знайти способи збалансування потреби в некваліфікованій робочій силі зі зростанням витрат на проживання в навколишніх районах [36, с. 9].

Розширення асортименту їжі. У багатьох парках збільшується якість та доступність їжі, що цікавить відвідувачів. Деякі компанії почали вводити здорові раціони харчування для клієнтів. Для розширення асортименту меню все частіше великі парки пропонують їдальні. Тенденція до збагачення варіантів їжі свідчить про зусилля налаштовані на максимізації користі гостей від відвідування парків. Проте, це також може відображати бажання задовольнити мілленіалів, які наразі є зростаючим ринком серед демографічних груп та найбільш платоспроможним сегментом.

Більше парків також почали впроваджувати високотехнологічні рішення для того, щоб збагатити враження від атракціонів та експозицій. Наприклад, додавання доповненої та віртуальної реальності підвищує індивідуальність деяких виставок у тематичних парках. Використання високотехнологічних цифрових рішень приваблює мілленіалів та представників покоління Z. У США парки часто конкурують за право створювати розваги на основі інтелектуальної власності, використаної в популярних фільмах та телепродукціях. Наприклад, Діснейленд часто використовує анімованих персонажів, створених Уолт Діснеєм [18].

Ще один тренд у керуванні тематичними парками стосується інтеграції Internet of things з потоками даних в реальному часі для підвищення безпеки туристів. Деякі парки вже запровадили зап'ясті браслети з RFID-технологією для відстеження руху відвідувачів по їх території. Ця технологія дозволяє перерозподіляти персонал, щоб забезпечити ефективну роботу черг. Цифрові технології також дозволяють швидко інформувати відвідувачів про новинки та оновлення. Управління може використовувати Інтернет для реклами атракціонів та ресторанів. Інтернет також допомагає управляти навантаженням відвідувачів.

Передбачення високих технологій. Багато аналітиків очікують, що злиття технологій з традиційними операціями тематичних парків підніме популярність цієї галузі. Підприємства в цій сфері потребують підтримки громадськості, щоб процвітати як сектор в галузі розваг. Розвиток все більш

персоналізованих та інноваційних відвідувань може з часом допомогти тематичним паркам у США та багатьох інших країнах відновитись після наслідків останньої пандемії [42].

Зміна бізнес-моделей. З метою збереження прибутковості при обмеженій вмистимості, парки можуть значно збільшити ціни та дозволити клієнтам відвідати всі атракціони без черг. З меншою кількістю клієнтів та більшими цінами тематичні парки будуть намагатися робити клієнтський досвід більш імерсійним. Disney вже застосовує цю модель високо цінових імерсійних вражень в готелі Star Wars: Galactic Star Cruiser.

Динамічні ціни. Замість щоденної або тижневої ціноутворення на атракціонах, ціни будуть встановлюватися в залежності від тривалості перебування, дня тижня, сезону та реального реагування на погодні умови.

Зміни у взаємодії між працівниками та гостями. У 2023 році працівників будуть перенавчатися, щоб забезпечити дотримання процедур з охорони здоров'я та безпеки. Крім того, споживачі повинні мати впевненість у тому, що запропонований досвід є безпечним. У США різниці у системах вірувань можуть призвести до конфліктів між працівниками та клієнтами, а також між самими клієнтами. Тематичні парки повинні розглянути, як вони можуть управляти цими різницями через тренування працівників у зменшенні напруження. Крім того, багато компаній будуть намагатися переглянути свої політики з метою зменшення відповідальності у разі виникнення ситуацій зі збудженням у парку [31, с. 7].

Ще одним наслідком пандемії стане збільшення використання технологій безконтактного керування на різних рівнях взаємодії між працівниками та клієнтами. Для працівників це може означати більше використання технологій розпізнавання обличчя та сканування сітківки ока. Для клієнтів це означає безконтактну купівлю квитків, менше дверних ручок та безконтактні раковини в туалетах. Крім того, більше компаній прийматимуть програми передбачуваної аналітики на базі штучного інтелекту, які оптимізують операції. Наприклад, тематичні парки

інвестуватимуть у застосування штучного інтелекту для встановлення динамічної ціноутворення та аналізу цільової ємності парку.

Популярність використання технологій доповненої та віртуальної реальності в гостьовому досвіді зростатиме. Віртуальна реальність створює 3D-цифрове середовище, з яким можна взаємодіяти. Доповнена реальність перетворює реальність в цифровий простір, розміщуючи віртуальні об'єкти у реальному світі. З метою створення більш іммерсивного досвіду для гостей індустрія використовуватиме обидва типи технологій в атракціонах і розвагах. Це також задовольнить потреби молодіжних груп, таких як мілленіали та покоління Z, що стимулюють зростання галузі [7].

Зміни у харчовому досвіді супроводжують перехід до більш іммерсивного гостьового досвіду. Наприклад, у «Світі Гаррі Поттера» гостям пропонують копчені індикові ноги та «масло-пиво». Крім того, тематичні парки помічають, що здорові інгредієнти, поєднанні з регіональними стравами, - чудовий спосіб підвищити прибутковість. Гамбургери та хот-доги все ще лідирують у галузі, але якість їжі стає більш актуальною, і з'являється все більше вегетаріанських та стійких опцій. Також впроваджуються нові дизайни для приготування їжі та зон харчування, з використанням кухонь для кількох закладів та більшими залами для харчування.

Продовження розвитку Інтернету речей (IoT). Інтернет речей (IoT) - це концепція, яка стає нормою: фізичні пристрої, підключені до Інтернету. Моніторинг запасів та продажів допоможе оптимізувати ланцюг поставок та продажів. Це допоможе в реальному часі визначати продукти та предмети, які продаються, та запобігати нестачам. Крім того, клієнти побачать інформацію в режимі реального часу про черги на атракціони та в ресторанах. Це дозволить тематичним паркам виконувати вимоги соціального дистанціювання та забезпечувати більш швидкий та ефективний сервіс. Існують певні проблеми з безпекою, пов'язані з

підключенням до Інтернету більшої кількості пристроїв, але уразливості вивчаються та мінімізуються [5].

Планується збільшення використання інтелектуальних динаміків та рішень віртуальних помічників, які забезпечать можливість замовити їжу на винесення, знайти ціни на квитки та забронювати квитки на атракціони. Комерційні версії розумних динаміків, таких як Google Nest Hub і Amazon Echo 8, очікуються в галузі тематичних парків. Віртуальний помічник використовуватиме IoT-пристрої, такі як браслети, що дозволять гостям отримувати інформацію, що стосується їх місцезнаходження та діяльності. Також очікується збільшення використання відео, яке буде використовуватись для реклами та просування нових продуктів та послуг, а також для створення відеооглядів нових атракціонів та інших розваг для гостей.

Блокчейн-технологія формує майбутнє продажу квитків, діючи як безпечний варіант, що ефективно запобігає накрутці цін та шахрайству. Блокчейн запобігає продажу квитків вище їх ринкової вартості. Крім того, він уникне дублювання ключів, щоб квитки могли бути продані лише одному гостю. Нарешті, він спрощує процес для гостей, дозволяючи паркам вбудовувати знижки в квитки для купівлі у продавців та уникнення необхідності друкувати квитки.

Зростаюча увага до впливу на навколишнє середовище. Покоління Z та мілленіали, які складають найбільшу клієнтську базу тематичних парків, тиснуть на індустрію, щоб вона використовувала чисті джерела енергії, зменшувала відходи та пропонувала вегетаріанські варіанти їжі. У 2019 році Six Flags Discovery Kingdom став першим сонячним парком на заході США, а Walt Disney World зараз використовує сонячні ферми як джерело енергії. Крім того, парки зменшують використання соломинок та переходять на рослинні альтернативи [17].

ВИСНОВКИ

Отже, на початку 2020 року світ став свідком швидкого поширення коронавірусу, що викликало серйозні виклики для більшості галузей, включаючи індустрію розваг та туризму. Згідно з дослідженням Global Amusement Park Market Analysis & Trends - Industry Forecast to 2027, глобальний ринок тематичних парків розваг зменшився від 54,6 млрд доларів у 2019 році до 22,8 млрд доларів у 2020 році. Але, не дивлячись на це, тематичні парки розваг продовжують бути значним фактором формування соціально-економічного та туристичного процвітання в багатьох регіонах світу.

Згідно з дослідженням International Association of Amusement Parks and Attractions (IAAPA), тематичні парки розваг в США привертають понад 375 мільйонів відвідувачів щороку та створюють понад 200 тисяч робочих місць з загальним прямим та непрямим внеском у економіку країни в більше ніж 100 мільярдів доларів.

З одного боку, такі парки можуть створювати нові робочі місця та збільшувати доходи місцевих бізнесів, що підвищує рівень зайнятості та покращує економічну ситуацію в регіоні. З іншого боку, тематичні парки розваг можуть привертати багато туристів, що збільшує дохід місцевого туристичного сектору та покращує імідж регіону в очах іноземних туристів. Крім того, тематичні парки можуть створювати попит на різноманітні послуги, такі як готелі, ресторани та магазини, що сприяє розвитку інших галузей економіки в регіоні.

Однак, важливо враховувати також негативні наслідки тематичних парків розваг, такі як забруднення навколишнього середовища та збільшення транспортного навантаження на дороги та інфраструктуру. Тому, для досягнення балансу між економічними вигодами та збереженням природних ресурсів та якості життя мешканців регіону, важливо розробляти розумні стратегії планування та управління тематичними парками розваг.

Також, важливо враховувати вплив тематичних парків розваг на культурне та соціальне середовище регіону. Наприклад, такі парки можуть сприяти розвитку та популяризації місцевих традицій та культури, пропагувати освіту та науку серед відвідувачів, та створювати нові місця для відпочинку та розваг для місцевого населення.

Окрім економічних та соціальних переваг, тематичні парки розваг можуть мати великий туристичний потенціал для регіонів з відповідними природними та історичними об'єктами. Наприклад, в США багато тематичних парків розваг розташовані поруч з національними парками та історичними пам'ятками, що створює унікальну можливість для туристів поєднати розваги з освітою та відкриттям нових місць.

З регресійно-кореляційного аналізу можна зробити висновок, що існує статистично значуща залежність між кількістю тематичних парків розваг та соціально-економічним зростанням регіону. Іншими словами, підтверджується гіпотеза, що регіони з більшою кількістю мережею тематичних парків розваг мають тенденцію до більшого соціально-економічного зростання, що виражається у збільшенні ВВП на душу населення, мінімальної заробітної плати, медіани середньої заробітної плати по регіону, рівня зайнятості, освіти, медичного обслуговування, безпеки, інвестиційного клімату та частки внутрішнього та в'їзного туризму у структурі місцевого господарства території.

Проведений у рамках дослідження SWOT та GAP - аналізи підтверджують, що будівництво тематичного парку розваг в Україні є актуальним та доцільним. Входження України до Європейського Союзу може забезпечити більше інвестицій та технологічних інновацій в цій галузі. Реформа децентралізації, у свою чергу, може стимулювати розвиток туристичного брендингу на місцевому рівні за рахунок формування більш гнучкої, адаптивної та відкритої регіональної політики місцевими органами самоврядування та підвищувати інтерес до будівництва таких інфраструктурних об'єктів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Білик, О. М. (2018). Стратегічні напрями розвитку туризму в Україні. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія "Соціальні комунікації", (61), 38-41. Доступно на: <https://periodicals.karazin.ua/usocjour/article/view/15378/14375>
2. Бойко, В. С., Павленко, В. М., & Лихоман, О. Є. (2020). Особливості сучасного стану регіонального управління в умовах децентралізації. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут", (11 (1405)), 17-21. Доступно на: https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/5196/1/statya_pavlenko
3. Бочелюк В.Й., Бочелюк В.В. Дозвіллезнавство Навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2006. - 208 с.
4. Гнідіна В. Особливості та тенденції розвитку індустрії розваг в Україні / В. Гнідіна, О. В. Захарова. // X Всеукраїнська студентська науково -технічна конференція «Природничі та гуманітарні науки, актуальні питання». – 2017. – №10. – С. 37–38.
5. Гунченко, Т. В. (2018). Розвиток тематичних парків як фактор розвитку туризму в Україні [Development of theme parks as a factor of tourism development in Ukraine]. Economy of Ukraine, 12, 71-77. Retrieved from http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2018/214.pdf
6. Державна служба статистики України (дата звернення: 9 травня 2023) <https://www.ukrstat.gov.ua/>.
7. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – 2019. Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
8. Задіяк А.С. Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні тенденції розвитку туризму». - Частина II. Миколаїв: ВП «МФ КНУКІМ», Науково-практичні засади модернізації туристичного комплексу України, 2015. - 145 с. - С.35-37

9. Закон України "Про місцеве самоврядування в Україні" від 21.05.1997 № 280/97-ВР. Режим доступу:
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80#Text>
10. Закон України "Про туризм" від 15.09.2020 № 889-ІХ. Режим доступу:
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>
11. Індустрія розваг [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:
https://leksika.com.ua/10440722/turizm/industriya_rozvag.
12. Калініна Л. А. Індустрія дозвілля як складова сфери туризму / Л. А. Калініна. // Миколаїв: ВП «МФ КНУКІМ»,. – 2015. – №3. – С. 173–176.
13. Качмар, Ю. М. (2019). Фактори впливу на туристичний ринок України. Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії, 3, 132-137. Режим доступу:
<http://tourism.knukim.edu.ua/article/view/173019/173740>
14. Концепція розвитку туризму України до 2026 року, затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 22.11.2017 № 987. Режим доступу: <https://kurort.gov.ua/bez-kategoriyi/strategiya-rozvytku-turyzmu-ta-kurortiv-na-period-do-2026-roku/>
15. Кудла, Н. Й. (2012). Тематичні парки розваг як фактор соціально-економічного розвитку територій [Electronic resource]. Режим доступу: http://re.gov.ua/re201203/re201203_043_KudlaNY.pdf
16. Летуновська Н. Є. Маркетинг у туризмі : підручник / Н. Є. Летуновська, О. В. Люльов. – Суми : Сумський державний університет, 2020. – 270 с.
17. Литвин, Н. В. (2015). The potential of theme parks as an instrument of regional development [Потенціал тематичних парків як інструменту регіонального розвитку]. Retrieved from https://tourlib.net/statti_ukr/lytvyn2.htm

- 18.Литвин, О. О. (2014). Розвиток тематичних парків розваг в Україні. Туризм і курорти, 2(57), 60-67. Режим доступу: https://tourlib.net/statti_ukr/lytvyn2.htm
- 19.Мальська М. П. Основи маркетингу у туризмі [текст] підручник. / М. П. Мальська, Н. Л. Мандюк – К.: «Центр учбової літератури», 2016. – 336 с.
- 20.Методичні засади забезпечення конкурентоспроможності підприємств та розвитку інноваційної інфраструктури регіону / Г. А. Саблук, А. В. Райкова, О. С. Бикова [та ін.] // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. - 2021. - Вип. 1 (31). - С. 105-116. - DOI: 10.26906/aprde.1(31).2021.6091
- 21.Мирончук, І. Ю., Суслова, Н. В., & Чекаленко, І. М. (2018). Досвід формування регіональної туристичної політики в Україні. Економіка. Наука. Практика, (12), 100-107. Доступно на: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2018/214.pdf
- 22.Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник. Затверджено МОН / Мальська М.П., Антонюк Н.В. — К., 2008. — 661 с.
- 23.Міжнародної науково-практичної конференції (м. Мукачєво, 17 жовтня 2018 року) / гол. ред. Т.Д. Щербан. - Мукачєво : РВВ МДУ, 2018. - С. 76
- 24.Мороз, Є. В., & Паляничко, О. І. (2022). Розвиток тематичних парків розваг як один із факторів туристичного розвитку. Економіка та суспільство, 2, 148-152. Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2018/214.pdf
- 25.Мороз, М. В. (2022). Розвиток туризму в Україні: стан та перспективи. Науковий журнал "Проблеми економіки та соціології", 33(1), 49-54. Доступно на: http://www.economyandsociety.in.ua/journals/33_ukr/15.pdf

26. Мороз, Ю. (2022). Тематичні парки як форма розвитку туризму [Theme parks as a form of tourism development]. *Ukrainian Sociology Journal*, 1(59), 141-148. Retrieved from <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2022/jan/26506/moroz.pdf>
27. Офіційний сайт «Парку Київська Русь» [Електронний ресурс]. – 2019. Режим доступу до ресурсу: <http://www.parkkyivrus.com>.
28. Павленко, Н. В., & Бойко, Н. В. (2015). Особливості сучасного стану регіонального управління в умовах децентралізації. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу*, 2(33), 192-
29. Павленко, О. В., & Бойко, Н. В. (2016). Особливості сучасного стану регіонального управління в умовах децентралізації [Features of the current state of regional governance in conditions of decentralization]. Retrieved from https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/5196/1/statya_pavlenko
30. Петрова І. В. Сутність та особливості становлення індустрії дозвілля / І. В. Петрова. // Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв. – 2009. – №2. – С. 87–92.
31. Радченко, О. О. (2020). Розвиток тематичних парків як складової туристичного ринку України [Development of theme parks as a component of the tourism market in Ukraine]. *Economy and Society*, 21, 232-238. Retrieved from https://docs.google.com/document/d/12mZoNF_KiIUU5bb0BXaR_xVE-u7tfibq.
32. Робота парку як дозвілльєвого центру [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: http://e-pidruchniki.com/content/500_22Robota_parky_yak_dozvillevogo_centry.html.

33. Рудницька К. В. Географічний аналіз тематичних парків у світі та в Україні та перспективи їх створення у Кривому Розі / К. В. Рудницька, В. О. Шипунова. – Кривий Ріг, 2018. – 115 с.
34. Савранчук Л.А. Тематичні парки як різновиди антропогенних розважальних комплексів. Л.А. Савранчук // Культурний ландшафт: теорія і практика. – Вінниця: ПП ТД «Едельвейс і К», 2010. – С. 157 – 161
35. Савчук Л. Суть, групування та перспективи розвитку тематичних парків світу / Л. Савчук. // Вісник львівського університету. – 2013. – №43. – С. 82–91.
36. Смаль І.В. Основи географії рекреації і туризму [Текст]: Навч. Посіб. / І.В.Смаль. – Ніжин: В-во НДПУ імені Миколи Гоголя, 2004. – 264 с. 122
37. Смирнов І.Г. Бізнесові основи міжнародного туризму: Навч. посіб. — К.: ВПЦ «Київський університет», 2007. — 112 с.
38. Смочко Н. М. Тематичні парки як поліфункціональні заклади дозвілльового комплексу рекреаційної системи / Н. М. Смочко, Т. Кук // Міжнародний та національний досвід суспільно-географічного розвитку туристичної галузі в умовах євроінтеграції : тези доповідей
39. Соціально-економічні наслідки інноваційної діяльності на підприємстві: підходи та методи оцінювання / О. М. Квітка, В. А. Левчук, А. І. Томчук // Економіка і суспільство. - 2018. - Вип. 14. - С. 206-212. - DOI: 10.32782/2524-0072/14-34
40. Стафійчук В. І. Рекреалогія. Навчальний посібник. 2-е вид. / В.І. Стафійчук — К.: Альтерпрес, 2008. — С. 264
41. Стратегія розвитку туризму України на період до 2030 року, затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 24.06.2020 № Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text>

42. Теодорович Л. В. Тематичні парки: практичні аспекти доцільності створення в Україні / Л. в. Теодорович. // Економіка. Управління. Інновації. Серія : Економічні науки. – 2016. – №4.
43. Управління регіональним розвитком туризму / В. Ф. Семенов, В. Г. Герасименко, Г. П. Горбань. – Одеса: ОДЕУ, 2011. – 225 с.
44. Шаталов, В. М., Голота, С. В., & Білик, М. В. (2019). Розвиток туризму як інструмент інноваційного розвитку економіки регіону. Економіка та суспільство, 19, 280-285. Доступно на:
https://economyandsociety.in.ua/journals/10_ukr/79.pdf
45. Шашкевич, О. О. (2018). Розвиток туризму в Україні: аналіз стану та перспективи. Соціально-гуманітарні аспекти розвитку сучасного суспільства, 3, 55-60. Режим доступу:
<https://periodicals.karazin.ua/usocjour/article/view/15378/14375>
46. Шестопал, Н. М. (2018). Development of theme parks in Ukraine: challenges and prospects [Розвиток тематичних парків в Україні: виклики та перспективи]. Economy and Society, 15, 92-96. Retrieved from https://economyandsociety.in.ua/journals/10_ukr/79.pdf
47. Ю. Д. Перспективи розвитку тематичних парків в Україні / Ю. Д. Більшість нині функціонуючих парків розваг – це реконструйовані та добудовані парки культури та відпочинку, що лишилися з радянських часів. // Актуальні питання економічних наук. – 2014. – С. 11-15.
48. Юлія Ремезь. Механізм формування інтегрованих маркетингових комунікацій // Маркетинг в Україні. – 2010. – № 3. – С. 39-43.
49. AECOM's Theme Index and Museum Index Reports (2010 - 2018) [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.aecom.com/theme-index/>.

50. Amusement and Theme Parks - Statistics & Facts [Электронный ресурс]. 2018. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.statista.com/topics/2805/amusement-and-theme-parks/>.
51. Amusement Parks Industry in the US [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа до ресурсу: www.ibisworld.com/industry-trends/market-research-reports/arts-entertainment-recreation/amusement-parks.html.
52. Analysing the Impact of Innovations on the Economic Development of Countries / A. Merķeļšon, I. Vasilevska, J. Kociņa // Baltic Journal of Economic Studies. - 2019. - Vol. 5, No. 1. - P. 117-123. - DOI: 10.30525/2256-0742/2019-5-1-117-123
53. Balan, C. F., Draghici, A., & Gheorghe, I. G. (2021). The relationship between tourism and theme parks: An analysis of the impact of theme parks on local development. Journal of Travel Research, 00472875211069173. doi: 10.1177/00472875211069173
54. California State University, Fullerton. (n.d.). Disney Economic Impact. Retrieved from <https://news.fullerton.edu/feature/disney-economic-impact/>
55. Clow, Kenneth E.; Baack, Donald E. Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications. Prentice Hall. p. 108.
56. Disney Connect. (n.d.). The Value of Disney & Reedy Creek to Florida. Retrieved from <https://disneyconnect.com/disneyworld/our-community/the-value-of-disney-reedy-creek-to-florida/>
57. Gheorghe, I. G., Balan, C. F., & Draghici, A. (2021). The contribution of theme parks to the local development. Journal of Tourism and Services, 12(27), 6-15. doi: 10.2478/jots-2021-0001
58. NC State Poole College of Management. (n.d.). The Happiest Place on Earth: A Look Inside Disney's Tax and Non-Tax Battle with the State of Florida.

Retrieved from <https://poole.ncsu.edu/thought-leadership/article/the-happiest-place-on-earth-a-look-inside-disneys-tax-and-non-tax-battle-with-the-state-of-florida/>

- 59.RCDB - Roller Coaster DataBase (дата звернення: 9 травня 2023) - <https://rcdb.com/r.htm?ot=2&ol=26355&ex>.
- 60.Roller Coaster DataBase [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://rcdb.com/>.
- 61.The Economics of Disney World. Retrieved from <https://smartasset.com/credit-cards/the-economics-of-disney-world>
- 62.Theme Parks and Attractions. The Hong Kong Polytechnic University. John Ap, Ph.D. School of Hotel & Tourism Management. The Hong Kong Polytechnic University. Project Co-ordinator, 2009. — 78.
- 63.Wonder World. (2021, April 29). Here's How Amusement Parks Positively Impact the Economy. Retrieved from <https://633wonderworld.com/post/here-s-how-amusement-parks-positively-impact-the-economy> SmartAsset. (n.d.).

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Таблиця А.1

Інструменти туристичної політики регіональної чи місцевої економіки
(складено на основі [8])

Пасивні інструменти	Активні інструменти
Економічні:	
<ul style="list-style-type: none"> – місцеві податки; – місцеві збори (оплати). 	<ul style="list-style-type: none"> – податкові пільги; – інвестиції у туристичну сферу; – популяризація туризму; – створення туристичної пропозиції; – публічно-приватне партнерство; – створення суб'єктів господарювання з участю органів територіального самоврядування; – дотації на туристичні заходи для комерційних суб'єктів; – формування туристичної марки території.
Адміністративні:	
<ul style="list-style-type: none"> – облік закладів розміщення; – облік туристичних посередників; – оформлення заявок на бюджетне фінансування; – розроблення стратегічних документів (стратегії розвитку туризму, плану просторового розвитку). 	<ul style="list-style-type: none"> – реалізація стратегії розвитку туризму.
Організаційні:	
<ul style="list-style-type: none"> – створення локальних та регіональних туристичних організацій; – створення євро регіонів 	<ul style="list-style-type: none"> – співпраця суб'єктів індустрії туризму; – створення кластерних структур; – співпраця між євро регіонами; – моніторинг туристичного ринку
Кадрові:	
<ul style="list-style-type: none"> – видача дозволів на професійну діяльність (наприклад, ліцензії для здійснення екскурсійного обслуговування). 	<ul style="list-style-type: none"> – навчання працівників органів місцевого самоврядування, туристичної сфери та громадських активістів.

Основні вимоги до державної туристичної політики» (складено на основі [17])



Особливості територіальної організації парків розваг у США, 2023 р. [за результатами власного аналізу]

Назва штату	Кількість тематичних парків розваг (одн.)	Кількість американських гірок (одн.)	Забезпеченість населення (кількість американських гірок/1 млн. ос.)	Густота (кількість американських гірок/миль ²)
Айдахо	3	8	4,56	0,1
Айова	5	10	3,17	0,18
Алабама	7	8	1,64	0,15
Аляска	0	-	-	-
Аризона	5	6	0,84	0,05
Арканзас	3	7	2,32	0,13
Вайомінг	1	1	1,73	0,01
Вашингтон	6	10	1,33	0,15
Вермонт	3	3	4,79	0,31
Вірджинія	5	23	2,7	0,57
Вісконсин	8	12	2,06	0,21
Гаваї	0	-	-	-
Делавер	6	-	-	-
Джорджія	7	27	2,57	0,46
Західна Вірджинія	1	4	2,22	0,17
Іллінойс	10	24	1,88	0,43
Індіана	9	14	2,09	0,39
Каліфорнія	38	94	2,38	0,59

Канзас	6	7	2,4	0,09
Кентуккі	5	10	2,24	0,25
Колорадо	12	23	4,04	0,22
Коннектикут	3	8	2,24	1,6
Луїзіана	4	9	1,93	0,19
Массачусетс	4	17	2,46	2,07
Мен	3	6	4,48	0,18
Меріленд	10	23	3,81	2,24
Міннесота	7	16	2,85	0,19
Міссісіпі	2	1	0,33	0,02
Міссурі	10	28	4,57	0,4
Мічиган	8	15	1,5	0,26
Монтана	1	2	1,88	0,01
Небраска	2	2	1,04	0,03
Невада	7	6	1,98	0,05
Нью-Йорк	31	52	2,71	1,08
Нью-Гемпшир	8	12	8,85	1,3
Нью-Джерсі	19	48	5,31	6,18
Нью-Мексико	3	7	3,34	0,06
Огайо	14	41	3,51	0,99
Оклахома	6	9	2,28	0,13
Орегон	2	4	0,95	0,04
Пенсильванія	18	60	4,68	1,33

Продовження табл. В.1

Південна Дакота	4	2	2,27	0,03
Південна Кароліна	5	4	0,79	0,13
Північна Дакота	4	1	1,32	0,01
Північна Кароліна	8	21	2,02	0,42
Род-Айленд	1	-	-	-
Теннессі	16	20	2,95	0,47
Техас	21	49	1,71	0,18
Флорида	24	58	2,72	0,99
Юта	4	14	4,43	0,17

ДОДАТОК Г

Таблиця Г.1

Рейтинг 19 найбільш відвідуваних тематичних парків розваг США у період 2007 -2019 рр. (створено за даними [21])

Місце	Назва	Кількість відвідувачів, млн. ос.													Δ, %*
		2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2019/2007
1	« <i>Magic Kingdom</i> »	17,06	17,06	17,22	16,97	17,14	17,53	18,58	19,3	20,5	20,39	20,45	20,85	20,96	23
2	« <i>Disneyland Park</i> »	14,87	14,72	15,9	15,98	16,14	15,96	16,2	16,8	18,3	17,94	18,3	18,66	18,66	25
3	« <i>Disney`s Animal Kingdom</i> »	9,49	9,54	9,59	9,68	9,78	9,99	10,19	10,4	10,9	10,84	12,5	13,75	13,88	46
4	« <i>Epcot</i> »	10,93	10,93	10,99	10,82	10,82	11,06	11,22	11,5	11,8	11,71	12,2	12,44	12,44	14
5	« <i>Disney`s Hollywood Studio</i> »	9,51	9,6	9,7	9,6	9,69	9,91	10,11	10,3	10,8	10,77	10,72	11,25	11,48	21
6	« <i>Universal Studio Florida</i> »	6,2	6,23	5,53	5,92	6,04	6,19	7,06	8,26	9,58	9,99	10,19	10,7	10,92	76
8	« <i>Universal`s Islands of Adventure</i> »	5,43	5,29	4,62	5,94	7,67	7,98	8,14	8,14	8,79	9,36	9,54	9,78	10,37	91

Продовження табл. Г.1

7	«Disney California Adventure Park»	5,68	5,56	6,09	6,27	6,34	7,77	8,51	8,76	9,38	9,29	9,57	9,86	9,86	74
9	«Universal Studios Hollywood»	4,7	4,58	4,3	5,04	5,14	5,91	6,14	6,82	7,09	8,08	9,05	9,14	9,14	94
10	«SeaWorld Orlando»	5,8	5,92	5,8	5,1	5,2	5,35	5,09	4,68	4,77	4,4	3,96	4,59	4,64	-20
12	«Knott's Berry Farm»	3,63	3,56	3,33	3,6	3,65	3,5	3,68	3,68	3,86	4,01	4,03	4,11	4,23	17
11	«Busch Gardens Tampa Bay»	4,4	4,41	4,1	4,2	4,28	4,34	4,08	4,12	4,25	4,16	3,96	4,13	4,18	-5
13	«SeaWorld San Diego»	4,26	4,14	4,2	3,8	4,29	4,44	4,31	3,39	3,52	3,52	3,1	3,72	3,74	-12
14	«Cedar Point»	3,12	3,19	2,94	3,05	3,14	3,22	3,38	3,24	3,5	3,6	3,6	3,67	3,73	20
15	«Six Flags Magic Mountain»	2,32	2,4	2,5	2,6	2,7	2,8	2,9	2,84	3,1	3,33	3,36	3,59	3,61	56
16	«Kings Island»	3,05	3,12	3	3,11	3,14	3,2	3,2	3,23	3,33	3,38	3,46	3,48	3,52	15

Продовження табл. Г.1

17	«Six Flags Great Adventure»	2,72	2,76	2,63	2,7	2,62	2,65	2,8	2,8	3,05	3,22	3,23	3,4	3,45	27
18	«Hersheypark»	2,94	2,84	2,8	2,89	2,94	3,14	3,18	3,21	3,27	3,27	3,3	3,36	3,38	15
19	«Six Flags Great America»	2,07	2,11	2,31	2,44	2,58	2,6	2,59	2,61	2,78	2,95	3,03	3,1	3,16	53

* - відображає загальний показник динаміки туристичний потоків у період з 2007 до 2019 рр. (ступінь інтенсивності відтінку зеленого кольору означає ріст, червоного – зниження).

Характеристика 19 найбільш відвідуваних тематичних парків розваг США (авторська розробка за даними [46; 47])

Місце	Назва	Розташування (місто, штат)	Рік заснування	Тематика парку	Компанія-власник	Режим роботи	Загальна площа, га	Загальна кількість гірок	Рекламний слоган
1	« <i>Magic Kingdom</i> »	Лейк Буена Віста, Флоріда	1971	Казки та персонажі Діснея	«The Walt Disney Company»	Цілий рік	43	55	«The Most Magical Place on Earth»
2	« <i>Disneyland Park</i> »	Анагайм, Каліфорнія	1955	Казки та персонажі Діснея	«The Walt Disney Company»	Цілий рік	200	40	«The Happiest Place On Earth»
3	« <i>Disney's Animal Kingdom</i> »	Лейк Буена Віста, Флоріда	1998	Природне середовище та охорона тварин	«The Walt Disney Company»	Цілий рік	230	11	«The Happiest Place on Earth»
4	« <i>Epcot</i> »	Лейк Буена Віста, Флоріда	1982	Технологічні інновації та міжнародна культура	«The Walt Disney Company»	Цілий рік	123	29	«The Happiest Place on Earth»
5	« <i>Disney's Hollywood Studio</i> »	Лейк Буена Віста, Флоріда	1989	Мультиплікаційний світ Голівуду	«The Walt Disney Company»	Цілий рік	55	10	«The Happiest Place on Earth»
6	« <i>Universal Studio Florida</i> »	Орландо, Флоріда	1990	Шоу-бізнес та розваги «Universal»	«NBCUniversal»	Цілий рік	43	18	«Vacation Like You Mean I»
7	« <i>Disney California Adventure Park</i> »	Анагайм, Каліфорнія	2001	Шоу-бізнес та Каліфорнія	«The Walt Disney Company»	Цілий рік	29	24	«The Happiest Place on Earth»
8	« <i>Universal's Islands of Adventure</i> »	Орландо, Флоріда	1999	Острови з міфами, легендами, персонажами мультфільмів «Universal»	«NBCUniversal»	Цілий рік	44	15	«Vacation Like You Mean It»

Продовження табл. Г.2

9	«Universal Studios Hollywood»	Юніверсаль Сіті, Калфорнія	1964	Шоу-бізнес та розваги «Universal»	«NBCUniversal»	Цілий рік	168	10	«The Entertainment Capital of LA»
10	«SeaWorld Orlando»	Орландо, Флоріда	1973	Охорона водних мешканців та Океанія	«SeaWorld Parks & Entertainment»	Цілий рік	81	13	«Real. Amazing.»
11	«Busch Gardens Tampa Bay»	Тампа, Флоріда	1959	Природа Африки	«SeaWorld Entertainment»	Цілий рік	148	20	«Born for Busch Gardens»
12	«Knott's Berry Farm»	Лейк Буена Віста, Флоріда	1920	Місто-привид	«Cedar Fair Entertainment Company»	Цілий рік	65	40	«America's 1st Theme Park, California's Best Theme Park»
13	«SeaWorld San Diego»	Сан-Дієго, Каліфорнія	1964	Дослідження та пригоди у океані	«City of San Diego»	Цілий рік	76	15	«See It Here. Save It There»
14	«Cedar Point»	Сандаскі, Огайо	1870	Столиця американських гірок	«Cedar Fair Entertainment Company»	Травень - жовтень	147	71	«Roller Coaster Capital of the World» «Ride On» «America's Rockin Roller Coast» «A Place Like No Other»
15	«Six Flags Magic Mountain»	Валенсія, Санта Кларіта, Каліфорнія	1971	Магічні гори	«Six Flags»	Цілий рік	106	43	«Thrill Capital of the World The Xtreme Park Go Big! Go Six Flags Magic Mountain!»

Продовження табл. Г.2

16	«Kings Island»	Мейсон, Огайо	1972	Казкове королівство	«Cedar Fair»	Березень – листопад, Різдво	147	48	«It's Amazing in here»
17	«Six Flags Great Adventure»	Джексон Тауншип, Нью Джерсі	1974	Великі пригоди та дика природа Сафарі	«Six Flags»	Цілий рік	210	56	«Go Big! Go Six Flags!»
18	«Hersheypark»	Герші, Пенсильванія	1906	Шоколадна спадщина міста Герші, штат Пенсильванія	«Hershey Entertainment and Resorts Company»	Великдень, травень – вересень, Геловін, Різдво	49	76	«Hersheypark Happy»
19	«Six Flags Great America»	Герні, Іллінойс	1976	Культурне надбання Америки	«Six Flags»	Цілий рік	123	53	«Go Big! Go Six Flags!»

Вплив пандемії COVID-19 на найбільші тематичні парки розваг США, млн. ос. (авторська розробка за даними [34])

№	Назва парку	Місце розташування	Пост-пандемічний рівень відновлення, Δ 2020/2021, %	Вплив COVID-19 на відвідуваність парків, Δ 2019/2020	2021	2020	2019 (бенчмарка)
1	MAGIC KINGDOM THEME PARK AT WALT DISNEY WORLD RESORT	LAKE BUENA VISTA, FL, U.S.	83%	-14 022 000	12 691 000	6 941 000	20 963 000
2	DISNEYLAND PARK AT DISNEYLAND RESORT	ANAHEIM, CA, U.S.	133%	-14 992 000	8 573 000	3 674 000	18 666 000
3	DISNEY'S ANIMAL KINGDOM AT WALT DISNEY WORLD	LAKE BUENA VISTA, FL, U.S.	73%	-9 722 000	7 194 000	4 166 000	13 888 000
4	EPCOT AT WALT DISNEY WORLD	LAKE BUENA VISTA, FL, U.S.	92%	-8 400 000	7 752 000	4 044 000	12 444 000
5	DISNEY'S HOLLYWOOD STUDIOS AT WALT DISNEY WORLD	LAKE BUENA VISTA, FL, U.S.	134%	-7 808 000	8 589 000	3 675 000	11 483 000
6	UNIVERSAL STUDIOS FLORIDA AT UNIVERSAL	ORLANDO, FL, U.S.	119%	-6 826 000	8 987 000	4 096 000	10 922 000
7	UNIVERSAL'S ISLANDS OF ADVENTURE AT UNIVERSAL ORLANDO	FL, U.S.	127%	-6 370 000	9 077 000	4 005 000	10 375 000

Продовження табл. Г.3

8	DISNEY CALIFORNIA ADVENTURE PARK AT DISNEYLAND RESORT	ANAHEIM, CA, U.S.	159%	-7 942 000	4 977 000	1 919 000	9 861 000
9	UNIVERSAL STUDIOS HOLLYWOOD	UNIVERSAL CITY, CA, U.S.	324%	-7 848 000	5 505 000	1 299 000	9 147 000
10	SEAWORLD ORLANDO	ORLANDO, FL U.S.	91%	-3 042 000	3 051 000	1 598 000	4 640 000
11	KNOTT'S BERRY FARM	BUENA PARK, CA U.S.	354%	-3 427 000	3 681 000	811 000	4 238 000
12	BUSCH GARDENS TAMPA BAY	TAMPA, FL U.S.	149%	-2 892 000	3 210 000	1 288 000	4 180 000
13	SEAWORLD SAN DIEGO	SAN DIEGO, CA, U.S.	146%	-2 592 000	2 800 000	1 139 000	3 731 000
14	CEDAR POINT	SANDUSKY, OH, U.S.	187%	-2 590 000	3 327 000	1 020 000	3 610 000
15	SIX FLAGS MAGIC MOUNTAIN	VALENCIA, CA, U.S.	344%	-2 835 000	3 047 000	686 000	3 521 000
16	KINGS ISLAND	KINGS ISLAND, OH, U.S.	96%	-1 859 000	3 181 000	1 626 000	3 485 000
17	SIX FLAGS GREAT ADVENTURE	JACKSON, NJ, U.S.	387%	-2 853 000	2 913 000	598 000	3 451 000
18	HERSHEYPARK	HERSHEY, PA, U.S.	75%	-1 667 000	3 012 000	1 717 000	3 384 000
19	SIX FLAGS GREAT AMERICA	GURNEE, IL, U.S.	-	-	2 675 000	-	3 169 000

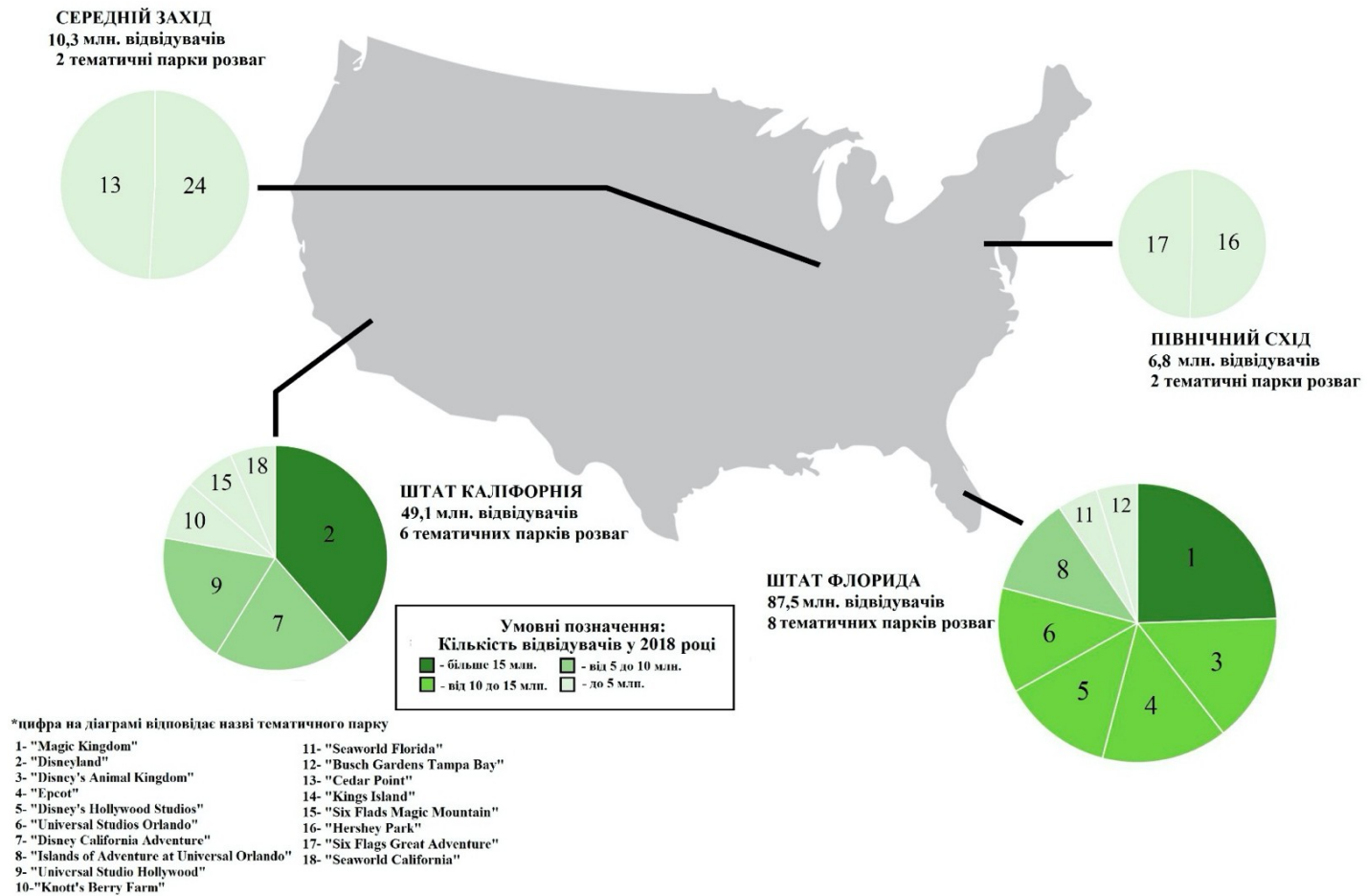


Рис. Д.2 Територіальні особливості розподілу найбільших тематичних парків розваг міжнародного рівня у США (за чисельністю відвідувачів) (авторська розробка за [48])

ДОДАТОК Е

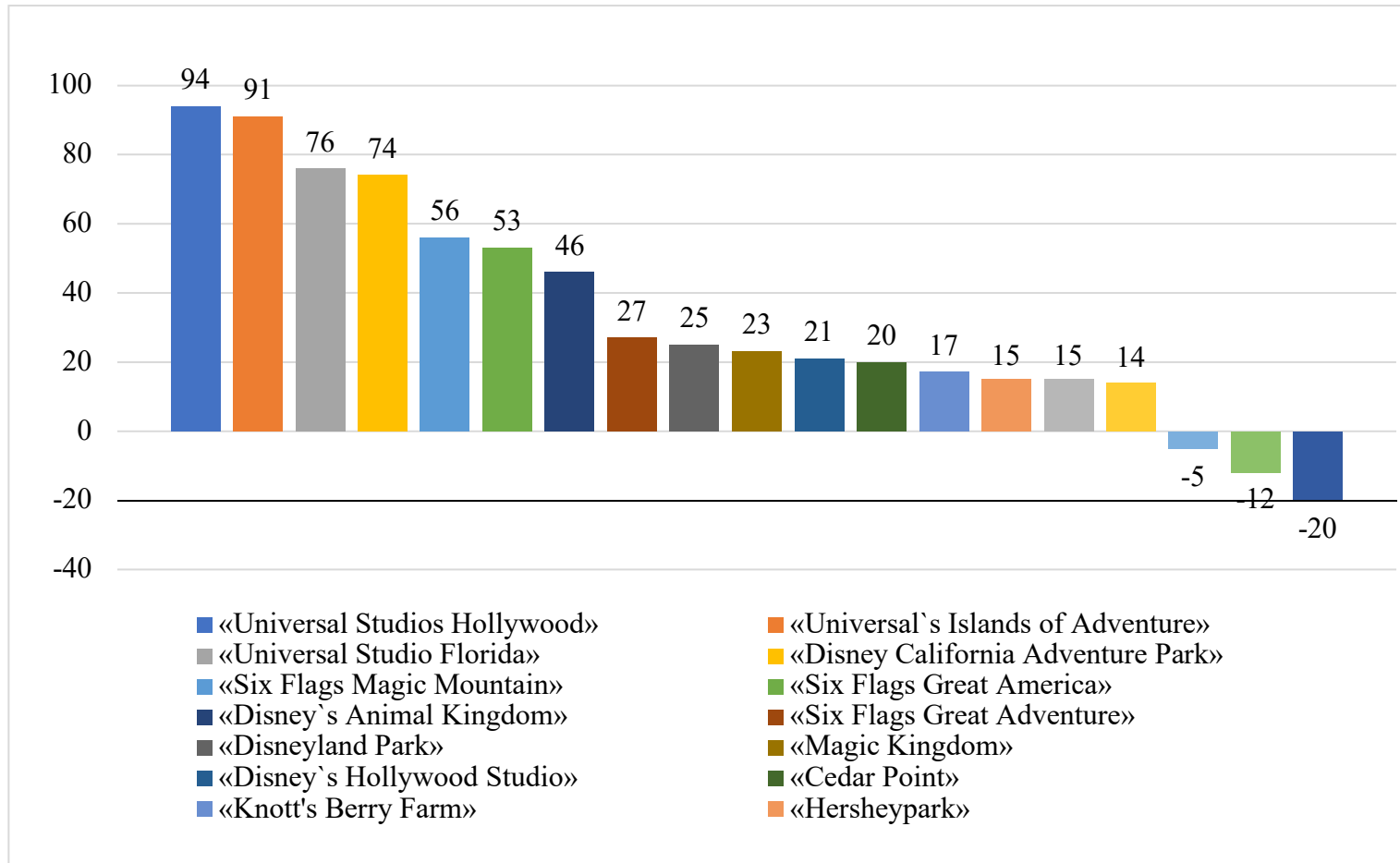


Рис. Е.1 Ранжований ряд тематичних парків розваг США за показником динаміки відвідуваності за 2007-2019 р. (у %) [за результатами власного налізу]

Анкета для вивчення ставлення споживачів до тематичних парків розваг та валідації їх попиту [складено за результатами власного дослідження]

1. Зазначте ваш гендер
 - чоловік;
 - жінка;
 - інше.
2. Ваш вік:
3. Вкажіть ваше місце проживання станом на 23 лютого 2023 року:
4. Чи підтримуєте ви ідею створення тематичного парку у вашому місті/регіоні?
 - так;
 - ні;
 - важко сказати.
5. Якщо ви відповіли так, чи вважаєте ви сектор тематичних парків розваг каталізатором для пост-воєнного відновлення України?
 - так;
 - ні;
 - важко сказати.
6. Які зони тематичного парку найбільше привертають вашу увагу?
 - атракціони;
 - тематичні шоу та виставки;
 - дитячі розважальні комплекси;
 - тематичні ресторани та кафе, сувенірні крамниці.
7. Яку ціну входу до тематичного парку ви готові заплатити?
 - до 1500 грн;
 - від 1500 до 2500 грн;
 - від 2500 до 3500 грн;
 - більше 3500 грн.

8. Які критерії є для вас найбільш важливими при виборі тематичного парку?
- атмосфера та тематика;
 - ціна квитків;
 - наявність розваг для дітей;
 - наявність екстремальних атракціонів.
9. Яка частота відвідування тематичних парків для вас є прийнятною?
- щомісяця;
 - декілька разів на рік;
 - одного разу на рік;
 - не збираюся відвідувати парки взагалі.
10. Яке розташування тематичних парків ви вважаєте найбільш оптимальним?
- поза межами населених пунктів або на околицях;
 - в центрі міста, для підвищення логістичної доступності;
 - складно відповісти.
11. Чи погоджуєтесь ви з твердженням про те, що тематичні парки можуть сприяти розвитку туризму у вашому регіоні?
- так, погоджуюся повністю;
 - так, погоджуюсь частково;
 - ні, не погоджуюсь;
 - не маю думки з приводу цього.
12. Чи мали ви досвід відвідування тематичних парків розваг у минулому?
- так, я відвідував(ла) тематичні парки у минулому;
 - ні, я не відвідував(ла) тематичні парки.
13. Як ви оцінюєте поточний рівень розвитку сектору тематичних парків розваг в Україні?
- задовільний;
 - частково задовільний;

- незадовільний;
- дуже незадовільний.

14. Якщо ви обрали незадовільний та дуже незадовільний рівні, які фактори впливають на незадовільний рівень розвитку тематичних парків в Україні?

- нестача інвестицій;
- низький рівень сервісу, якості послуг та брак експертизи;
- недостатнє просування та реклама парків;
- складний податковий та регуляторний клімат;
- відсутність підтримки з боку органів влади.

15. Який тип тематичного парку ви вважаєте найбільш привабливим?

- за мотивами кінофільмів і телевізійних шоу;
- аквапарк;
- за мотивами коміксів і книжок;
- класичний луна-парк;
- етнопарк.

16. Які джерела залучення коштів для будівництва парків розваг є найбільш прийнятними для вас?

- залучення інституційних інвесторів (з приватного сектору та фондів Єврокомісії);
- виділення коштів зі статутних фондів місцевих компаній;
- використання коштів з місцевого бюджету;
- благодійні внески від фізичних та юридичних осіб.

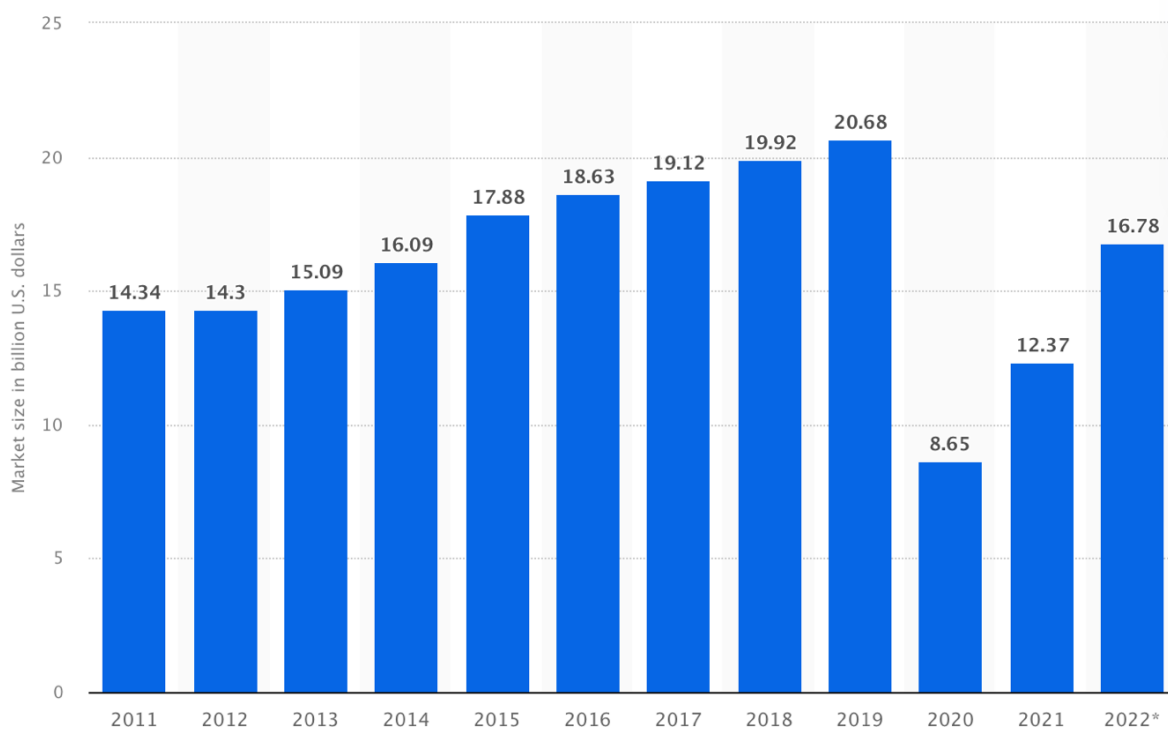
17. Які нові можливості для розвитку тематичних парків розваг можуть виникнути внаслідок набуття статусу України кандидата на членство у ЄС?

- модернізація інфраструктури та залучення інвесторів;
- оптимізація законодавчої бази;
- залучення міжнародних експертів та організація профільних заходів;

- ніяк не вплине на розвиток;
- інше:_____.

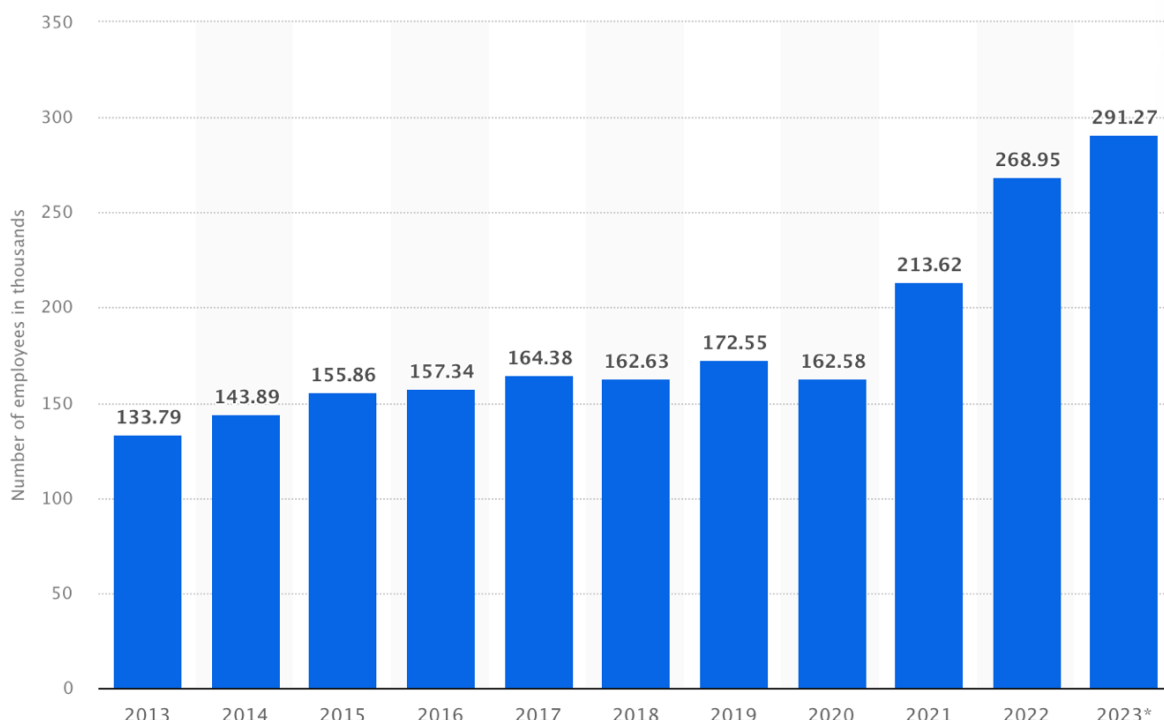
18. Які нові загрози для розвитку тематичних парків розваг можуть виникнути внаслідок набуття статусу України кандидата на членство у ЄС?

- відсутність фінансування з боку ЄС;
- недостатнє законодавче забезпечення;
- туристична конкуренція з іншими країнами-членами ЄС;
- не бачу достатньої загрози;
- інше:_____.



**Рис. Ж.1 Розмір сектору тематичних парків розваг США у 2011 – 2022*
рр., млн. дол.**

* - прогноз (авторська розробка за даними IBISWorld, [45])



**Рис. Ж.2 Кількість працівників у сфері тематичних парків розваг США,
тис. ос. (авторська розробка даними IBISWorld, [45])**

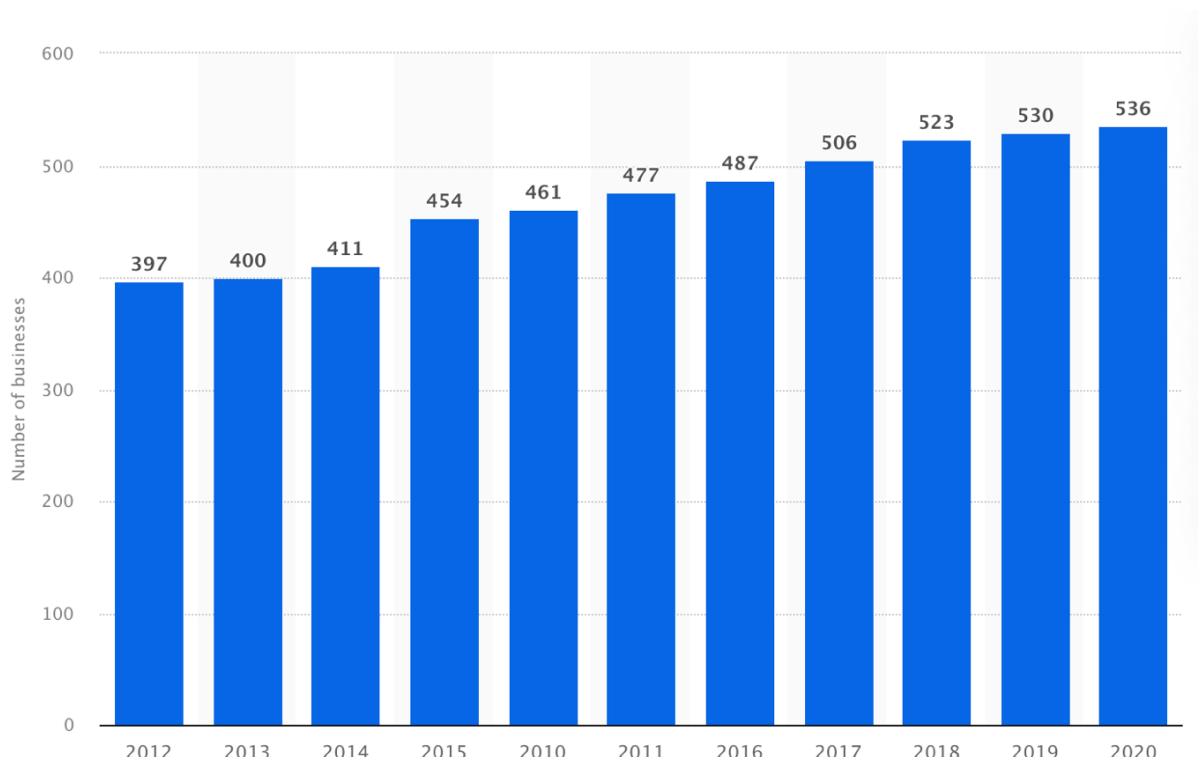


Рис. Ж.3 Кількість тематичних парків розваг США, од. (авторська розробка даними IBISWorld, [45])

ДОДАТОК 3
Таблиця 3.1

SWOT-аналіз впровадження будівництва тематичного парку розваг в Україні в умовах російсько-української війни, євроінтеграції та реформи децентралізації [за результатами власного аналізу]

		Позитивний вплив	Негативний вплив
		СИЛЬНІ СТОРОНИ	СЛАБКІ СТОРОНИ
ВНУТРІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ		<ul style="list-style-type: none"> • Запроваджена реформа децентралізації, яка покликана зробити регіональну політику більш прозорішою та ефективнішою. • Підвищення інтерес іноземних туристів до України внаслідок війни, світова обізнаність України. • Багата історія, культурна та природня спадщина, що можуть бути використані в концепції тематичних парків розваг; • Потенціал для розвитку екотуризму, гастротуризму та сільського зеленого туризму в Україні, що може бути використаний для створення тематичних парків розваг з екологічною спрямованістю; • Дешева праця, що знижує вартість будівництва та утримання тематичних парків розваг в Україні; 	<ul style="list-style-type: none"> • Низький рівень туристичної культури та стереотипне мислення щодо розважальних послуг серед місцевого населення. • Низький рівень інвестиційної привабливості України для міжнародних інвесторів. • Недотримання стратегії розвитку туризму та курортів в Україні та відсутність адміністративної підтримки з боку держави. • Низький рівень інфраструктури, який може знижувати рівень комфорту для туристів. • Висока корупція та бюрократія в Україні, що може ускладнювати процес будівництва та управління тематичними парками розваг; • Низький рівень доходів населення в Україні, що може знижувати популярність та відвідуваність тематичних парків розваг; • Сезонність туризму, коли виручка відвідувачів залежить від певного періоду року, переважно літо через кліматичні особливості України.
ЗОВНІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ		<p style="text-align: center;">МОЖЛИВОСТІ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Потенційна здатність тематичного парку розваг стати новим культурним та розважальним центром для місцевих жителів та туристів. • Можливість отримання фінансової підтримки в рамках європейських та національних програм розвитку туризму та інфраструктури. • Розширення туристичного потенціалу регіону, залучення нових інвесторів, іноземних туристів та підвищення рівня їх обслуговування. 	<p style="text-align: center;">ЗАГРОЗИ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Високі витрати на будівництво та утримання тематичного парку розваг. • Затяжна російсько-українська війна та як наслідок відсутність достатньої кількості іноземних туристів, що може ускладнювати маркетингову стратегію та знижувати прибутковість тематичних парків розваг в Україні. • Галопуюча інфляція, високий дефіцит держбюджету, економічний колапс, збідніння нації, збільшення держборгу • Споживча криза • Криза енергоносіїв • Масовані обстріли та блекаути.

<ul style="list-style-type: none"> • Створення нових робочих місць та підвищення рівня зайнятості населення регіону. • Розвиток партнерства з місцевими компаніями та установами для просування парку розваг. • Підвищення рівня соціально-економічного розвитку регіону. 	<ul style="list-style-type: none"> • Незабезпеченість постійним потоком туристів в регіоні, де планується будівництво парку. • Потенційні екологічні проблеми та проблеми забезпечення безпеки в парку розваг. • Незначна експертиза в будівництві та експлуатації подібних об'єктів у регіоні. • Конкуренція з існуючими парками розваг та іншими формами дозвілля. • Ядерний терор рф. • Зниження значної регіональної інфраструктури.
--	--

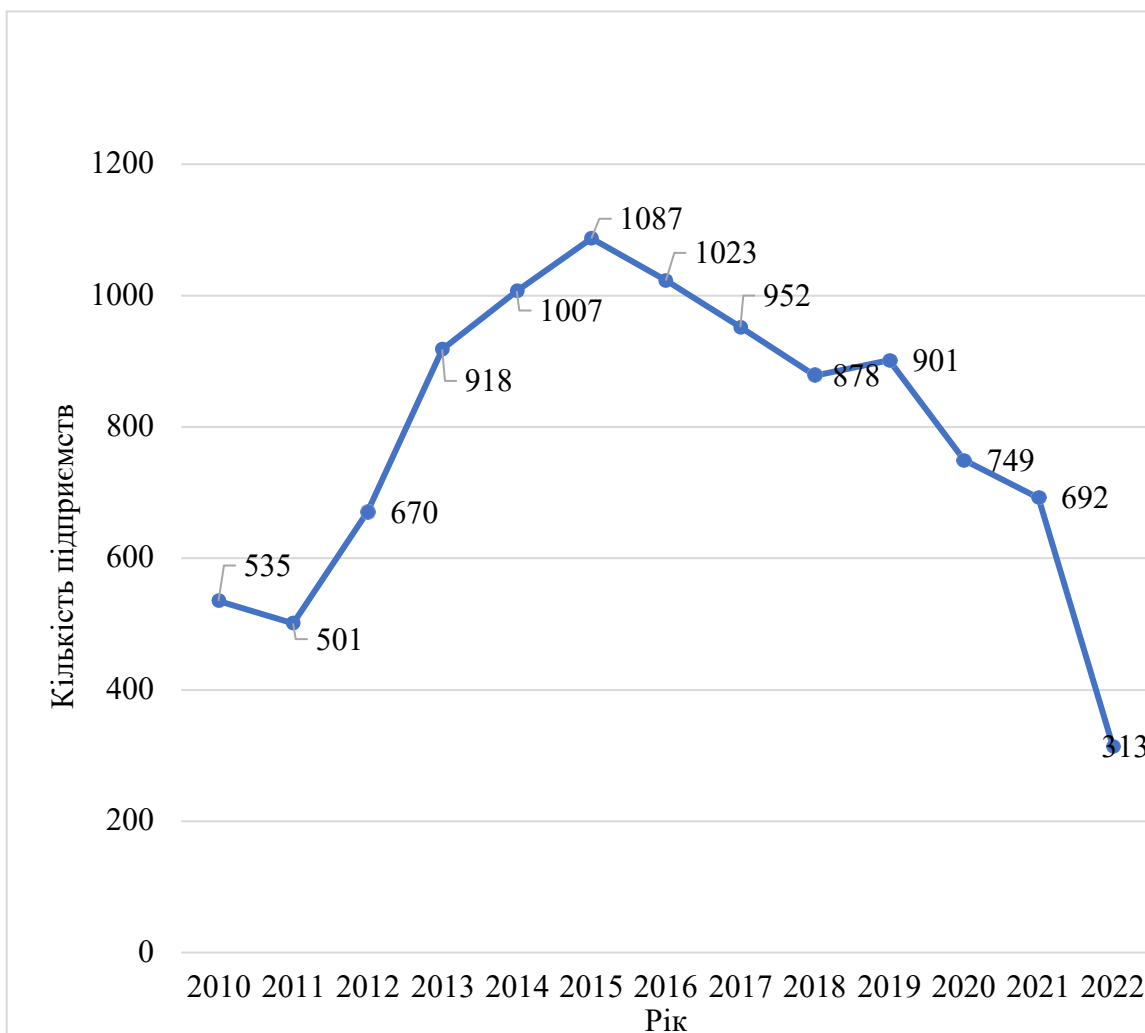


Рис. К.1 Динаміка кількості підприємств за видом економічної діяльності «Функціонування атракціонів і тематичних парків» в Україні, 2010 – 2022 рр. (авторська розробка за даними Державної служби статистики, [21])

ДОДАТОК Л

Таблиця Л.1

Характеристика діяльності підприємств України за видом економічної діяльності «Функціонування атракціонів і тематичних парків» за областями, 2019 р. (авторська розробка за даними [62])

Назва області	Кількість підприємств (одиниць)	Частка (%)	Рейтинг	Обсяг реалізованої продукції (тис. грн)	Частка (%)	Рейтинг	Кількість зайнятих працівників (осіб)	Частка (%)	Рейтинг
Вінницька	19	2,1	14	3857,5	0,6	16	48	1,3	17
Волинська	12	1,3	20	6169,4	0,9	13	49	1,3	17
Дніпропетровська	90	10,0	3	56114,7	8,4	3	328	8,7	3
Донецька	41	4,6	7	9486	1,4	10	184	4,9	7
Житомирська	14	1,6	18	18371,1	2,7	6	142	3,7	9
Закарпатська	36	4,0	10	6078	0,9	13	58	1,5	16
Запорізька	60	6,7	4	29489,2	4,4	5	213	5,6	5
Івано-Франківська	17	1,9	15	5396,6	0,8	14	37	1,0	18
Київська	38	4,2	9	7200,4	1,1	11	80	2,1	12
Кіровоградська	12	1,3	20	5466,8	0,8	13	22	0,6	20
Луганська	15	1,7	17	959,9	0,1	18	16	0,4	22
Львівська	47	5,2	6	44687,8	6,7	4	197	5,2	6
Миколаївська	39	4,3	8	2321	0,3	17	68	1,8	14
Одеська	115	12,8	2	56289,5	8,4	3	272	7,2	4
Полтавська	32	3,6	11	12440,1	1,9	8	71	1,9	13
Рівненська	16	1,8	16	9668,1	1,4	10	97	2,6	11
Сумська	13	1,4	19	6413,8	1,0	12	48	1,3	17
Тернопільська	11	1,2	21	5084,6	0,8	14	146	3,9	8
Харківська	59	6,5	5	115980	17,3	2	637	16,8	2
Херсонська	26	2,9	12	13468,8	2,0	7	39	1,0	18
Хмельницька	20	2,2	13	3857,4	0,6	16	62	1,6	15
Черкаська	11	1,2	21	5022,7	0,7	15	20	0,5	21
Чернівецька	12	1,3	20	18279,2	2,7	6	102	2,7	10
Чернігівська	15	1,7	17	9912,6	1,5	9	68	1,8	14
м. Київ	131	14,5	1	210157,5	31,3	1	783	20,7	1
Україна*	901	100		671584,3	100		3787	100	

* Дані наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

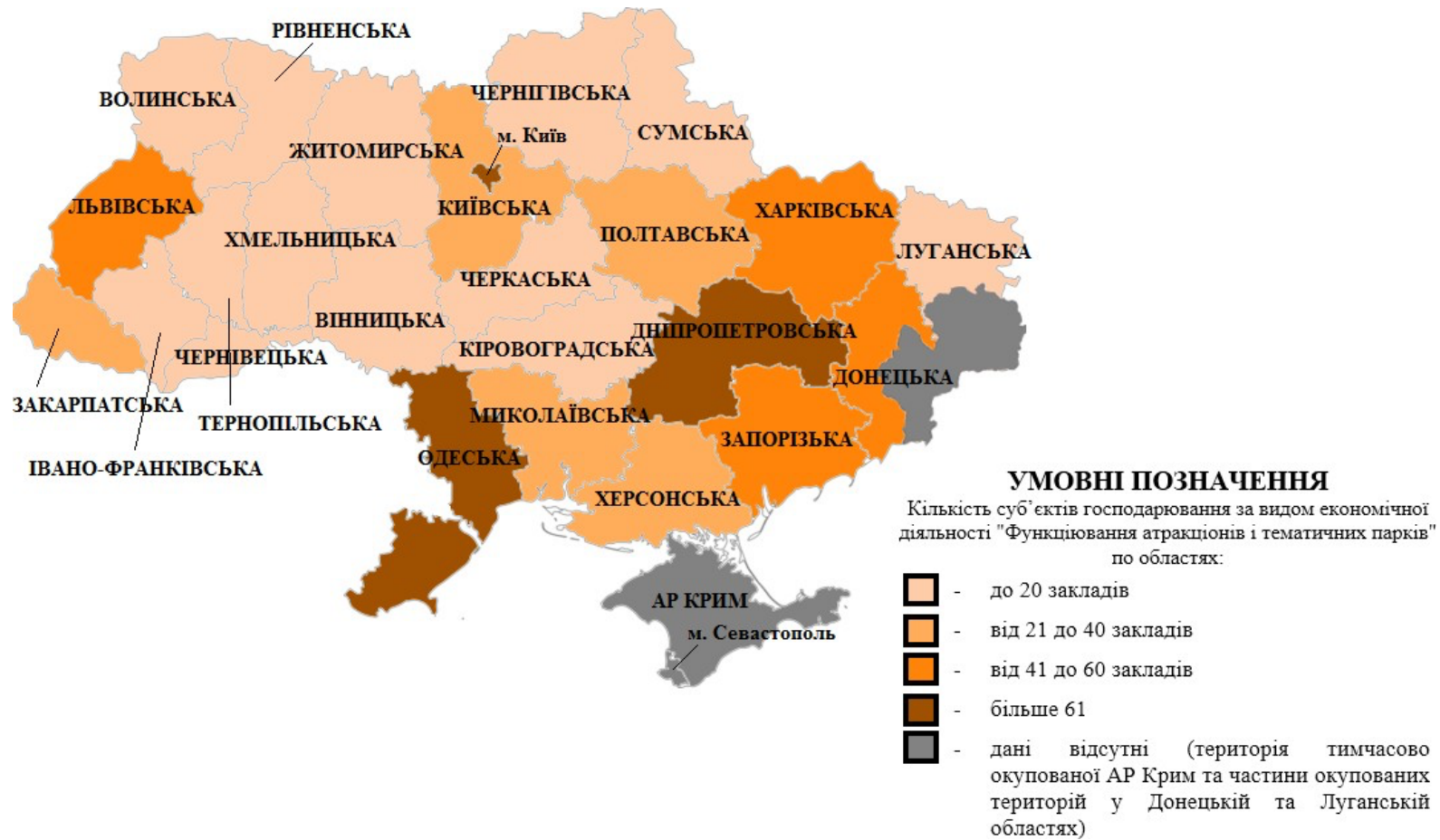


Рис. Л.2 Територіальні особливості розподілу підприємств України за видом економічної діяльності «Функціонування атракціонів і тематичних парків» за областями, 2019 р. (авторська розробка за [62])