

IV. ГЕОГРАФІЯ РЕКРЕАЦІЇ ТА ТУРИЗМУ

<http://doi.org/10.17721/1728-2721.2021.80-81.7>
УДК 911.3

П. Масляк, д-р геогр. наук, проф.
ORCID ID: 0000-0001-6869-9936,
С. Уліганець, кан. геогр. наук, доц.
ORCID ID: 0000-0002-9960-6752,
А. Слизький, асп.,
ORCID ID: 0000-0003-3594-5955

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

ДОСЛІДЖЕННЯ ПИТАННЯ ПОШИРЕННЯ ТА ПОПУЛЯРНОСТІ ТЕМАТИЧНИХ ПАРКІВ У СВІТІ

Представлено результати досліджень особливостей і популярності тематичних парків у світі як дестинацій рекреаційного відпочинку. Узагальнено практичний досвід функціонування найвідвідуваніших світових тематичних парків як приклад ефективного розвитку та функціонування туристичної інфраструктури. Стаття буде корисною для студентів, викладачів і науковців, що вивчають сферу гостинності й туризму. Висвітлено дані щодо поширення та популярності тематичних парків у світі. На основі статистичних даних сформовано діаграми відвідуваності тематичних парків у світі, що демонструє тенденцію зростання кількості відвідувачів одного з найпопулярніших тематичних парків Діснейленд. Статистичні дані, що проаналізовані, дадуть змогу краще прорахувати майбутні темпи розвитку популярності тематичних парків.

Досліджено структуру тематичних парків, а також розглянуто підходи стосовно надання відвідувачам сервісу найвищого рівня.

Детально проаналізовано структуру каліфорнійського тематичного парку й тенденцію зростання відвідуваності за останні 10 років. Розглянуто нові підходи до популяризації тематичних парків, а саме їхнє використання як освітніх майданчиків для проведення занять, наприклад з фізики та природничих дисциплін.

Тема впровадження в українській туристичній інфраструктурі іновіаційних рекреаційних продуктів є надзвичайно важливою як для підвищення економічного рівня (даватиме значні прибутки), так і для популяризації нашої держави серед європейських туристів.

Створення тематичного парку в Україні уможливить підвищення туристичної популярності країни на туристичному ринку, допоможе збільшити туристичний потік і покращити якість відпочинку. Парки такого рівня враховують широкий спектр соціокультурних аспектів і потреб рекреантів, а також створюють усі умови для корисного відпочинку із сім'єю та друзями. Завдяки високому рівню організації території та роботи кваліфікованого персоналу, тематичний парк може бути прибутковим закладом, що забезпечить, окрім дозвілля, ще й новими робочими місцями населення та зменшить рівень трудової міграції.

Ключові слова: туризм, тематичний парк, Діснейленд, екопарк, рекреаційний відпочинок.

Постановка проблеми. За останні роки у світі спостерігається постійна тенденція підвищення інтересу до сучасних технологій у галузі рекреації та відпочинку. Це зумовлюється тим, що раціональне використання вільного часу дає можливість людині знімати соціальне напруження, а також відновлювати свої психологічні та фізичні сили. Для такого відпочинку рекреанти все більше зосереджують свою увагу на тематичних парках, особливо молоде покоління. Це своєю чергою сприяє зростанню ролі парків, що стають необхідними природними осередками, створюють сприятливий мікроклімат для повноцінного функціонування їх як культурно-рекреаційних центрів. Використання природного середовища в організації дозвілля населення – це одна з характерних особливостей тематичних парків як рекреаційних дестинацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Перспективам розвитку рекреаційної діяльності в Україні, а також функціонуванню тематичних парків, приділяли увагу такі автори, як В. Г. Герасименко (*Gerasimenko, 2013*), С. Г. Нездоймінов (*Nezdojminov, 2014*), О. В. Шікіна (*Shikina, 2015*). Вони звертали увагу на важливість розвитку тематичних парків в Україні й аналізували сучасний стан індустрії розважального туризму. Ці парки є новими для України. Потреба у таких місцях відпочинку буде зростати з кожним роком, тому вчені підкреслюють важливість наукових розробок у цьому напрямі.

Значно ширше тему поширення тематичних парків розкривають закордонні вчені. Цінність продукту є панівним фактором, що впливає на мотивацію споживачів купувати продукт. У цьому контексті клієнт шукає такі

емоційні враження, як веселощі, події, пригоди або хвилювання. Тематичні парки дозволяють глядачеві занурюватися в ілюзії, які створені за допомогою конкретних матеріалів, освітлення або архітектурного дизайну, значає С. Mikunda. Останній використовується для найуспішнішого тематичного парку в альпійському районі Тіролю і п'ятий найуспішніший з Австрії: Кришталевий світ Swarovski. Цей тематичний парк прийняв понад 725 тис. відвідувачів у 2004 р. і розташований поблизу виробництва справжніх кристалів у Ваттенсі, Тіроль (Австрія). Цей тематичний парк створює ілюзії, розповідаючи візуальні історії для дорослих. Побудований за участі відомого віденського мультимедійного художника Андре Геллера (*Mikunda, 1997*).

Пайн і Гілмор уважають, що екологічні відносини стосуються відмінностей між тим, чи досвід переходить у рекреанта (поглинання), чи рекреант "переходить" у досвід (занурення): перегляд телевізора є прикладом для поглинання, тоді як гра віртуальної реальності – досвід "занурення". Поєднання виміру "участь споживача" з виміром "екологічні відносини" визначає чотири "царства" досвіду: розваги, освіта, втеча й еметизм. У випадку з розвагами та тематичними парками рекреанти зазвичай поглинають навколишнє середовище і беруть пасивну участь. Це, звичайно, не може бути реалізованим для всіх видів тематичних парків, ні для всіх сфер конкретно-го тематичного парку (*Pine & Gilmore, 1999*).

Райтер А. вважає, що відвідувачі найчастіше обирають місця для розваг, які знаходяться поблизу та мають пізнавальний розважальний потенціал. Як наслідок, привабливість тематичних парків не буде скорочу-

ватись доти, доки вони розташовані поблизу населених пунктів і пропонують широкий вибір розваг та місць для отримання нових вражень (Reiter, 2004).

Мета статті – дослідити особливості поширення у світі тематичних парків, їхнє функціонування та привабливість для туристів. Для досягнення цієї мети вирішувалися такі **завдання**:

- визначити особливості та провідні чинники функціонування;
- окреслити просторову структуру тематичних парків;
- провести аналіз розвитку, функціонування тематичного парку (Каліфорнійський Діснейленд) та їхню популяризацію серед відвідувачів.

Методика та методологія. Методологічну основу дослідження становить концепція конструктивно-географічного аналізу, що ґрунтується на наукових підходах природно-географічного й суспільно-географічного спрямування з метою ефективного аналізу функціонування та поширення тематичних парків. У роботі використано системний підхід і сукупність методів, зокрема:

1. методи збору й аналізу інформації, а саме – збір теоретичної та аналітичної інформації з питань поширення та популярності тематичних парків у світі;

2. метод аналізу і синтезу інформації, опрацювання зібраних матеріалів, оптимізація даних і формування власних висновків з питань поширення й популярності тематичних парків у світі;

3. метод порівняння (використовувався для оцінного порівняння тематичних парків у різних частинах світу);

4. візуальний метод (діаграми), а саме: наочна демонстрація статистичних даних, що дає змогу отримати синтезоване уявлення про об'єкт;

5. метод узагальнення (використовувався для відображення загальних рис тематичних парків світу).

Виклад основного матеріалу.

На сьогодні туризм став самостійною галуззю і займає 6 % світового валового національного продукту, 5 % усіх податкових зборів та 7 % світових інвестицій.

Розвиток туристичної галузі сприяє створенню нових робочих місць, розвитку інфраструктури, будівництву нових туристичних об'єктів, посиленню охорони й реконструкції наявних історико-культурних пам'яток. У багатьох країнах світу розбудова рекреаційно-туристичної галузі та посилення її впливу на економічний розвиток стали одним із пріоритетних напрямів розвитку світового господарства.

Рекреація та туризм є особливими формами природокористування, тому їх необхідно ретельно планувати та правильно організовувати на відповідних територіях. Зберігання природних територій шляхом створення тематичних парків є одним із пріоритетних напрямів екологічної, рекреаційної й розважальної політики багатьох держав світу (Malskaya, M. P., Antonyuk, N. V., Ganich, N. M., 2008).

Тематичний парк – це високотехнологічний пізнавально-розважальний парк, який містить окремі дестинації, що об'єднані між собою конкретною темою. Як правило, кожен великий тематичний парк є багатофункціональним, однак провідна функція, що є головною у програмі парку, надає йому яскраво виражену художню та образну спрямованість.

У світі існує понад 190 великих тематичних парків, їхня кількість зростає з кожним роком. Більшість із них залучають до 90 % відвідувачів у межах двогодинної зони доступності. У цій зоні проживає багато людей – понад 15 млн. Лише деякі приваблюють відвідувачів із закордону, більшість із них мають переважно регіона-

льну привабливість. Ринок тематичних парків дуже сезонний, і більшість парків відкриваються лише у проміжку між березнем і жовтнем (Reiter, A., 2004). Найважливішим фактором є наявність ринку, що зростає. Це визначається зміною смаків споживачів.

Тематичні парки враховують такі соціокультурні аспекти та потреби рекреантів:

- бажання освоїти якусь майстерність або отримати знання;
- брати активну участь у квестах;
- знайти атракціони для дітей;
- інтерес до доквілля та здорового способу життя;
- інтерес до відпочинку, а не утилітарного шопінгу.

Якість продукту, що приваблює, настільки ж важлива, як і інші аспекти, для гарантування позитивної рекомендації з вуст у вуста. Схвальні відгуки позитивно впливають на туристичний потік того чи іншого рекреаційного об'єкта.

Тематичні парки та їхня сучасна модель зародилась в Європі в кінці XIX ст. Поштовхом до їхнього подальшого розвитку та створення цілої індустрії стало відкриття відомим мультиплікатором Уолтом Діснеєм першого Діснейленду.

Тематичні парки завоювали свою популярність серед туристів завдяки своїй інформаційно-пізнавальній, розважальній і рекреаційній складових. На території тематичних парків діють різні експозиції. Загалом концепції таких парків дозволяють передбачають:

- високий естетичний рівень паркового середовища;
- кваліфікований персонал і відповідну якість роботи;
- єдність усіх елементів паркової території та їхню підпорядкованість одній темі;
- організацію дозвілля всієї сім'ї, а не лише окремих її членів;
- суворе дотримання правил поведінки в парку (заборона палити, вживати спиртні напої, смітити на території парку тощо);
- поєднання різних видів і форм діяльності;
- своєчасне врахування бажань і потреб відвідувачів, їхнє якісне задоволення;
- постійне технічне вдосконалення, оновлення тематичних заходів і вистав.

Тематичні парки відрізняються від звичайних парків розваг, луна-парків, які являють собою зони відпочинку зі стандартним набором атракціонів (колесо огляду, кімната сміху, тир), де проводились ярмарки й карнавали. Із самого початку тематичні парки демонстрували високий ступінь конкурентоспроможності порівняно із традиційними парками розваг. Вона досягалася завдяки постійному оновленню пропонованих послуг і технологій, сучасної організації виробництва, продуманої ринкової стратегії та хорошій репутації, тісним зв'язкам зі споживачами паркових послуг. Серед конкурентних переваг тематичного парку особливо слід виділити передовий технічний рівень виробництва турпродукту, запатентовані технології та грамотну цінову політику. Також тематичні парки відрізняються від звичайних різноманітністю функцій. Вони спеціалізуються одночасно за кількома напрямками, передусім розважальним, культурно-пізнавальним, а також освітнім (Savranchuk L. A., 2010). Тематичні парки сьогодні пропонують відвідувачам широкий спектр послуг, які становлять значну частку загального прибутку тематичних парків. Наприклад, приблизно 55–60 % доходів тематичного парку генерується від продажу квитків, 25–30 % – від послуг харчування, продажу їжі й напоїв, продажу сувенірів та інших витрат відвідувачів. Тематичні парки також генерують 10–20 %

своїх доходів від ліцензування, спонсорства та зборів від проведення спеціальних заходів (Shikina O. V., 2015).

Ідея тематичних парків полягає у створенні ілюзорно-го світу, контрасту з реальністю, яка часто сповнена проблем, турбот, агресії та конфліктів. Люди шукають ідеального світу, мрію, яка показує лише прекрасні сторони життя. Вони хочуть розваг і відпочинку одночасно. Поряд із бажанням відчувати ідеальний світ із сонячними променями цілий рік, здається парадоксальним, що відвідувачі хочуть, щоб штучне виробництво було якомога автентичнішим або навіть перевершувало реальність.

Крім того, сучасний рекреант хоче бути учасником шоу, а не лише глядачем. Хоче взяти участь, бути залученим і отримати інтенсивний, чуттєвий відгук від цієї пригоди. Тому тематичні парки мають створювати простір для пригод. Вони намагаються покрити майже всі потреби своїх клієнтів, щоб мати ширшу цільову групу. У тематичних парках розміщують гастрономічні виставки, атракціони, шоу й інші розважальні дестинації. Сьогодні люди шукають якомога більше досвіду за менший час. Це явище називають "стилем швидкого харчування". Це розвиває все більше і більше пристрасті до імпульсу. Це вже не стійкість життя, а його влаштування.

Відвідувачі прагнуть не просто розваг, а й освіти. Малайзійський університет "Universiti Teknologi MARA Shah Alam" використовує атракціони в тематичному парку "Sunway Lagoon" для викладання природничих наук і фізики. Співробітники університету вважають, що такий підхід допомагає краще опанувати навчальний матеріал та на практиці засвоїти певну тему. Для прикладу, студенти засвоюють закони Г-сили, відцентрову та доцентрову сили, вільне падіння, прискорення, а також збереження кінетичної й потенційної енергії. Це, безумовно, є інновацією навчального процесу, яка студентам до вподоби, дозволяючи студентам фактично випробувувати сили насправді та створюючи можливість для проведення вимірів сили за допомогою гравіметра, який вони розробляють. Даний тематичний парк є грандіозним прикладом не тільки змістовного навчання, але навчання з насолодою та відпочинком.

Підрозділ освітнього відділу тематичного парку організований у межах трьох основних інноваційних заходів, а саме:

- 1) проектування гравіметра;
- 2) атракціони тематичного парку, як практичне та візуальне навчання;
- 3) презентація, обговорення фізики атракціонів (Beh, 2014).

Програма курсу розроблена з використанням конструктивістської структури, що акцентує підходи до запитів у навчанні, підкреслюючи, серед іншого, творчий підхід у результатах навчання. Виходячи з цього можна дійти висновку, що тематичні парки постійно розвиваються та вдосконалюються, а також упроваджують нові концепції, які адаптуються під сучасний ритм життя.

Сучасна туристична сфера швидко прогресує. Її розвиток сприяє активному економічному зростанню в багатьох країнах світу. Виходячи з цього можна сказати, що тематичні парки створюють максимально комфортні умови, як для відпочинку, так і для пізнання нової та корисної інформації. Тут кожен може знайти для себе заняття й відпочити з користю. Таким чином тематичні парки підвищують свою популярність як серед внутрішнього потоку туристів, так і на світовій арені.

Глобальна консалтингова компанія AECOM назвала найбільш відвідувані парки розваг у всьому світі. Вони досліджували ринок тематичних парків протягом 10-ти років. За цей період можна побачити щорічний при-

ріст відвідувачів. За статистичними даними, станом на 2019 р. 25 кращих парків відвідали близько 253,69 млн осіб (рис. 1) (Global No. 1 Business Data Platform "Statista").

Станом на 2019 р. Каліфорнійський Діснейленд відвідали понад 18,66 млн туристів.

Тематичний парк Діснейленду в Анахаймі, штат Каліфорнія, був першим парком розваг, побудованим Діснеєм, а сьогодні парки та курорти Діснея можна знайти в Парижі, Гонконгу, Шанхаї та Токіо. А також було створено міжнародну круїзну лінію Діснея. Дісней-парки та курорти об'єднуються під парасолькою компанії Walt Disney Attractions. У 2019 р. це була найпопулярніша мережа парків розваг за відвідуваністю у світі, де було близько 156 млн гостей. Merlin Entertainments Group, найближчий конкурент Діснея, досягла менш ніж половини від загальної кількості, залучивши 67 млн відвідувачів того самого року.

Тематичний парк Діснейленд у Парижі відвідувало 9,75 млн у 2019 р. У Токіо Діснейленд посів третє місце за Діснейлендом Анахайм, який прийняв 17,91 млн відвідувачів у 2019 р. (Global No. 1. Business Data Platform "Statista").

Каліфорнійський Діснейленд – унікальний тематичний парк у Каліфорнії з великою кількістю атракціонів, що збудовані за мотивами мультфільмів Уолта Діснея, засновника індустрії розважальних мультфільмів. Діснейленд було побудовано під безпосереднім керівництвом Уолта Діснея 17 липня 1954 р. в Анахаймі як величезне ігрове містечко, повне витончених атракціонів, розважальних шоу. Діснейленд отримав всесвітню популярність. Кількість відвідувачів парку з моменту його створення впевнено зростає і на 2019 р. становила 18,66 млн відвідувачів (рис. 2). На території парку є озеро і канали, залізнична станція, змодельовані міста та джунглі, печери й гори. Обладнано безліч рухливих моделей тварин; у неперервних виставах беруть участь тисячі акторів в образах і костюмах казкових та історичних героїв. Створено цілу індустрію обслуговування туристів, збудовано систему з готелів, численних ресторанів, транспортних вузлів, спортивних споруджень, басейнів, тенісних кортів, площадок для гольфу та крокету, доріжок для катання на конях, поні, велосипедах, ковзанях (взимку). Парк поділено на вісім тематичних зон. Ознайомимось з деякими локаціями.

"Mainstreet U.S.A" – 5 атракціонів, 15 магазинів, 2 ресторани (за меню) і 8 ресторанів (шведський стіл). Заходячи в Діснейленд, турист одразу потрапляє на головну вулицю, яка нагадує Америку на межі XIX–XX ст. Тут прогулюються герої Уолта Діснея і проходять яскраві паради. Саме тут розташована станція "Mainstreet" залізної дороги Діснейленду.

"Frontierland" – 10 атракціонів, 1 театр, 1 магазин, 2 ресторани (за меню) і 3 ресторани (шведський стіл). Це частина американського Заходу, край ковбоїв, індіанців, поселенців міста кінця XIX ст. Тут можна відчувати себе шукачем золота, побачити пригоди Міккі Мауса і Тарзана в театрі "Charagral".

"Adventureland" – 6 атракціонів, 4 магазини, 1 ресторан (по меню) і 5 ресторанів (шведський стіл). Це світ Індіани Джонс! Територія оснащена містками, водоспадами, тут можна позмагатися з піратами, а закінчуються пригоди на 360-градусних американських гірках.

"Fantasyland" – 13 атракціонів, 1 театр, 7 магазинів, 1 ресторан (за меню) і 6 ресторанів (шведський стіл). Це незвичайний світ Пітера Пена – "Never Land", де можна політати як із самим Пітером Пенем, так і зі слоником Дамбо.

"Star Wars Galaxy's Edge" – створено 2019 р. Це є найновішою локацією на сьогодні. До послуг відвідувачів представлено визначні пам'ятки за мотивами філь-

му, 8 магазинів, 2 ресторани (за меню), 3 ресторани (шведський стіл) і розважальні програми.

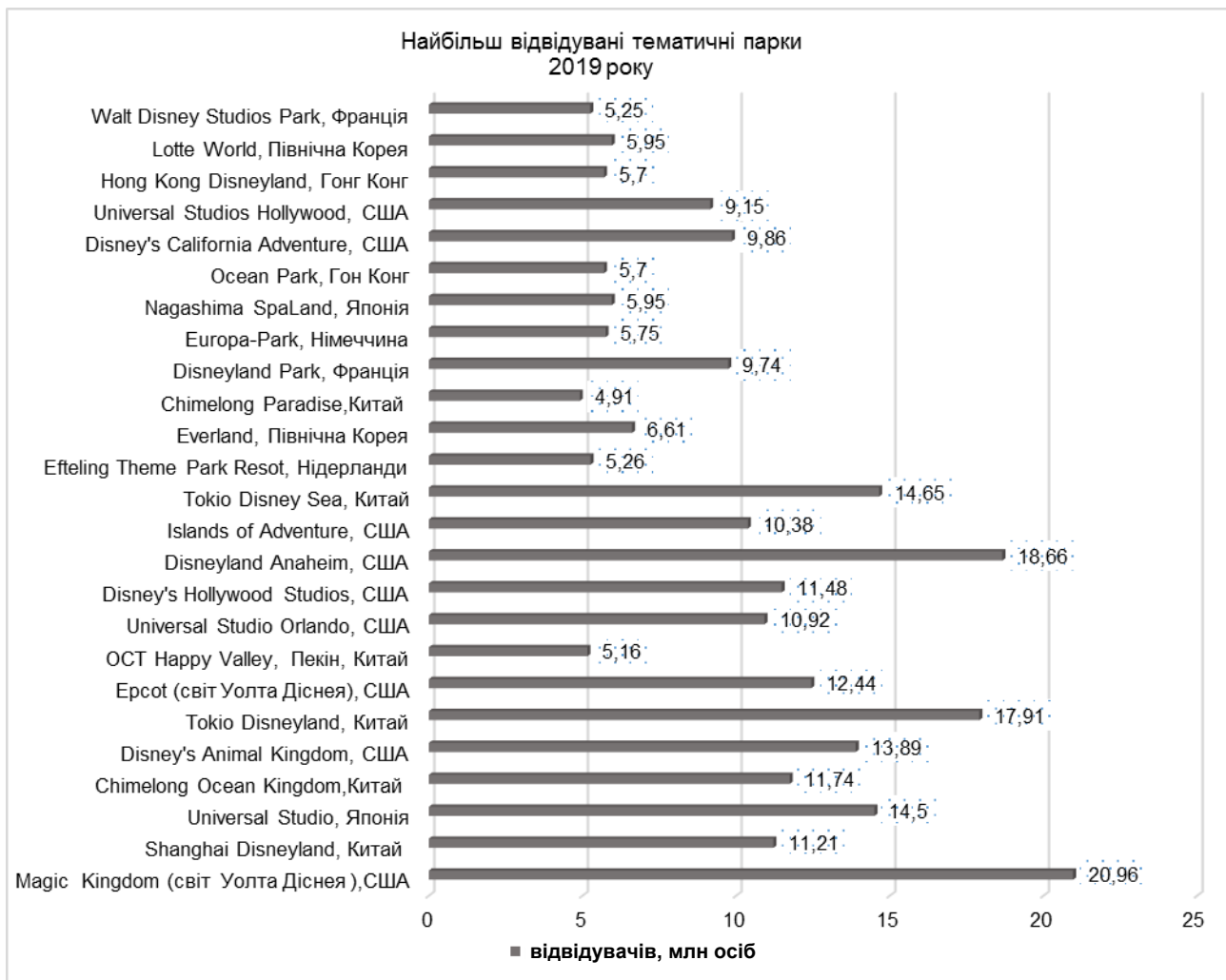


Рис. 1. Відвідування тематичних парків, 2019 р.

Джерело: Розроблено автором на основі (Global No. 1. Business Data Platform "Statista").

Відвідування тематичного парку Діснейленду (Анахайм, Каліфорнія) з 2009 по 2019 рік (млн осіб)

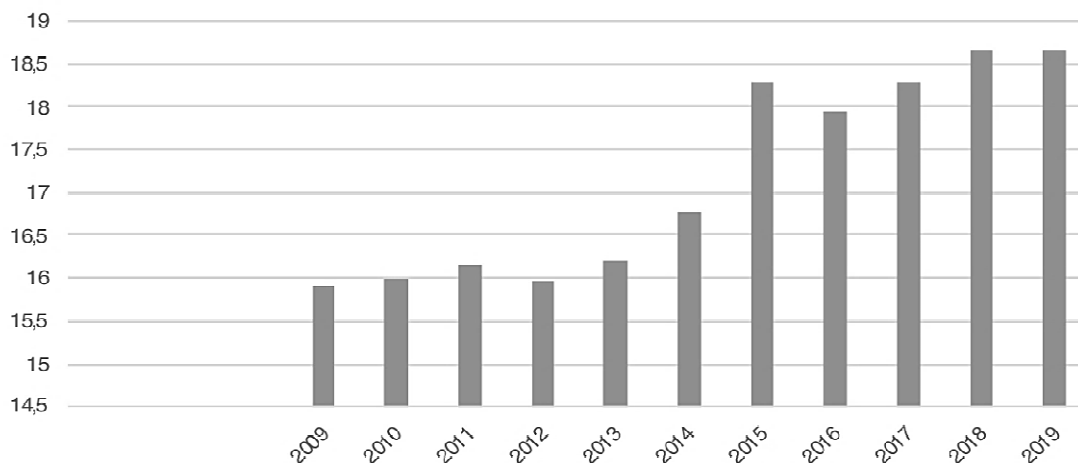


Рис. 2. Відвідування тематичного парку Діснейленду (Анахайм, Каліфорнія) з 2009 до 2019 р.

Джерело: Розроблено автором на основі (Global No. 1. Business Data Platform "Statista").

Подорожувати з однієї казкової країни в іншу можна на пароплаві, маршрут якого проходить мальовничими лагунами, долинами річок і пагорбами.

Останні роки життя Уолт Дісней фактично жив у створеному парку, плануючи все нові й нові атракціони. Його студія і сьогодні створює унікальних персонажів для дітей і мрійників-дорослих. А після Каліфорнійського, розважальні Діснейленди були утворені у штаті Флорида (США), Парижі (Франція) і японському Токіо. Їхні двері відкриті для всіх поколінь (*Електронний ресурс*: Disneyland official site).

Висновки. Грунтуючись на даних проведеного дослідження, можна дійти висновку, що популярність тематичних парків у світі стрімко зростає з кожним роком.

Сучасне суспільство все більше тяжіє до сучасних видів рекреаційної діяльності. З упевненістю можна сказати, що тенденція підвищення популярності тематичних парків зростатиме, оскільки туристи все більше цінують свій час, комфортні умови перебування, високий рівень обслуговування й безпеки під час відпочинку. Разом із тим туристи відвідують подібні дестинації для отримання позитивних емоцій, здобуваючи при цьому нові знання й досвід.

Однією із важливих передумов для визначення шляхів розвитку та вдосконалення діяльності парків на сучасному етапі є вироблення новітніх моделей паркового середовища. Моделювання діяльності парків вважається сучасним методом, який майже не застосовується у практиці вітчизняного паркобудівництва.

Було здійснено вивчення світового досвіду паркобудівництва, зразків парків і паркових технологій. Заслугує на увагу досвід країн Європи, США, діяльність рекреаційних тематичних парків розваг типу Діснейленду та його аналогів у світі.

Концепцію Діснейленду можна сформулювати у такий спосіб: уникати всього, що неприйнятно інтересам сім'ї чи може сприйматися як аморальне, пропонувати відпочинок і розваги для всіх членів сім'ї. Вирішальним моментом в ідеї Діснейленду є сутність організації всього парку, що заснована на досвіді майстра в галузі кінематографії.

Наголошуємо також на тому, що створення тематичного парку в Україні позитивно впливатиме на економічний розвиток країни, підвищить туристичну привабливість на міжнародній арені, надасть змогу на його основі відпрацювати принципи організації цих парків у країні та сформує оптимальну модель тематичного парку як такого.

References

1. Aleksandrova, A. Y. (2008). Sovremennye problemy servisa i turizma. [Modern servise in tourism] № 7–S. 17–20 (in Russian)
2. Aleksandrova A. Y. (2011). Tematichni parki svitu: navchal'nij posibnik [Theme parks of the world] / A.Y. Aleksandrova, O. N. Sedinkina. – M.: KNORUS. – 208 s. (in Russian)
3. Beh Kian Lim (2014). Procedia – Social and Behavioral Sciences, p. 12–19.
4. Disneyland official site. Retrieved from <https://disneyland.disney.go.com/destinations/disneyland/>
5. Global No. 1. Business Data Platform "Statista". Retrieved from: <https://www.statista.com/statistics/194247/worldwide-attendance-at-theme-and-amusement-parks>
6. Global No. 1. Business Data Platform "Statista". Retrieved from: <https://www.statista.com/statistics/236154/attendance-at-the-disneyland-theme-park-california>
7. Gerasimenko, V. G. (2013). Rinki turistichnih poslug: stan i tendencii rozvritku [Markets for tourism services: state and development trends]: [monografiya] / Za zag. red. V. G. Gerasimenko. – Odesa: Astroprint. – 304 s. (in Ukrainian)
8. Malskaya, M. P., Antonyuk, N. V., Ganich, N. M. (2008). Mizhnarodnij turizm i sfera poslug: Pidruchnik [International tourism and service]. – K.: Znannya, 2008. (in Ukrainian)
9. Mikunda, C. (1997). Der verbotene Ort oder die inszenierte Verfuehrung. Düsseldorf: Econ.
10. Vergunov, A. P. (1991) Landshaftne proektuvannya [Landscape] / A. P. Vergunov, M. F. Denisov, S. S. Ozhegov. – M.: Vishcha shkola, 1991. – 237 s. [in Ukrainian]
11. Nezdoinov, S. G. (2014) Perspektivy rozvitiya ekologicheskogo turizma v prirodnyh parkah Ukrainy [Prospects for the development of ecological tourism in suburban parks of Ukraine] / S. G. Nezdoinov, I. YU. Shanovskaya // Molodij vchenij. – № 10. – CH. I. – S. 112–115. (in Ukrainian)
12. Reiter, A. (2004). The hybrid consumer of leisure squeezed between fun maximization, chill out, and the radical search for inner values. In K. Weiermair & C. Mathies (eds.). The tourism and leisure industry (pp. 173–180). – New York: The Haworth Hospitality Press.
13. Savranchuk, L. A. (2010). Tematichni parki yak riznovidi antropogennih rozvazhal'nih kompleksiv [Theme park as a kind of anthropogenic entertainment complexes] / L. A. Savranchuk // Kul'turnij landshaft: teoriya i 90 praktika. – Vinnicya: PP TD "Edel'veys". – S. 157–161. (in Ukrainian)
14. Tretyakova, T. N. (2008). Animacionnaya deyatel'nost' v social'no kul'turnom servise i turizme: uchebnoe posobie [Animation activities in social and culture services and tourism] / Tat'yana Nikolaevna Tretyakova. – M.: Akademiya. – 278 s. (in Ukrainian)
15. Shikina, O. V. (2015). Zastosuvannya franchajzingu, yak metodu upravlinnya pidpriemstvami sferi rozvag [Application of franchising as a method of management of enterprises in the field of entertainment] / O. V. SHikina // Materiali II mizhnarodnoi nauko-vo-praktichnoi konferencii "Upravlins'ki nauki v suchasnomu sviti" (Kyiv, 10–11 grudnya 2015 r.). – Kyiv. – S. 223–226. (in Ukrainian)
16. Shikina, O. V. (2016). Shlyahi pidvishchennya privablivosti regionu za rahunok rozvritku kvest-atrakcioniv [Ways to increase the attractiveness of the region through the development of quest attractions] / O. V. SHikina // Global'ni ta nacional'ni problemi ekonomiki. – No 9. – S. 460–464 (in Ukrainian)
17. Pine, J. B. & Gilmore, J. H. (1999). The Experience Economy. Boston (Mass): Harvard Business School Press.

Надійшла до редколегії 08.10.21

P. Masliak, Doctor of Science in Geography, Professor,
S. Uliganets, PhD Geography, Associate Professor,
A. Slyzkii, PhD Student
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

RESEARCH ON THE DISTRIBUTION AND POPULARITY OF THEME PARKS IN THE WORLD

The article presents the results of research on the features and popularity of theme parks in the world as destinations for recreational recreation. The practical experience of functioning of the most visited world theme parks as an example of effective development and functioning of tourist infrastructure is generalized. The article will be useful for students, teachers and researchers studying the field of hospitality and tourism. The study highlights data on the distribution and popularity of theme parks in the world. Based on statistics, charts of theme parks in the world are formed, which shows the growing trend of the number of visitors to one of the largest popular theme parks at Disneyland. The analyzed statistics will allow to better calculate the future pace of development of the popularity of theme parks.

The structure of theme parks is studied, as well as approaches to providing visitors with the highest level of service are considered.

The structure of the California theme park and the trend of increasing attendance over the last ten years are analyzed in detail. New approaches to the promotion of theme parks are considered, namely their use as educational platforms for classes such as physics and natural sciences.

The topic of introduction of innovative recreational products in the Ukrainian tourist infrastructure is extremely important both for raising the economic level, because it will bring significant profits, and for the promotion of our country among European tourists.

The creation of a theme park in Ukraine will increase the country's tourist popularity in the tourism market, help increase the flow of tourists and improve the quality of recreation. Parks of this level take into account a wide range of socio-cultural aspects and needs of vacationers, as well as create all the conditions for a useful holiday with family and friends. Due to the high level of organization of the territory and the work of qualified personnel, the theme park can be a profitable institution that will provide, in addition to leisure, also new jobs and reduce the level of labor migration.

Keywords: tourism, theme park, Disneyland, eco-park, recreational vacation.

П. Масляк, д-р геогр. наук, проф.,
С. Улиганец, канд. геогр. наук, доц.,
А. Слизкий, асп.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

ИССЛЕДОВАНИЕ ВОПРОСА РАСПРОСТРАНЕНИЯ И ПОПУЛЯРНОСТИ ТЕМАТИЧЕСКИХ ПАРКОВ В МИРЕ

Представлены результаты исследований особенностей и популярности тематических парков в мире как дестинаций рекреационного отдыха. Обобщен практический опыт функционирования наиболее посещаемых мировых тематических парков как пример эффективного развития и функционирования туристической инфраструктуры. Статья будет полезна студентам, преподавателям и ученым, изучающим сферу гостеприимства и туризма. В исследовании отражены данные о распространении и популярности тематических парков в мире. На основе статистических данных сформированы диаграммы посещаемости тематических парков в мире, что демонстрирует тенденцию роста количества посетителей одного из самых популярных тематических парков Диснейленд. Проанализированные статистические данные позволят лучше просчитать будущие темпы развития популярности тематических парков.

Исследована структура тематических парков, а также рассмотрены подходы относительно предоставления посетителям сервиса высочайшего уровня.

Подробно проанализирована структура калифорнийского тематического парка и тенденция роста посещаемости за последние 10 лет. Рассмотрены новые подходы к популяризации тематических парков, а именно использование их как образовательных площадок для проведения занятий, например по физике и естественным дисциплинам.

Тема внедрения в украинской туристической инфраструктуре инновационных рекреационных продуктов чрезвычайно важна как для повышения экономического уровня (будет приносить значительные прибыли), так и для популяризации нашего государства среди европейских туристов.

Создание тематического парка в Украине позволит повысить туристическую популярность страны на туристическом рынке, а также поможет увеличить туристический поток и улучшить качество отдыха. Парки такого уровня учитывают широкий спектр социокультурных аспектов и потребностей рекреантов, а также создают условия для насыщенного и полезного отдыха с семьей и друзьями. Благодаря высокому уровню организации территории и работе квалифицированного персонала, тематический парк может быть прибыльным заведением, которое обеспечит, кроме досуга, еще и новыми рабочими местами населения и уменьшит уровень трудовой миграции.

Ключевые слова: туризм, тематический парк, Диснейленд, экопарк, рекреационный отдых.