

УДК 338.48(477)

Грачова М.В.
студентка

Одеського національного економічного університету

Шикіна О.В.

кандидат економічних наук,

старший викладач кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу
Одеського національного економічного університету

ПЕРСПЕКТИВА СТВОРЕННЯ ТЕМАТИЧНОГО ПАРКУ В ОДЕСЬКІЙ ОБЛАСТІ

PROSPECT OF CREATING THEME PARK IN ODESA REGION

АНОТАЦІЯ

У статті досліджено можливості та перспективи створення тематичних парків на території України. Особливу увагу приділено можливості створення тематичного парку на території Одеси та його рентабельності. Узагальнено практичний досвід функціонування найвідвідуваніших світових тематичних парків. Статтю призначено для студентів, викладачів і науковців, що працюють у туристичній сфері та займаються розвитком внутрішнього туризму.

Ключові слова: тематичні парки, анімація, послуги, планування, внутрішній туризм, рекреаційні зони.

АННОТАЦИЯ

В статье исследованы возможности и перспективы создания тематических парков на территории Украины. Особое внимание уделено возможности создания тематического парка на территории Одессы и его рентабельности. Обобщен практический опыт функционирования самых посещаемых мировых тематических парков. Статья предназначена для студентов, преподавателей и ученых, работающих в туристической сфере и занимающихся развитием внутреннего туризма.

Ключевые слова: тематические парки, анимация, услуги, планирование, внутренний туризм, рекреационные зоны.

ANNOTATION

The present article investigates the scientific possibilities and prospects of creating theme parks in Ukraine. Particular attention is paid to the possibility of creating a theme park in Odessa and its profitability. Generalized a practical experience of the world's most visited theme parks. This article is intended for students, teachers and researchers working in the tourism sector and involved in the development of domestic tourism.

Keywords: theme parks, animation, facilities, planning, domestic tourism, recreation areas.

Постановка проблеми. Відвідування тематичних парків на сьогоднішній день є одним із найпопулярніших видів розваг для туристів. Із кожним роком кількість відвідувачів тематичних парків зростає на 3,7% та сприяє поширенню тематичних парків по всьому світу. Створення тематичного парку на території України залучило би значну частку іноземних туристів та сприяло би розвитку внутрішнього туризму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наукові дослідження і публікації, присвячені перспективам розвитку анімаційної діяльності в Україні, а також функціонуванню тематичних парків, здійснені такими авторами, як Александрова А.Ю. [1], Герасименко В.Г. [3], Нездоймінов С.Г. [2], Шикіна О.В. [5; 6]. Вони звертають увагу на важливість розвинення анімаційної діяльності в Україні та аналізують сучасний стан індустрії розважального туризму.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Невирішеними залишилися питання можливості впровадження іноземного досвіду щодо створення тематичних парків на території Одеської області.

Мета статті полягає в обґрунтуванні необхідності втілення проектів тематичних парків в Одеській області, наведенні даних щодо світового досвіду функціонування тематичних парків, визначенні основних характеристик тематичного парку та комплексу послуг, аналізі сучасних тенденцій під час планування тематичних парків.

Виклад основного матеріалу дослідження. За прогнозами UNWTO, найбільш популярними видами туризму до 2020 р. стануть пригодницький, екологічний, культурно-пізнавальний та тематичний. Популярність тематичних парків як місця відпочинку у світі зростає з кожним роком, але в нашій країні ринок тематичних парків знаходиться на початковій стадії. Відкриття тематичного парку на території Одеської області призвело би до збільшення в'їзного туризму та допомогло би перерозподілити туристичні потоки у зимні місяці.

Тематичні парки – місця для розваг, відпочинку, уявлення, пізнання та гри, засновані на певних критеріях і диференціації їх від інших парків і рекреаційних зон. Чіткого визначення тематичного парку довгий час не існувало. Тематичні парки – це рекреаційні зони, але вони повинні [1]:

- мати тематичну ідентичність;
- мати дві або більше тематичні зони;
- бути організованими в замкнутому просторі та з контрольованим доступом;
- мати великий потенціал для залучення сімей;
- містити достатньо атракціонів для відвідування від п'яти до семи годин;
- мати комерційну основу;
- надавати послуги високої якості;
- мати централізоване керування виробничого і споживчого процесів.

У світі налічується понад 1 000 парків розваг різного масштабу. У середньому щорічна кількість відвідувачів 25-ти основних парків розваг

становить близько 300 млн. осіб на рік. Доходи від роботи лідерів цього сектора оцінюються в 25 млрд. доларів щорічно. Беручи до уваги прямі і непрямі витрати відвідувачів, капітальні та операційні витрати компаній – операторів парків, загальний економічний ефект від роботи парків розваг в Європі становить 10 млрд. євро щорічно, а в США – 120 млрд. доларів. Більше того, податки, які генерують парки розваг, приносять державі додаткові 5 млрд. євро в Європі і близько 20 млрд. доларів – у США.

Тематичні парки на сьогоднішній день пропонують відвідувачам широкий спектр послуг, які становлять значну долю загального прибутку тематичних парків. Наприклад, приблизно 55–60% доходів тематичного парку генерується від продажу квитків, 25–30% генерується від послуг харчування, продажу їжі та напоїв, продажу сувенірів та інших витрат відвідувачів. Тематичні парки також генерують 10–20% своїх доходів від ліцензування, спонсорства та зборів від проведення спеціальних заходів [5].

У 2014 р. витрати тематичних парків оцінювалися приблизно в 39,8 млрд. доларів [3]. Відвідування тематичних парків за останні п'ять років зростають на 3,7% щорічно. Із новими парками, новими атракціонами, новими готелями і постійними інвестиціями прогнозу-

ється зростання відвідувачів тематичних парів на 4,4% щорічно в найближчі п'ять років, із 957 млн. у 2014 р. до 1,2 млрд. у 2019 р. [2]. Будівництво тематичного парку в Україні значно збільшить кількість туристів, доходів від туризму та суміжних галузей (ефект мультиплікатора).

Аналізуючи ринок тематичних парків Європи, Середнього Сходу та Африки (табл. 1), можемо зробити висновок, що самим відвідуваним парком є Диснейленд у Парижі, який у 2014 р. прийняв 9 940 000 осіб, а якщо додати до цього парк «Волт Дисней Студіо», що розташований поряд із Диснейлендом, з кількістю 4 260 000 осіб у 2014 р., то це дасть змогу усвідомити потенціал попиту на послуги тематичних парків.

На даний момент в Україні не існує тематичних парків, які б відповідали рівню світових стандартів. Під час створення тематичного парку на території України, наприклад в Одеській області, слід урахувати деякі критичні моменти, щоб забезпечити життєздатність проекту:

- адаптацію інвестицій до реальних потреб проекту;
- виконання прогнозів та графіку процесу будівництва;
- наявність планів на випадок непередбачених обставин, які дають змогу працювати з різноманітними проблемами, які можуть вплинути на процес розвитку;

- відповідний набір організаційних, операційних і маркетингових інструментів у момент відкриття парку;

- необхідну підготовку колективу, високий рівень професійного досвіду, спрямовані на задоволення очікувань клієнта;

- створення ефективних операцій та програм технічного обслуговування для забезпечення безпеки відвідувачів.

Будівництво тематичного парку в Україні передбачає мобілізацію великої кількості ресурсів. Через це необхідно визначити розмір інвестицій, у тому числі необхідні прогнози рентабельності. Початкове планування тематичного парку зазвичай займає п'ятирічний період часу. Парк повинен забезпечувати різні заходи так, щоб відвідувачі хотіли відвідати їх та, що більш важливо, повернутися до них. Генеральний план є основним інструментом для розробки, будівництва і запуску парку. Це детальний план, який спрямовує його розробку, впровадження і відкриття.

Таблиця 1

Рейтинг розважальних та тематичних парків Європи, Середнього Сходу та Африки

Рейт инг	Назва та розташування	Відвідувачі		
		Зміна, %	2014 рік млн. осіб	2013 рік млн. осіб
1	DISNEYLAND PARK AT DISNEYLAND PARIS, MARNE-LA-VALLÉE, FRANCE	-4,7%	9 940 000	10 430 000
2	EUROPA PARK, RUST, GERMANY	2,0%	5 000 000	4 900 000
3	TIVOLI GARDENS, COPENHAGEN, DENMARK	6,6%	4 478 000	4 200 000
4	DE EFTELING, KAAKSTRAHEUVEL, NETHERLANDS	8,0%	4 400 000	4 150 000
5	WALT DISNEY STUDIOS PARK AT DISNEYLAND PARIS, MARNE-LA-VALLÉE, FRANCE	-4,7%	4 260 000	4 470 000
6	PORT AVENTURA, SAIGÓN, SPAIN	2,9%	3 500 000	3 400 000
7	LISEBERG, GÖTHENBURG, SWEDEN	8,4%	3 100 000	2 860 000
8	GARDALAND, CASTELNUOVO DEL GARDA, ITALY	1,9%	2 750 000	2 700 000
9	ALTON TOWERS, STAFFORDSHIRE, UK	3,0%	2 575 000	2 500 000
10	LEGOLAND WINDSOR, WINDSOR, UK	7,3%	2 200 000	2 050 000
11	THORPE PARK, CHERTSEY, UK	5,0%	2 100 000	2 000 000
12	LEGOLAND BILLUND, BILLUND, DENMARK	6,9%	1 925 000	1 800 000
13	PUY DU FOUIL, LES EPESES, FRANCE	9,9%	1 912 000	1 740 000
14	PHANTASIALAND, BRUNNEN, GERMANY	5,4%	1 845 000	1 750 000
15	PARC ASTERIX, PLAILLY, FRANCE	11,1%	1 800 000	1 620 000
16	FUTUROSCOPE, MATHURAN-CLAN, FRANCE	13,7%	1 665 000	1 464 000
17	CHESSINGTON WORLD OF ADVENTURES, CHESSINGTON, UK	6,7%	1 600 000	1 500 000
18	GRÖNALUND, STOCKHOLM, SWEDEN	3,3%	1 550 000	1 500 000
19	HEIDE PARK, SOLTAU, GERMANY	5,4%	1 475 000	1 400 000
20	PARQUE WARNER, MADRID, SPAIN	25,9%	1 460 000	1 160 000
TOTAL		3,0%	59 535 000	57 809 000

© 2015 TEA / AECOM

3,0%Приріст за
2013-2014 рр.**59,5 МЛН.**Кількість відвідувачів
у 2014 році**57,8 МЛН.**Кількість відвідувачів
у 2013 році

Отже, генеральний план тематичного парку включає в себе програму визначення теми, яка буде розроблена, розмір, потужність і вартість різних атракціонів і обладнання, плани форми і структури парку (у тому числі функціональні діаграми й установки на місцевості) і архітектурний складник разом із розробкою ескізів атракціонів. Генеральний план тематичного парку повинен відповідати положенням законодавства щодо його розташування з точки зору урбаністики та охорони навколишнього середовища, безпеки, охорони здоров'я і зайнятості населення. Площа для тематичного парку варіюється від 10 до 200 га, а розміщуються тематичні парки за межею міста. Для прибуткового функціонування тематичні парки повинні знаходитися в межах двогодинної досяжності. Тобто проектуючи тематичний парк, слід передусім визначити можливе місце розташування. Існує багато прикладів того, що невеликі тематичні парки можуть бути рентабельними не тільки за межами міст-мільйонерів або крупних міст. Наприклад, у Швеції популярний тематичний парк «Світ Астрід Ліндгрєн», розташований маленькому містечку Віммербі (16 тис. жителів). У цьому сенсі Одеська область має зручну транспортну розв'язку (особливо це актуально для іноземних туристів), адже для того, щоб дістатися тематичного парку, спочатку потрібно дістатися міста, в якому знаходиться тематичний парк [3].

Для планування ємкості парку потрібно визначити максимальну пропускну спроможність парку і пам'ятати, що необхідно мінімум 3 м² площі на відвідувача, одну-три пам'ятки або можливості розваг на відвідувача в годину (у години найбільшої завантаженості). Наприклад, у США парки призначені для розміщення в середньому 1 800 осіб на гектар, в Азії ця цифра може досягати 2 500. Однак ці цифри не можуть бути прийняті як узагальнення для всіх тематичних парків, оскільки їх розміри змінюються відповідно до своєї конструкції та призначення. Тема парку являє собою концепцію парку та мотивацію для відвідування. Тема повинна мати єдність у цілому для позиціонування, організації простору й анімації. Для вибору теми для парку в Україні немає обмежень, це можуть бути фільми, мультфільми, казки, тварини, географія або культура та історія рідного краю. Реалізація тематичного змісту може бути:

- через одну тему протягом усіх аспектів парку (Warner Bros);
- завдяки легко ідентифікованим підтемам у різних областях парку (Діснеїленд з Frontierland, Adventureland, Fantasyland, Discoveryland);
- через перехідні теми, тобто теми, які створюються на випадок спеціальних заходів (Хеллоуїн у багатьох парках по всьому світу) [7].

Під час планування тематичного парку на території України слід пам'ятати про важливий компонент тематичних парків – комплекс

послуг. Діяльність у сфері послуг є складовою частиною тематичних парків як у задоволенні клієнтів, так і в створенні прибутку. Два види послуг надаються в парках: харчування та торгівля. Ресторани та магазини, як правило, розташовані відповідно до торговельної потреби і поведінки відвідувачів, головним чином, на шляху входу та виходу з парку і на головних центрах розподілу кожної тематичної сфери. Найбільша концентрація магазинів (до 70%) спостерігається недалеко від виходу з парку, оскільки в момент виходу з парку відвідувачі зазвичай роблять свої покупки. Інші місця для імпульсивної покупки повинні бути розміщені по всьому парку, оскільки кожен тематичний вузол матиме свій власний магазин, присвячений відповідній підтемі. Розташування послуг у кожній тематичній сфері, як і послуг харчування, магазинів, пов'язано з необхідністю задовольнити психологічну асоціацію клієнтів про споживання в місці, яке їм особливо сподобалося. На загальному рівні чотири види базових послуг громадського харчування може бути визначено в парках: закусочні, підприємства швидкого харчування, самообслуговування і гастрономічні ресторани.

На прикладі світової практики можливо виділити такі сучасні тенденції для втілення тематичного парку в Україні:

- залучення сім'ї замість безпосереднього спрямування на підлітків та дорослих;
- поєднання високої якості візуальних образів із переміщенням механічних елементів (відвідувачі можуть насолоджуватися віртуальними технологіями);
- збільшення водних атракціонів;
- розробка цілорічних атракціонів [6].

Висновки. Тематичні парки на сьогоднішній день є одними з найпопулярніших дестинацій для туристів, часто являють собою основну мету подорожі. Створення тематичного парку повинно спиратися на можливості певного регіону: матеріально-технічну базу, можливість залучення інвестицій, визначення рентабельності тематичного парку та його цільової аудиторії. Створення тематичного парку в Україні сприятиме збільшенню туристичних потоків, доходів від туризму та просуватиме Україну на міжнародному туристичному ринку. Під час створення тематичного парку на території України треба приділити увагу основним аспектам, таким як: залучення інвестицій для створення тематичного парку, пошук відповідної території, визначення ідеї та теми парку, планування будівництва та визначення цільової аудиторії, використання нових технологій і широкого спектру послуг.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Александрова А.Ю. Тематические парки мира : [учеб. пособ.] / А.Ю. Александрова, О.Н. Сединкина. – М. : КНО-РУС, 2013. – 208 с.

2. Нездойминов С.Г. Перспективы развития экологического туризма в природных парках Украины / С.Г. Нездойминов, И.Ю. Шановская // Молодий вчений. – 2014. – № 10. – Ч. I. – С. 112–115.
3. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку : [монографія] / За заг. ред. В.Г. Герасименка. – Одеса : Астропринт, 2013. – 304 с.
4. Шикіна О.В. Аналіз структури туристичних потоків Одеської області / О.В. Шикіна, І.Л. Ліптуга // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – № 7. – С. 114–127.
5. Шикіна О.В. Застосування франчайзингу, як методу управління підприємствами сфери розваг / О.В. Шикіна // Матеріали II міжнародної науково-практичної конференції «Управлінські науки в сучасному світі» (Київ, 10–11 грудня 2015 р.). – Київ, 2015. – С. 223–226.
6. Шикіна О.В. Шляхи підвищення привабливості регіону за рахунок розвитку квест-атракцій / О.В. Шикіна // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – № 9. – С. 460–464
7. Salvador Anton Clave. The global theme park industry. – AMA DataSet Ltd, Preston, UK. – 2007. – 459 p.