

DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-1-65-105>

УДК 338.48

Івченко Л.О., Михайленко В.В.

Національний університет харчових технологій

ІНДУСТРІЯ РОЗВАГ З ТОЧКИ ЗОРУ ЕМОЦІЙНОГО ВПЛИВУ НА СПОЖИВАЧА ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Анотація. Потреба в розвагах є однією з основних потреб туриста під час здійснення подорожі будь-якої спрямованості. Турист, як споживач різноманітної продукції, пропонованої індустрією розваг, залишає за собою право вибору виду розваги на свій смак, в залежності від темпераменту, віку, попереднього досвіду. Емоційна складова є одним з основних аргументів на користь вибору, який робить турист з необмеженого переліку видів розваг. В роботі порушується питання збігу гормональних перетворень в організмі людини, викликаних сильними емоціями під час відвідування тематичних парків і споглядання великих творів мистецтва. Статистичні дані, проаналізовані в роботі, дозволяють зробити висновки про переваги у виборі розваг сучасних туристів і тенденції розвитку індустрії розваг.

Ключові слова: туризм, парки розваг, відвідуваність, заклади культури, емоційні переживання, синдром Стендаля.

Ivchenko Liubov, Mykhailenko Valentyna

National University of Food Technologies

ENTERTAINMENT INDUSTRY IN TERMS OF EMOTIONAL IMPACT ON CONSUMER TRAVEL SERVICES

Summary. The need for entertainment is one of the main needs of a tourist during a trip of any orientation. Tourist, as a consumer of diverse products, offered by the entertainment industry, reserves the right to choose a kind of entertainment to your taste, depending on the temperament, age, previous experience. The emotional component is one of the main arguments in favor of the choice made by a tourist from an unlimited list of types of entertainment. The work raises the issue of the coincidence of hormonal transformations in the human body, caused by strong emotions during the visit to theme parks and contemplation of large works of art. The statistical data analyzed in the work allow to make a conclusions about the advantages of choosing entertainment for modern tourists and the trends in the entertainment industry.

Keywords: tourism, amusement parks, attendance, cultural institutions, emotional experiences, Stendhal syndrome.

Постановка проблеми. Туризм у всьому світі став галуззю економіки, яка забезпечує значні валютні надходження багатьох держав. Розваги стали в поєднанні відпочинком однією з головних цілей подорожей туристів. З цією метою у багатьох країнах в якості туристичного продукту внутрішнього і міжнародного туризму пропонуються тематичні парки. Саме цей напрям туризму останнім часом формує наймасовіші туристичні потоки у світі. Тематичні парки склали серйозну конкуренцію традиційним туристичним destinations з великою кількістю історико-культурних пам'яток. Вони забезпечують реалізацію розважальної програми значної кількості туристів, стаючи перспективною складовою туризму [7]. Культурні заклади, до яких можна віднести музеї, картинні галереї, відомі архітектурні комплекси і які теж в певному сенсі є розважальними закладами, вимушені витримувати потужну конкуренцію. Актуальною проблемою для України є, з одного боку, недостатній досвід організації сучасних тематичних розважальних парків, а з другого – проблема збереження інтересу туристів до величезної культурної спадщини, що має країна.

Аналіз останніх джерел та публікацій. Дослідженням особливостей індустрії розваг займалися такі вчені, аналітики та практики, як Александрова А.Ю., Єрошенко І.М., Дядечко Л.П., Мальська М.П., Седінкіна О.Н. та інші. Групування тематичних парків світу зроблено в статті Савранчук Л.А., доцільність створення

тематичного парку в Україні обговорювалась в роботі Теодорович Л.В.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. В попередніх дослідженнях способи розваг не розглядалися з оглядом на те, що реакція людського організму на емоційний вплив від екстремальних атракціонів і шедеврів мистецтва мають однакову природу.

Формулювання цілей статті. На основі дослідження діяльності тематичних парків, статистичних даних щодо відвідування парків розваг і провідних музеїв світу, нюансів емоційної складової різних типів розважальних заходів проаналізувати тенденції розвитку цієї сфери в туризмі і визначити особливості індустрії розваг в Україні.

Виклад основного матеріалу. Система організації відпочинку туристів передбачає наявність розваг на будь-який смак, вік, матеріальні можливості відпочиваючих. Потреби в розвагах відчувають практично всі, хто вирушає у подорож або на відпочинок [3]. Навіть при формуванні туристичного пакету, орієнтованого на пляжний відпочинок, все-таки враховується можливість здійснення екскурсій, відвідування театрів і музеїв, участі в певних розважальних заходах і багато іншого. Вибір розваги туристом залежить від його виховання, захопленнь, сфери інтересів, особливостей і індивідуальних потреб, інших моментів. При цьому наявність гострих відчуттів, яке часто є обов'язковою умовою під час вибору виду розваги, може бути реалізовано різними способами. Для когось отримання

задоволення нерозривно пов'язане з відвідуванням атракціонів в парках розваг, а для інших людей кращим є споглядання архітектурних шедеврів або творів мистецтва. При цьому досить часто в пряму залежність від вибору способів розваги ставиться потреба людського організму в адреналіні.

Слово «адреналін» щільно увійшло в наше життя, найчастіше ним користується молодь і пов'язує його з розвагами, ризиком, підвищеним емоційним збудженням, припливом енергії. Що ж таке адреналін і навіщо він потрібний нашому організму? Дослідження процесів, які відбуваються в організмі людини під час отримання емоціональних навантажень займаються вчені різних напрямків, але багато ще залишається не вивченим. Емоції виявляються в зовнішній поведінці і перебудові внутрішнього середовища людського організму, тобто включенні фізіологічних механізмів, що відображають реакцію організму на емоції. Дослідження в області нейробіології присвячуються вивченню того, що відбувається всередині нас в момент переживання певної емоції. Лікарі стверджують, що досягати емоційного піку час від часу повинна кожна людина, інакше може з'явитися депресія. Деякі спеціалісти розглядають категорії «поганого» і «хорошого» стресу, вводячи поняття «дистреса» і «еустреса».

Екстрим і емоції – слова, які найчастіше зустрічаються у відгуках відвідувачів тематичних парків. Завдяки наявності науково-популярної літератури про зв'язок емоційних переживань і гормональної системи в лексиконі людей з'явилися і такі слова, як «серотонін», «дофамін», «ендорфін» та інші спеціальні терміни, які стоять поруч з такими поняттями, як задоволення, насолода, ейфорія. Ейфорія – це позитивне почуття, та емоція, яке відчуває людина після успішно подоланих навантажень, після виходу з важкої ситуації. Дослідним шляхом встановлено, що викид ендорфінів у людини безпосередньо пов'язаний з відчуттям щастя. Саме в пошуках сильних емоцій, природу яких розуміти зовсім не обов'язково, люди відправляються в подорожі, відвідуючи туристичні об'єкти, що містять в собі джерела значного емоціонального впливу. Парки розваг та тематичні парки якраз і є такими дестинаціями.

Але, існує думка, що ейфорія, а відповідно і перетворення в організмі людини, від перегляду творів мистецтва, прослуховування музики – також має ендорфінну природу. За останні десятиліття в психіатрії навіть з'явилися нові терміни, які означають різні види нервових «туристичних» розладів, що з'являються під впливом великих творів мистецтва, шедеврів архітектури, історичних місць. Поряд з синдромом Стендаля, про який відомо з 1817 року, з'явилися ще ефект Рубенса, синдром Єрусалиму, синдром Парижа, індійський синдром, які викликають сильні емоції або глибокий стрес, що межує з нервовим розладом [6].

Синдром Стендаля – це психосоматичний вплив, який чиниться творами мистецтва на психіку людини, виражається у певних фізіологічних змінах. Типові ознаки – прискорене серцебиття, запаморочення, можлива втрата свідомості і навіть галюцинації. З'являються вони в той момент, коли людина знаходиться під впливом творів мистецтва. Найчастіше синдром Стендаля проявляється в картинних галереях, в музеях, на виставках – тобто там, де зосереджено відразу багато

творів мистецтва. Однак його прояви може спричинити і надмірна краса природи: чудовий пейзаж або природне явище. Синдром отримав свою назву від псевдоніма відомого французького письменника XIX століття. У своїй книзі «Неаполь і Флоренція: подорож з Мілана в Реджіо» він описав свої відчуття під час відвідин церкви Святого Хреста у Флоренції. Синдром був описаний в 1979 році італійським психіатром Граціеллою Магеріні, яка дослідила більше 100 випадків серед туристів у Флоренції і класифікувала їх за походженням:

- туристи з Північної Америки та Азії не схильні до цього синдрому, оскільки це не пов'язано з їх культурою;

- італійські туристи також мають імунітет, оскільки знаходяться в цій атмосфері з самого народження;

- серед інших туристів, найбільш схильні до синдрому освічені люди, які подорожують поодинокі незалежно від статі.

Найсильніші враження отримують відвідувачі музеїв Флоренції, колицки Відродження, зокрема, галереї Уффіці. Реакції при цьому можуть бути різні – аж до істерії або спроб зруйнувати картину.

Таким чином, визначення способу отримання необхідної для організму дози гормонів «хорошого» стресу і задоволення під час подорожі залишається за самим туристом. Навіть якщо можна було б виміряти і порівняти кількість того чи іншого гормону, що виробляється під час катання на атракціонах парку розваг і прослуховування музики у відомому концертному залі, це не стало б вагомим аргументом для туриста, що робить свій вибір. Для аргументованого висновку про те, на користь яких видів розваг роблять свій вибір туристи, наведено дані про масовості відвідувань тієї чи іншої туристичної дестинації. В табл. 1 представлено дані про десять найбільш відвідуваних парків розваг (2017 р.) і музеїв світу (2016 р.).

Порівняльний аналіз даних таблиці дозволяє зробити наступні висновки:

- Сполучені Штати Америки – країна, в якій розташовані найбільша кількість тематичних парків і парків розваг;

- найбільш відвідувані музеї в основному розташовані в Європі;

- кількість відвідувачів парків в середньому в 2-3 рази більша за тих, хто відвідує музеї.

На жаль, статистичних даних щодо структури (вікової, за місцем проживання, інше) відвідувачів парків розваг не знайдено. Але ж відомо, що більшу частину відвідувачів складають туристи, а за віком – молодь, або батьки з дітьми. Структура відвідувачів музеїв, художніх галерей інша. Досить великий відсоток відвідувачів складають спеціалісти, мистецтвознавці. Звичайний турист відвідує певний музей одного разу, а наступну поїздку планує в іншу точку земної кулі з відвідуванням іншого музею або колекції витворів мистецтва. Тож, статистичні дані, наведені в табл. 1, свідчать про суттєву перевагу обсягів туристичних потоків, що направляються в парки розваг перед тими, що спрямовані в музеї.

Слід розглянути цей дисбаланс з точки зору вартості (табл. 2).

В таблиці наведено тільки декілька прикладів відомих музеїв світу, тематичних парків і парків розваг. Але і цієї вибірки, зробленої вза-

Таблиця 1

Відвідуваність парків розваг і музеїв світу

	Парки розваг			Музеї		
	Парк	Країна	Відвідуваність, осіб	Музей	Місто	Відвідуваність, осіб
1	Світ Уолта Діснея – Чарівне королівство	США	20 450 000	Лувр	Париж	7 400 000
2	Діснейленд	США	18 300 000	Метрополітен-музей	Нью-Йорк	7 006 859
3	Токійський Діснейленд	Японія	16 600 000	Британський музей	Лондон	6 420 395
4	ЕПКОТ в світі Уолта Діснея	США	12 200 000	Національна галерея	Лондон	6 262 839
5	Курорт Шанхай Дісней	Китай	11 000 000	Музеї Ватикана	Ватикан	6 066 649
6	Світ Уолта Діснея – Голівудські студії Діснея	США	10 722 000	Тейт Модерн	Лондон	5 839 197
7	Діснейленд Париж – Діснейленд Парк	Франція	9 660 000	Національний музей імператорського палацу	Тайбей	4 665 725
8	Дісней Каліфорнійський парк пригод	США	9 574 000	Національна художня галерея	Вашингтон	4 261 391
9	Острови Пригод Юніверсал	США	9 549 000	Державний Ермітаж	Санкт-Петербург	4 119 103
10	Універсальні студії Голівуд	США	9 056 000	Центр мистецтв королеви Софії	Мадрид	3 646 598

Джерело: за даними [9]

Таблиця 2

Вартість парків розваг і музеїв світу

Музеї		Парки розваг	
Лувр (Париж)	Від 17€, Діти до 18 – безкоштовно	Порт Аventura (Іспанія)	€48
Британський музей (Лондон)	Безкоштовний	Діснейленд (Франція)	€70
Єгипетський музей (Каїр)	10\$	Світ Феррарі, (ОАЕ)	Дорослий – \$64, дитячий – \$ 53 VIP – дорослий \$105, дитячий \$86
Музей Метрополітен (Нью-Йорк)	25\$	Леголенд, (Данія)	Дорослий – 46-52\$ + 7\$ парковка
Національна художня галерея (Вашингтон)	Безкоштовно	Європа-Парк, (Німеччина)	Дорослий – 49,50€, дитячий – 42,50€.
Орсе (Париж)	Від 15€, діти до 18 – безкоштовно	Юніверсал-студіос Голлівуд (США)	Від 95\$
Музей воскових фігур Гревена (Париж)	Дорослий – 25€ Діти – 17,5€	Діснейленд, Каліфорнія (США)	Від 97\$
Музей Родена (Париж)	10€, діти до 18 – безкоштовно	Діснейленд Токіо, (Японія)	Дорослий 44-68\$

Джерело: розроблено авторами

галі без певних правил статистики, достатньо, щоб побачити основні тенденції і особливості цінової політики розважальних закладів. Висновки з порівняльного аналізу цін на відвідування музею і парку розваг наступні:

– рівень цін в музеї виявляється набагато нижчим у порівнянні з цінами на квитки в парки розваг;

– багато з музеїв надають безкоштовний вхід для дітей, а деякі взагалі безкоштовні;

– деякі музеї встановлюють гнучкі ціни на квитки, наприклад, в залежності від дня тижня;

– часто в ціну на вхідні квитки входить тільки відвідування атракціонів, тож передбачаються додаткові витрати, наприклад, на харчування;

– майже кожен парк атракціонів надає знижки при попередній купівлі квитків онлайн;

– ціни на квитки в парк розваг схильні до сезонних коливань.

Але головний висновок проведеного аналізу: не дивлячись на набагато вищі ціни, кількість відвідувачів парків розваг і тематичних парків значно перевищує відповідні дані щодо музеїв. Зауважимо, що інформацією про те, що емоції, які виникають на атракціонах в парках, викликають в організмі людини реакції, схожі з тими, що і під час споглядання творів мистецтва в музеях, самі відвідувачі навряд чи володіють.

Тематичні парки та парки розваг в даний час – це потужні підприємства по організації відпочинку

ку туристів в різних куточках земної кулі [2]. Відвідування цих парків стає масовим явищем і часто основною метою при організації подорожі. Парки розваг складають серйозну конкуренцію традиційним туристичним destinations, насиченим природними та історико-культурними пам'ятками, музеями, архітектурними шедеврами.

Приклади різноманітних парків розваг, розміщених у всіх куточках світу, що користувались популярністю у 2017 наведено в табл. 3.

Отже, велика кількість найпотужніших парків розваг створені компанією Уолт Дісней і працюють під цим брендом. Перший "Діснейленд" Уолт Дісней відкрив в 1955 р. в американському місті Анахаймі (Каліфорнія). Пізніше компанія "Уолт Дісней" відкрила ще п'ять "Діснейлендів" – в Орландо, Токіо, Парижі, Гонконзі та Шанхай. Тож, починаючи з США, парки цієї компанії стали поширюватися по всьому світу. Майже всі парки поділені на спеціальні зони, де атракціони об'єднуються за певною ідеєю, задумом, щоб відвідувачі могли відчути себе героями казок, фільму чи мультфільму і т.д.. Крім того, в структурі деяких з цих п'яти парків знаходиться не один, а кілька складових. Наприклад, Флоридський діснейленд – найбільший, в ньому чотири парки, в каліфорнійському, токійському і паризькому – по два.

Певну конкуренцію компанії Уолт Дісней складають чотири тематичних парки найстарішої голлівудської кіностудії «Юніверсал-студіос»: два в США (Лос-Анджелес і Орландо), по одному – в Японії (Осака), і в Сінгапурі. Головною тематикою цієї мережі парків теж є кіно – фільми і мультфільми, коли-небудь зняті «Юніверсал-студіос».

Перший фірмовий парк мережі Леголенд відкрився в 1968 році недалеко від фабрики ЛЕГО

в Данії (Біллунд). Зараз під цим брендом працює сім парків: у Гюнцбурзі (Німеччина), Віндзорі (Англія), Каліфорнії, Орландо (Флорида), Малайзії (Джохор-Бару) і на Близькому Сході, який відкрився в 2016 році в Дубаї.

Тематичні парки – порівняно молода і динамічна галузь економіки, яка може приносити чималий дохід. Але отримання прибутку на такому підприємстві, навіть якщо воно вже функціонує потребує наявності якнайменше двох складових: платоспроможність населення і потужний потік відвідувачів. Для того, щоб залучити відвідувачів, нові парки поряд з класичною структурою і тематикою вносять якісь оригінальні елементи, які відрізняють їх від попередників [6]. Тематичні парки прагнуть робити все, щоб не тільки приваблювати все більше туристів, але й мати постійних клієнтів, оскільки саме вони підтримують надходження прибутків [5].

В європейських, американських або азіатських мегаполісах функціонує вже по кілька масштабних парків в одному місті. Щодо України, то вона не має таких масштабних тематичних розважальних парків, індустрія розваг представлена так званими "парками культури та відпочинку", пересувними "лунапарками" та аквапарками. Тематичних парків, на зразок "Діснейленду" в Україні не побудовано і не планується найближчим часом.

В Україні практично немає прикладів, де розвиток цього бізнесу функціонує у вигляді масштабних парків розваг. Хоча тематичним парком з національним українським колоритом зміг би стати, наприклад, туристичний центр "Парк Київська Русь", розташований в селі Копачів Обухівського району (34 кілометри від Києва). Зараз це

Таблиця 3

Парки розваг у 2017 році

Назва парку	Кількість атракціонів	Рік побудови	Зонування парку
Світ Уолта Дісней – Чарівне королівство, (США)	39	1971	5 зон: Країна майбутнього, Прикордонна країна, Країна фантазій, Країна Пригод, Головна вулиця
Порт Аventura, Таррагона, (Іспанія)	43	1995	6 зон – «країн» – за географічним принципом (Середземномор'я, Китай, Полінезія, Мексика, Сезам-Аventura, Далекий Захід)
Діснейленд (Франція)	49	1992	5 «республік-держав»: «Головна вулиця США», «Країна фантазій», «Країна пригод», «Дикий Захід», «Країна відкриттів»
Світ Феррарі, (ОАЕ)	20	2010	Окремого зонування парку немає, на території є автомобільний музей.
Леголенд, (Данія)	36	1968	9 зон: Світ мініатюр, Світ Дуло, Світ уяви, Місто Легоредо, Земля піратів, Королівство лицарів, Світ пригод.
Європа-Парк (Німеччина)	Близько 100	1975	11 частин. Кожна з частин – це одна з європейських країн.
Універсальні студії (Сінгапур)	24	2010	7 зон: Голівуд, Стародавній Єгипет, Космічне місто, Нью-Йорк, Мадагаскар, Втрачений світ і Далеке-Далеке Королівство з Шрека 2.
Діснейленд (Шанхай)	42	2016	6 зон: Проспект Міккі, Острів пригод, Країна фантазій, Печера скарбів, Країна майбутнього і Фантазійні сади.
Токійський Діснейленд, (Японія)	57	1983	7 зон: Міккі авеню, Сади уяви, Фантастичні землі, Бухта скарбів, Острів пригод, Завтрашня земля, Земля «Історії іграшок».
Епкот (Ерсот) в світі Уолта Дісней (США)	34	1982	2 зони: «Майбутній Світ» і «Вітрина Світу»

Джерело: розроблено авторами

унікальний туристичний центр і майданчик для наукового і культурного розвитку. Будівництво об'єкту триває, за участю фахівців з різних галузей відтворюється архітектурний вигляд середньовічного міста – дитинця Київського Кремля V–XIII століть, а також атмосфера Київської Русі [4]. На території парку проводяться фестивалі, проходять театралізовані середньовічні бої, турніри, лицарські бої, кінні змагання. З 16 по 19 травня 2019 року в «Парку Київська Русь» очікується проведення Чемпіонату світу з середньовічного бою «IMCF 2019». Але для приваблення значних туристичних потоків цього не достатньо. Для охоплення більш широкої аудиторії, всі успішні парки використовують зонування, поділяючи територію на екстремальну, дитячу та сімейну зони. Це дозволяє управляти рухом відвідувачів по парку і задовольнити інтереси і уподобання відвідувачів будь-якого віку і темпераменту.

За оцінками спеціалістів термін окупності парку розваг складає 5-7 років, а головна частина доходу (біля 70%) повинна надходити від продажу квитків на атракціони. Крім того, умовою успішної роботи парку є урахування фактору сезонності [8]. В умовах українського клімату протягом мінімум трьох місяців потрібно передбачити зимові розваги: катання з снігових гірок або на крижаних смугах, ковзанках, на санях з запряженими кіньми. Вважається, що не менше 35% всіх розваг, що пропонуються в парку, повинні працювати взимку.

Безумовно, Україна потребує розвитку індустрії розваг, як обов'язкової складової туризму. Ринок розваг є одним з найдинамічніших і конкурентоспроможних у сучасному соціальному просторі [1]. Вибір типу розваги залишається за туристом, а завданням підприємств, що надають відповідні послуги, – зробити свій продукт цікавим, привабливим і по можливості корисним. У нинішній ситуації в Україні будівництво величезного тематичного парку на кшталт тих, про які йшла мова вище, навряд чи можливо.

Але наявність в країні такого закладу не виключає присутності цікавого і яскравого спектру розважальних пропозицій.

Висновки і пропозиції. Необхідність боротьби за клієнта як на туристичному ринку, так і на ринку розваг є надзвичайно актуальною. Продукти, які пропонуються туристам в якості розважальних досить різноманітні, але кожний з них повинен бути конкурентоспроможним на ринку.

Аналіз статистичних даних щодо потоків відвідувачів показав безумовну перевагу кількості клієнтів парків розваг і тематичних парків у порівнянні з тими, що спостерігаються в музеях. При цьому вартість вхідних квитків для відвідування тематичного парку в декілька разів вища за вартість квитка в будь-який музей світового рівня.

Заклади культури, такі як музеї, картинні галереї, архітектурні комплекси більшістю туристів сприймаються в якості розважальних об'єктів, але користуються меншим попитом. Вагомим аргументом на користь того, що емоційний вплив на організм в таких установах рівносильний реакції людського організму на екстремальні розваги в парках могли б стати одним із трендів в їх адаптації до смаків і потреб сучасного туриста. Відомості про величезний позитивний вплив витворів мистецтва на гормональну систему людини, навіть, про існування синдрому Стендаля, Рубенса і інших, можуть бути використані в рекламних продуктах закладів культури.

Україна не має потужних підприємств аналогічних тематичним паркам мережі Діснейленд. Але в Україні є свої особливості і можливості для успішного розвитку індустрії розваг. Художні промисли, старовинна культура, народні традиції можуть бути включені в актуальну і сучасну систему розваг туристів. Продукт, що пропонується для розваги туристу в Україні, повинен бути різноманітним, містити елементи культурної спадщини, національні особливості і в той же час бути актуальним, задовольняти потреби туриста будь-якого віку і уподобань, відповідати сучасним вимогам.

Список літератури:

1. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу: Навч. посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
2. Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. – М., 2003. – 73 с.
3. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Навчальний посібник. – Чернівці: Книги-XXI, 2003. – 300 с.
4. Офіційний сайт «Парку Київська Русь». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.parkkyivrus.com>.
5. Петрова І.В. Дозвілля в зарубіжних країнах Навчальний посібник / І.В. Петрова. – К.: Кондор, 2005. – С. 87.
6. Прекрасне жорстоко: захоплення на межі зриву. Журнал «Cablook», 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.cablook.com/>.
7. Савранчук Л.А. Тематичні парки як різновиди антропогенних розважальних комплексів // Культурний ландшафт: теорія і практика. – Вінниця: ПП ТД «Едельвейс і К», 2010. – С. 158-161.
8. Теодорович Л.В. Тематичні парки: практичні аспекти доцільності створення в Україні. – Економіка. Управління. Інновації. – 2016. – Випуск № 4(19).
9. TheParkDatabase, статистичні дані парків розваг світу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.theparkdb.com>.