

Один з найстаріших місцевих туристичних кластерів в Польщі – кластер регіонального розвитку «Сонце регіону» – створений з метою використання сучасних технологій в області функціонування сектору туризму та інформаційного розвитку. Він об'єднує підприємства, місцеві органи влади та науково-дослідні центри. Ще один кластер під назвою «Via Sudetica» працює у південній частині Польщі і спеціалізуються на виробництві кераміки.

Любуський туристичний кластер «Шлях вина і меду» виник у 2006 р. за ініціативою Зеленогірського виноробного товариства, інтегрує близько 30 виробників вина та меду. Це приклад комплексного туристичного продукту, який виник в результаті співробітництва виноробів і бджолярів. До складу об'єднання входять також музеї та скансени (етнографічні комплекси під відкритим небом), завдяки чому пропозиція кластера є більш розгалуженою. Туристи, мандруючи до окремих об'єктів, знайомляться з таємницями дозрівання вина, функціонування пасік, мають також можливість відвідати виставки у місцевих музеях і скансенах [2; 4].

Учасниками туристичного кластеру «Ельблонг» є компанії, агротуристичні ферми, спеціалізовані приміщення і туристичні об'єкти, туроператори, а також інші організації, що надають послуги, пов'язані з туристичною галуззю, що діють в суміжних секторах і пов'язаних з ними інститутах співпраці. Кластер займається створенням і поширенням іміджу міста Ельблонг і Вармінсько-Мазурського регіону як привабливої туристичної дестинації.

Отже, туристичний кластер фактично визначає позиціонування території і впливає на формування іміджу регіону. Об'єднані в кластер підприємства, отримують змогу ефективніше відстоювати свої інтереси на рівні місцевих органів влади, а також брати участь у великих інвестиційних програмах.

Аналіз обраних польських туристичних кластерів дозволяє стверджувати, що в цьому секторі економіки кластеризація, хоч і стає все більш популярною, знаходиться ще в початковій фазі розвитку. Більшість кластерів на польському ринку можна класифікувати як виникаючі (нові кластери, що мають високі темпи розвитку) і лише деякі як стратегічні (життєво важливі для розвитку конкретних регіонів).

1. Program rozwoju turystyki do 2020 roku. – Warszawa : Ministerstwo Sportu i Turystyki, 2014. – 95 s. 2. A. Siarkiewicz, A. Konko, M.A. Radulescu, V. Soloviy, Zrównowazony Klaster Turystyczny. Scenariusz dla Stowarzyszenia Turystycznego Sopot, Fundacja Sendzimira, Kartuzy 2012, s. 5. 3. Klastry w Polsce. Katalog. – Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości/ - Warszawa, 2012 [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.pi.gov.pl/PARPFiles/file/klastry/Polskie_klastry/Katalogi/katalog_POL_PL.pdf. 4. Kusa R. Uwarunkowania Rozwoju klastrów turystycznych / R. Kusa. – Kraków: Akademia Górniczo-Hutnicza, 2008. – 152 s. 5. Staszewska J. Klaster perspektywą dla przedsiębiorców na polskim rynku turystycznym / J. Staszewska. – Warszawa : Difin. – 152 S.

УДК 911.3.

Н.С. П'ЯТКА
старший викладач кафедри туризму і географії,
О.Ф.МОРОЗ
студент,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачево

РОЛЬ СПА-ІНДУСТРІЇ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ

Нині СПА-індустрія розвивається значними темпами - ринок товарів приростає щороку на 7%, а ринок СПА-послуг - на 13%. Звернення сучасної людини до послуг СПА пояснюється комплексом причин, серед яких особливе місце займають «феномен індустріального стресу», проблеми порушення харчування, ціла низка психосоматичних розладів. Певну роль у попиті на оздоровчі послуги відіграють соціальні настанови на здоровий, активний спосіб життя й реальне збільшення середньої тривалості життя.

На початку XXI ст. триває структурно-функціональна диверсифікація СПА-бізнесу. Нині професійні СПА-Асоціації багатьох країн наголошують на тому, що СПА-індустрія має свої «національні особливості», і тому в кожній країні - свої критерії визначення типів СПА-об'єктів. У 2011 р. Всесвітнім самітом СПА-індустрії був відкритий сайт Spa Evidence.com, який став першим світовим порталом, створеним для накопичення досліджень у сфері оздоровлення та СПА.

Найбільш загальноприйнятою нині у країнах світу є така класифікацією об'єктів СПА: 1) Day SPA; 2) заміський SPA (СПА-курорт, СПА-готель, санаторний СПА-центр без застосування природних джерел), 3) SPA природних джерел (СПА мінеральних джерел, СПА гарячих джерел, СПА лікувальних грязей, СПА морської води); 4) об'єкти з елементами SPA [1].

Основною організаційною формою СПА-курорту нині є Hotel Resort & SPA. *Hotel SPA* - це готельно-курортний комплекс, розташований у курортній місцевості, де використовуються природні лікувальні ресурси й функціонує центр SPA-рекреації; західний еквівалент вітчизняних санаторіїв з лікуванням, оснащених сучасним апаратним комплексом фізіотерапії та відповідно обладнаними SPA-процедурними кабінетами. На сьогодні найкращим в Україні прикладом курортних закладів цього типу є готелі & SPA «Palmira Palace Resort & SPA» в Ялті та «Rixos-Прикарпаття» у Трускавці.

СПА-дестинації - курорти, на яких окрім традиційного медичного лікування, спрямованого на фізичну реабілітацію, пропонуються інші види індивідуально підготовлених програм. Формування СПА-дестинації відбувається завдяки специфічним природним ресурсам або унікальним лікувальним практикам, які забезпечують популярність країни серед користувачів SPA-послуг. Наприклад, аюрведичні процедури найбільше привабливі в Індії, таласотерапія - на морському узбережжі тощо.

Рейтинг найбільш привабливих СПА-дестинацій світу очолюють США. У Європі визнаними лідерами є Великобританія, Німеччина (має найбільшу кількість СПА-об'єктів), Іспанія (поєднання ціни та якості). Лідерами в Південно-Східній Азії є Таїланд, Малайзія, ОАЕ, Саудівська Аравія (для них характерні індивідуальні дизайн-проекти). Туреччина, Єгипет розвивають СПА-центри за європейською або азіатською традицією, для них характерна відсутність індивідуального стилю.

Останнім часом СПА-індустрія отримала значний розвиток в країнах Центральної та Східної Європи. Традиції використання термальних вод успішно розвиваються саме в Угорщині, де СПА-культура має двохтисячорічну історію. Угорщина є однією з країн з найбагатшими геотермальними ресурсами в світі: 1289 термальних джерел, 39 лікувальних купалень, 5 лікувальних печер, 48 сертифікованих мінеральних та 133 лікувальних водних джерела, 4 поклади лікувальних грязей. Близько 300 термальних джерел використовуються для купання та близько 130 мінеральних та лікувальних джерел знаходиться в Будапешті. Інфраструктурний розвиток також є конкурентною перевагою країни: 62 СПА-готелі, 39 закладів з лікувальними ваннами, 13 санаторіїв, 385 поселень мають обладнанні купальні з лікувальною водою [3].

В Україні СПА-індустрія почала розвиватися з 2005 року. Сьогодні вітчизняний ринок СПА-послуг поки знаходиться в стадії розвитку, хоча з кожним роком інтерес до нього збільшується приблизно на 20%. Нині в Україні налічується більше 400 СПА-об'єктів, серед яких 5% займають найбільші гравці СПА-ринку. Серед них такі об'єкти, як «П'ятий елемент» (Київ), «Ріксос Прикарпаття» і «Медпалас» (Трускавець), «Пальміра Палас» та інші. Щорічно в Україну відкривається до 50 СПА-салонів.

Сьогодні в рамках створення і розвитку української СПА-індустрії потрібно інтегрувати критерії Європейської SPA асоціації до нормативно-правової бази України, розробити та впровадити стандарти якості надання СПА-послуг, розглянути та затвердити вимоги до устаткування для проведення SPA- і wellness-процедур, підготувати програми навчання персоналу СПА-індустрії [2].

Осередками розбудови геопросторової мережі СПА-центрів клубного типу у західному регіоні України є м. Львів, мережі СПА-центрів курортного типу м. Трускавець. У Львові активно розбудовується інфраструктура клубних СПА-центрів. Першим серед них став «SPA-центр

«Софія» у складі «Гранд-Готелю», однак конкуренцію йому складають центри здоров'я «Sharel - day SPA», «Vipart», «Аквамарин», «Ріо» та інші.

В Україні, разом з проведенням СПА-програм з використанням готових оздоровчих СПА-засобів, розвиваються такі СПА-напрямки, як: таласотерапія, винотерапія, ароматерапія, бальнеотерапія, апітерапія, галотерапія і т.д. Розмаїття і унікальне поєднання природних ресурсів курорту може послужити базою для створення обґрунтованих СПА-методик, програм і концепції відпочинку, оздоровлення і естетики.

Курорт Трускавець є популярним як серед українських туристів, так і туристів з інших країн. «Нафтуса» стала найвідомішою мінеральною водою на курорті. На курорті Трускавець є більше 20-ти санаторіїв, які відвідувачі можуть вибрати для оздоровлення. Найпопулярніші це: Алмаз, Аркада, Арніка, Весна, Женева, Карпати, Кристал, Рубін, Ріксос, Янтар, апарт-готель Шале-Грааль. Курорт пропонує великий вибір невеликих сучасних вілл і СПА-готелів з оздоровчими процедурами. Санаторій «Ріксос Прикарпаття» повністю відповідає кодуванню 5 (п'ять) зірок. СПА-комплекс санаторію пропонує: плавальні басейни (11), аква-бар, сауни і бані (11), гроти (3), релакс-зона, джакузі, іхтіомасаж, дитячий клуб.

У боротьбі за споживача курорти світу стали на шлях переорієнтації на геронтологічні цінності. Оздоровниці змушені диверсифікувати свій продукт, виходити на нові сегменти споживчого ринку і залучати додаткових клієнтів. Зберігаючи лікувальну функцію, провідні курорти світу урізноманітнюють програму перебування пацієнтів, пропонують ширший вибір комплексів оздоровчих і відновлювальних послуг.

1. Методика формування стратегії сталого соціально-економічного розвитку курортно-рекреаційних територій і туристичних центрів / О.Г. Гуліч, Л.С. Гришів, Н.М. Герасимчук Н.М. – Львів : Інститут регіональних досліджень НАН України, 2007. – 52 с. 2. Рутинський М. SPA-курорт як інноваційний тип рекреаційних закладів і суспільно-географічні тенденції розбудови мережі SPA-курортів у західному регіоні України/ М.Рутинський // Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини. 2008. - Вип. 24. - С. 298-306. 3. Фоменко Н.В. Рекреаційні ресурси та курортологія. - К.: Центр навчальної літератури, 2007. - 312 с.

УДК 379.85

М. І. СЕНЬКІВ
кандидат географічних наук, асистент,
Д. В. ГРОСУ
студентка,
Національний університет «Львівська політехніка»,
м. Львів

ВПЛИВ КІНОІНДУСТРІЇ НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

Кіноіндустрія, будучи важливою частиною мистецтва, культури і традицій, може створювати сприятливий образ дестинації у свідомості споживачів, а також спонукає їх до подорожей. Це явище відоме як кінотуризм (для його означення в англійській літературі вживаються чимало подібних між собою термінів – film-induced tourism, movie-induced tourism, screen tourism, film tourism, movie-tourism, set-jetting) і є одним з швидкозростаючих секторів індустрії туризму. Незважаючи на спорідненість з культурним туризмом, кінотуризм все ще є новим і недослідженим напрямом. Національна туристична організація Шотландії визначає кінотуризм як бізнес, в якому відвідувачів приваблює локація завдяки сюжетним лініям у фільмі або завдяки відображенню певного місця у фільмі чи на телебаченні [2].

Майже 40 млн. туристів натхненні своїм улюбленим фільмом. В основному це молоді мандрівники, відвідувачі під час коротких вихідних і туристи, які приїжджають вперше. У багатьох дестинаціях від 1 до 10% відвідувачів є кінотуристами. Існує чимало причин, а отже, і форм кінотуризму (рис.): слідування за улюбленими акторами, відвідування об'єктів після перегляду фільму через їхнє історичне значення, відвідування кінопарків і кіностудій та ін. Загалом, кінотуристів можна розділили на



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>