

УДК 330.34:379.8

JEL: L80; L82

АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ДОЗВІЛЛЯ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

©2021 ЛАЗЕБНИК Ю. О., КОРЕПАНОВА К. О.

УДК 330.34:379.8

JEL: L80; L82

Лазебник Ю. О., Корепанова К. О. Аналіз розвитку індустрії дозвілля в Україні та світі

У статті розглядаються актуальні питання щодо індустрії дозвілля в Україні та світі з метою визначення ключових проблем і перспектив її розвитку. У ході дослідження проаналізовано кон'юнктуру ринку; визначено вимоги споживачів щодо послуг у сфері організування відпочинку та розваг; вивчено фактори, що впливають на розвиток та ефективне функціонування ринку. За результатами дослідження обґрунтовано, що швидке зростання темпів індустрії розваг, як у світі, так і в Україні, зумовлено позитивною тенденцією щодо поліпшення якості відпочинку та особистого розвитку населення. Визначено, що основна проблема індустрії розваг в Україні полягає в тому, що її фінансування відбувається власними коштами. Натомість у багатьох країнах світу індустрія розваг розвивається за допомогою іноземних інвестицій і державних коштів. Проаналізовано особливості та проблеми розвитку міжнародного ринку відпочинку та розваг і встановлено, що у світі в період 2006–2019 рр. спостерігалася стабільна динаміка популярності запитів щодо «організації розваг». Така динаміка свідчить про постійний розвиток ринку розваг з незначними сезонними коливаннями в зимові та весняні місяці року. Також було виявлено, що на ринку відпочинку та розваг домінує група з восьми учасників: Китай, Бразилія, Індія, Росія, Близький Схід і Північна Африка, Мексика, Індонезія й Аргентина. Середньорічний темп зростання ринку розваг у цих країнах більше, ніж удвічі перевищує темпи зростання світового ринку розваг. Для більш повного та детального аналізу міжнародного ринку відпочинку та розваг було складено рейтинг агентств, що є лідерами на світовому ринку аналізованих послуг. Сформульовано висновки щодо ключових проблем і перспектив розвитку індустрії розваг в Україні та світі.

Ключові слова: індустрія дозвілля, індустрія розваг, ринок відпочинку та розваг, аналіз розвитку.

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-4-128-134>

Рис.: 4. **Табл.:** 2. **Бібл.:** 9.

Лазебник Юлія Олександрівна – доктор економічних наук, доцент, професор кафедри статистики, обліку та аудиту, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна (майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

E-mail: yuliya_lazebnyk@ukr.net

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-2567-9764>

Корепанова Ксенія Олександрівна – студентка, Навчально-науковий інститут «Каразінська школа бізнесу» Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна (вул. Миросицька, 1, Харків, 61002, Україна)

E-mail: ksenii_korepanova@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8823-1345>

UDC 330.34:379.8

JEL: L80; L82

Lazebnyk I. O., Korepanova K. O. Analyzing the Leisure Industry Development in Ukraine and Abroad

The article discusses topical issues regarding the leisure industry in Ukraine and abroad in order to identify key problems and prospects for its development. In the course of the study, market conditions were analyzed; the requirements of consumers for services in the field of organization of recreation and entertainment are defined; the factors influencing the development and efficient operation of the market are examined. According to the results of the study, it is substantiated that the rapid growth of the entertainment industry, both in the world and in Ukraine, is due to a positive trend to improve the quality of rest and personal development of the population. It is determined that the main problem of the entertainment industry in Ukraine is that its financing is carried out with the industry's own funds. Instead, in many foreign countries, the entertainment industry is developing with the help of foreign investment and public funds. The peculiarities and problems of development of the international recreation and entertainment market are analyzed and it is established that in the world in the period 2006-2019 was a steady dynamic of the popularity of requests for «entertainment organization». This dynamic indicates the constant development of the entertainment market with slight seasonal fluctuations in the winter and spring months of the year. It is also identified that the recreation and entertainment market is dominated by a group of eight participants: China, Brazil, India, Russia, the Middle East and North Africa, Mexico, Indonesia, and Argentina. The average annual growth rate of the entertainment market in these countries is more than twice the growth rate of the global entertainment market. For a more complete and detailed analysis of the international recreation and entertainment market, a rating of agencies that are leaders in the global market of the analyzed services was composed. Conclusions on key problems and prospects of development of entertainment industry in Ukraine and abroad are formulated.

Keywords: leisure industry, entertainment industry, recreation and entertainment market, development analysis.

Fig.: 4. **Tabl.:** 2. **Bibl.:** 9.

Lazebnyk Iuliia O. – D. Sc. (Economics), Associate Professor, Professor of the Department of Statistics, Accounting and Auditing, V. N. Karazin Kharkiv National University (4 Svobody Square, Kharkiv, 61022, Ukraine)

E-mail: yuliya_lazebnyk@ukr.net

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-2567-9764>

Korepanova Kseniia O. – Student, Educational and Research Institute «Karazin Business School» of V. N. Karazin Kharkiv National University (1 Myronosytska Str., Kharkiv, 61002, Ukraine)

E-mail: ksenii_korepanova@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8823-1345>

Розвиток індустрії дозвілля був і є сьогодні важливим як для України, так і для світу загалом. Дозвілля пов'язане із задоволенням та особистим розвитком. Ось чому основним чинником прогресу є створення простішого, сприятливішого середовища для розвитку людини. Наразі індустрія дозвілля шукає нові методи, які залучають дедалі більше людей до використання відповідної інфраструктури та програм.

Індустрія дозвілля відіграє важливу роль в економіці та соціальному розвитку країни. Останнім часом розвиток індустрії розваг України гальмується у зв'язку з рядом гострих соціально-економічних і політичних проблем, а з 2019 р. ще й через наслідки пандемії коронавірусу. Тому дослідження даної теми, що спрямовані на вивчення ключових проблем і перспектив розвитку індустрії дозвілля (розваг та відпочинку), є необхідними й актуальними. Розроблення ефективної політики розвитку даної сфери в Україні потребує вивчення особливостей формування кон'юнктури ринку, визначення вимог споживачів щодо послуг у сфері організування відпочинку та розваг, вивчення факторів, що впливають на розвиток та ефективне функціонування ринку, а також детальне статистичне вивчення тенденцій подальшого розвитку.

Дослідження формування кон'юнктури ринку відпочинку та розваг, його особливостей в наданні послуг і характеру дії ринкового механізму знайшли відображення в роботах Пашигорова О. С., Розової Н. К., Наумової С. О., Ольденбурга Р. та інших науковців. Перспективи використання об'єктів індустрії розваг, моніторинг сучасного ринку відпочинку та прогнози щодо подальшого розвитку індустрії знаходять відображення в роботах таких українських науковців, як: Азарян О. М., Мартинова І. Ю. [2], Бейдик О. О. [3], Петрова І. В. [8], Максимова Т. С., Міхо І. О., Грицюк П. М., Успенська Т. О. та інших.

Метою дослідження є аналіз розвитку індустрії дозвілля в Україні та порівняльний аналіз з основними тенденціями у світі задля визначення ключових проблем і перспектив її розвитку.

Останніми роками спостерігається швидке зростання темпів розвитку індустрії розваг як у світі загалом, так і в Україні зокрема. Така динаміка розвитку пояснюється позитивною тенденцією щодо поліпшення якості відпочинку та особистого розвитку населення країни. Розваги та розважальні послуги в Україні почали активно розвиватися у 2005-2006 рр., коли спостерігалось повноцінне формування розважальних комплексів [8].

Чимало операторів української індустрії дозвілля, щоб удосконалити та розвинути даний ринок, обладнують свої підприємства новітніми розробками, що забезпечують високий рівень обслуговування [2].

Основна проблема індустрії дозвілля в Україні полягає в тому, що її фінансування відбувається власним коштом. Натомість у багатьох країнах світу інду-

стрія дозвілля розвивається за допомогою іноземних інвестицій та державного фінансування. Економічна криза, девальвація гривні, політична нестабільність мають серйозний вплив на розвиток українського шоу-бізнесу. Велика частина устаткування, купленого за валюту, збільшується у вартості, водночас споживча здатність падає. У результаті економічні показники, що характеризують український ринок розваг та відпочинку, погіршилися [8].

Аналіз динаміки попиту на організацію дозвілля в Україні було проведено із застосуванням аналітичного додатку Google Trends. Згідно з одержаними даними, у період з 2006 р. по 2019 р. кількість запитів «організація розваг» майже не коливалася (рис. 1). Спостерігаються незначні сезонні коливання в зимові та весняні місяці року. Такі коливання статистичних даних можуть бути пов'язані з кількістю свят у цей період року. Також спостерігається стабільна тенденція до зростання обсягів наданих послуг на даному ринку. Можна відмітити, що кількість запитів «організація розваг» стабільно зростає [9].

На рис. 2 наведено структуру попиту на послуги з організації дозвілля за регіонами України. Проведений аналіз попиту на послуги з організації дозвілля за регіонами України показав, що найчастіше організацією заходів цікавляться в Сумській та Миколаївській областях. У Харкові та області відсоток інтересу до організації свят становить 87%, що є значенням вище середнього. Найменшим попитом послуги з організації свят користуються в Рівненській, Волинській та Львівській областях.

Також для ефективного функціонування ринку розваг і відпочинку необхідно визначити послуги, які користуються найбільшим попитом серед населення. З цією метою проаналізовано рівень популярності послуг, що надаються агентствами дозвілля та розваг у Харківській області. Згідно з отриманими даними (рис. 3) наразі найбільшим попитом користуються замовлення з організації корпоративних заходів. Такою ж популярністю користуються заходи щодо організації ювілеїв, весільних свят, днів народжень та командоутворюючих квестів. Найменшим попитом користуються замовлення на організацію ділових презентацій і кейтерингу.

Величезний вплив на формування рівня попиту чинять пора року (залежно від сезону популярність тих чи інших послуг зростає чи падає), а також кількість традиційних свят.

Не менш важливе значення на ринку розваг і відпочинку має діяльність потенційних споживачів. Аналіз цього сегмента дозволяє змінювати специфіку надання послуг залежно від необхідності. Також рівень доходу залежить від діяльності підприємства, на якому людина працює. Адаже, маючи високий рівень доходу, компанія може збільшити кількість корпоративних вечорів для співробітників [3].

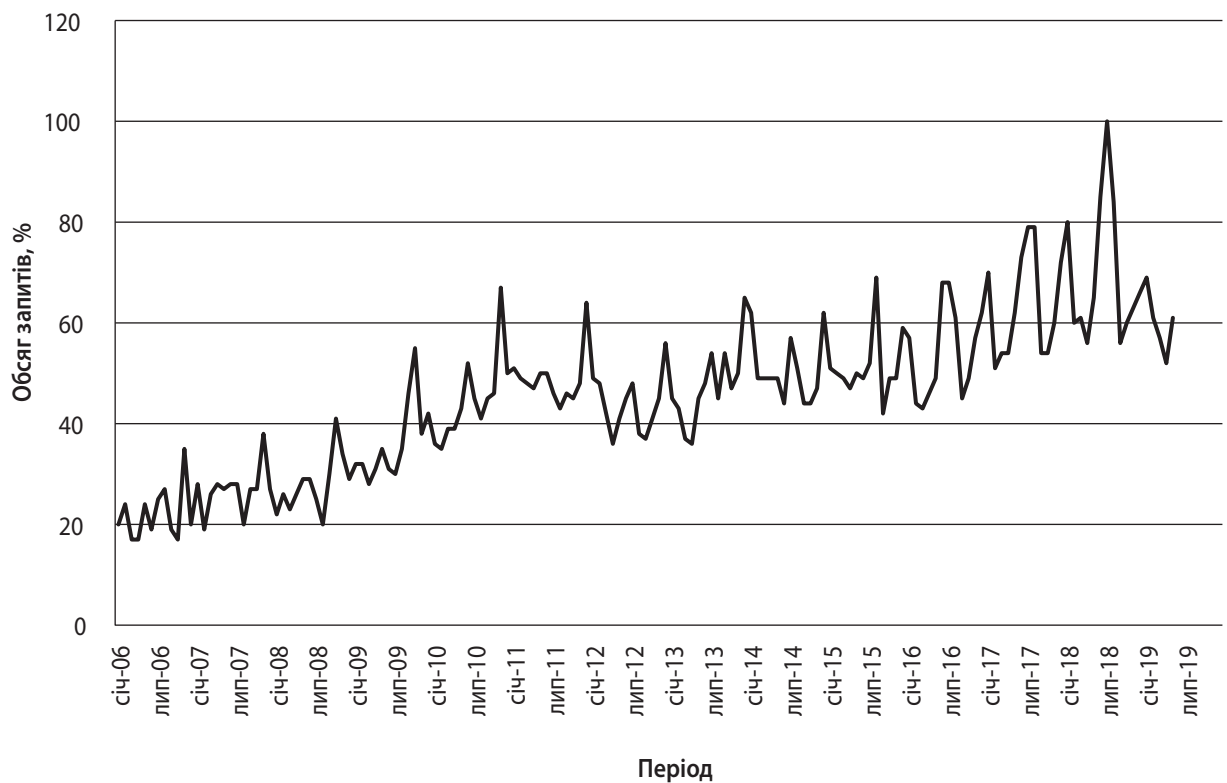


Рис. 1. Динаміка попиту на організацію дозвілля в Україні за даними пошукової системи Google

Джерело: побудовано на основі даних [9].

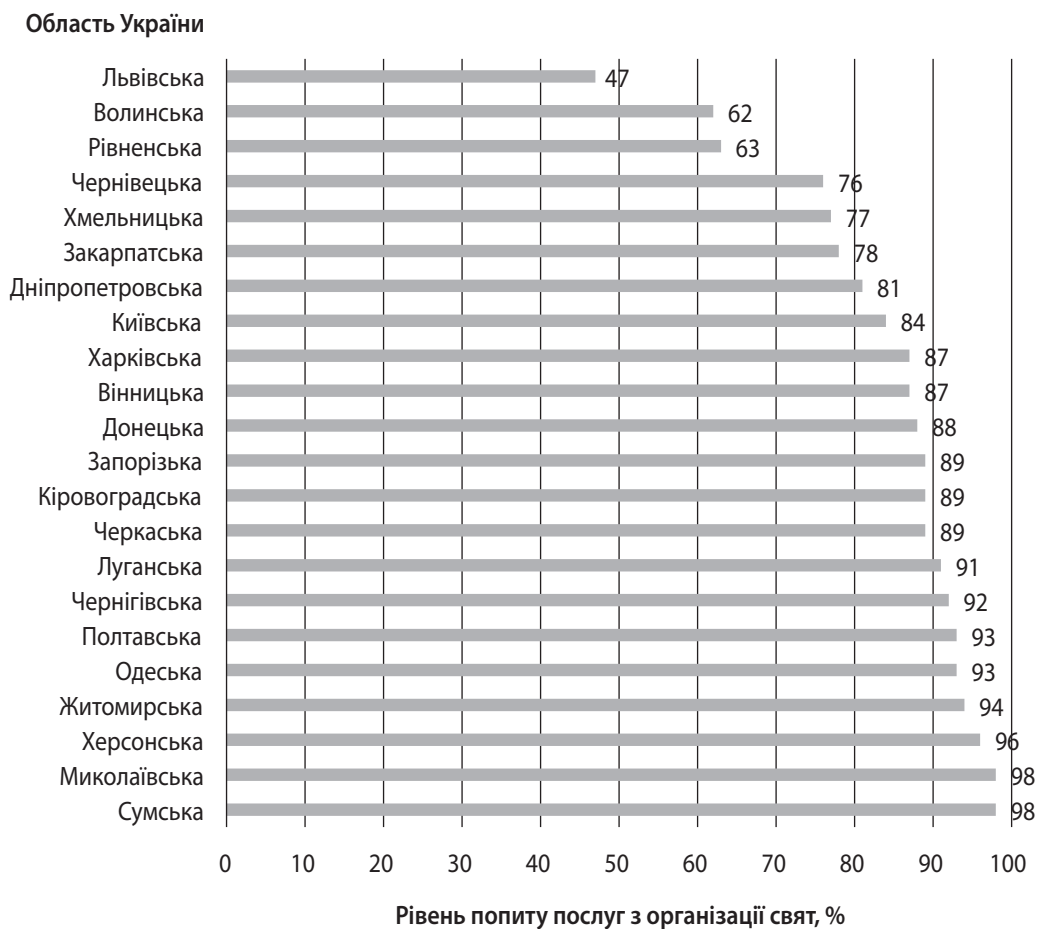


Рис. 2. Структура попиту на послуги з організації дозвілля за регіонами України

Джерело: побудовано на основі даних [9].



Рис. 3. Структура попиту на послуги агентств з організації свят

Джерело: побудовано на основі даних [9].

Серед основних перспектив розвитку української індустрії дозвілля можна виділити появу та розвиток нових розважальних форматів. Здійснення таких проектів позитивно вплине на розвиток «третьох місць» відпочинку та нових практик міського зв'язку. Термін «третє місце» був введений у 1989 р. соціологом Р. Ольденбургом. На відміну від двох інших видів простору – вдома і на роботі – «третє місце» Р. Ольденбург класифікує як простір, що пропонує комфорт далеко від дому, а також нові контакти поза роботою: кафе, бари, парки та творчий простір загалом. Згідно з його теорією третій простір має бути відкритий, нейтральний, доступний, демократичний і зручний, основним заняттям тут є спілкування. За останні декілька років у містах України процвітають так звані «третьє місця». Найбільш популярними стають коворкінги (це комфортний простір для віддаленої роботи поза офісом) і анти-кафе. Анти-кафе – це суспільний простір, де все безкоштовно, за винятком часу, і відвідувачі мають велику ступінь свободи, ніж у звичайному кафе або класичному ресторані.

У другій половині 2000-х рр. в українських містах спостерігається виникнення різноманітних нових комунікативних практик різного ступеня популярності. Деякі з них стали досить популярними серед молоді. Так, у 2013–2014 рр. особливо популярними стали фудмаркети та квести у приміщеннях. Фудмаркет – це імпровізований ярмарок їжі з різноманітними та якісними стравами. Це явище, яке у 2013 р. стало одним із наймодніших українських шоу, виникло як альтернатива мережі дорогих та одноманітних ресторанів. Основна ідея фудмаркетів полягає у створенні зручного простору комунікації у великому місті. Сьогодні розповсюдження таких закладів відбувається на території всієї країни. Також популярними на ринку розваг і відпочинку є квест-кімнати. Усі популярні квести в індустрії розваг можна розділити на два типи: ескейп-рум (квест, що складається з однієї чи двох кімнат, тільки пройшовши які, можна знайти вихід); квест у реальності, сенс якого полягає

в проходженні певного маршруту, у спортивних та інтелектуальних випробуваннях [5].

Розвиток та ефективна діяльність ринку розваг і відпочинку напряму залежить від кількості професійних тренерів та підготовлених інструкторів. Розвинення інтелектуальних видів відпочинку має не менш вагоме значення, ніж фізичний стан населення країни.

Попит на послуги індустрії дозвілля продовжує зростати протягом останнього часу в усіх країнах світу. У середньому, глобальна індустрія дозвілля на ринку зростає на 5,6% у рік. Такий висновок оснований на статистичних даних останніх п'яти років.

Північна Америка, як і раніше, вважається центром індустрії розваг. Дохід США у 2018 р. у галузі розваг і відпочинку дорівнював понад \$680 млрд. При цьому розважальний контент найчастіше розповсюджується завдяки мобільним пристроям і цифровому простору. Проте найбільш швидко зростаючими регіонами вважається Латинська Америка й Азійсько-Тихоокеанська зона, де розваги та медіа-ринок зростає в середньому на 10,6% і 6,5% у рік відповідно [7].

При цьому на розвинені медіарегіони Північної Америки та Західної Європи припадає найбільша частка споживчих витрат, проте найшвидший темп зростання споживчих витрат спостерігається в Латинській Америці (у середньому 7,0% на рік). Також великий відсоток витрат на рахунок населення Азійсько-Тихоокеанського регіону (4,1%), Північної Америки (2,5%) і Європи, Близький Схід і Африка приблизно складають 1,6%.

Серед країн на ринку відпочинку та розваг домінує така група: Китай, Бразилія, Індія, Росія, Близький Схід і Північна Африка, Мексика, Індонезія й Аргентина. Саме ці країни та регіони демонструють високі темпи зростання і, водночас, великі обсяги. Прогнозується, що у 2021 р. їх частка складатиме 24% світових доходів. Середньорічний темп зростання ринку розваг у цих країнах більше, ніж у два рази,

перевищує темпи зростання світового ринку розваг і засобів масової інформації [7].

На рис. 4 наведено візуальне представлення популярності запитів «організація свят» у пошуковій системі Google за країнами Європи та Азії.

Згідно зі статистикою, що була взята на основі даних програми Google Trends, найчастіше допомога в організації свят необхідна жителям Казахстану, Білорусі, Росії та України. Населення саме цих країн найчастіше в пошуковій системі Google шукають словосполучення «організація заходів». Менше такий запит вводять жителі Латвії, Азербайджану, Естонії, Грузії та Ізраїлю. Населення Польщі, Нідерландів, Італії та Іспанії цікавляться організацією свят рідше за інших країн.

За основу 100% було взято Казахстан, оскільки порівняно з іншими країнами кількість запитів серед населення Казахстану було найбільшою.

У результаті підвищення доступності Інтернету та швидкого розширення ринків інтелектуальних споживчих пристроїв по всьому світу спостерігається значне зростання розважального контенту та засобів масової інформації в цифровому просторі. Такий темп може привести до позитивної динаміки розповсюдження послуг у галузі розваг і відпочинку.

Частка цифрового споживання у 2018 р. зросла до 16% порівняно з 9% у 2014 р. (табл. 1). Інтернет-реклама і доступ в Інтернет є основними факторами зростання ринку в цілому.

Розвиток цифрових інновацій є невід'ємною частиною бізнесу, особливо в галузі розваг і корпоративних засобів відпочинку. Для того, щоб ефективно розвиватися в майбутньому, компанії на цьому ринку переважно вкладають кошти в розвиток екосистеми, в центрі якої знаходиться сучасний споживач. Щоб зробити це, кожен гравець на ринку повинен постійно фінансувати інноваційні ідеї, пов'язані з їх продукцією послуг, операційних моделей і бізнесу.

За даними журналу «Special Events» можливо скласти список кращих агентств з організації відпочинку та розваг у світі (табл. 2) [1].

Класифікація побудована на основі даних про кількість заходів, проведених за рік, а також на основі обороту компанії. Більшість учасників представляють США, зокрема Каліфорнію, є також і всесвітньо відомі учасники з Азії та Європи.

ВИСНОВКИ

Дослідження особливостей формування та функціонування кон'юнктури ринку розваг і відпо-

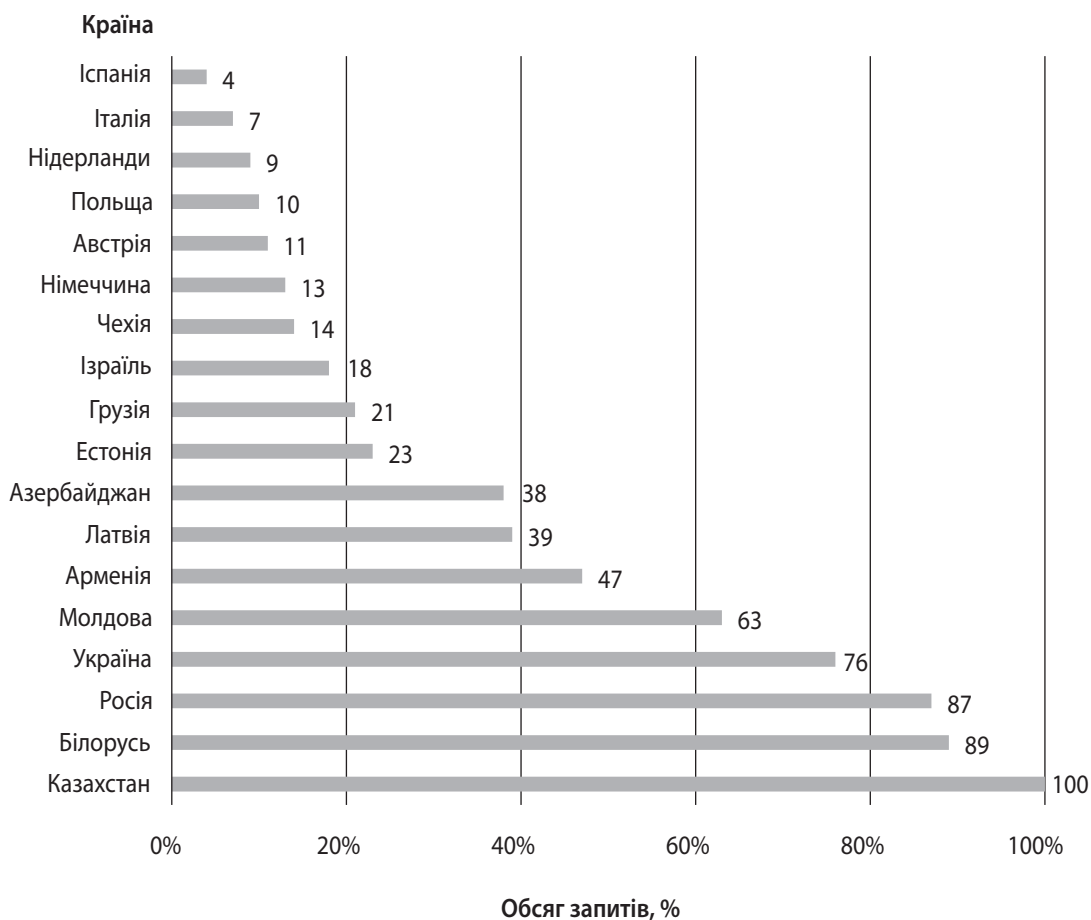


Рис. 4. Популярність запитів «організація свят» у пошуковій системі Google за країнами Європи та Азії

Джерело: побудовано на основі даних [9].

Динаміка розвитку світового ринку розваг і відпочинку

| Країна | Ринок розваг та відпочинку (млн дол. США) | | Сукупні темпи річного зростання (%) |
|---------------------------------|---|---------|-------------------------------------|
| | 2014 р. | 2018 р. | 2014–2018 рр. |
| США | 498 884 | 632 094 | 4,8 |
| Японія | 191 621 | 203 062 | 1,2 |
| Китай | 115 280 | 202 765 | 12,0 |
| Німеччина | 97 439 | 110 023 | 2,5 |
| Велика Британія | 85 548 | 103 864 | 4,0 |
| Бразилія | 42 514 | 70 991 | 10,8 |
| Індія | 22 890 | 43 075 | 13,5 |
| Близький Схід і Північна Африка | 19 383 | 40 094 | 15,6 |
| Росія | 25 236 | 39 764 | 9,4 |

Джерело: складено на основі даних [4].

Таблиця 2

Рейтинг лідируючих компаній на світовому ринку розваг і відпочинку

| Назва компанії | Країна | Прибуток за рік (дол. США) | Кількість проведених заходів |
|--------------------------|-----------|----------------------------|------------------------------|
| GPI | США | 250 000 000 | 2000 |
| Pico Global Services LTD | Китай | 200 000 000 | 270 |
| VOK DAMS | Німеччина | 160 000 000 | 320+ |
| Universal World Events | США | 146 000 000 | 968 |
| AMCI | США | 100 000 000–125 000 000 | 400 |
| Jack Morton Worldwide | США | 100 000 000 | 1 000+ |
| Index Creative Village | Таїланд | 87 000 000 | 96 |
| Hartmann Studios | США | 84 000 000 | 576 |
| Hargrove | США | 60 000 000 | 715 |
| TBA Global | США | 50 000 000 | 250 |

Джерело: складено на основі даних [1].

чинку в Україні показало, що в останні роки спостерігається швидке зростання темпів розвитку індустрії розваг, як у світі в цілому, так і в Україні зокрема. Така динаміка пояснюється позитивною тенденцією щодо поліпшення якості відпочинку та особистого розвитку населення країни. Останнім часом багато операторів української індустрії розваг, щоб удосконалити та розвинути ринок послуг, обладнують свої підприємства новітніми розробками, що забезпечує високий рівень обслуговування. Основна проблема індустрії розваг в Україні полягає в тому, що її фінансування відбувається власним коштом, у той час як у багатьох країнах світу індустрія розваг розвивається за рахунок іноземних інвестицій та з державною допомогою.

Вивчення особливостей і проблем розвитку міжнародного ринку відпочинку та розваг дозволило встановити, що у світі в період з 2006 р. по 2019 р.

спостерігалася стабільна динаміка популярності запитів «організації розваг». Така динаміка свідчить про постійний розвиток ринку розваг з незначними сезонними коливаннями в зимові та весняні місяці року. Також було виявлено, що серед країн на ринку відпочинку та розваг домінує така група: Китай, Бразилія, Індія, Росія, Близький Схід і Північна Африка, Мексика, Індонезія й Аргентина. Саме ці країни та регіони демонструють високі темпи зростання попиту і, водночас, великі обсяги. Середньорічний темп зростання ринку розваг у цих країнах більше, ніж у два рази, перевищує темпи зростання світового ринку розваг. Для більш повного та детального аналізу міжнародного ринку відпочинку та розваг було складено рейтинг агентств, що є лідерами на світовому ринку аналізованих послуг. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. 10 крупнейших мировых event-агентств // CoSSA. 29.11.2013. URL: <https://www.cossa.ru/152/56221/>
2. Азарян О. М., Мартинов І. Ю. Прогнозування розвитку сфери розваг і відпочинку: міжнародний досвід. *Держава та регіони. Серія «Економіка та підприємництво»*. 2013. № 6. С. 31–35.
3. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування : монографія. Київ : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2001. 395 с.
4. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
5. Івент-індустрія в Україні: проблеми, перспективи, можливості. URL: <http://ruki.com.ua/text/2020/01/03/uk/agentstvo-ivent-industria-v-ukraini-problemi-perspektivi-mozlivosti.html>
6. Наумова С. А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие. Томск : ТПУ, 2003. 127 с.
7. Recreation Services Market. URL: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/recreation-services-market>
8. Петрова І. В. Сутність та особливості становлення індустрії дозвілля. *Культура і сучасність*. 2009. № 2. С. 87–92.
9. Google Trends. Офіційний сайт сервісу Google. URL: <https://trends.google.com.ua/>

REFERENCES

“10 krupneyshikh mirovykh event-agentstv” [10 Largest World Event Agencies]. CoSSA. November 29, 2013. <https://www.cossa.ru/152/56221/>

Azarian, O. M., and Martynov, I. Yu. “Prohnozuvannia rozvytku sfery rozvah i vidpochynku: mizhnarodnyi dosvid” [Forecasting of Entertainment and Recreation Sphere: International Experience]. *Derzhava ta rehiony. Seriya «Ekonomika ta pidpriemnytstvo»*, no. 6 (2013): 31-35.

Beidyk, O. O. *Rekreatsiino-turystski resursy Ukrainy: metodolohiia ta metodyka analizu, terminolohiia, raionuvannia* [Recreational and Tourist Resources of Ukraine: Methodology and Methods of Analysis, Terminology, Zoning]. Kyiv: Vydavnycho-polihrafichnyi tsentr «Kyivskiy universytet», 2001.

Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. <http://www.ukrstat.gov.ua>

Google Trends. Ofitsiyni sait servisu Google. <https://trends.google.com.ua/>

“Ivent-industriia v Ukraini: problemy, perspektyvy, mozhlyvosti” [Event Industry in Ukraine: Problems, Prospects, Opportunities]. <http://ruki.com.ua/text/2020/01/03/uk/agentstvo-ivent-industria-v-ukraini-problemi-perspektivi-mozlivosti.html>

Naumova, S. A. *Ekonomika i predprinimatelstvo v sotsialno-kulturnom servise i turizme* [Economy and Entrepreneurship in Social and Cultural Services and Tourism]. Tomsk: TPU, 2003.

Petrova, I. V. “Sutnist ta osoblyvosti stanovlennia industrii dozvillia” [The Essence and Features of the Leisure Industry]. *Kultura i suchasnist*, no. 2 (2009): 87-92.

Recreation Services Market. <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/recreation-services-market>