

увагу діям конкурента, і фактично потрапляє у «дилему в'язня», які характерна для всіх гравців, що бажають розширити свій бізнес за рахунок іншої. Кластер Кьокусінкай обирає стратегію по горизонталі, а кластер – Айкі по вертикалі. Дилема полягає в тому, що вибір цим гравцем силової стратегії опору призведе до втрат. Зокрема, за оцінками менеджменту кластеру Айні, вигідніше діяти у відповідності зі стратегією Ейтаро Норо, тобто слід реагувати тільки в разі неспровокованої атаки, тоді прибуток учасників складе 5 млн. дол., а за традиційної силової стратегії \$ 2.

Список використаних джерел

1. Serge Mol. Classical Weaponry of Japan: Special Weapons and Tactics of the Martial Arts. – Kodansha International, 2003. – С. 81-87. – 217 с.

2. Ноздрева Р. Стратегия корпоративного айкідо [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://marketopedia.ru/96-strategiya-korporativnogo-ajkido.html>

УДК 338.48(100)

Махлинець А.С.

студентка спеціальності «Психологія»

Махлинець С.С.

Мукачівський державний університет

м. Мукачєво

maxsergey@meta.ua

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД СЕГМЕНТНОЇ ПОЛЯРИЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ПОСЛУГИ

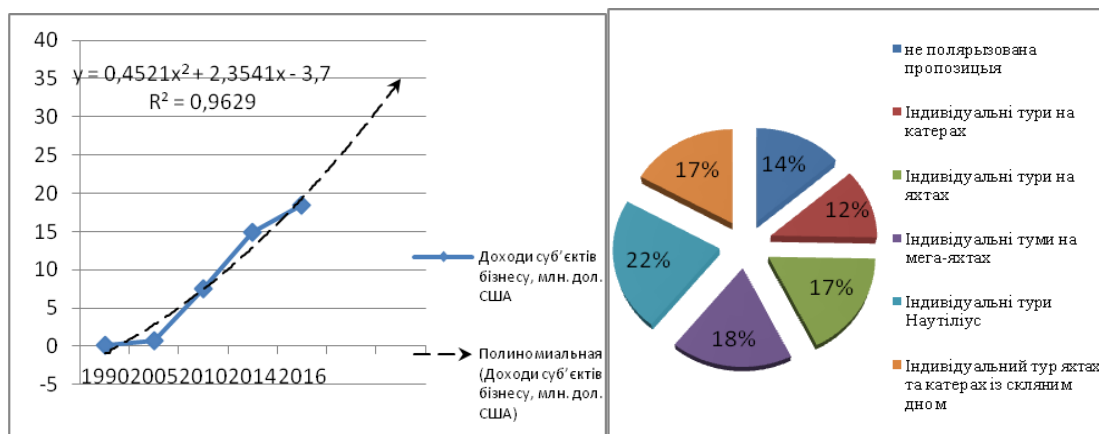
Кожна туристична територія відрізняється своєю специфічністю та унікальним набором характеристик (природно-ресурсних, кліматичних, культурних, економічних), які формують той її імідж, що приваблює туристів, мотивує їх візит, активізує весь туристсько-рекреаційний комплекс. В зв'язку з цим цікавим є вивчення досвіду Японії, оскільки ключові ідеї розвитку туристичної галузі цієї країни – це створення привабливих DESTINACIY, підвищення задоволення від подорожей Японією іноземними відвідувачами і стимулювання наступних туристичних подорожей. Префектури Окінава є не

тільки найдавнішою туристичною дестинацією, що існує виключно за рахунок туризму, але і такою, що найбільш активно розвивається.

З січня по березень океан, навколо префектури Окінави, знаходиться в самому центрі уваги. У цю пору року горбаті кити (горбачі, довжина яких досягає близько 15 метрів, а вага – близько 30 тонн) мігрують до узбережжя острова Дзама (Дзамами), де за ними найкраще в цей час спостерігати. Разом з тим, весь шлях горбатих китів простягається від півночі до островів Керама. Так, ці морські тварини проводять літо в північних морях і починають подорож на південь восени, де їх можна бачити навколо островів Огасавара і Окінава. Вони проходять відстань близько 9000 км.

Так, у межах сегментної поляризації туристам пропонуються наступні послуги: спостереження за китами, що організуються Асоціацією Дзама на початку квітня; спостереження за китами з круїзного лайнеру Topmarine Zanpa. Маршрути, що пропонуються асоціацією Дзама є відносно постійними, разом з тим, ціна може змінюватися, в залежності від використовуваного типу яхт чи мега-яхт. Найбільшою популярністю користуються яхти, що мають скляне дно, це свого роду пересувна підводна обсерваторія [1]. Зазвичай на таких яхтах дві оглядові палуби, одна з яких – підводна, дозволяє спостерігати через величезні прозорі вікна принади підводного світу, друга, надводна - обладнана комфортабельним баром. Кожен турист зможе легко підібрати для себе оптимальний варіант катерів (дейкруїзери, ранаботи, боурайдери та ін.), що задовольняє саме його запити [2].

Введення сегментної поляризації дозволила збільшити прибутковість турів з 1991 по 2016 р. с 0,12 млн. дол. США до 2,5 млн. дол. США, що проілюстровано за даними рис. 1.



	Доходи суб'єктів бізнесу, млн. дол. США					Темпи приросту (+;-),%			
	1990	2005	2010	2014	2016	2000/1991	2010/2000	2014/2010	2016/2014
Тури асоціації (стандарті, за розкладом)	0,12	0,65	1,12	1,78	2,5	441,67	72,31	58,93	40,45
Індивідуальні тури на катерах	0	0	1	1,56	2,15	0	0	56	37,8
Індивідуальні тури на яхтах	0	0,11	2,12	2,2	3,2	0	1827,27	3,77	45,45
Індивідуальні тури на мега-яхтах	0	0	1,34	3,14	3,33	0	0	134,33	6,1
Індивідуальні тури Наутілюс	0	0	0	3,77	4,11	0	0	0	9,02
Індивідуальний тур яхтах та катерах із скляним дном	0	0	1,94	2,44	3,1	0	0	25,77	27,05
Всього	0,12	0,76	7,52	14,9	18,39	533,33	889,47	98,01	23,51

Рис. 1. Динаміка та структура доходності турів асоціації Дзама з 1991 по 2016 р. * дані асоціації Дзама із спостереження за китами

При цьому слід зазначити, що основна доля прибутку ($\approx 84\%$) асоціації Дзама формується саме за рахунок поляризації пропозиції в тільки 14% у межах стандартних за розкладом маршрутів (які однак теж варіюються за сезонами, ціною та ін. ознаками).

Найбільш цікавою є специфіка сегментної поляризації круїзів компанії Tormarine Zampa, основною частиною яких є спостереження за горбачами з круїзних лайнерів, навколо берегів префектури Окінава та в інших місцях їх міграції.

Так, турист при бронюванні туру має можливість обрати категорію, тип круїзного лайнеру та тривалість. Реєстрація на круїз проводиться он-лайн. При цьому, якщо набирається необхідна кількість бажаючих, представники компанії Tormarine Zampa зв'язуються з клієнтами. Якщо бажаючих не достатньо, то

турист може придбати квиток на стандартний круїзний тур спостереження з горбачами на круїзній верф (на кораблях, флоту Carnival). Специфічним є те, що круїзна верф не тільки має на борту музей горбатих китів (де в якості експозицій фото-ідентифікації цих істот під час занурення і дослідження довкілля.) але і робить зупинку у берегів префектури Окінава, де для клієнтів організується спостереження за китами на різних видах транспорту, найбільш незвичайним з яких є яхта ВЕЙ, яка спеціально розроблена JungJun Park для спостереження за горбатими китами [2]. Так, для пасажирів яхти створено дві палуби. Передня палуба звичайна, плоска, її призначенням може стати «загар» і вечірки. Задня палуба особлива. Її особливість полягає в тому, що палуба ступінчаста, та найбільш зручна для спостереження за китами. У цілому туристів приваблює і надзвичайна форма яхти, що нагадує шарф, який розвивається.

Окрім яхти ВЕЙ до послуг туриста є й інші специфічні види транспорту (що експлуатуються виключно зі спеціальним інструктором), зокрема: Proteus Ugo Conti, Seabreacher, Cosmic Muffin, Quadrofoil, Turanor PlanetSolar, підводний човен для особистого використання та інші [3].

Спостереження за китами проходить на вибір туриста, який можна здійснити за спеціальною мапою. Всього у межах програми спостереження, проживання та харчування, клієнт має право зробити вибір специфіки круїзу у межах близько 400 опцій.

Отже, основною специфікою розвитку сучасного туристичного ринку префектури Окінава є його значна диверсифікація туристичного попиту, що проявляється у диференційованих підходах до пропозиції місцевого туристичного продукту. Зокрема, місцева культура туристичного обслуговування орієнтована у своїй діяльності не на анонімного туриста, а зосереджена на обслуговуванні чітко визначених груп споживачів (що теоретично є наслідком збільшення кількості споживачів, зміни купівельної спроможності населення, диференціації "фонду вільного рішення", розвитку індивідуальних переваг та можливостей здійснення вибору, тобто еволюція

смаків, навичок, мрій). Специфіка наявного у префектурі процесу сегментації ринку не має загальноприйнятих стандартів (у зв'язку з орієнтацією на внутрішнього туриста), тому навіть відносно однорідні групи територій характеризуються широкою сегментною поляризацією (тобто їм властиві процеси і стани, що пов'язані зі зміною специфіки туристичної пропозиції протягом року, в залежності від сезонів відпусток окремої категорії громадян).

Список використаних джерел

1. Рубель В.А. Японська цивілізація: традиційне суспільство і державність / В.А.Рубель. – К.: «Аквілон-Прес», 1997. – 256 с.
2. Тури Японією [Електронний ресурс] – режим доступу - <http://www.geograf.com.ua/japan/651-japan-tourism>
3. Окинава: Япония от А до Я. / Популярная иллюстрированная энциклопедия. (CD-ROM).—М.:Directmedia Publishing, «Япония сегодня», 2016 р.

УДК 338.48:005.336(477.8)

Машіка Г.В

*доцент кафедри туризму і рекреації
Мукачівський державний університет
м. Мукачево
mashika.g.v@i.ua*

АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ТРУДОВОГО ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ КАРПАТСЬКОГО РЕГІОНУ

Для реалізації програми розвитку туризму в Україні та зростання його ефективності передусім необхідна відповідна матеріально-технічна база з широко розгалуженою туристичною інфраструктурою, особливо в регіонах. Одним із таких регіонів є Карпатський – він представлений такими областями: Івано-Франківська, Закарпатська, Львівська та Чернівецька. На території цих областей діє Рада з туризму Карпатського регіону, яку було створено в серпні 2001 р. Закарпатською, Івано-Франківською, Львівською та Чернівецькою облдержадміністраціями з ініціативи Івано-Франківської обласної державної