

зростання та покращення рівня життя населення, зміцнення інфраструктури, створюються умови для конкуренції підприємств з туристичної галузі та інше.

Так, за умови підтримки зі сторони держави, регіонів та органів місцевої влади, туризм та гостинно-ресторанна справа стають ще більш розвиненими, привабливими, конкурентоспроможними та високоприбутковими.

Список літератури

1. Черниш І. В. Роль туристичної галузі у розвитку національної економіки / І. В. Черниш // Економічний аналіз. – 2013. – Т. 14 (1). – С. 159 – 166.
2. Херсонська область Адміністративна карта Картографія Редактори: В. В. Вдовенко, І. В. Копилова, технічні редактори: Л. В. Климова, О. О. Грачова, С. М. Полторако. – ДНВП «Картографія», 2006, 2012, 2017.
3. Король С. Я. Характеристика основної діяльності готелю / С. Я. Король // Стратегія розвитку туристичної індустрії та громадського харчування. Праці Міжнар. наук.-пр. конф.: стаття. – К.: КДТЕУ. – 2000.
4. Музиченко-Козловська О. В. Економічне оцінювання та гелювання туристичної привабливості території: дис. канд. екон. наук за спец.08.02.03 – організація управління, планування і регулювання економікою / О. В. Музиченко-Козловська. – Львів; Національний університет «Львівська політехніка» 2007.
5. Розпорядження голови ОДА Херсонської області 11.12.2017 р. № 955 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://khoda.gov.ua/image/catalog/files/955.pdf>.
6. Програма соціально-економічного та культурного розвитку Херсонської області на 2018 р.(проект) схвалено розпорядженням голови ОДА Херсонської області від 11.12.2017р. № 955.
7. Визитница. Пособие по организации отдыха в г. Геническ и на Арабатской стрелке 2012.
8. Сухоруков А. Геническ и Генический район : информ.-деловой путеводитель / А. Сухоруков. – Симферополь : ПолиПРЕСС, 2006. – 152 с.
9. Пихуля В. М. Геническ : увлекательный путеводитель и справочник / В. М. Пихуля. – Симферополь, 2004. – 82 с.
10. Пихуля В. М. Геническ и геничане / В. М. Пихуля ; ред С. В. Василенко. – 2-е изд., доп. – 1997.

УДК 338.48

Соловьева Л. Л.

к. э. н., доцент, доцент кафедры «Маркетинг»,
Гомельский государственный технический университет им. П. О. Сухого,

Машурова М. В.

студентка группы МГТ-41,
Гомельский государственный технический университет им. П. О. Сухого

SWOT-АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ СПОРТИВНОГО СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Спортивный событийный туризм – разновидность событийного туризма, связанная с посещением различных спортивных мероприятий, к примеру, Олимпийские игры, Чемпионат мира по хоккею или футболу, гонки Формулы 1, в качестве участника или болельщика. На локальном уровне такими событиями могут стать игры в местных чемпионатах, беговые марафоны или спортивные состязания в некомандных дисциплинах.

Одним из приоритетных направлений внутреннего и въездного туризма, согласно Национальной программе развития туризма в Республике Беларусь, является спортивный туризм [1]. Событийный спортивный туризм в Республике Беларусь развивается медленными темпами, и основная часть туристического потока приходится на перемещения внутри страны. Активные выезды отдельных болельщиков за рубеж обычно совершается только, если спортивное событие происходит в соседних странах. Примером может являться Чемпионат Европы по футболу, который проходил в соседних Украине и Польше в 2012 г.

Единственным значимым событием, которое за последние годы привлекло большое число болельщиков в Республику Беларусь, стал Чемпионат мира по хоккею в 2014 г., когда страну посетили более 80 тыс. иностранных туристов.

Одним из факторов развития спортивного туризма в Республике Беларусь является изменение популярности видов физической активности. Для развития физической культуры и спорта в Республике Беларусь Министерство спорта и туризма разработало комплекс мероприятий на 2016 – 2020 года. Один из разделов данного комплекса – подготовка спортивного резерва, физкультурно-оздоровительная, спортивно-массовая работа, включающий в себя: формирование инфраструктуры активного отдыха, популяризацию

здорового образа жизни, привлечение различных категорий населения, особенно сельских жителей, к постоянным занятиям физической культурой и спортом, создание системы реабилитации и адаптации лиц с ограниченными возможностями к полноценной жизни средствами физической культуры и спорта.

Ежегодно в Беларуси для поклонников здорового образа жизни проводится более 16 тысяч спортивных мероприятий. Традиционными стали физкультурно-спортивные соревнования «Белорусская лыжня», Всебелорусский физкультурно-спортивный праздник, посвященный Дню Независимости Республики Беларусь, Всебелорусский легкоатлетический кросс на призы газеты «Советская Белоруссия». Возрождена система республиканских отраслевых спартакиад. В стране проводятся республиканские соревнования среди детей и подростков по футболу «Кожаный м'яч», гандболу «Стремительный м'яч», по биатлону, лыжным гонкам и стрельбе из пневматического оружия «Снежный снайпер», а также общенациональный хоккейный турнир на призы Президентского спортивного клуба «Золотая шайба» [2].

Особое внимание уделяется совершенствованию физического воспитания детей и учащейся молодежи. По всей стране для них организуются подростковые спортивные клубы. За последние годы значительно расширилась сеть физкультурно-спортивных сооружений.

Приоритетным направлением физкультурно-оздоровительной и спортивно-массовой работы является формирование у населения устойчивого интереса к регулярным занятиям физической культурой и спортом, развитие навыков здорового образа жизни, особенно у детей и подростков, повышение уровня образования в области физической культуры и спорта.

В Республике Беларусь проводится множество спортивных мероприятий, направленных на развитие и поддержку физической культуры населения, например ежегодный Международный легкоатлетический пробег «Брагинская десятка», «Экологический марафон».

В Беларуси регулярно проводятся спортивные мероприятия международного уровня: Чемпионаты мира и Европы по академической гребле, Чемпионат Европы по мотоболу, этап кубка мира по фристайлу, футбольные матчи Лиги Европы, Лиги Чемпионов, хоккейные матчи КХЛ, а также отборочные игры Чемпионатов мира и Европы по футболу. В связи с этим Беларусь регулярно посещают тысячи иностранных туристов: спортсмены, болельщики, журналисты, члены делегаций.

SWOT-анализ позволяет выявить и структурировать сильные и слабые стороны отрасли, а также потенциальные возможности и угрозы (табл. 1). Достигается это за счет того, что сравниваются внутренние силы и слабости отрасли с возможностями, которые дает рынок.

Таблица 1

SWOT-матрица спортивного туризма

Возможности:	Угрозы:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Увеличение числа международных мероприятий на территории Беларуси. 2. Привлечение частного и иностранного капитала. 3. Нарастание сети физкультурно-спортивных сооружений. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Снижение платежеспособности населения. 2. Увеличение стоимости спортивного оборудования. 3. Рост негативных явлений в молодежной среде.
Сильные стороны:	Слабые стороны:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Разработан и реализуется Министерством спорта и туризма план мероприятий, направленный на развитие спорта. 2. Наличие СДЮШОР, обеспечивающих подготовку спортивного резерва. 3. Профилактика негативных явлений в молодежной среде. 4. Достаточное количество спортивных залов для занятия физической культурой. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Низкая мотивация населения к занятиям физической культурой и спортом. 2. Слабое информационное продвижение мероприятий. 3. Несоответствие спортивной материальной-технической базы современным требованиям. 4. Низкий уровень оплаты труда работников в сфере физической культуры

Стратегия СИБ (сильные стороны – возможности). Выполняя план, разработанный Министерством спорта и туризма, можно увеличить количество и качество проводимых

спортивних заходів. Підготавляючи спортсменів на більш нових і вдосконалих тренажерах можна покращити їх показники.

Стратегія СИУ (сильні сторони – загрози). Проводя профілактику від негативних явищ в молодіжній середі можна їх скоротити до мінімуму. Враховуючи велике кількість спортивних залів і споруджень, кожен з них незалежно від його зарплати зможе знайти місце для занять спортом.

Стратегія СЛВ (слабкі сторони – можливості). Удосконаливши рекламну діяльність, можна покращити інформаційне просування заходів. Збільшивши і різноманітнівши спортивні заходи, можна привабити і мотивувати більше людей. При привабленні приватного або іноземного капіталу в галузь можна покращити стан матеріально-технічної бази і збільшити зарплату працівникам сфери фізичної культури.

Стратегія СЛУ (слабкі сторони – загрози). Збільшивши мотивацію населення до занять фізичною культурою і спортом, можна скоротити негативні явища в молодіжній середі.

Проаналізувавши галузь спортивного туризму, можна зробити висновок, що для розвитку і популяризації фізичної культури необхідно обладнати спеціальні спортивні майданчики на свіжому повітрі, покращити матеріально-технічну базу спортивних закладів, проводити різноманітні спортивні заходи і активно висвітлювати їх в ЗМІ.

Список літератури

1. Государственная программа развития физической культуры и спорта в Республике Беларусь на 2016 – 2020 годы. / Министерство спорта и туризма Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mst.by/ru/razvitie-sporta-ru>. – Дата доступа: 20.04.2017.

2. Спорт. Официальный интернет-портал президента Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://president.gov.by/ru/sport_ru. – Дата доступа: 18.04.2017.

УДК 641

Соколянська В. А.

студентка факультету міжнародної економіки,
Дніпровський національний університет ім. Олеся Гончара,

Редько В. Є.

к. е. н., доцент, доцент кафедри менеджменту та
туристичного бізнесу,

Дніпровський національний університет ім. Олеся Гончара

ОСОБЛИВОСТІ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

За даними Всесвітньої туристичної організації в Україні є всі можливості до 2020 року увійти у двадцятку країн з найпривабливішим туристичним потенціалом [1]. На даний час туризм в Україні є одним із способів використання вільного часу, дослідження та вивчення історії та культурно- історичної спадщини країни.

В Стратегії розвитку туризму та курортів України на період до 2026 року гастрономічний туризм визнано одним із пріоритетних видів туризму на державному та регіональному рівнях [2]. Це свідчить про те, що гастрономічний туризм зможе представити кулінарні традиції України та її регіонів не тільки на національному, а й на міжнародному ринку, стане важливим джерелом надходжень до бюджету країни та забезпечить зростання доходів підприємств туристичної індустрії, яке буде задіяне в туристичному секторі.

Гастрономічний туризм – це подорожування людей в різні місця планети для ознайомлення з місцевими кулінарними традиціями, особливостями регіональної або національної кухні. Однією з головних цілей туристів, які обирають гастрономічний тур, є ознайомлення з унікальними продуктами і стравами, що властиві виключно певній місцевості [3].

Технологія виготовлення національних страв та традиційної кухні країни, на сьогоднішній день є об'єктом туристичної зацікавленості, яка може з часом дати значні потоки закордонних туристів і валюти в країну.