

напрыклад, ўключаюць у сябе адраджэнне і рэканструкцыю лакальных традыцый, кухні, звычайў гасціннасці і культурніцкіх кодаў шляхецкага мінулага.

Дзеля справядлівасці адзначым, што сармацкая культура пакрысе пранікае ў працэс фармавання нацыянальнага турыстычнага прадукту. Так, іміджавы ролік Беларусі “Беларусь. Звыш за чаканне”, які быў прызнаны лепшым у намінацыі “Самае прыгожае відэа” на Міжнародным конкурсе турыстычных відэа Global Travel Video Competition у Шанхае, мае ў сабе праявы і вобразы менавіта сармацкай культуры Беларусі. Але ўсё ж, агулам, інтэграцыя сармацкай культуры, выкарыстанне яе рэсурсу і глыбокага патэнцыялу мае бессістэмны і разрознены характар.

Такім чынам, якасны нацыянальны турыстычны прадукт – вынік садзейнічання і арыентацыі на спажываўца. Асновай папулярнасці нацыянальнага турыстычнага прадукту з’яўляецца запатрабаваная, жывая і годная гісторыка-культурная спадчына. Адраджэнне цікавасці да сармацкай культуры – культуры шляхецкага саслоўя Вялікага Княства Літоўскага, рэгіянальных культурна-гістарычных аб’ектаў (роўна як гістарычных падзеяў і асоб), можа стаць асновай для стварэння годнага нацыянальнага турыстычнага прадукту, які будзе садзейнічаць не толькі ўстойліваму развіццю сацыякультурнай сферы (стварэння працоўных месцаў і спрыяльных умоў жыцця), але і захаванню прыроднага і культурнай асяроддзя. А самае галоўнае – спрыяць умацаванню нацыянальнай ідэнтычнасці і захаванню дзяржаўнага суверэнітэту.

1. Клімуць Л. Я. Сармацкая культура беларускай шляхты ў XVI–XVIII стагоддзях / Л. Я. Клімуць. – Мінск: Беларусь, 2013. – 127 с.

2. Булаты, П. Ю. Узнікненне, спецыфіка і асаблівасці графстваў у Вялікім Княстве Літоўскім / П. Ю. Булаты // Научные труды республиканского института высшей школы: исторические, психолого-педагогические науки / РИВШ; редкол.: В. А. Гайсёнок и [др.]. – Минск: Респ. ин-т высш. шк., 2016. – С. 41–47.

УДК 338.48(476-25)

Воробьёва И.В.

Белорусский государственный университет
Республика Беларусь, Минск

ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ГОРОДА МИНСКА

Vorobyova I.V.

Belarusian State University
Republic of Belarus, Minsk

TOURISM POTENTIAL OF MINSK

ABSTRACT. In article the question of tourist potential of Minsk in two directions is considered: concerning tourist resources, on the one hand, and tourist infrastructure, with another. Tourist resources of Minsk which are expressed in two unique architectural styles

“vilensky baroque” and “Stalin empire style”, park zones, museum compositions are allocated and characterized. Tourist infrastructure is presented by comfortable hotel complexes with various services sector and objects of food with variety of kitchens of the world.

KEYWORDS: tourist resources; infrastruktura; vilenskoe barokko; stalinskiy ampir.

АННОТАЦИЯ. В статье рассматривается вопрос туристического потенциала Минска в двух направлениях: в отношении туристических ресурсов, с одной стороны, и туристической инфраструктуры, с другой. Выделяются и характеризуются туристические ресурсы Минска, которые выражаются в двух уникальных архитектурных стилях «виленское барокко» и «сталинский ампир», парковых зонах, музейных композициях. Туристическая инфраструктура представлена комфортабельными гостиничными комплексами с разнообразной сферой услуг и объектами питания с многообразием кухонь мира.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: туристические ресурсы; инфраструктура; виленское барокко; сталинский ампир.

В современном мире туризм играет одну из ведущих ролей в экономике. И темпы его развития имеют положительную динамику. В последнее время Республика Беларусь также стремительно развивает туристические показатели. Фактор, поспособствовавший увеличению потока туристов, – это безвизовый въезд на территорию республики граждан 80 стран. При этом для развития туризма страна должна иметь туристический потенциал, который будет основным ресурсом, привлекающим туристов. Туристический потенциал территории можно рассматривать в двух направлениях, во-первых, это туристические ресурсы, а, во-вторых, туристическая инфраструктура.

Под туристическими ресурсами принято понимать совокупность природных, религиозных, рекреационных, социокультурных и иных объектов, способных вызывать туристический интерес и привлекать туристов. В свою очередь, выделяют следующие природные туристические ресурсы: климатические, бальнеологические, флористические, фаунистические, гидрологические, единичные природные объекты и явления, а также комплексные рекреационные. Среди социокультурных туристических объектов можно выделить исторические, архитектурные, археологические, спортивные, научные и промышленные, зрелищные и досуговые. Отдельно можно выделить культовые объекты (храмы) и антрополого-рекреационные (национальные парки). Под туристической инфраструктурой принято понимать комплекс средств размещения, питания, досуга, транспортная инфраструктура, а также трудовые, информационные и управленческие ресурсы.

Минск – один из старейших и красивейших городов Беларуси. Первое упоминание Менска известно в 1067 г. в «Повести временных лет», где описывается битва на реке Немиге. А связана была эта битва с тем, что после смерти Ярослава Мудрого его сыновья пошли войной на Полоцкое княжество. Менск встретился на их пути, и на реке Немиге состоялась эта битва. Следует отметить, что говорит о том, что старый город был не в том месте, где ныне река Немига (центральная часть современного Минска). Действительно первоначальный Менск был в 15 километрах от современного центра и располагался на реке Менке. Но именно после этой битвы городское замчище было отстроено именно на месте упоминаемой битвы.

Сразу следует отметить, что столицей Минск станет только в XX веке, до этого времени он был маленьким уездным городом, страдавшим от огромного количества войн и разрушений. Но в то же время на сегодняшний день это современный город со своей историей и комплексом достопримечательностей. По конфессиональной принадлежности в Минске представлены как православные церкви, так и католические костёлы. Примечательно то, что основным стилем построек этих храмов – виленское барокко. Это уникальный архитектурный стиль, который коренным образом отличается от европейского и русского барокко. Для «виленского барокко» характерно завершение башнями, а не куполом; ярусность храма, резной фасад. Основатель данного стиля Ян Кристофор Глаубица. Примерами таких построек в Минске являются церковь Святого Духа в Минске, Свято-Петро-Павловский собор, Архикафедральный костёл Пресвятой Девы Марии. Эти и многие другие постройки в стиле виленское барокко (другое название «униатское барокко») по праву привлекают огромное внимание туристов, посещающих современный Минск.

Продолжая разговор об архитектуре нельзя не упомянуть про ещё один стиль, получивший распространение в Минске, – это «сталинский ампи́р». Колонны, портики, лепнина на фасадах, резные мраморные балконы – всё это элементы «сталинского ампи́ра». Стали́нский ампи́р часто ещё наделяют и такой характеристикой, как гигантомания. Действительно, практически все сооружения в этом стиле массивны, отличаются большими размерами. Один из самых известных примеров – стали́нские высотки в Москве, носящие в народе название «семь сестер». Их часто сравнивают с высотками Америки, но в тех, конечно, нет такой мощной идеологической составляющей. Для данного стиля характерно:

- предпочтение ансамблевой застройке площадей и улиц (это было особенно видно и актуально в период восстановления городов после войны);
- в стиле оформления зданий предполагалось сочетать все достижения архитектуры, скульптуры и живописи, гармонично связывая их между собой в единый ансамбль;
- обязательное использование архитектурных ордеров;
- скульптурные и барельефные изображения с геральдической символикой (например, были очень популярны лавровые венки) и изображениями крестьян и рабочих, занятых трудом;
- общий настрой стиля- оптимизм;
- широко применяется бронза, мрамор, лакированное дерево, лепнина [1, с. 38].

В качестве примеров зданий в стиле «сталинский ампи́р» можно назвать Ворота города, которые располагаются напротив центрального железнодорожного вокзала и являются символическими воротами, встречающими приезжающих в город; здание главпочтамта, КГБ, ГУМа, а также многие другие, которые в большей степени сосредоточены на проспекте Независимости.

Минск славится кроме своих архитектурных объектов наличием и природных ресурсов – обилием парков и зеленых зон развлечения: парк Горького, парк Челюскинцев, Минский зоопарк, дельфинарий Немо, Парк Янки Купалы, остров птиц, Лошицкий парк, музей валунов и многие другие. Одним из наиболее крупных парков является парк Победы. В нём располагается искусственное водохранилище, которое в конце тридцатых годов было выкопано вручную комсомольцами, за что и получило название Комсомольское озеро. На озере восемь островов. На два острова можно пройти

по мостам, а на остальные только приплыть на катамаранах или лодках. Кроме того, в этом парке находится музей Великой Отечественной войны, достаточно активно посещаемый туристами.

Следует также отметить, что в отличие от других городов Минск чтит память не только погибших во время Великой Отечественной войны, но и погибших за пределами Отечества в мирное время. Речь идет о искусственно созданном острове памяти погибших в Афганистане – Острове слез, который был создан по проекту киевского архитектора Юрия Павлова. Данный остров располагается на реке Свислочь и встречает посетителей часовней, по своему облику напоминающей храм Евфросиньи Полоцкой, по периметру которого расположились фигуры скорбящих женщин. В самой часовне произведена роспись в манере восковой живописи и на стены нанесены имена всех погибших с территории Беларуси. На острове также располагаются скульптура-фонтан, камни привезенные из провинций Афганистана, где воевали наши ребята, и аэродромная плита, используемая как поминальный стол.

Кроме скорбных мест и музеев памяти трагических событий, Минск дает возможность туристам познакомиться и с другими музеями. Например, Художественным музеем, где представлены полотна известных белорусских и зарубежных мастеров. Исторический музей предоставит возможность узнать об историческом пути белорусских земель, входивших в состав самых разных государств на протяжении истории. Литературные музеи (Янки Купалы, Якуба Коласа, Максима Богдановича и другие) знакомят посетителей с творческими путями белорусских писателей и поэтов, тем самым помогая понять душу народа, которая ярким образом выражается в его поэтике. Нельзя не обратить внимание на достаточно необычный по своей форме работы с туристами и характеру экспонатов музей «Страна мини», который собрал под одной крышей все выдающиеся объекты Беларуси. В нем функционируют интерактивные мультимедийные зоны. Каждый отдельный мини-макет имеет свою интерактивную особенность. Каждая экспозиция – это один мини-мир, в который погружаешься с головой.

Таким образом, Минск предоставляет возможность туристам проведения свободного времени на любой вкус, гуляя по историческим улицам или паркам, посещая различные музеи и выставки, погружаясь в оперное, балетное или драматическое искусство разных театров. При этом, нельзя не обратить внимание на гастрономическую составляющую белорусского гостеприимства. Минские рестораны дают возможность попробовать блюда как национальной, так и международной кухни. В свою очередь отели Минска – это не просто место ночлега, а также возможность релакса в спа-комплексах гостиниц. За последние годы Минск и Беларусь в целом совершили большой рывок в создании и обустройстве туристической инфраструктуры, став тем городом и той страной, побывать в которой стремится масса туристов.

1. Громов, Е. С. Сталин: власть и искусство / Е. С. Громов. – М.: Республика, 1998. – 260 с.

*Гайдаш Т.Ю.,
Дыбовская Е.И.*

Белорусский государственный университет физической культуры
Республика Беларусь, Минск

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ЛОГИСТИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ

*Haidash T.Yu.,
Dybovskaya E.I.*

Belarusian State University of Physical Culture
Republic of Belarus, Minsk

CURRENT TRENDS OF LOGISTIC MANAGEMENT

ABSTRACT. In article says about the modern system of management of the tourist enterprise on the basis of logistic approach.

KEYWORDS: logistic approach; integration; differentiation; focusing; dynamic strategy; optimization of logistic management.

АННОТАЦИЯ. В статье рассматривается современная система менеджмента туристического предприятия на основе логистического подход.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: логистический подход; интеграция; дифференциация; фокусирование; динамичная стратегия; оптимизация логистического управления.

Руководствуясь словами Майкла Портера, одного из авторитетных экспертов в области стратегического планирования, для успешного функционирования на рынке, организация должна обладать как минимум одним из нижеперечисленных стратегических преимуществ:

- 1) лидерство по издержкам (когда компания имеет существенное преимущество по затратам по сравнению с конкурентами);
- 2) дифференциация (когда компания предлагает уникальный товар или услугу, отсутствующую у конкурентов) [1].

В логистике эти два подхода обычно определяют терминами «тощая» и динамичная стратегии. Организации, применяющие «тощую» логистику, ставят перед собой цель снизить общие затраты; те же, кто предпочитают динамичную логистику стараются добиться более высокого уровня удовлетворения запросов потребителей.

Наличие успешной логистики позволяет организации обеспечить одно из перечисленных преимуществ. Однако как понять, насколько успешна логистика компании?

Управление туристическим предприятием представляет собой сложный процесс, который требует разработки логистических систем с целью оптимизации экономических потоков, что оказывает существенное влияние на финансовые результаты компании. В состав логистической системы туристического предприятия входят следующие составляющие: информация, планирование туров, обработка заказов, прогнозирование спроса; перевозка туристов, выбор вида транспорта и компании-перевозчика; кадры, обслуживающие туристов; обслуживающее производство,

подразделения логистики, которые обслуживают процесс формирования тура и оказания услуг потребителю [2].

Исходя из этого, система менеджмента в туристической фирме, применяющей такой логистический подход – это система, которая базируется на интегрированном подходе, что в свою очередь позволит создать реальную возможность объединения функциональных областей логистики путем координации действий, выполняемых независимыми звеньями логистической системы, разделяющими общую ответственность в рамках целевой функции управления туристическими компаниями [3].

Основная роль логистики в туризме интегративная, именно логистика, как направление, в максимальной степени способное реализовать системообразующую и интегративно-генерирующую функции туризма.

Одной из особенностей логистики является то, что она не только интегрирует все виды деятельности, которые относятся к различным функциям предпринимательства, но и объединяет их. Если эти функции разделены, то принятие решений в области продаж без учета данных возможностей функциональных областей логистики может привести к увеличению общих затрат компании. В логистической системе вышеупомянутые функции должны быть взаимосвязаны.

Максимальный эффект от использования логистики может быть достигнут при системном подходе и к управлению, и к объекту управления. Так базовые элементы туризма взаимосвязаны в системе социально-экономических отношений. Туроператор взаимодействует с туристическими ресурсами и туристической индустрией при разработке туристического продукта. В свою очередь, взаимосвязь туроператора с турагентом и туристом обеспечивается через туристический продукт. Взаимосвязь с бюджетом и другими отраслями происходит через туристические расходы и туриста. Управление логистической системой это системный принцип, охватывающий, в конечном счете все мероприятия по использованию информации и перемещению потоков туристов по каналам фирмы. Это означает, во-первых, что специалисты должны понимать проблемы всего предпринимательства в целом и учитывать, что принятие решений в одной области логистической системы (например, в области размещения) может повлиять на целую систему. Во-вторых, логистика в туризме связана с обслуживанием потребителей, учитывает такое предложение туристического продукта и параметры обслуживания. Это подразумевает наличие рыночного аспекта в логистических системах туризма. В-третьих, основным требованием разработки эффективного управления логистикой является тесная связь между процессами составления тура, продаж и оказания услуг.

Проведенное исследование особенностей туристического продукта и процесса его производства показало целесообразность комплексного подхода к его разработке. Комплексный подход к обслуживанию туристов состоит в разработке определенного набора туристических услуг, предоставляемых туристам в одном «пакете» (что, в общем, и составляет туристический продукт). Данный пакет должен обеспечить удовлетворение потребностей туриста, связанных с главной целью туристической поездки, а также создать комплекс сопутствующих услуг.

Следуя концептуальным положениям логистики, можно выделить основные функции логистики в сфере туризма: оперативное руководство процессами формирования, продвижения и продажи туристического продукта, а также стратегическое

планирование и прогнозирование деятельности туристических компаний; оперативное управление информационными потоками, циркулирующими в логистической системе; оперативный контроль за движением туристов и туристического продукта; интеграция самостоятельно функционирующих информационных систем туристической инфраструктуры в единую логистическую информационную систему; расчет и организация страхового фонда на случай наступления экономических форс-мажорных обстоятельств на основе анализа и прогнозирования развития негативных тенденций в туристической сфере.

Для оптимизации логистического управления в процессе формирования, продвижения и реализации туристического продукта необходимо уметь, во-первых, оценивать качество оказываемых услуг; во-вторых, построить управление таким образом, чтобы свести к минимуму отклонения фактического уровня качества услуг от ожидаемого.

Принцип системы логистики связан с управлением информационными потоками и распределением. Другими словами, задача управления в области логистики связана с обеспечением механизма разработки стратегий, в рамках которых может осуществляться повседневная деятельность по управлению предприятием.

Основными конкурентными стратегиями являются: лидерство в издержках, дифференциация, фокусирование и ранний выход на рынок [4]. В числе перспективных вариантов конкурентных стратегий для туристической отрасли в настоящее время следует рассматривать стратегии дифференциации, стратегии раннего выхода на рынок и стратегии фокусирования (рисунок).

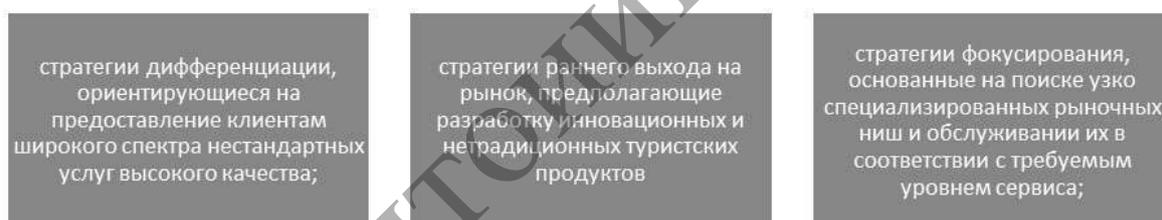


Рисунок – Алгоритм перспективных конкурентных стратегий в туризме

Среди возможных направлений реализации стратегий дифференциации можно назвать: акцентирование внимания на повышении качества обслуживания, формирование приверженности клиентов к товарной марке, создание и поддержание благоприятного имиджа предприятия туризма, обеспечение соответствия уровня цен уровню предоставляемого сервиса, учет индивидуальных сезонных потребностей различных целевых групп, формирование системы дифференцированного качественного размещения туристов.

Несмотря на высокий уровень неопределенности экономической среды, перспективным для предприятий туристической индустрии является применение стратегии раннего выхода на рынок. Наиболее интересными вариантами данной стратегии является их применение в спортивном, экстремальном и деловом туризме.

Перспективным направлением стратегического развития туристической индустрии является также реализация стратегии фокусирования. Стратегия услуги высокого качества реализуется посредством предоставления эксклюзивных вариантов размещения. Повышение интенсивности деловых отношений между странами

и регионами позволяет использовать стратегию бизнес-потребностей. Стратегия нишевого сегмента предполагает ориентацию на определенные сегменты рынка и предоставление им соответствующих форм размещения.

Таким образом, для многих организаций понимание того, что логистика оказывает стратегическое влияние на туристическую деятельность, стало одной из наиболее важных идей, появившихся в последние годы и изменивших способ, с помощью которого они управляют предприятием.

1. Портер, Е. Майкл. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов: пер. с англ. / Майкл Е. Портер. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с.

2. Квартальнов, В. А. Туризм / В. А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2004; Квартальнов В.А. Стратегический менеджмент в туризме / В. А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2005.

3. Григан, С. А. Перспективы применения логистического подхода в управлении туристической деятельностью / С. А. Григан // Физическая культура, здравоохранение и образование: материалы Всерос. науч.-практ. конф. памяти В.С. Пирусского. – Томск: ТГУ, 2009.

4. Чудновский, А. Л. Управление индустрией туризма: учеб. пособие / А. Л. Чудновский, М. А. Жукова, В. С. Сенин. – М.: КНОРУС, 2004. – 293 с.

5. Кузнецов, О. А. Логистика: логистическое управление в туризме: учеб. пособие / О. А. Кузнецов. – М.: РИБ «Турист», 2006. – 166 с.

6. Гвозденко, А. А. Логистика в туризме: учеб. пособие / А. А. Гвозденко. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 271с.

УДК 338.48-61:796(476)

Гатауллин А.Г.

Белорусский государственный университет физической культуры
Республика Беларусь, Минск

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СПОРТИВНО-СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Gatatullin A.G.

Belarusian State University of Physical Culture
Republic of Belarus, Minsk

PROSPECTS OF SPORS AND EVENTFUL TOURISM DEVELOPING IN THE REPUBLIC OF BELARUS

ABSTRACT. The article analyses the main trends in the development of tourism in modern society and its role in the world and national economies. Discusses the most promising directions of development of tourism in Belarus. Assesses the capacity of sports and event tourism and how you can use it for the development of the tourism and hospitality industry.

KEYWORDS: tourism; tourism events; sport and event tourism; sports management; sports marketing.

АННОТАЦИЯ. В статье анализируются основные тенденции развития туризма в современном обществе и его роль в мировой и национальных экономиках. Рассматриваются наиболее перспективные направления развития туризма в Беларуси. Дается оценка потенциала спортивно-событийного туризма и возможностей его использования для развития индустрии туризма и гостеприимства.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: туризм; событийный туризм; спортивно-событийный туризм; спортивный менеджмент; спортивный маркетинг.

Бурное развитие массового туризма, по мнению многих специалистов, справедливо можно признать одним из феноменов XX века, а XXI век, по оценкам экспертов в экономической сфере, станет веком туризма. Сегодня из 195 государств мира в туристическую индустрию вовлечены 155 стран. Мировой туризм демонстрирует непрерывный рост. Уже в 2012 г. ежегодный объем общемировых туристических потоков впервые превысил миллиард прибытий и составил 1 млрд 35 млн (в 2013 г. – 1 млрд 87 млн), а доходы от туризма впервые превысили триллион долларов США и составили 1 трлн 75 млрд долларов. Согласно данным последнего Всемирного барометра по туризму UNWTO, международные туристические прибытия во всем мире выросли на 7 % в 2017 году, достигнув в общей сложности 1 млрд 322 млн человек. Ожидается, что этот импульс останется актуальным и для 2018 года, а рост турпотока составит в среднем 4–5 % [1].

Количественные изменения в туризме не могут не вызывать и качественные трансформации его содержания. Если массовый туризм XX века ориентировался на разовые долгосрочные поездки туристов в места с богатым курортным и рекреационным потенциалом, что предполагало отдых в пассивной форме, то современный туризм в силу объективных причин, становится индивидуальным, краткосрочным и активным. С одной стороны это дает возможность развития туризма, не обладая традиционными позициями: солнце, море и песок, с другой стороны требует разработки национальных и территориальных концепций развития туризма, формирование и продвижение туристических дестинаций, реализацию стейкхолдерских и кластерных проектов. С. В. Донских [2] отмечает, что одним из перспективных направлений в туризме, в том числе и в Беларуси, становится «событийный туризм», который позволяет туристу принять личное участие в важном для него событии, испытать сильные эмоции, надолго запомнить зачастую уникальное и неповторимое «живое действие», что делает туристический продукт для современного потребителя намного привлекательнее. В то же время сам событийный туризм должен быть разделен, по определенным признакам, на несколько типов (направлений). Представители итальянской научной школы, например, разделяют события на художественные (театр кино и цирк), традиционные (религиозные обряды, свадьбы, инаугурации, военные парады), коммуникационные (народные турниры, карнавалы, танцы, состязания) [3]. В настоящей работе автором делается попытка оценки перспективности развития направления в туризме относящегося к коммуникационному – «спортивно-событийный туризм».

Термин спортивно-событийный туризм нуждается в пояснении. В Беларуси существует спортивный туризм, как самостоятельный вид спорта, включенный в единую спортивную классификацию, по которому проводятся соревнования, при-

сваиваются спортивные разряды. Участники этих соревнований являются спортсменами и к туризму с точки зрения законодательства отношения не имеют [4]. Субъектами спортивно-событийного туризма в качестве потребителей предлагаемого туристического продукта являются зрители, болельщики, члены фан-клубов приезжающие на спортивное мероприятие и являющиеся его активными участниками.

По экспертным оценкам перспективными направлениями развития туризма в нашем государстве являются экологический туризм, агроэкотуризм и событийный туризм [5]. Для развития собственно спортивно-событийного туризма также существует целый ряд благоприятных условий.

Географическое положение Беларусь позволяет проводить спортивные мероприятия с их массовым посещением болельщиками и зрителями всех европейских стран, а так же Российской Федерации.

В Республике значительно укреплена и продолжает развиваться материально-техническая база спорта. В стране функционирует более 23 тысяч физкультурно-спортивных сооружений. Каждый областной центр Беларуси имеет собственный дворец спорта, крытую ледовую площадку. Все больше крупных объектов строится в регионах. За последние годы введены в эксплуатацию культурно-развлекательный спортивный комплекс «Чижовка-Арена», учебно-тренировочный центр фристайла со спортивно-оздоровительным комплексом, технический центр национальных сборных команд по футболу в городе Минске. Для профессиональных спортсменов и любителей в Беларуси немало спортивных сооружений мирового класса. Среди них: Республиканский центр олимпийской подготовки по зимним видам спорта «Раубичи», Республиканский центр олимпийской подготовки «Стайки», Республиканский центр олимпийской подготовки конного спорта и коневодства в Ратомке, гребные каналы в городах Бресте и Заславле, Дворец спорта «Уручье».

Достаточная эффективность государственной модели управления спортом: активное участие в спортивной жизни государственных и общественных организаций. Одним из наиболее динамично развивающихся направлений работы спортивной отрасли стало привлечение и организация проведения на территории Республики Беларусь крупнейших международных спортивных соревнований. Только за последнее время проведены такие крупные спортивные мероприятия, как чемпионаты мира по хоккею, велосипедному спорту на треке, тайландскому боксу, пауэрлифтингу, чемпионаты Европы по художественной гимнастике, самбо, боксу, индорхоккею, шахматам и многие другие международные соревнования [6].

Также следует отметить высокий международный спортивный рейтинг нашего государства. Страна постоянно входит в двадцатку сильнейших среди более 200 спортивных держав мира, принимающих участие в Олимпийских играх. В 2014 году чемпионат мира по хоккею впервые прошел в Беларуси. Такое решение было принято в мае 2009 г. на ежегодном конгрессе Международной федерации хоккея с шайбой (ИИХФ). По итогам голосования в поддержку Республики Беларусь было отдано 75 голосов из 105 возможных. На время турнира Беларусь установила безвизовый порядок въезда в период с 25 апреля по 31 мая 2014 г. для официальных участников Чемпионата мира по хоккею и иностранных туристов. 19 мая 2017 г. на ежегодном конгрессе Международной федерации хоккея в г. Кельн (Германия) принято решение, что Чемпионат мира по хоккею с шайбой 2021 года состоится в двух странах – Бела-

руси и Латвии. 21 октября 2016 г. по итогам голосования на 45-м заседании Генеральной ассамблеи Европейских олимпийских комитетов, которое проходило в Минске, Беларусь получила право проведения II Европейских игр в 2019 году.

К числу проблемных позиций следует отнести отсутствие квалифицированных кадров, имеющих практический опыт в спортивном менеджменте и маркетинге, как в государственном секторе, так и в негосударственных организациях. Зарубежный опыт при организации долгосрочных и краткосрочных спортивных мероприятий используется фрагментарно, без адаптации к белорусской модели спорта. Низкий уровень сервиса обслуживания и отсутствие его стандартизации, понятной для зарубежных туристов снижает их интерес к спортивным мероприятиям, проходящим в Беларуси. Недостаточная развитость инфраструктуры, особенно в регионах не дает возможности проводить соревнования высокого спортивного уровня. Желательна разработка инновационных проектов с привлечением максимального количества заинтересованных сторон для формирования долгосрочной стратегии развития спортивно-событийного туризма и постоянный маркетинговый мониторинг [7].

Решение указанных выше проблем позволит эффективнее и полнее использовать потенциал спортивно-событийного туризма в Республике Беларусь.

1. UNWTO World Tourism Barometer [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mkt.unwto.org/en/barometer>. – Дата доступа: 27.02.2019.

2. Донских, С. В. Событийный туризм: учеб.-метод. пособие / С. В. Донских. – Минск: РИПО, 2014. – 112 с.

3. Банфи, А. Философия искусства / А. Банфи. – М.: Искусство, 1989. – 384 с.

4. О туризме: Закон Респ. Беларусь от 25 нояб. 1999 г. № 326-З (ред. от 18 июля 2016 г.): с изм. и доп., вступающ. в силу с 24 янв. 2017 г.

5. Талай, В. А. Основные направления и перспективы развития туристической отрасли в Республике Беларусь / В. А. Талай, М. В. Пороховская // Вестник ВДУ. – 2013. – № 5 (77). – С. 89–98.

6. Belarus.by. Официальный сайт Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belarus.by/ru/government/president>. – Дата доступа: 27.02.2019.

7. Разуванов, В. М. Менеджмент инновационных проектов: учеб.-метод. пособие / В. М. Разуванов. – Минск: РИПО, 2014. – 132 с.