

Ще один важливий пункт, який необхідно врахувати для конкурентоспроможності ресторанного бізнесу в сучасних умовах — крос-маркетинг у ресторанному бізнесі. Це дуже ефективний спосіб, що потрапляє під класичні принципи партизанського маркетингу — використання співпраці замість конкуренції.

Крос-маркетинг — проведення спільних маркетингових заходів з декількома фірмами або компаніями. Наприклад, ресторан пропонує автосалону, провести акцію: кожен покупець автомобіля отримує купон на безкоштовне відвідування ресторану на двох. Приємно буде щасливому власнику автомобіля відсвяткувати цю подію в ресторані. Автосалону — вигода — клієнт отримує безкоштовний подарунок, ресторан отримує майбутнього потенційного відвідувача, чітко потрапляє в цільову аудиторію ресторану. У крос-маркетингу дуже важливо правильно вибрати партнера по акції, який має схожу цільову аудиторію.

Отже, що необхідно здійснити для успішного планування просування ресторану: проаналізувати поточний стан ресторанного закладу, аналіз конкуруючих ресторанів і барів, визначити цільову аудиторію відвідувачів ресторану, дізнатися, що відвідувачі думають про даний заклад, запланувати бюджет для рекламної кампанії ресторану, вибрати найбільш відповідний час для проведення рекламної кампанії.

Список літературних джерел

1. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3710>
2. http://tourlib.net/books_ukr/nechauk1.htm

Чусва І. О.,

кандидат наук з фізичного виховання і спорту,
старший викладач кафедри туризму,
Запорізький національний університет

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЙНОГО ТУРИЗМУ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ

Запорізька область є однією з найбільш привабливих в Україні для розвитку рекреаційного туризму як всередині країни, так і

© Матеріали Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Туристичний бізнес: сучасні тренди та стратегії розвитку», КНЕУ, 16 березня 2018 р.

на міжнародному рівні. Незважаючи на всі умови для його розвитку, цей процес знаходиться на початковій стадії [1].

Значний потенціал природних і людських ресурсів надає потужні можливості для розвитку рекреаційного туризму. Запорізька область налічує 310 природоохоронних територій і об'єктів, в тому числі заповідник «Хортиця». Сприятливий клімат, чудові пейзажі узбережжя Дніпра, Азовське море приваблюють туристів звідусіль. В межах регіону видобувають і використовують мінеральну воду і грязі майже всіх відомих типів. У лікувальних та оздоровчих цілях широко використовують спелеотерапію, м. Приморськ м. Бердянськ і смт. Кирилівка користується великою популярністю серед туристів. Останні два мають статус «курорт національного значення». Лікувальні установи, оздоровчі центри, санаторії, будинки відпочинку, табори для дітей – разом на узбережжі Азовського моря та акваторії Дніпра їх налічується близько 600 [2].

Основною метою рекреаційного туризму в Запорізькій області є створення конкурентоспроможного ринку в сфері туризму та дозвілля, послуг, спрямованих на максимальне задоволення рекреаційних потреб жителів України, на основі комплексного розвитку території та її соціально-економічних інтересів із збереженням екологічного балансу [3].

Основними заходами щодо розвитку рекреаційного туризму Запорізької області є забезпечення національної підтримки галузі, участь державних підприємств і підприємств інших форм власності, фізичних осіб у створенні сприятливих економічних умов для організації достатньої матеріальної бази і розвитку інфраструктури.

Одним з напрямів для інтенсивного розвитку рекреаційного туризму в регіоні, шляхом залучення екотуристів, є створення національних парків. Базою для створення національних парків можуть бути основні природоохоронні території Запорізької області [1].

Пріоритетний розвиток рекреаційного туризму є важливою умовою для підвищення якості життя в Україні, створення нових робочих місць, поповнення валютних резервів держави та під-

© **Матеріали Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Туристичний бізнес: сучасні тренди та стратегії розвитку», КНЕУ, 16 березня 2018 р.**

вищення свого авторитету як на національній, так і на міжнародній туристичній арені. Виробництво туристичного продукту високої якості і підвищення рівня конкурентоспроможності у вітчизняній і світовій індустрії туризму та рекреаційних послуг, сприятиме формуванню іміджу регіону як потужного центру рекреаційного туризму.

Список літературних джерел

1. *Кифяк В. Ф.* Стратегія розвитку територіальних рекреаційних систем: теорія, методологія, практика: монографія / В. Ф. Кифяк // Київ; Чернівці: Книги-XXI, 2010. — С. 245-246.
2. *Євдокименко В. К.* Особливості регіонального регулювання економічної інтеграції: монографія / В. К. Євдокименко, І. В. Яскал // Чернівці: Прут, 2011. — С. 243-244
3. *Крачило М. П.* Основи екології та природокористування: навч. посібник / М. П. Крачило // К.: Крамар, 2013. — С. 56-59.

Чуйко К. А.,
студентка 3 курсу економічного факультета,
УО «Гомельский государственный
университет имени Франциска Скорины»,
Республика Беларусь

ТУРИСТИЧЕСКИЙ БИЗНЕС В УСЛОВИЯХ УСТОЙЧИВОГО СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ БЕЛАРУСИ

Туризм — важная составляющая экономики многих государств, которая обеспечивает занятость местного населения, загрузку гостиниц и отелей, ресторанов, поступления иностранной валюты и т.д. Согласно данным Всемирной туристической организации (UNWTO), статья расходов на туризм занимает 5 позицию после общих расходов от экспорта нефти, химической, пищевой и автомобильной отраслей промышленности.

Туристический бизнес является своеобразным «межотраслевым ком-плексом» экономических структур, которые взаимодей-

© **Матеріали Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Туристичний бізнес: сучасні тренди та стратегії розвитку», КНЕУ, 16 березня 2018 р.**