

ISSN 2307-5740  
DOI: 10.31891/2307-5740

Науковий журнал

# ВІСНИК

Хмельницького  
національного  
університету

---

Економічні науки

---

2019, № 5

---

Scientific journal

## HERALD

of Khmelnytskyi National University

---

Economic sciences

---

2019, Issue 5

---

Хмельницький 2019

УДК 338.487:659.1

DOI: 10.31891/2307-5740-2019-274-5-122-127

ІВАНОВА Л. О.

Львівський державний університет фізичної культури імені І. Боберського

ВОВЧАНСЬКА О. М.

Львівський торговельно-економічний університет

## МАРКЕТИНГОВІ ТА СОЦІАЛЬНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ РИНКУ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ

*У статті визначено маркетингові та соціальні орієнтири розвитку світового ринку спортивного туризму, досліджено його поточну і перспективну кон'юнктуру. Охарактеризовано категорії туристів, пов'язаних зі спортом, висвітлено провідні види спортивного туризму. Здійснено маркетингове аналізування основних чинників, сприятливих для кон'юнктури світового ринку спортивного туризму та чинників, що негативно впливають на розвиток спортивного туризму в Україні.*

*Ключові слова: туризм, спортивний туризм, ринок спортивного туризму, маркетинговий аналіз, кон'юнктура ринку.*

IVANOVA L. O.

Lviv State University of Physical Culture

VOVCHANSKA O. M.

Lviv University of Trade and Economics

## MARKETING AND SOCIAL MARKS OF THE DEVELOPMENT OF THE SPORTS TOURISM MARKET

*The article is devoted to the marketing research of the global sports tourism market and evaluation of its current and future environment. Sports tourism allows to satisfy the growing needs and preferences of consumers regarding leisure and rest. Authors describe the main categories of sports-related tourists. It is determined that the global sports tourism market is most often segmented by type, product and geographical level. World market of sports tourism is actively developing, its volume annually makes from 12 to 15 million USD of international revenues, it accounts for 10% share of the world tourism industry with a turnover of about \$800 billion. The marketing analysis of factors favourable for the global tourism market has been carried out. It is noted that despite of the potentially great opportunities, social and economic importance, sports tourism is underdeveloped in Ukraine. The factors that hinder the development of sports tourism in our country are investigated in the article. Hosting of European and world-wide sports events in Ukraine will allow the reconstruction and modernization of the tourist industry facilities and the development of new types of sports tourism. First of all, these measures will give an opportunity to show the citizens of other countries the tourist attractions of Ukraine, will help to increase the share of foreign tourists, the processes of exchange of cultural and sports heritage, which will strengthen Ukraine's position in the world community.*

*Keywords: tourism, sports tourism, sport tourism market, marketing analysis, market condition.*

**Постановка проблеми.** Значення, роль спортивного туризму постійно зростає, зважаючи на об'єктивно зумовлене характером розвитку сучасного суспільства зменшення фізичної активності людей.

Спортивний туризм як один з видів активного відпочинку сприяє задоволенню потреби людини в занятті спортом (активний туризм), а також турист, подорожуючи з метою відвідування спортивних заходів, відчуває причетність до спортивних змагань, і тим самим задовольняється його потреба як вболівальника (пасивний туризм).

Спорт і туризм як важливі елементи сталого соціально-економічного розвитку взаємообумовлені і доповнюють один одного. Професійна чи аматорська спортивна діяльність, заняття спортом під час відпочинку передбачають туристичні подорожі і поїздки в місця проведення зборів, змагань та інших відповідних заходів. Великі спортивні змагання стають подіями, які мобілізують значні туристичні потоки, і створюють привабливий з точки зору туризму імідж приймаючої сторони. Обидві галузі стимулюють інвестиції в розвиток інфраструктури, включаючи дороги, аеропорти, стадіони, спортивні комплекси, готелі і ресторани, необхідні не тільки для туристів, що прибувають, але і для місцевого населення. Крім того, взаємовигідний симбіоз спорту і туризму надає потужний імпульс економічному зростанню, забезпечує створення нових робочих місць і отримання прибутку [1, 6, 7].

Спортивний туризм дозволяє задовольнити все ширші потреби і переваги споживачів щодо способів проведення дозвілля і відпочинку. Саме спортивний туризм надає широкий спектр послуг, враховуючи, з одного боку, те, що багато людей віддають перевагу активному відпочинку, включаючи екстремальні види спорту, з другого боку, люди шукають більш спокійної обстановки, вибирають релакс-програми, заняття йогою або скандинавською ходьбою. Інші мандрівники використовують поїздки для отримання навичок нових видів спорту (дайвінг, гольф і т.д.) або відвідування спортивних заходів як глядачі. Визначення і врахування детермінант сприятливої кон'юнктури світового ринку спортивного туризму є важливим завданням, що потребує розгляду.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ринок спортивного туризму вже досить давно почав привертати увагу сучасних дослідників. Зокрема питання щодо вдосконалення діяльності в сфері

спортивного туризму висвітлювались у наукових працях таких дослідників, як О. Бордун, А. Я. Булашева, О. Бейдик, О. В. Виноградова, М. Гамкало, Ю. А. Грабовський, М. Мальська [3], П. Масляк, Л. Никишина, П. С. Пасечний, І. Пірожник, А. С. Рівний, С. І. Самусь, Ю. Н. Федотов [8], Н. Сажнева. Однак ці проблеми настільки складні, змінні та багатогранні, що не всі з них достатньо глибоко вивчені. Особливо актуальною та досить новою є маркетингова проблематика функціонування ринку спортивного туризму, що викликає підвищену зацікавленість до цього питання та необхідність його ґрунтовного дослідження.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження маркетингових та соціальних орієнтирів розвитку світового ринку спортивного туризму, його поточної і перспективної кон'юнктури.

Виклад основного матеріалу дослідження. Статус «спортивний турист» охоплює не тільки тих осіб, які займаються спортом у змагальних чи професійних формах. Прийнято виділяти наступні категорії туристів, пов'язаних зі спортом: 1) усі туристи, які вибирають місце своєї поїздки, виходячи з того, чи можуть вони займатися певним видом спорту; 2) практикуючі на професійному чи аматорському рівні (наприклад, гірськолижні клуби, парусні клуби, аматорські спортивні асоціації для кожного виду спорту), які подорожують для участі у змаганнях, тренуваннях, етапах змагань, турнірах тощо; 3) вузькопрофільні фахівці, які не переміщуються з професійних чи ділових причин (наприклад, медичний персонал, фізіотерапевти, тренери, дієтологи); 4) керівництво, персонал та працівники як професійних, так і аматорських спортивних клубів; 5) судді та члени журі, які перевіряють, оцінюють систематичне проведення заходів; 6) журналісти, теле- та радіопрацівники, блогери, які подорожують з метою коментувати та висвітлювати спортивні змагання; 7) вбowlівальники – «спортсмени», які подорожують, щоб спостерігати за спортивними подіями (наприклад, організовані фан-клуби або окремі любителі спорту); 8) туристи, які подорожують, щоб навчитися конкретному виду спорту, про який вони мріяли [21].

Спортивний туризм набуває все більшої популярності в зв'язку з тим, що в процесі заняття ним людина отримує унікальний досвід, емоції, в її свідомості складається правильне розуміння мети подолання природних перешкод, вдосконалення свого тіла і розуму.

З опрацьованих нами літературних джерел слідує, що більшість дослідників виділяють такі види спортивного туризму:

Подієвий спортивний туризм, пов'язаний зі спортивними змаганнями, наприклад, Олімпіада, Кубок світу з регбі, крикету, футболу, WTA, баскетбольний турнір NCAA та ін.

Активний спортивний туризм – включає в себе подорож з метою участі в спортивних заходах. Це можуть бути тренування чи змагання з найрізноманітніших видів спорту. Лижний спорт, рафтинг, теніс, риболовля, сноубординг і серфінг – тільки кілька прикладів активного спортивного туризму. У деяких джерелах існує поділ цього виду спортивного туризму на «професіоналів» – тих, хто подорожує, щоб взяти участь у спортивних змаганнях, і «любителів» – тих, хто займається даним видом спорту і сприймає таку подорож як форму дозвілля.

Ностальгичний спортивний туризм – включає в себе поїздки у визначні місця, де колись проходили спортивні заходи. Наприклад, це відвідування таких спортивних споруд, як Зал слави баскетбольного коледжу жінок в Ноксвілла (Теннессі) і Зал слави бейсболу в Куперстауні (Нью-Йорк). Крім того, до цієї категорії відносять спортивні музеї, такі як музей NASCAR в Шарлотті (Північна Кароліна) і відомі спортивні об'єкти, такі як Lambeau Field в Грін-Бей (штат Вісконсін), а також місця проведення Олімпіад і чемпіонатів світу. До прикладу, понад 50 тис. туристів щороку приїжджають в Нью-Йорк для того, щоб відвідати Madison Square Garden, який є домашньою ареною баскетбольної команди New-York Nicks, Національний зал слави бейсболу та музей в Нью-Йорку (США), Міжнародний хокейний зал слави і музей в Торонто (Канада). Японським залом слави бейсболу та музеєм захоплюються понад більше 300 тис. відвідувачів щорічно. Як бачимо, місця, в яких відбулися великі спортивні заходи, стають сторичними і продовжують приваблювати туристів після завершення подій [2, 16, 20].

Велику різноманітність чинників, що впливають на людей під час подорожей для участі у спортивній туристичній діяльності, можна поділити на ендогенні та екзогенні. Зовнішні обмеження включають брак часу та грошей, географічну відстань та відсутність можливостей, тоді як внутрішні обмеження стосуються таких чинників, як особистісні можливості, здібності, знання та інтереси.

У сучасному світі спортивний туризм – це великий міжнародний бізнес, який привертає інвестиції, політичний інтерес, увагу ЗМІ та тисячі туристів і глядачів. Обсяг ринку спортивного туризму щороку складає від 12 до 15 млн міжнародних прибуттів, прогноз його зростання – майже 6% щорічно у короткостроковій перспективі. За оцінками Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), на спортивний туризм припадає 10% світової туристичної галузі з оборотом близько \$800 млрд [17]. Очікується, що до 2030 року подорожуватимуть близько 1,8 млрд міжнародних туристів. Підтвердженням цьому є і зростання ринку оздоровчого (wellness) туризму. Якщо в 2015 р. ринок оздоровчого туризму оцінювався в \$ 563 млрд, в 2017 р. – вже в \$ 639 млрд [15].

Основними країнами походження спортивних туристів є Великобританія, Німеччина, Італія, Іспанія, Данія, Швеція, Фінляндія. У деяких країнах доходи від спортивного туризму перевищують рівень у 25 % від загального обсягу туристичного ринку, досягнувши, наприклад, в Австралії та частинах Нової Зеландії рекордної частки в 55 %. За даними Національної асоціації спортивних комісій (NASC, 2015 р.), витрати

подорожуючих, пов'язані зі спортивним туризмом у США, становили \$8,96 млрд і охоплювали 25,65 млн осіб [19]. Значні вкладення в галузь спортивного туризму здійснюються і країни, що розвиваються, що також збільшує обсяги світового ринку. Глобальний ринок спортивного туризму у 2018 р. склав \$1413,7 млн, а до 2028 р. прогнозується \$2936,4 млн, з середньорічним темпом зростання на рівні 7,6% [14]. Показово, що спортивні фестивалі стали успішно конкурувати з музичними. Так, фітнес-фестиваль в Дубаї Dubai Fitness Challenge, де було представлено 250 різних спортивних розваг, в 2018 р. відвідало близько мільйона осіб.

Світовий ринок спортивного туризму найчастіше сегментують за типом (внутрішній спортивний туризм та міжнародний спортивний туризм), за продуктами (футбольний туризм, крикетний туризм, тенісний туризм та ін.) та географічними регіонами: Азіатсько-Тихоокеанський регіон та Японія; Європа, Близький Схід та Африка; Америка. Регіон Європи, Близького Сходу та Африки був лідером на ринку у 2018 р. з часткою ринку близько 43%, далі йшли Америка і Азіатсько-Тихоокеанський регіон та Японія відповідно [10]. На перспективу 2019–2023 рр. очікується, що регіон Європи, Близького Сходу та Африки продовжить домінувати на світовому ринку спортивного туризму через зростаючу кількість подій, пов'язаних зі спортивними змаганнями [11]. Індія, Китай, Японія та Австралія є ключовими двигунами зростання на ринку спортивного туризму в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні. Враховуючи вплив глобалізації на ринках, що розвиваються та тенденції спортивної індустрії в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні та Японії зростання ринку спортивного туризму у перспективі складе 8%. Таке зростання зумовлене такими подіями, як проведення Чемпіонату світу з регбі 2019 р. та Олімпійських ігор 2020 р. в Японії [15].

На світовому ринку спортивного туризму в 2016 р. домінував внутрішній спортивний туризм з часткою 61,4%. Обсяг ринку пасивного туризму в 2016 р. склав \$0,76 трлн. За прогнозами аналітичного агентства Technavio (Лондон), світовий ринок спортивного туризму в період 2016–2021 рр. зросте більш ніж на 41% і досягне \$4,31 трлн [10]. Аналітики Technavio виділяють такі основні чинники, сприятливі для кон'юнктури світового ринку спортивного туризму:

1) зростаюча можливість витрачання коштів. Дохід на душу населення в розвинених країнах має низьку волатильність, що пояснюється зростанням кількості домогосподарств з подвійним доходом (жінки і чоловіки нарівні вносять кошти до сімейного бюджету). Це безпосередньо впливає на можливість витрачання коштів фізичними особами. В результаті підвищення платоспроможності громадян країн, що розвиваються (Малайзія, Індонезія, В'єтнам), збільшилася доступність високоякісних продуктів і послуг, в тому числі, пропонованих на ринку спортивного туризму;

2) значна перевага спортивного туризму як способу вийти із зони комфорту. Щоб урізноманітнити монотонний спосіб життя, люди вважають за краще відпочивати активно, виїжджаючи за межі звичного міста або країни, що дозволить їм вивчити іншу традиційну культуру, цінності, кухню, пам'ятники і спосіб життя інших людей. Тому спортивний туризм такий цікавий X- і Y-поколінням. Популярністю у спортивних туристів користуються не тільки США, Великобританія, Німеччина, Франція, Іспанія, Австралія. Багато країн, що розвиваються, зокрема Індія, Шрі-Ланка, Бразилія, покращують свою інфраструктуру для залучення широкого кола в тому числі і спортивних туристів, що сприяє зростанню світового ринку спортивного туризму;

3) зростаючий внесок спортивного туризму щодо показників ВВП і зайнятості населення, що прямо або опосередковано підтримує глобальну економіку. Компанії пропонують товари і послуги, формуючи ланцюг поставок для спортивних туристів. Провідні фахівці спортивного туризму забезпечують надання спеціальних туристичних путівок, переміщення клієнтів, гостинність, враховуючи максимально комфортні умови для спортивних туристів [2, 9, 18].

Погоджуючись з аналітиками Technavio, тим не менше, вважаємо, що до групи провідних чинників, які сприяють зростанню світового ринку спортивного туризму, відноситься збільшення кількості спортивних змагань у всьому світі. Щорічно проводяться великі національні та міжнародні турніри з багатьох видів спорту, які надають можливість здійснювати велику кількість маркетингових заходів з просування спортивного туризму. Наприклад, проводяться нові турніри на традиційних майданчиках для залучення більшої кількості глядачів, а для існуючих турнірів створюються нові місця для розширення охоплення та популярності спорту. Так, у серпні 2018 р. Афганістанська колегія крикетів оголосила про запуск Афганістанської прем'єр-ліги, ліги крикетів формату T20 у Дубаї, ОАЕ. Перші змагання ліги, в яких брали участь п'ять команд, відбулися в ОАЕ в жовтні 2018 р. Таким чином, збільшення кількості спортивних змагань допомагає залучити більше відвідувачів до спортивних напрямів, що сприяє зростанню індустрії спортивного туризму [12].

Досить сильно, як відзначає Technavio, поживає ринок спортивного туризму збільшення кількості фан-зон. Позаяк офіційні арени та стадіони для проведення спортивних змагань мають обмежену кількість глядацьких можливостей та кількість квитків, доступних на цю подію, то все більша кількість спортивних турнірів значну увагу приділяє створенню офіційних фан-зон. Зацікавлені сторони спортивної і суміжних галузей зосереджуються на залученні широкої аудиторії для демонстрації турнірів та розширенні своїх можливостей. Такі фан-зони можна встановлюють в тому ж регіоні чи місті, де відбуваються спортивні змагання, або в різних інших містах та регіонах, здійснюючи трансляцію спортивних подій на великих екранах. Відповідно, зі збільшенням кількості знакових спортивних змагань відбувається також і збільшення кількості фан-зон. Різні спортивні організації, такі як Union of European Football Associations (UEFA) та

Board of Control for Cricket in India (BCCI), створили свої офіційні фан-зони в різних регіонах, що сприятиме зростанню загального світового ринку спортивного туризму [13].

Туризм за своєю суттю є інвазивним, передбачає взаємодію господаря і гостя та їх взаємовплив. Зазвичай спортивний туризм приносить гроші, гордість та розваги в місто, але не завжди це стосується щасливих туристів та їх витрат. Часом це може призвести до скупчення людей, черг, погіршення навколишнього середовища, хуліганських чи войовничих дій, збільшення цін і обурення місцевих жителів.

Популяризація спорту і збільшення кількості осіб, які займаються ним, спричиняє відповідний попит на продукцію спортивних виробників. Виробництво спортивного інвентарю, спортивного одягу й атрибутики сьогодні є значною галуззю промисловості у світі. Ще один аспект досліджуваної проблеми пов'язаний з важливістю системного запровадження маркетингу в індустрію спортивного туризму. Найперше мова йде про те, що проведення спортивних заходів стимулює розвиток багатьох галузей сфери послуг – туристичної, транспортної, готельної, ресторанної, торговельної та ін. Немало важливим є зростання доходів підприємств з виробництва продуктів харчування і напоїв, спортивної символіки, сувенірів тощо. Усі ці види діяльності функціонують розрізнено, не мають чіткої стратегічної сприятливості на розвиток спортивного туризму. В Україні, не зважаючи на наявні потенційно великі можливості, соціальну та економічну значимість, спортивний туризм розвивається недостатньо, зазнає труднощів, пов'язаних з економічними проблемами, а також з відсутністю комплексної маркетингової програми.

Отримані результати аналізу вторинних джерел інформації підтвердили, що чинниками негативно впливу на кон'юнктуру ринку спортивного туризму в нашій державі є:

- невідповідність населених пунктів до спортивного туристичного підприємництва;
- нерозвиненість сучасних системних інформаційних послуг щодо спортивного туризму, відсутність комплексної реклами;
- низькі темпи росту інвестицій у розвиток матеріальної бази спортивного туризму;
- недостатньо розвинута інфраструктура індустрії обслуговування, що знижує попит у зарубіжних туристів;
- слабка комунікаційна доступність органів місцевої влади та територій, перспективних для висвітлення з метою спортивного туризму;
- невисокий рівень добробуту населення;
- відсутність належних інформаційних ресурсів щодо реальних та потенційних споживачів спортивного туризму;
- відсутність стимулів інвестицій у розвиток спортивного туризму на рівні світових стандартів;
- відсутність комплексної політики держави та нерегульованість механізмів стимулювання спортивної туристичної індустрії;
- нерозвиненість інфраструктури та відсутність координованої політики щодо пропаганди спортивного туризму на внутрішньому та міжнародному рівнях [3, 4, 5].

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Узагальнення попередніх розмірковувань дозволяє зробити такі висновки. Спортивний туризм – одна з найбільш швидко зростаючих галузей туризму. Все більше туристів цікавляться спортивними видами спорту під час своїх поїздок, незалежно від того чи спорт є основною метою їх подорожі, чи ні. Спортивні події різного виду та масштабу приваблюють туристів, оскільки учасники, глядачі та спортивні локації намагаються додати їм місцевого колориту, щоб виділити себе та забезпечити незабутні враження. Мегаспортивні змагання, такі як Олімпіада та Кубки світу, можуть стати каталізаторами розвитку туризму, і не тільки спортивного, якщо їх успішно використовувати в плані брендингу місць призначення, розвитку інфраструктури та інших економічних та соціальних переваг [16].

Проведення в Україні спортивних заходів європейського та світового масштабу дасть змогу реконструювати та модернізувати об'єкти туристичної галузі, розробити нові туристичні маршрути, розвивати нові види спортивного туризму. Та передусім такі заходи дадуть можливість продемонструвати громадянам інших держав туристичні принади України, сприятимуть збільшенню частки іноземних туристів, процесам обміну культурною та спортивною спадщиною, що посилить позиції України у світовому співтоваристві. У процесі подальших досліджень важливо зосередити увагу на продовженні моніторингу ринку спортивного туризму та основних показниках його кон'юнктури для формування адекватних маркетингових стратегій.

### Література

1. Волков А. В. Развитие спортивного туризма за рубежом / А. В. Волков, С. В. Черемшанов // Известия Сочинского государственного университета. – 2012. – № 4 (22) – С. 30–35.
2. Лялина Е. Исследование рынка индустрии спортивного туризма в современном мире / Е. Лялина, Т. Прискокова. URL: [http://bsa.edu.lv/docs/2018/sbornik\\_naustud.pdf](http://bsa.edu.lv/docs/2018/sbornik_naustud.pdf)
3. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк. – К., 2008. – 661 с.
4. Мацука В. М. Сучасні тенденції та перспективи розвитку туризму в Україні / В. М. Мацука // Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Економіка. – 2016. – Вип. 1. – С. 43–49.
5. Миронов Ю. Б. Сутність та чинники сталого розвитку туризму в регіоні / Ю. Б. Миронов // Науковий вісник НЛТУ України. – 2013. – Вип. 23.11. – С. 117–122.
6. Поликарпов Д. Д. Международный спортивный туризм как направление развития мировой туристической отрасли. URL: <http://www.fu.ru/science/studevents/mnsk/V/%D0%9D%D0%B0%D1%83%D1%87%D0%BD%D0%BE%D0%B5%20%D0%BD%D0%B0%D>

- 0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5%20%D0%BC%D0%B5%D0%B6%D0%B4%D1%83%D0%BD%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D1%8B%D1%85%20%D1%8D%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D1%85%20%D0%BE%D1%82%D0%BD%D0%BE%D1%88%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B9%D0%9C%D0%B5%D0%B6%D0%B4%D1%83%D0%BD%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D1%8B%D0%B5%20%D1%8D%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B5%20%D0%BE%D1%82%D0%BD%D0%BE%D1%88%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%80%D0%BF%D0%BE%D0%B2%20%D0%94.%D0%94.pdf
7. Семенов А. А. Спортивный туризм как фактор устойчивого развития туристской дестинации. URL: <http://pglu.ru/upload/iblock/c96/22.pdf>
8. Федотов Ю. Н. Спортивно-оздоровительный туризм : учебник / Ю. Н. Федотов, И. Е. Востоков ; под ред. В. А. Таймазова, Ю. Н. Федотова. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Сов. спорт, 2008. – 464 с.
9. Global Sports Tourism Market - Drivers and Forecasts by Technavio. URL: <https://www.businesswire.com/news/home/20170814005559/en/Global-Sports-Tourism-Market---Drivers-Forecasts>
10. Global Sports Tourism Market 2017-2021. URL: [https://www.technavio.com/report/global-sports-tourism-market&utm\\_source=t9&utm\\_medium=bw\\_wk3&utm\\_campaign=businesswire](https://www.technavio.com/report/global-sports-tourism-market&utm_source=t9&utm_medium=bw_wk3&utm_campaign=businesswire)
11. Global Sports Tourism Market 2019-2023. URL: [https://www.technavio.com/report/global-sports-tourism-market-industry-analysis&utm\\_source=t9&utm\\_medium=bw\\_wk3&utm\\_campaign=businesswire](https://www.technavio.com/report/global-sports-tourism-market-industry-analysis&utm_source=t9&utm_medium=bw_wk3&utm_campaign=businesswire)
12. Global Sports Tourism Market 2019–2023| 36% CAGR Projection over the Next Five Years | Technavio. URL: <https://www.businesswire.com/news/home/20190116005397/en/>
13. Global Sports Tourism Market 2019–2023| 36% CAGR Projection over the Next Five Years | Technavio. URL: <https://www.marketwatch.com/press-release/global-sports-tourism-market-2019-2023-36-cagr-projection-over-the-next-five-years-technavio-2019-01-16>
14. Global Sports Tourism Market Continues to Grow at a CAGR of 7.6% During the Forecast Period of 2019 to 2028. URL: <https://soundonsoundfest.com/2019/09/24/global-sports-tourism-market-continues-to-grow-at-a-cagr-of-7-6-during-the-forecast-period-of-2019-to-2028/>
15. Ryan Parker The Remarkable Growth Of Sport Tourism. URL: <https://humankinetics.me/2019/04/04/the-remarkable-growth-of-sport-tourism/>
16. Sports Tourism and System of Experiences. URL: [https://www.researchgate.net/publication/256020138\\_Sports\\_Tourism\\_and\\_System\\_of\\_Experiences](https://www.researchgate.net/publication/256020138_Sports_Tourism_and_System_of_Experiences) [accessed Dec 06 2018].
17. Sports Tourism Destinations Network. URL: <http://affiliatemembers.unwto.org/content/sports-tourism-destinations-network>
18. The Growing Preference for Sports Tourism: Top 5 Trends. URL: <https://blog.technavio.com/blog/growing-preference-sports-tourism-top-5-trends> (теж тренди)
19. The Impact of Sports Tourism & Future Trends – Opinion. URL: <https://news.gtp.gr/2019/08/20/the-impact-of-sports-tourism-future-trends-opinion/>
20. Weed M. Progress in sports tourism research? A meta-review and exploration of futures. *Tourism Management*, 30(5), 2017. 615–628.
21. World Sport Tourism Show. URL: <https://www.wst-show.com/en/sport-tourism>

## References

1. Volkov A. V. Razvitiye sportivnogo turizma za rubezhom / A. V. Volkov, S. V. Cheremshanov // *Izvestiya Sochinskogo gosudarstvennogo universiteta*. – 2012. – № 4 (22) – S. 30–35.
2. Lyalina E. Issledovanie rynka industrii sportivnogo turizma v sovremennom mire / E. Lyalina, T. Priskokova. URL: [http://bsa.edu.lv/docs/2018/sbornik\\_naustud.pdf](http://bsa.edu.lv/docs/2018/sbornik_naustud.pdf)
3. Malska M. P. Mizhnarodnyi turyzm i sfera posluh / M. P. Malska, N. V. Antoniuk. – K., 2008. – 661 s.
4. Matsuka V. M. Suchasni tendentsii ta perspektivy rozvytku turyzmu v Ukraini / V. M. Matsuka // *Visnyk Mariupolskoho derzhavnoho universytetu. Seriya: Ekonomika*. – 2016. – Vyp. 1. – S. 43–49.
5. Myronov Yu. B. Sutnist ta chynnyky staloho rozvytku turyzmu v rehioni / Yu. B. Myronov // *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*. – 2013. – Vyp. 23.11. – S. 117–122.
6. Polikarpov D. D. Mezhdunarodnyj sportivnyj turizm kak napravlenie razvitiya mirovoj turisticheckoj otrasli. URL: <http://www.fa.ru/science/studevents/mnsk/V/%D0%9D%D0%B0%D1%83%D1%87%D0%BD%D0%BE%D0%B5%20%D0%BD%D0%B0%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5%20%D0%BC%D0%B5%D0%B6%D0%B4%D1%83%D0%BD%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D1%8B%D1%85%20%D1%8D%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D1%85%20%D0%BE%D1%82%D0%BD%D0%BE%D1%88%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B9%D0%9C%D0%B5%D0%B6%D0%B4%D1%83%D0%BD%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D1%8B%D0%B5%20%D1%8D%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B5%20%D0%BE%D1%82%D0%BD%D0%BE%D1%88%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%80%D0%BF%D0%BE%D0%B2%20%D0%94.%D0%94.pdf>
7. Семенов А. А. Спортивный туризм как фактор устойчивого развития туристской дестинации. URL: <http://pglu.ru/upload/iblock/c96/22.pdf>
8. Федотов Ю. Н. Спортивно-оздоровительный туризм : учебник / Ю. Н. Федотов, И. Е. Востоков ; под ред. В. А. Таймазова, Ю. Н. Федотова. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Сов. спорт, 2008. – 464 с.
9. Global Sports Tourism Market - Drivers and Forecasts by Technavio. URL: <https://www.businesswire.com/news/home/20170814005559/en/Global-Sports-Tourism-Market---Drivers-Forecasts> (Accessed 10 November 2019).
10. Global Sports Tourism Market 2017-2021. URL: [https://www.technavio.com/report/global-sports-tourism-market&utm\\_source=t9&utm\\_medium=bw\\_wk3&utm\\_campaign=businesswire](https://www.technavio.com/report/global-sports-tourism-market&utm_source=t9&utm_medium=bw_wk3&utm_campaign=businesswire)
11. Global Sports Tourism Market 2019-2023. URL: [https://www.technavio.com/report/global-sports-tourism-market-industry-analysis&utm\\_source=t9&utm\\_medium=bw\\_wk3&utm\\_campaign=businesswire](https://www.technavio.com/report/global-sports-tourism-market-industry-analysis&utm_source=t9&utm_medium=bw_wk3&utm_campaign=businesswire)
12. Global Sports Tourism Market 2019–2023| 36% CAGR Projection over the Next Five Years | Technavio. URL: <https://www.businesswire.com/news/home/20190116005397/en/>
13. Global Sports Tourism Market 2019–2023| 36% CAGR Projection over the Next Five Years | Technavio. URL: <https://www.marketwatch.com/press-release/global-sports-tourism-market-2019-2023-36-cagr-projection-over-the-next-five-years-technavio-2019-01-16>
14. Global Sports Tourism Market Continues to Grow at a CAGR of 7.6% During the Forecast Period of 2019 to 2028. URL: <https://soundonsoundfest.com/2019/09/24/global-sports-tourism-market-continues-to-grow-at-a-cagr-of-7-6-during-the-forecast-period-of-2019-to-2028/>
15. Ryan Parker The Remarkable Growth Of Sport Tourism. URL: <https://humankinetics.me/2019/04/04/the-remarkable-growth-of-sport-tourism/>
16. Sports Tourism and System of Experiences. URL: [https://www.researchgate.net/publication/256020138\\_Sports\\_Tourism\\_and\\_System\\_of\\_Experiences](https://www.researchgate.net/publication/256020138_Sports_Tourism_and_System_of_Experiences) [accessed Dec 06 2018].
17. Sports Tourism Destinations Network. URL: <http://affiliatemembers.unwto.org/content/sports-tourism-destinations-network>
18. The Growing Preference for Sports Tourism: Top 5 Trends. URL: <https://blog.technavio.com/blog/growing-preference-sports-tourism-top-5-trends> (теж тренди)
19. The Impact of Sports Tourism & Future Trends – Opinion. URL: <https://news.gtp.gr/2019/08/20/the-impact-of-sports-tourism-future-trends-opinion/>
20. Weed M. Progress in sports tourism research? A meta-review and exploration of futures. *Tourism Management*, 30(5), 2017. 615–628.
21. World Sport Tourism Show. URL: <https://www.wst-show.com/en/sport-tourism>